

# AGENDA CIUDADANA

## de Ciencia e Innovación

Dando respuesta a los desafíos de divulgación, participación y consenso en Europa  
Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología  
[www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)

# AGENDA CIUDADANA

## de CIENCIA e INNOVACIÓN



FECYT  
FUNDACIÓN ESPAÑOLA  
PARA LA CIENCIA  
Y LA TECNOLOGÍA

2010.es



**Edita:** Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, FECYT, 2011

**Diseño, maquetación e impresión:** Editorial MIC

**Depósito Legal:**

## Preámbulo

## Presentación

### I. Los 3 ejes del proyecto: ciudadanía, ciencia y Europa

1. La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología y su papel al servicio de la divulgación de la ciencia y la innovación | **FECYT**<sup>1</sup>
2. Estrategias de comunicación desde las instituciones y proyectos de participación con la sociedad civil | **Susana del Río Villar**

### II. La experiencia: del planteamiento inicial a los resultados finales | **Sinergia Value**<sup>2</sup>

1. La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: un instrumento de sensibilización y participación global
2. Punto de partida para un proyecto innovador
3. Conceptualización de la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación
4. El proceso de construcción de la Agenda
5. Aspectos clave de la iniciativa
6. Resultados

3

### III. Conclusiones: la ciencia y Europa más cerca del ciudadano

1. La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: balance de una experiencia | **FECYT**
2. La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: innovando en comunicación y participación social | **Sinergia Value**
3. La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: aportaciones para el modelo participativo europeo | **Susana del Río Villar**

## Anexos

---

<sup>1</sup> Equipo redactor de FECYT formado por Rosa Capeáns, César López y Gonzalo Remiro.

<sup>2</sup> Equipo redactor de Sinergia Value formado por la Dra. Loreto Rubio, Cristina Perotti y Guillem Rovira.



# PREÁMBULO

107.309 votos en casi seis semanas a través de la página web que recibió cerca de 150.000 visitas, 2.468 suscriptores en Facebook y 611 seguidores en Twitter, cerca de 78.000 reproducciones en Youtube son frías cifras que reflejan el éxito de un proyecto de participación ciudadana en ciencia e innovación. Un proyecto que ha servido para acercar el trabajo de los investigadores e innovadores a la sociedad que se ha sentido de algún modo participe en el proceso de toma de decisiones en estos campos, y ha abierto una nueva vía en la divulgación científica, una vía llena de posibilidades aún por explorar.

**L**a ciencia y la innovación han jugado un papel esencial en nuestra historia. La búsqueda del conocimiento para avanzar conjuntamente es uno de los pilares de la cultura europea. Creatividad, innovación, espíritu emprendedor... son valores esenciales con los que debemos identificarnos para abordar los grandes desafíos de la Europa de hoy y del futuro más inmediato.

Con motivo de la Presidencia Española de la Unión Europea durante el primer semestre de 2010, y con el apoyo del Ministerio de Ciencia e Innovación de España, la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) presentó a todos los ciudadanos de Europa una acción innovadora, singular y de vocación europea: la **Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación – Reto 2030**.

¿Por qué es una acción singular? Porque la *Agenda Ciudadana* ha contribuido de manera creativa y transgresora a **acercar el valor de la ciencia y la innovación desde lo cotidiano**. Mostrando a los ciudadanos cómo la **ciencia y la innovación han cambiado y cambian día a día nuestras vidas**, nuestro entorno e, incluso, nuestro modo de ver el mundo. Así lo muestran algunos de los descubrimientos y avances cosechados por los 14 científicos e innovadores que han propuesto los retos en los que avanzar colectivamente. Si nos trasladáramos unas décadas o incluso unos años atrás, preguntas como las siguientes nos resultarían, cuanto menos, extrañas: ¿habías pensado alguna vez que podrías escuchar música almacenada en tu bolsillo?, ¿sabes cuántas vidas se han salvado gracias a los avances en trasplantes de órganos?, ¿te imaginas un futuro sólo con energías no contaminantes?

La *Agenda Ciudadana* se nutre en su concepción y desarrollo de la **Declaración de Donostia – San Sebastián** que dice:

*“La investigación fundamental, tanto en las humanidades y ciencias sociales como en las ciencias naturales, nos ayuda a entender mejor el universo y a nosotros mismos. La búsqueda del conocimiento es un pilar fundamental de la cultura europea y forma parte de los valores que compartimos y, al mismo tiempo, es esencial para abordar los grandes desafíos a los que se enfrenta nuestra civilización. La mayo-*



Lourdes Arana, directora general de FECYT.

*ría de estos desafíos —como la energía y el cambio climático, la salud o el envejecimiento— tienen una dimensión global y un notable impacto socioeconómico.*

*Además, la investigación básica ha generado directamente algunas de las innovaciones más revolucionarias y demanda materiales, equipos e infraestructuras tecnológicamente avanzadas, que son suministrados por empresas europeas.*

*En definitiva, la ciencia europea quiere avanzar de la mano de la sociedad que la financia, y que es la beneficiaria última de sus descubrimientos, y lo hace consciente de los tiempos difíciles que atraviesa la economía europea y comprometida con el impulso a un nuevo modelo económico más sostenible y más basado en el conocimiento.”*

Estas páginas pretenden exponer qué es el proyecto *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación*, pero poniendo el punto de mira en las reflexiones y aprendizajes realizados gracias a esta singular experiencia. Y ello con el propósito de animar a nuevos agentes y organizaciones. Animarles a sumarse en este camino de complicidades entre la participación ciudadana, el mundo de la ciencia y la innovación, la cooperación interinstitucional y la diversidad de agentes sociales implicados, todos con un mismo fin: seguir avanzando, cohesionando y construyendo nuestra sociedad ante un mundo complejo y lleno de desafíos que resolver. ♦♦

**Lourdes Arana**  
Directora General de FECYT

# PRESENTACIÓN



*Acto de presentación de Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación.*

¿Cómo nace una idea creativa y singular? ¿Cómo se convierte en proyecto? ¿Cómo se gestiona? ¿Qué resultados podemos considerar satisfactorios? Y, finalmente, ¿qué aprendemos para mejorar y reeditar una experiencia similar?

Este artículo nace con la intención de compartir el conocimiento generado a partir de una experiencia excepcional y novedosa: la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación – Reto 2030. Con este propósito, el artículo cuenta con la participación de los miembros del grupo impulsor





Los integrantes de este grupo impulsor han sido:

- la **Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)**, entidad pública que da cobertura a las competencias en materia de comunicación y divulgación del **Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN)**, y encargada a través de su Departamento de Cultura Científica y de la Innovación de la puesta en marcha de la *Agenda Ciudadana* así como de la coordinación y dirección organizativa y de comunicación del proyecto;
- **Sinergia Value**, empresa especializada en comunicación pública y social con experiencia en procesos de participación, y responsable de la idea creativa, participando en el desarrollo junto a FECYT de la conceptualización de la *Agenda Ciudadana* y responsable de la oficina técnica para la implementación del proyecto;
- y la **Dra. Susana del Río Villar**, doctora en Ciencias Políticas y Sociología, Premio Extraordinario de Doctorado en Ciencias Sociales y Jurídicas. Experta en participación ciudadana y acción comunicativa europea, miembro del Comité de Expertos independientes de la Comisión Europea en *Science, society and Governance* y en *Citizens and governance in the knowledge based society*, responsable en el proyecto de la coordinación en red de las entidades europeas.

del proyecto. Por el interés de poder relatar en primera persona las tareas desarrolladas y, sobre todo, exponer lo que individual y conjuntamente hemos aprendido gracias a la oportunidad de participar en una experiencia distinta y particular.

Sin ánimo de dar una visión exhaustiva y detallada de todo el proceso de trabajo tanto en el proceso creativo como en el desarrollo e implementación de la *Agenda Ciudadana*, las siguientes páginas recogen lo esencial y básico para poder entender **qué es** la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación – Reto 2030 y **cuál es el valor** de esta experiencia desde la siguiente triple perspectiva:

- a) cuál es el valor desde el punto de vista de **acción de divulgación social** de la ciencia;
- b) cuál es la aportación de esta experiencia en el marco de las iniciativas de **participación y comunicación de la sociedad civil europea**,
- c) y cuál es el carácter innovador desde la perspectiva de **diseño y gestión de una acción comunicativa y participativa** orientada a la ciudadanía.

El artículo se estructura en tres partes. La primera, a modo de introducción, comienza con dos epígrafes que resumen dos de las visiones que se han tenido en cuenta a la hora de conceptualizar y poner en marcha el proyecto. Por un lado un **análisis del contexto** sociológico en el ámbito de la **percepción social de la ciencia** en el que surge el proyecto *Agenda Ciudadana*, llevado a cabo por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. Y por otro lado, la **perspectiva europea**, analizada por la Dra. Susana del Río a partir de su experiencia personal sobre los escenarios de participación ciudadana que se han desarrollado en el marco europeo.

La segunda parte del documento entra, de la mano de Sinergia Value, en un análisis de fondo del proyecto *Agenda Ciudadana*. En los dos primeros puntos se presenta el proceso de **conceptualización** de la iniciativa a través de la gestación y transformación desde su idea y visión primarias. Seguidamente, se exponen los **objetivos** que se fijaron para el proyecto para, a continuación, describir brevemente los **principales hitos** de la construcción del mismo, dando cierre a los apartados más descriptivos. El quinto punto de este segundo bloque del artículo es de gran interés puesto que hace referencia a los **aspectos clave de la iniciativa**. En él se hace un ejercicio de valoración e interpretación de la información expuesta en los puntos anteriores con el fin de señalar los aprendizajes fundamentales desde la dimensión más operativa y práctica del proyecto. Cierra este segundo bloque la exposición de resultados finales con las principales cifras conseguidas por la *Agenda Ciudadana*.

Finalmente, el artículo acaba con una valoración global en forma de **conclusiones** a partir de las 3 perspectivas sobre las que se ha construido el proyecto. La *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación* como acción de divulgación científica, como iniciativa de participación ciudadana y comunicación social y como una propuesta con una vocación institucional y participativa de ámbito europeo. •••





# **I. LOS 3 EJES DEL PROYECTO: CIUDADANÍA, CIENCIA Y EUROPA**



**FECYT**  
FUNDACIÓN ESPAÑOLA  
PARA LA CIENCIA  
Y LA TECNOLOGÍA

## 1 La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología y su papel al servicio de la divulgación de la ciencia y la innovación

*Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)*

La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), constituida con fecha 5 de junio de 2001, pertenece al Sector Público Estatal y opera como una entidad sin ánimo de lucro y con autonomía funcional.

Entre sus objetivos fundacionales se encuentran:

- **Contribuir a la orientación del progreso científico y tecnológico** del sistema Español para mejora de la articulación entre los diferentes agentes del sistema.
- Constituirse en **plataforma de encuentro**, análisis y debate interdisciplinar e intersectorial para las comunidades **científica, tecnológica y empresarial del país**.
- Impulsar la **divulgación del conocimiento** en materia de ciencia y tecnología, con el fin de crear esa necesaria **cultura científica y tecnológica entre los ciudadanos**.

En la actualidad, FECYT colabora con el **Ministerio de Ciencia e Innovación**, MICINN, para reforzar la cadena de valor del conocimiento, impulsando la ciencia e innovación y promoviendo su integración y acercamiento a la sociedad, dando respuesta a las necesidades y expectativas del Sistema Español de Ciencia, Tecnología y Empresa (SECTE).

FECYT da cobertura a las competencias del MICINN en materia de comunicación y divulgación de la ciencia y la tecnología a través del **Programa Nacional de Cultura Científica y de la Innovación**, incorporado a partir de 2009 en el **Plan Nacional de I+D+i 2008-2011**.

Sin embargo, potenciar el impacto en la sociedad de las diferentes iniciativas para desarrollar la cultura científica y de la innovación es tan solo uno de los **vectores estratégicos** de la fundación. Otros vectores estratégicos son favorecer la transferencia del conocimiento en **talento innovador y emprendedor**; liderar el proceso de integración y racionalización de la **información y métricas de la ciencia y de la innovación**; promover la generación de retornos poniendo en valor sus competencias, así como implantar un modelo de gestión orientado al usuario y basado en la excelencia.

La Fundación trabaja con el objetivo de ser reconocida por el conjunto de la sociedad española, como referente clave en divulgación, información y medición de ciencia e innovación, para contribuir al desarrollo de una economía basada en el conocimiento. Ésta es su **visión para 2015**, tal y como aparece recogida en el **Plan Estratégico 2010-2012** que fue aprobado por la Junta Rectora y el Patronato de la fundación en diciembre de 2009.

La misión y la visión de FECYT no es fruto de la casualidad sino que viene determinada por **dos factores esenciales**: el análisis evolutivo de los **estudios de Percepción Social de la Ciencia** que FECYT viene realizando bienalmente desde 2002 y la **evolución misma de la realidad social y económica** que va marcando necesidades diversas en los ámbitos de sensibilización y participación ciudadana, así como en la orientación del modelo productivo.

### Percepción Social de la Ciencia

FECYT, en su rol de institución clave en el apoyo estratégico al Ministerio de Ciencia e Innovación y con el fin de orientar las políticas gubernamentales hacia sus últimos destinatarios: la sociedad, ha tenido desde el comienzo de su andadura entre sus principales líneas de trabajo la elaboración de la **Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología**.

La Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología se viene elaborando desde 2002 con una periodicidad bienal. La encuesta se realiza mediante entrevistas personales a más de 7.700 personas por lo que sus resultados son representativos por Comunidad Autónoma. A través de ella, **FECYT analiza el nivel de interés e información científica y el conocimiento, la familiaridad y las opiniones que tienen los ciudadanos** sobre la imagen de la ciencia en los medios de comunicación, sobre la importancia que tiene la investigación científica para nuestra sociedad, sobre la labor de los investigadores y sobre las políticas de I+D+i.

La información que recoge la encuesta y el análisis posterior que se puede hacer de la misma resulta de un valor inestimable en la articulación del sistema de ciencia y tecnología hacia las necesidades de una población cada vez más consciente de los retos ante los que se enfrenta en materia de I+D+i, más demandante de información científica de calidad y que, al mismo tiempo, quiere jugar un papel más activo en la confección de un sistema científico-tecnológico que dé cuenta de sus necesidades.

A continuación, y de un modo resumido, llevaremos a cabo un análisis descriptivo en el que compararemos los resultados de las cinco encuestas de percepción social de la ciencia y la tecnología realizadas hasta el momento por FECYT: en el primer apartado analizaremos el interés y las fuentes de información sobre temas relacionados con la ciencia; el segundo apartado se centra en la imagen y valoración social de la ciencia; y el tercero en cuestiones relacionadas con las políticas públicas de ciencia y tecnología.

## 1. Interés e información



Desde 2004, en los estudios de FECYT se plantea una pregunta abierta en la que **se solicita a los encuestados que indiquen tres temas sobre los que sientan interés**. Si bien no se pregunta específicamente por interés informativo, el enunciado de la pregunta, al estar formulado en los siguientes términos: "A diario recibimos noticias e informaciones sobre temas muy diversos. Dígame por favor tres temas sobre los que se sienta especialmente interesado/a", dirige claramente la atención hacia esa cuestión.

Los resultados desde ese año muestran que el interés por la ciencia no se sitúa en las primeras posiciones. No obstante, **el interés por la ciencia y la tecnología ha experimentado una evolución muy positiva, duplicándose en el periodo 2004-2010**. Además la población muestra un elevado interés por cuestiones relacionadas con la ciencia, como son la medicina y salud, el medio ambiente y la alimentación: en 2010 la proporción de entrevistados que hace referencia a la información sobre medicina y salud es similar a la que muestra su interés por el deporte o por el trabajo y empleo, ámbitos de mayor interés ciudadano.

En todas las encuestas también se pregunta por el interés general por distintos temas. En este caso, se presenta una serie de temas al entrevistado y se le pide que declare su interés por cada uno de ellos en una escala que va de 1 (muy poco interesado) a 5 (muy interesado). Se observa que se forman tres grupos de temas en función del grado de interés manifestado por los entrevistados. El primero, el de los temas que más interesan, está formado por "medicina" y "medio ambiente"; el intermedio está formado por "ciencia", "deportes" y "economía"; y el último por "política" y "temas de famosos", que obtienen un promedio notablemente más bajo.

La población española muestra además que su grado de interés por los ámbitos científicos (medicina, salud y ciencia, y tecnología) es mayor que su nivel de información en estas materias. Por tanto, **los ciudadanos creen que tienen un déficit de información científica**, carencia que no manifiestan en otros ámbitos de interés como deportes o política.

La causa de este interés por informarse en cuestiones relacionadas con la ciencia y la tecnología puede encontrarse en que actualmente **tenemos a diario en los medios de comunicación controversias sociales y debates públicos sobre temas relacionados**, de algún modo, **con la actividad científica** y/o el conocimiento científico. Entre estas cuestiones se encuentra la protección del medio ambiente, la solución de problemas sociales, el control y la regulación de aplicaciones tecnológicas, la salud pública, la calidad de la alimentación o el control de ciertas enfermedades. Los participantes en estas controversias hacen uso de argumentos relacionados en algún sentido con el conocimiento científico con el fin de validar y dar rigor a sus opiniones y puntos de vista y de este modo conseguir partidarios de sus posiciones.

En los tres últimos estudios se preguntó por el grado de confianza que merecen ciertas instituciones, asociaciones, profesionales y actores sociales cuando ofrecen información científica y técnica. De nuevo, aparecen con toda claridad tres grupos diferenciados. **Las instituciones relacionadas con la ciencia son las que ofrecen mayor confianza pública**: universidades, colegios profesionales, organismos públicos de investigación u hospitales. Un segundo bloque estaría constituido por grupos ecologistas, asociaciones de consumidores, medios de comunicación, empresas y las administraciones públicas. El grupo que merece menos confianza está formado por los sindicatos, la iglesia y los partidos políticos. Los medios de comunicación se sitúan a caballo entre el segundo y el último bloque.

## 2. Imagen y valoración del conocimiento científico v la actividad investigadora



Aunque es probable que cada individuo posea una valoración contextualizada de la ciencia por su impacto en diferentes ámbitos, los estudios de percepción pública tratan de identificar una valoración general, intentando comparar entre beneficios y perjuicios atribuidos a la actividad científica.

**De 2002 a 2010 ha crecido el porcentaje de ciudadanos con una imagen positiva de la ciencia** al observar

más beneficios que perjuicios, pasando de representar del 46% al 56% de la población. En sentido inverso, el porcentaje de personas que optan por la posición intermedia en detrimento (beneficios y perjuicios equilibrados) ha decrecido en 9 puntos porcentuales, siendo la posición del 23% de la población. Mientras tanto, persiste un 8-9% de la población española con una visión negativa de la ciencia y otro 10% sin opinión formada al respecto.

La imagen pública de la ciencia está relacionada con la valoración de las profesiones vinculadas de algún modo con el conocimiento científico. A este respecto, los cinco estudios de FECYT muestran unos resultados muy consistentes: médicos, científicos y profesores son las profesiones más valoradas. Por el contrario, religiosos y políticos son quienes poseen una valoración inferior.

### 3. Políticas públicas de ciencia y tecnología



La población española se muestra muy favorable a apoyar la inversión en ciencia y tecnología. En el último estudio, realizado en 2010, **un 77% de la población es partidaria de mantener o aumentar el presupuesto en investigación en un contexto de recorte de gasto público.** Comparado con otras áreas

de gasto público, la ciencia ocupa un nivel intermedio de prioridad en inversión, por debajo de seguridad y obras públicas y al mismo nivel que medio ambiente, industria y cultura. Entre estos ámbitos de inversión prioritaria no se incluyen dentro de las respuestas que se ofrecen al encuestado educación y sanidad, ya que éstas podrían polarizar las respuestas a favor de estas áreas de interés mayoritario.

En cuanto al esfuerzo en I+D+i por parte de la sociedad, la mayoría de la población considera que ni las administraciones ni las empresas le dedican suficientes recursos.

Preguntados por la regulación de la actividad investigadora, un 73% de los ciudadanos se muestran partidarios de aplicar el principio de precaución en los avances en la investigación y un 57% cree que las instituciones financiadoras de I+D+i deben otorgar independencia a sus investigadores.

Por último, los españoles mantienen su **confianza mayoritaria en los expertos en ciencia y tecnología para la toma de decisiones referidas a I+D+i**, pero un porcentaje importante (32% de los encuestados en 2010) considera que **debería ser más importante el papel de los ciudadanos en las decisiones sobre ciencia y tecnología.**

### Situación actual

La situación coyuntural a nivel mundial ha demostrado en los últimos años la **necesidad de avanzar hacia un**



**cambio en el modelo productivo**, que además de ser más productivo, innovador y sostenible, deberá sostenerse en el desarrollo de una verdadera sociedad del conocimiento, en la que la I+D+i jugará un papel esencial.

Hacer partícipe a la sociedad de los avances y logros de este proceso, así como de las dificultades y tropiezos no es algo accesorio, sino imprescindible, teniendo en cuenta los niveles de inversión que son necesarios para impulsar la investigación, el desarrollo y la innovación. Y no solo esto. Además es determinante conseguir que se sienta partícipe en la toma de decisiones, que se sienta parte del proceso, que sea consciente de lo que nos jugamos en este cambio de modelo productivo y pueda emitir su opinión respecto al rumbo que queremos emprender.

### Presidencia Europea y Reto2030



En 2010 se cierra una etapa que se inició en el Consejo Europeo celebrado en el año 2000 con la puesta en marcha de la **Estrategia de Lisboa**: un compromiso de los estados miembros para **hacer de Europa en 2010 la economía, basada en el conocimiento, más dinámica y competitiva del mundo** respetando la cohesión social y el medio ambiente.

En enero de 2010, España asumió la presidencia de turno del Consejo de la Unión Europea durante el primer semestre.

En materia de investigación, las prioridades de esta Presidencia se estructuraron en el impulso a las tres dimensiones principales del Espacio Europeo de Investigación: **integración, implicación e inclusión.**

**Integración** entendida como la necesidad de situar a las políticas de I+D y de innovación en el centro del proyecto europeo; **implicación** como el paso de la reflexión a la acción, poniendo de manifiesto el papel que la ciencia puede jugar en nuestros retos más visibles, en nuestras inquietudes diarias; e **inclusión** como forma de luchar contra las carencias que sufren un número significativo de ciudadanos y ciudadanas europeas y la mayoría de la población mundial extracomunitaria, y para las que la ciencia y la innovación tienen ya respuesta o pueden tenerla en un futuro cercano.

Fue en este contexto, y en un intento de integrar estas dimensiones bajo el paraguas de la ciencia y la innovación, en el que el Ministerio de Ciencia e Innovación español puso en marcha –a través de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología– la *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación*. ••

## 2 Estrategias de comunicación desde las instituciones y proyectos de participación con la sociedad civil

Susana del Río Villar



Acto de presentación de Agenda Ciudadana.

Participación y comunicación son dos de los grandes retos europeos y comunicar para participar constituye un modelo de acción comunicativa. En este plan de comunicación europeo, la democracia representativa se complementa con un ejercicio participativo. Estos vectores democráticos se conjugan en la configuración de un modelo europeo de debate. Asimismo, se buscan la innovación y la creatividad para “enganchar” a la ciudadanía.

En estos años, la búsqueda de herramientas para conectar con los ciudadanos ha sido uno de los retos europeos más importantes. La comunicación es un recurso legitimador europeo de primer orden. Llegar a los ciudadanos con los temas que preocupan a la gente y utilizando las vías y soportes que los ciudadanos utilizan en su día a día se convierte en un desafío para las instituciones europeas. El reto es: reconquistar a la ciudadanía para conectarla con Europa y mostrarle la acción práctica de “lo europeo” en nuestro día a día.

La ciudadanía activa es un espacio clave para conseguir un proyecto europeo políticamente ambicioso y socialmente integrador. En este sentido, hay que tener muy en cuenta que los ciudadanos tienen un poder integrador fundamental en la construcción de una Europa ciudadana. Es en esta dimensión participativa en la que centraré mi reflexión. Ser ciudadano europeo y saber lo que esto significa, cómo podemos “vivir” la ciudadanía europea y cuáles son las herramientas que se están poniendo en marcha para reformular una ciudadanía en movimiento que renueve Europa participando en Europa.

Estamos en una etapa en la que Europa y el mundo necesitan afrontar nuevos retos ante los desafíos del siglo XXI. La expansión globalizadora reclama, tanto al concepto de ciudadanía como a su «adaptación a los tiempos», una nueva perspectiva más dinámica, dialogante y participativa. Esta aplicación ciudadana a la democracia participativa europea, siempre en un sentido de complementariedad a la democracia representativa, plantea la necesidad de reactivar el ejercicio de la ciudadanía europea así como su progresión.

La participación es un elemento clave en la renovación democrática de la Unión Europea, una Europa participativa

es la vía para involucrar a la ciudadanía en el proyecto y promover un sentimiento europeo común. Es desde el debate con la sociedad civil, desde donde se puede llevar a cabo un cambio en la percepción que los ciudadanos tienen de Europa y el establecimiento de un nuevo paradigma en el proceso de creación política.

Buscar la complicidad con la sociedad, y el que ésta perciba el establecimiento de una nueva relación con los políticos y las instituciones, dentro de un marco de debate abierto y constructivo, permitirá que se produzca una inflexión y una oportunidad para la consolidación de un modelo europeo de debate.

Para poder tener una visión clara sobre el trayecto participativo, voy a exponer algunas etapas relevantes respecto a los hitos en cuanto a participación de la sociedad civil europea. A modo de introducción apunto de manera breve «la forma» que se dio a la participación y a la escucha de las contribuciones de las Organizaciones No Gubernamentales desde la Conferencia Intergubernamental de 1996 hasta la etapa de elaboración de la Constitución europea por la Convención. Así podremos situarnos en cuáles son los nuevos espacios comunicativos que se están explorando en la actualidad en el contexto del Tratado de Lisboa. El objetivo es observar que, aunque hay que continuar trabajando desde las instituciones en fortalecer las vías de intercambio de ideas con los ciudadanos, se ha avanzado tanto en una mayor actividad pro-participación como en la calidad de las vías y en los métodos comunicativos.

### Conseguir sinergia democrática “desdoblado” la democracia



La democracia europea cada vez “se desdobra más” pero ¿en qué consiste eso de desdoblar la democracia?: en buscar fórmulas que impliquen a la sociedad civil en la Europa del siglo XXI y que permitan la «inmersión» de la democracia participativa en la esfera política. Se trata



de complementar la democracia representativa con un ejercicio participativo. Este esfuerzo para el desarrollo de la gobernanza europea permite desdoblarse la democracia para hacerla más ciudadana y ágil. Podemos encontrar en la Unión Europea diferentes espacios para desarrollar la gobernanza y observar cómo su método potencia una mayor o menor emergencia de una ciudadanía en un mundo global en donde la solidaridad es un nudo gordiano clave para el impulso que mueve a las sociedades.

La democracia europea es una pero para refrescar la democratización de la Unión Europea es necesaria una nueva sincronía que haga posible la renovación de la democracia representativa y de su concepto. Para conseguirlo es fundamental que la gran política europea active políticas europeas y que la democracia del siglo XXI se despliegue adaptándose a la democracia participativa y a la nueva dimensión digital de la e-democracia como medio, e instrumento, para llegar a más ciudadanos. La innovación política de la UE requiere la suma de una adaptación a los tiempos y a los procesos democráticos junto a una visibilidad de la capacidad europea de "hacer política". Estos vectores harán posible una vertebración de la política europea que genere espacios ordenados para el intercambio y la conexión de los políticos con los ciudadanos pero siempre dando valor a la democracia representativa y al método de toma de decisión.

14

La Unión Europea en el marco del Tratado de Lisboa es una Unión más representativa porque al aumentar el poder del Parlamento Europeo, el gran aliado de los ciudadanos, también la ciudadanía tiene más poder. Un ejemplo es la puesta en marcha de la Iniciativa Ciudadana Europea, iniciativa que consiguió abrirse camino durante los trabajos de la Convención europea. Su génesis, en el proyecto de Constitución europea, desarrollo e implementación son un ejemplo de sincronización política, parlamentaria y ciudadana.

### Transmitir en "versión europea"



Los nuevos tiempos y la dimensión digital están planteando 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 Unión Europea es un buen lugar para vivir y convivir. Una manera de acercar Europa a la sociedad es hacer ver cómo la Unión Europea está presente en nuestro día a día. Es importante implicar a los ciudadanos con temas que importan a la gente. 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.<sup>1</sup> ¿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 horizontal, no vertical, modelo 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, como comunicadores activos y 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: estimular un debate público en

<sup>1</sup> 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, J.-Cl.; Grosjean, Ph.D.; Rabier, J.R.; Spoel, D. y Van Ermen, R: *Plan B: Changer la gouvernance européenne. Les citoyens FACE à l'Union européenne*, Loverval, Éditions Labor, 2006.

profundidad, promover la participación de los ciudadanos en el proceso democrático y 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 el programa *Europa a debate, construir a partir de la experiencia del Plan D: Democracia, Diálogo y Debate*, la 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: el contacto permanente con las ideas y los valores intrínsecos al proyecto europeo; la inclusión social y política; el papel de la cultura, como catalizador para la emergencia de una ciudadanía europea; la educación y opinión informada del ciudadano; y una gobernanza 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 en clave europea.

## El Ágora del siglo XXI en el Parlamento Europeo



Ágora es una Iniciativa organizada por el Parlamento Europeo (PE), impulsada fundamentalmente desde la Comisión de Asuntos Constitucionales. En la primera Ágora del PE, celebrada en noviembre de 2007, participaron más de cuatrocientos representantes de organizaciones de la sociedad civil. El hilo conductor: «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 PE dedicado a un tema tan prioritario y de actualidad como es el cambio climático: *Climat Change: analysing, problem solving, mobilising*. Los grupos de trabajo centraron sus debates en los siguientes temas: recursos, técnicas, solidaridad, economía y educación.

A finales de enero de 2011 tendrá lugar el tercer Ágora en el que se debatirán dos temas fundamentales: Pobreza y Crisis, este Ágora coincide con el Año Europeo 2011 dedicado al Voluntariado.

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 Unión Europea. 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.

## Europa interconectada: la emergencia de una opinión pública europea



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 hacerle partícipe de lo que está sucediendo en la Unión Europea. 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 2009, después del acuerdo para «comunicar Europa en “partenariado”», las instituciones europeas lanzan 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.<sup>2</sup>

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.<sup>3</sup> 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. 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”. Sin duda el gran salto de calidad del Parlamento Europeo en su acción comunicativa tuvo lugar durante el plan de información para las elecciones europeas 2009 con una campaña de vanguardia en comunicación común a los veintisiete países y “provocando” a los ciudadanos con temas que importan a la gente en el día a día. El PE estuvo presente en las redes sociales, mantuvo una campaña en color, y enganchara a los ciudadanos para que tomaran “partido” con el “Tú eliges” decidiendo el color político para los próximos cinco años.

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*<sup>4</sup>, 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 Unión Europea utilizando las nuevas tecnologías y «aprender Europa» de manera práctica.

Desde la Secretaría de Estado para la Unión Europea 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 también proyectos con las organizaciones de la sociedad civil durante la Presidencia española de la Unión Europea del primer semestre de 2010 como las *Jornadas Cívicas Europeas 2010: Hacia una ciudadanía social europea*.

En el campo audiovisual, el programa *Europa 2010*, *Europa 2011*, etc. de TVE íntegramente dedicado a los temas europeos, busca cada semana acercarnos a las noticias de actualidad de la Unión Europea a través de reportajes de temática variada, análisis y entrevistas utilizando un formato ágil, ameno y cercano.

## 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<sup>5</sup>. 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 “tunar” Europa a su medida, que haga suya Europa.

<sup>2</sup> 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>

<sup>3</sup> Sobre ciudadanía activa en Europa, comunicación y nuevos espacios participativos, véase: Río Villar, Susana del: *Ciudadanía activa en Europa. Proceso participativo y nuevos espacios para la comunicación*, Madrid, Difusión Jurídica y Temas de Actualidad, 2008.

<sup>4</sup> Espacio Europa, Comisión Europea: <http://espacioeuropa.eu/>;

Europa 2010: [www.rtve.es/programas/europa](http://www.rtve.es/programas/europa);

Hablamos de Europa (Secretaría de Estado para la Unión Europea): [www.hablamosdeeuropa.es/Paginas/Home.aspx](http://www.hablamosdeeuropa.es/Paginas/Home.aspx)

<sup>5</sup> Act 4 Europe: <http://www.act4europe.org/code/en/back.asp?Page=262>

European Citizens Consultations: <http://www.european-citizens-consultations.eu/>

Fundación Luis Vives: [www.fundacionluisvives.org](http://www.fundacionluisvives.org)

Movimiento Europeo: [www.europeanmovement.org](http://www.europeanmovement.org)

REINE, Red Extremeña de Información Europea: [www.reine.org.es](http://www.reine.org.es)

**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 nuestro 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 e impulsar la participación ciudadana.

**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 puso en marcha *Muévete por Europa* involucrando a la juventud a través de temas que importan a los jóvenes y utilizando un formato atractivo para ellos con un lenguaje con el que pudiesen identificarse. 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.

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 Fundación Academia Europea de Yuste o 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 Fundación King Baldouin (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.** En los *European Citizens Consultations* 2006-2007 los temas que identificaron los ciudadanos como prioritarios fueron: inmigración, política social y

familiar y medio ambiente. En los veinticinco países que participaron (en esta etapa Bulgaria y Rumania todavía no formaban parte de la Unión Europea) los ciudadanos llegaron a un consenso para la redacción de recomendaciones sobre los temas señalados con el siguiente formato: «En el 2020 queremos una Europa que...» La ECC2009 hacía 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 diez recomendaciones desde cada país. Además, un grupo de observadores participó en la Consulta europea en España siguiendo de cerca la metodología, escuchando a los cien 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 pusieron sobre la mesa las propuestas de cada país y las quince recomendaciones comunes de los 27 países, la recomendación más votada fue 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, que se incluyó en el Proyecto de Constitución europea y, más adelante, en el Tratado de Lisboa ha sido uno de los temas de atención durante la Presidencia española de la Unión Europea en el primer semestre de 2010 y durante el *trío* de Presidencias junto con Bélgica y Hungría hasta julio de 2011. 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 está siendo muy activo y actor relevante en el desarrollo e implementación de la Iniciativa. La iniciativa impulsa una conexión que hace 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.<sup>6</sup> 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.

<sup>6</sup> Para una información útil y práctica de Europa se lanzó el portal: <http://www.eurodatum.com/spanish.html> y para noticias europeas, una media europea, el sitio web multilingüe: <http://www.presseurop.eu/>

Las instituciones europeas continúan renovando sus proyectos de comunicación con algunas novedades en el comienzo de este "curso" europeo 2010-2011. La Comisión Europea pone en marcha un plan de comunicación más personalizado, y centralizado, en su presidente José Manuel Barroso con líneas de actuación definidas, y muy convergentes, en relación a prensa, espacios, medios, discursos revolución comunicativa digital.<sup>7</sup> La conexión con los ciudadanos y las nuevas iniciativas emprendidas por la Comisión las encontramos en la página de la vicepresidenta Viviane Reding, comisaria de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía.<sup>8</sup>

Como antes he explicado, el Parlamento Europeo impulsó en la campaña comunicativa de las elecciones europeas 2009 su propia revolución estando presente en las redes sociales. El plan de información sin duda dio un salto de gigante respecto a las elecciones al PE 2004. Otro asunto es el de la participación y hay que resaltar que la campaña común europea fue "secuestrada" por la política nacional y en los debates de cada país se habló en clave nacional y no en "versión europea".

Siguiendo con la comunicación y la presencia activa del Parlamento Europeo en las redes sociales, en otoño de 2010 comenzó la puesta en marcha de dos nuevos proyectos. "CitZalia"<sup>9</sup>, impulsado desde la ESN (European Service Network), sin duda es diferente y sorprende. El objetivo es llegar a otros ciudadanos quizás más jóvenes o con mayor "enganche" a juegos multimedia y a lo "virtual" y con ganas de tener un avatar que entre y salga del

Parlamento Europeo, proponga y hasta "haga política". ¿Tendrá éxito?, sin duda es una apuesta diferente, habrá que esperar a ver su funcionamiento y capacidad de conexión para motivar la participación.

Lo que está claro es que los ciudadanos estamos presentes en el Parlamento Europeo de una manera mucho más real de la que la mayoría de la ciudadanía piensa. Estamos representados por nuestros eurodiputados a los que votamos en las elecciones al PE para que decidan de qué color será la política y qué decisiones se tomarán respecto a temas reales que vivimos cada día. Los ciudadanos estamos en el Parlamento Europeo todos los días pero la ciudadanía no lo sabe.

También hay que destacar el proyecto "Tweet your MEP"<sup>10</sup>, iniciativa de Toute l'Europe, será sin duda un activador para la conexión de los eurodiputados con los ciudadanos, de los políticos con la sociedad, de la política con "la calle", con el ciudadano de a pie.

Si analizamos todos los proyectos, iniciativas etc. es importante destacar el papel de los blog europeos, cada uno tiene su personalidad pero todos contribuyen a hacer difusión europea, a motivar debate y a crear, o consolidar, una opinión pública europea. Es verdad que en la comunicación europea hemos dado pasos adelante y también algunos saltos de un modelo europeo de debate a un modelo de comunicación. En la actualidad nos encontramos trabajando en la consolidación de una política de comunicación europea real. Un gran reto. ...

<sup>7</sup> [http://ec.europa.eu/dgs/information\\_society/see\\_more/vb/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/information_society/see_more/vb/index_en.htm)

<sup>8</sup> [http://ec.europa.eu/dgs/information\\_society/see\\_more/vb/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/information_society/see_more/vb/index_en.htm)

<sup>9</sup> <http://blog.citzalia.eu/>

<sup>10</sup> <http://www.tweetyourmep.eu/>



**II. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA:  
DEL PLANTEAMIENTO INICIAL  
A LOS RESULTADOS  
FINALES – SINERGIA VALUE**

## 1 La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: un instrumento de sensibilización y participación global



La ministra de ciencia e innovación, Cristina Garmendia, en el acto de presentación de Agenda Ciudadana en Madrid.

20

¿Cómo podemos definir la *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación*? ¿Se trata de una acción de divulgación científica? ¿Es un proceso participativo? O más bien ¿es una acción de sensibilización ciudadana? Como experiencia innovadora, la *Agenda Ciudadana* es un instrumento que desde su conceptualización nace con un triple propósito, una triple vocación que podemos describir de la siguiente manera:

- en primer lugar, la *Agenda Ciudadana* es un **instrumento al servicio de la divulgación de la ciencia** en línea con el trabajo que desarrolla FECYT;
- en segundo lugar, la *Agenda Ciudadana* es también una apuesta institucional transgresora que tiene la voluntad de crear, bajo el paraguas científico y de la innovación, un **punto de encuentro entre agentes sociales e institucionales diferentes y poco conectados** entre sí como son los científicos y expertos, los políticos y la ciudadanía;
- y, finalmente, la *Agenda Ciudadana* es una oportunidad para acercar y poner en valor la aportación social de la ciencia y la innovación a partir del potencial movilizador de los instrumentos de **participación ciudadana y de las redes sociales**, así como de la capacidad de implicación y generar entusiasmo de las herramientas de la comunicación pública y social.

Sintéticamente, podemos presentar la *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación* como una **iniciativa pública de sensibilización y carácter participativo**. En ella, 14 grandes personalidades de la ciencia y de la innovación en Europa han propuesto 14 grandes desafíos que debemos resolver como sociedad, y los ciudadanos han podido expresar a los máximos responsables políticos y opinar sobre estos retos que debemos afrontar en el horizonte de los próximos 20 años. Cómo se ha generado esta idea, cómo se ha gestionado y qué valor aporta se desarrolla en las siguientes páginas. ...

## 2 Punto de partida para un proyecto innovador



Primeras votaciones de la Agenda Ciudadana.

Como todo proyecto –podríamos decir– en cierto grado *experimental*, conocer el escenario de partida y entender qué factores incidieron en la gestación de la idea ayuda a comprender la hipótesis que se plantea. Parece apropiado, por tanto, empezar por las premisas básicas que pautaron el marco en el que se definió la acción. ¿Cuáles fueron los requisitos de partida? ¿Qué aspectos se detectaron como condicionantes para la puesta en marcha y viabilidad del proyecto?

21

### Requisitos iniciales

Como ya hemos dicho, la *Agenda Ciudadana* se proyectó con motivo de la Presidencia Española de la Unión Europea durante el primer semestre de 2010. En dicho contexto, FECYT decidió emprender una **acción con carácter novedoso que situara la divulgación y el valor de la ciencia y el espíritu innovador en el debate social a nivel europeo de la mano de los propios ciudadanos.**

Los requerimientos para esta acción fueron:

- Organizar un evento **innovador** en su concepto y **excelente** en su realización.
- Integrar la propuesta dentro de los **ejes de igualdad e innovación**, *leit motiv* del gobierno español para la Presidencia de la UE.
- Y, en un contexto de gran concurrencia de actividades programadas para el semestre de presidencia, diseñar un evento impactante para:
  - lograr **sensibilizar e impactar** sobre los públicos objetivos;
  - conseguir **notoriedad** social y captar la atención de los medios.

Resumidamente, el binomio **notoriedad y acción innovadora** empezaron a dibujar el escenario en el que idear una propuesta inicial.

### Trabajo de campo: análisis de alternativas



Previo a formular la propuesta, resultó de gran interés y utilidad hacer un ejercicio comparativo con la finalidad de tomar una visión del escenario de acciones similares o antecedentes frente a las que plantear una propuesta innovadora. A pesar de la proliferación de activida-

des de divulgación social asociadas a ciencia o tecnología, las actividades que se consideraron más relevantes en términos de proyección e impacto comunicativo fueron dos: el Salón Europeo de la Investigación y la Innovación (París) y las Ferias de la Ciencia que anualmente tienen lugar en distintos puntos de nuestra geografía.

¿Qué se concluyó del análisis de estas experiencias? Fundamentalmente, se apuntó la necesidad de trabajar un nuevo concepto de evento que, recogiendo los puntos fuertes identificados (**solidez de contenidos** y públicos especializados implicados en el Salón Europeo, y la **accesibilidad** y orientación a un público más generalista en el caso de las Ferias de la Ciencia), diese un paso más:

lograr **integrar en una sola acción los distintos públicos** que las diferentes experiencias tratan por separado, y conseguir un impacto potencial de mayor alcance (el conjunto de la sociedad española y, por extensión, también la europea).

Fue así como se decidió apostar por un nuevo formato, que superara propuestas de tipo más convencional como conferencias, ferias o exposiciones efímeras. Este formato fue el **comunicativo-participativo**, permitiendo mayor nivel de implicación (impacto cualitativo) de los públicos, y trasladando el espacio de participación a un **escenario no presencial**. Así, se canalizó la acción de divulgación por medio de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, buscando romper fronteras sobre públicos (impacto cuantitativo).



## Definición de los públicos

Se priorizaron y se seleccionaron los públicos en base a un doble criterio: primero, ¿cuáles aportan valor al proyecto? Y, segundo, ¿qué vacíos desde la perspectiva de públicos no atienden

las demás acciones del semestre de presidencia organizadas por el Ministerio de Ciencia e Innovación?

Dentro un amplio abanico de públicos de interés para el proyecto (públicos generales, públicos del ámbito decisorio y públicos especialistas o profesionales), los 3 segmentos de mayor valor para el proyecto (*targets*) fueron los **jóvenes** con perfil científico y emprendedor, los **empresarios o emprendedores** y los **ciudadanos** con inquietud hacia **Europa y la implicación social**.

## Otros condicionantes

Finalmente, el calendario de ejecución (tiempo disponible) y los recursos disponibles constituyeron los dos factores que condicionaron en mayor medida la viabilidad y el desarrollo del proyecto. En relación al primero, la exigencia de ejecutar la acción a finales del primer semestre de 2010 (a razón de las agendas prefijadas de los consejos de ministros de la UE), nos sometió a un estrecho margen de tiempo para formular e implementar el proyecto. Respecto con los recursos disponibles, para mayores garantías se pensó en una idea que fuese capaz de sumar colaboradores y conseguir recursos externos para atribuciones específicas. ¿Qué empresas, socios o patrocinios podríamos invitar a participar? ¿Quién podría estar interesado? ¿Cómo y qué les podría atraer? ••



Marcador de la Agenda Ciudadana situado en la sede del Consejo Europeo en Bruselas.



### 3 Conceptualización de la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación



Conexión con el centro escolar IES Gaudi Coslada en el acto de presentación de Agenda Ciudadana.

#### El origen del proyecto

Como hemos dicho, idear una acción de gran valor, notoriedad e impacto social fueron las variables que más determinaron el proyecto en su fase de creación. Así fue como en su origen la *Agenda Ciudadana* se planteó desde la necesidad de desarrollar un proyecto que consiguiera una visibilidad importante.

Desde septiembre de 2009, el equipo que ideó y conceptualizó la *Agenda Ciudadana* –compuesto por FECYT y Sinergia Value– asentó los pilares del proyecto identificando un posible momento de gran visibilidad: el encuentro semestral de los Ministros europeos responsables de Ciencia y de Innovación en Europa. Conscientes de las oportunidades que ofrecía el escenario institucional de la presidencia de la UE, esta ventana de oportunidad se asoció con lo que debía ser el punto culminante de la acción: **un elemento de gran atractivo debía trasladar la opinión ciudadana en ciencia e innovación a todos los ministros europeos del sector que se reunirían durante el Consejo Europeo de Competitividad en mayo de 2010.** Del mismo modo, **el evento sería altamente atractivo y novedoso si se ofrecía a los ciudadanos la posibilidad de hacer llegar a los máximos representantes de ciencia e**

**innovación en Europa los retos considerados prioritarios** en un futuro a medio plazo.

De este modo, esta visión inicial vinculó un evento impactante con una acción de carácter participativo. Por un lado, se proponía conseguir notoriedad e impacto estando presentes en un momento y un espacio claves en los que se marcan las políticas científicas y tecnológicas de Europa. Y, por otro lado, se sugería que la acción fuese una palanca para hacer partícipes a los ciudadanos del debate científico y trasladar su opinión a la esfera política, abriendo la **oportunidad de plantear el evento en un formato nuevo y de gran valor.** En clave de participación e implicación de la ciudadanía; es decir, a través de un proceso participativo.

#### Objetivos

Los objetivos de la *Agenda Ciudadana* se fijaron a partir de dos premisas. Por un lado, poner en valor el esfuerzo que instituciones como el MICINN, FECYT u otras instituciones europeas llevan a cabo a favor del desarrollo científico, tecnológico y de la innovación. Y, por otro lado, estimular el interés social por la ciencia y la innovación presente en nuestra vida y entornos cotidianos.



# AGENDA CIUDADANA

de Ciencia e Innovación

En base a esto, los objetivos que se plantearon específicamente para esta iniciativa fueron:

- Acercar al ciudadano la ciencia y la innovación desde lo cotidiano y poner en valor la aportación de la ciencia y la innovación a la vida de las personas.
- Implicar a la ciudadanía para definir una agenda ciudadana de ciencia e innovación que recoja los retos sociales de estos dos ámbitos para el horizonte 2010-30 en Europa.
- Contribuir a proyectar socialmente la ciencia europea como generadora de ideas, riqueza, desarrollo, calidad de vida y oportunidades.
- Identificar Europa como un espacio participativo y abierto a las aportaciones ciudadanas.

En definitiva, estos objetivos pueden resumirse en un **objetivo final: que los ciudadanos participaran en la definición de una política de ciencia, innovación y tecnología** acercándoles y proporcionándoles información y conocimiento de calidad para dotar de valor su aportación. Todo ello con el precepto de que los ciudadanos no pueden quedarse al margen de un aspecto clave para la vida actual y futura de nuestras sociedades.

## Definición de las variables básicas de la propuesta

24

Conjugar participación ciudadana, debate científico y arena política significó, en primer lugar, asumir el reto de construir un proyecto capaz de aunar una acción sólida y creíble con presentar la ciencia de manera atractiva y accesible a la ciudadanía (en formato, lenguaje...). Como

resultado del trabajo de campo inicial, la fase de conceptualización del proyecto se concretó en tres ideas irrenunciables, embrión de la *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación*:

1

Lograr una presencia en Europa a partir de una **pieza singular** ubicada en el parlamento o consejo europeo para hacer llegar a un **público excepcional** (los Ministros de Ciencia e Innovación) una **información relevante**: qué opina la ciudadanía.

2

Activar un proceso de participación ciudadana que fuera en sí mismo **un proceso de educación y aprendizaje social**, con el fin de estimular la movilización y la implicación de los ciudadanos para que con su participación establecieran qué objetivos y prioridades deben marcar la **agenda europea en ciencia e innovación**.

3

**Sensibilizar** a los ciudadanos sobre el valor y los beneficios de la ciencia y de la innovación y acercarlos **a través de personalidades conocidas que**, desde su ilusión, compromiso y vocación personal, **han marcado nuestras vidas** con sus avances e innovaciones. •••



# 4 El proceso de construcción de la Agenda



La ministra de ciencia e innovación, Cristina Garmendia, realiza su votación en Agenda Ciudadana

**Definido el marco inicial de la propuesta, ¿cómo empezamos a construir? ¿Cómo avanzamos desde una idea primaria hasta la concreción de un conjunto de actividades y su implementación? En definitiva, ¿cómo pasamos de la idea al proyecto?**

## De la visión a la **construcción inversa**

Con el marco de juego definido, **el proyecto siguió un sentido inverso**. Es decir, identificado el punto al que queríamos llegar en el proyecto –visión del momento culminante con una acción singular en un escenario institucional europeo–, se construyó el camino que debíamos recorrer para llevar a efecto los objetivos fijados. Se definieron así los pasos en dirección *inversa* del proceso participativo tal y como se muestra en el siguiente gráfico:



Siguiendo este sentido regresivo, el proceso de la *Agenda Ciudadana* se construyó con 5 grandes hitos. A partir de la identificación de la ventana de oportunidad vinculada al **encuentro de Ministros de Ciencia e Innovación** (1) y a la ubicación de un **marcador** (2) como pieza singular a través de la cual trasladarles la opinión ciudadana, se consideró necesario activar un proceso de **participación ciudadana** (3) dinámico y participativo que implicara a miles de ciudadanos.

¿Pero cómo se pueden canalizar ordenadamente miles de aportaciones y opiniones individuales? Un proceso participativo acotado en el tiempo (apenas 6 semanas) y, al mismo tiempo, demasiado abierto sería un escenario difícil de gestionar y su valor podría diluirse. En respuesta a ello, se invitó un grupo de **personalidades que con sus descubrimientos e iniciativas “nos han cambiado la vida”** (4) para acotar la participación a temas realmente relevantes que elevaran el interés de la participación ciudadana. La elección de estas personalidades se haría de la mano de un comité de expertos (5), en aras a conseguir un perfil diverso, de calidad y plural.

Así fue como se configuró un diseño de proyecto **vinculando tres escenarios habitualmente distantes entre sí** –expertos o protagonistas de la ciencia y la innovación, los ciudadanos y los decisores políticos– a través de un mecanismo participativo atractivo y con un elemento central –el marcador– que diera visibilidad a la evolución del pulso de la participación ciudadana.

El desarrollo, la gestión operativa y la ejecución del proyecto fueron gestionados directamente por parte del equipo promotor (análisis de *targets* y segmentos, estrategia comunicativa, estructuración de mensajes y contenidos, gestión de redes colaboradoras, etc.) con el acompañamiento de equipos externos especializados para el diseño y producción de los materiales comunicativos y para el análisis y gestión del ámbito social digital. Este fue el proceso de construcción y materialización de la *Agenda Ciudadana*.

## Reto 2030



¿Cómo se consigue que miles de ciudadanos europeos opinen sobre ciencia e innovación? Desde el punto de vista comunicativo, conceptualizar y formular correctamente el beneficio o el centro de interés que debiera catalizar la participación fue un punto clave a resolver antes de diseñar la estrategia de estimulación y movilización de la participación ciudadana en toda su dimensión logística.

En definitiva, si lo que se planteaba al ciudadano era construir la *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación* para el futuro de la UE, para presentar de un modo más directo, potente y estimulante el proceso al ciudadano, el nombre de la iniciativa se abrevió con el sobrenombre de **Reto 2030**. Con ello, se potenció un carácter más emocional e implicante al proyecto remarcando el horizonte temporal lejano pero asequible para **plantear avances en clave de reto–desafíos** en ciencia e innovación.

### Un comité experto selecciona

26

Está claro que definir qué retos deben la ciencia y la innovación afrontar en el futuro es una cuestión que conlleva complejidad. Con la finalidad de dotar de rigor y solidez este proceso de elección colectiva de los retos de la ciencia y de la innovación, la orientación experta al inicio del proceso aportó un aval de calidad a los temas y propuestas a tratar en la votación ciudadana.

De este modo, un comité de expertos encauzó el proyecto acompañando en la definición de criterios y orientaciones que deberían marcar los contenidos del proceso y garantizando, así, un interés en la elección de las personalidades que deberían proponer los retos de la *Agenda Ciudadana*. El proceso de construcción del proyecto se inició con la selección de este **Comité experto**<sup>1</sup>, cuyo cometido central fue elegir a **14 personas europeas** vivas cuyos descubrimientos e iniciativas “nos han cambiado la vida”.

Conscientes de que la elección de estas personalidades debería responder a un concepto amplio de innovación –no sólo circunscrito al ámbito científico o técnico, sino también empresarial, social, humano...– la composición del comité se guió sobre esta misma premisa. Así, éste tuvo un **perfil multidisciplinar** con profesionales y expertos de prestigio en un amplio abanico de la realidad social, económica, cultural y profesional (ciencia,

humanidades, mundo empresarial, periodismo, arte y cultura...).

¿Con qué criterios trabajó este comité? Se buscó un perfil de personalidades que representaran equilibradamente ciencia básica y aplicada, valorando especialmente aquellas personalidades cuyos descubrimientos y avances tuvieran una dimensión popular o bien una presencia manifiesta en nuestra vida cotidiana (salud, música, cultura, cocina, informática, etc.). De este modo, la selección contribuyó efectivamente a acercar el mensaje de la iniciativa a la ciudadanía. Igualmente, en tanto que iniciativa social, fue importante también seleccionar con cierto equilibrio y representación de mujeres científicas e innovadoras.

El comité experto seleccionó y consensuó 14 personalidades que nos han cambiado la vida bajo los siguientes **criterios**:

- Personalidades que dentro de su campo profesional hubieran llevado a cabo descubrimientos científicos o propuestas y desarrollos innovadores.
- Personalidades representativas de las distintas sociedades europeas.
- Innovaciones representativas de distintas disciplinas y orientaciones profesionales y sociales.
- Viabilidad de poder contar con la colaboración de la personalidad propuesta.
- Equilibrio entre personajes anónimos y perfiles populares o carismáticos.
- Paridad o equilibrio entre hombres y mujeres.

### 14 personalidades proponen

Una vez establecida la lista de posibles personalidades, se llevó a cabo una ronda de contactos que nos permitió obtener finalmente las siguientes 14 personalidades que participaron en la definición de qué retos deben la ciencia y la innovación resolver para el horizonte 2030:

**Ferran Adrià**

**RESTAURADOR** (*España*)

Creador de una nueva cocina fruto de la fusión entre tradición e innovación. Ha situado la cocina española en la vanguardia internacional.

**Paulina Beato**

**ECONOMISTA** (*España*)

Primera presidenta de Red Eléctrica Española. Ha desempeñado importantes cargos en organizaciones públicas (BID, FMI, etc.) y en el sector privado (CAMPSA, REPSOL, etc.).

<sup>1</sup> En el anexo se adjunta una ficha con el perfil de los miembros que conformaron dicho Comité de expertos.

**Franck Biancheri**

**POLÍTICO** (Francia)

Fundador de la Asociación AEGEE (European Students' Forum) e impulsor del programa Erasmus.

**Karlheinz Brandenburg**

**INGENIERO** (Alemania)

Descubridor del mp3 del Instituto Franhofer, spin-off de la universidad.

**Anna Cabré i Pla**

**DEMÓGRAFA** (España)

Ha llevado a cabo predicciones acertadas acerca de la evolución de la población en el futuro. Directora del Centro Demográfico de Cataluña.

**Juan Ignacio Cirac**

**FÍSICO** (España)

Liderazgo mundial en la propuesta y desarrollo de la información cuántica. Premio Príncipe de Asturias de Investigación Científica y Técnica (2006).

**Norman Foster**

**ARQUITECTO VANGUARDISTA** (Reino Unido)

Promotor de los objetivos de desarrollo del Milenio de la ONU. Anticipa la "polis" del siglo XXI al servicio del desarrollo sostenible y la libertad personal y social.

**Adolf Goetzberger**

**INVESTIGADOR E INVENTOR** (Alemania)

Considerado uno de los padres de la energía solar por sus investigaciones en células fotovoltaicas.

**Jane Goodall**

**PRIMATÓLOGA** (Reino Unido)

Etóloga especializada en el comportamiento de los chimpancés. Precursora de la concienciación medioambiental y del respeto a los animales.

**Eleanor Maguire**

**NEURÓLOGA** (Irlanda)

Neuróloga líder en la investigación de procesos cerebrales como la memoria y la conciencia. Importantes descubrimientos sobre la plasticidad del cerebro.

**Matti Makkonen**

**INGENIERO** (Finlandia)

Pionero en el mercado de telefonía móvil e importante contribuidor del desarrollo de los mensajes SMS, Short Message Service.

**Rafael Matesanz**

**NEFRÓLOGO** (España)

Creador desde hace 20 años del modelo español de coordinación de la política de trasplantes de órganos. Coordinador de la Organización Nacional de Trasplantes.

**Margarita Salas**

**BIOQUÍMICA** (España)

Personaje crucial para el desarrollo de la Biología Molecular en España. Primera mujer española en ingresar en la Academia de Ciencias de EEUU.

**Javier Tejada**

**CIENTÍFICO** (España)

Uno de los científicos que más patentes ha registrado. Entre sus inventos destacan elementos de seguridad aplicados por el Banco Central Europeo en los billetes de euro.

Estas 14 personas –entre arquitectos, demógrafos, físicos, cocineros, médicos, humanistas...– fueron las encargadas de formular qué retos deben, desde su perspectiva personal, resolver la ciencia y la innovación para el año 2030 y proponérselos a los ciudadanos.

¿Cómo se definieron los 14 retos? Ofreciendo plena libertad a las personalidades para que definieran 3 retos según su criterio personal y perspectiva profesional, se eligieron aquellos 14 retos finales en función de:

- Que fueran plurales y representativos de distintos ámbitos de innovación (queriendo evitar, así, que se concentraran en sectores recurrentes en innovación como por ejemplo el tecnológico, la energía o la salud).
- La capacidad de comprensión y sensibilización: ¿es la formulación del reto interesante desde el punto de vista comunicativo? ¿Es la explicación del reto suficientemente comprensible? ¿Cuál de los 3 retos propuestos es más claro para un público general?

Finalmente, los retos escogidos fueron los siguientes:

**Ferrán Adrià**

*Innovar en una alimentación saludable.*

**Paulina Beato**

*Almacenar la electricidad de forma más eficiente.*

**Franck Biancheri**

*Vencer las barreras lingüísticas gracias a la tecnología.*

**Karlheinz Brandenburg**

*Tecnologías para ayudar a las personas mayores.*

**Anna Cabré i Pla**

*Innovar en los sistemas de protección social públicos.*

**Juan Ignacio Cirac**

*Unificar todas las teorías de la física.*

**Matti Makkonen**

*Aprovechar las telecomunicaciones e Internet en beneficio de la educación.*



## Norman Foster

Ciudades más cómodas, accesibles y ecológicas.

## Adolf Goetzberger

Reducir el consumo de materias primas.

## Jane Goodall

Una agricultura menos agresiva con el medio ambiente.

## Rafael Matesanz

Órganos artificiales para reemplazar órganos dañados.

## Eleanor Maguire

Entender cómo funciona el cerebro para mejorar nuestras vidas.

## Margarita Salas

Tratamientos médicos personalizados gracias a la genética.

## Javier Tejada

Robots que faciliten nuestras vidas.

28

¿Por qué fue importante poder contar con la colaboración directa de estas 14 personalidades? El valor de su participación fue poder contar con su **testimonio**. Los vídeos que se realizaron fueron el soporte y material básico para lanzar los retos de la *Agenda Ciudadana* en las redes digitales en un formato *youtube*. Un formato accesible, “viralizable” (es decir, atractivo y fácil de circular en la red) y cercano para los públicos que se quería movilizar. En estas cápsulas audiovisuales, además de enunciar su reto personal, los 14 proponentes explicaron y argumentaron en un lenguaje llano la importancia de cada reto, lo que supuso un gran valor pedagógico para el proyecto. De modo complementario, las cápsulas con el perfil más humano de los proponentes dieron oportunidad al ciudadano de conocer el rostro más emotivo, humilde y vivencial de la ciencia y la innovación con preguntas más personales como qué les inspiró su vocación, cómo trabajan, crean e investigan, cómo valoran el impacto en la sociedad de sus descubrimientos y avances, etc.

## Estrategia de participación ciudadana: creación de una plataforma web

La participación ciudadana se centralizó en una plataforma web concebida como un espacio interactivo y navegable. Esta plataforma de participación digital fue el ápice de los cauces de participación abiertos, aunque se activaron también otros canales y palancas a través de las cuales movilizar diferentes sectores ciudadanos.



En la web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) los ciudadanos pudieron conocer los retos propuestos por las 14 personalidades a través de los videos explicativos mencionados. Y durante algo más de un mes –del 16 de abril al 26 de mayo de 2010– los ciudadanos votaron por su reto científico prioritario para el año 2030. El diseño de este espacio se concibió en base a dos criterios con direcciones opuestas, pero ambos muy importantes para el éxito del proyecto:

- **Estimular y potenciar la recogida de votos** de los visitantes de la web, lo que significó facilitar y simplificar el proceso de votación.
- **Reforzar los mensajes básicos y sensibilizar** a los visitantes de la web a partir de los vídeos de las 14 personalidades, lo que conllevó un mayor grado de complejidad en el proceso de realización del voto por parte del usuario.

¿Cómo se resolvió esta relación crítica? Atendiendo al primero de los criterios se optó por un sistema *soft* de registro del voto. Es decir, en el que era necesario introducir únicamente un código CAPTCHA<sup>2</sup> (voluntariamente se podía optar por un registro *hard* aportando otros datos personales para participar en el sorteo de premios de actividades relacionadas con la ciencia y la innovación). Respecto al segundo criterio, dada la importancia de conseguir resultados de impacto cualitativo, se vinculó el hecho de votar cada reto con la visualización de su vídeo respectivo.

## Colaboración de entidades: ¿qué apoyos fueron necesarios?

Además de una web potente y atractiva, otro factor que se reveló clave en la estrategia de movilización fue la gestión de entidades colaboradoras. Por ello, fue un

<sup>2</sup> CAPTCHA es el acrónimo de **Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart** (Prueba de Turing pública y automática para diferenciar máquinas y humanos). Es una herramienta informática utilizada para evitar que robots –también llamados *spambots*– puedan utilizar ciertos servicios como, por ejemplo, participar en encuestas o registrarse para usar cuentas de correo electrónico (o su uso para envío de correo basura). Habitualmente, los captcha consisten en una prueba en la que el usuario debe introducir un conjunto de caracteres que se muestran en una imagen distorsionada que aparece en pantalla. Se supone que una máquina no es capaz de comprender e introducir la secuencia de forma correcta por lo que solamente el humano podría hacerlo.



ámbito especialmente cuidado desde la gestión personal y directa de un equipo *ad hoc*. Tras la conceptualización de la iniciativa, se contactó con personas y entidades de referencia en los ámbitos de públicos objetivos a movilizar. Entre las entidades colaboradoras más destacadas cabe destacar las siguientes:

- **Ámbito jóvenes emprendedores y estudiantes:** Campus Party Europa, ITE (Instituto de Tecnologías Educativas) del Ministerio de Educación.
- **Ámbito empresarios emprendedores e innovación:** Programa Innocámaras del Consejo Superior de Cámaras de Comercio.
- **Ámbito ciudadanía europea:** REINE (Red Extremeña de Información Europea), Fundación Academia Europea de Yuste, Fundación Ciudadanía, Fundación Luís Vives, EUCA (European University College Association).
- **Ámbito de comunicación:** TVE-2, Europa 2010 (Canal 24 horas de TVE), Atomium Culture, Presseurop.
- **Ámbito de divulgación científica:** Red Española de Museos y Centros de Ciencia, ECSITE (European Network of Science Centers and Museums).
- **Ámbito local:** Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP, Comisión de Participación Ciudadana y Gobernanza).

Además de la colaboración formal de estas entidades, se consiguió el apoyo en la difusión de la iniciativa de más de 100 instituciones del ámbito científico, educativo y social. Todas ellas contribuyeron mediante la incorporación de enlaces, noticias o el envío de correos informativos a sus miembros o asociados. Este ha sido el gran valor de esta gestión de colaboraciones.

¿Cómo se consiguió su implicación? Se elaboraron materiales divulgativos y comunicativos de la iniciativa específicos para facilitar a los distintos colaboradores la tarea de difundir la *Agenda Ciudadana* a través de sus canales propios. Por tanto, fue necesario generar un amplio abanico de materiales para cubrir estas necesidades (ver anexo y consultar los materiales descargables en la web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)):

- Vídeos (vídeos de presentación individual de los retos y las personalidades, vídeo promocional, vídeo educativo, vídeo viral)
- *Newsletter* de la Agenda Ciudadana
- *Banners* y enlaces
- Guía didáctica para institutos de secundaria
- Quioscos de votación para los museos de la ciencia
- Presentaciones y resúmenes
- *Dossieres* y notas de prensa.

## Estrategia de comunicación y difusión

Si se tiene en consideración la dimensión del proyecto, uno de los aspectos que puedan llamar más la atención es la estrategia de comunicación y difusión. Y más particularmente,

la decisión de no dedicar un presupuesto elevado para una campaña de medios tradicional. En lugar de optar por una alternativa de altos costes publicitarios, la estrategia comunicativa para activar la participación consistió en una opción más austera con acciones simples pero efectivas.

A pesar de que hubo un contingente de acciones con un carácter más generalista con la finalidad de hacer llegar un eco del proyecto en los medios convencionales (prensa, radio y televisión a través de presentaciones públicas, entrevistas y notas de prensa), la estrategia seguida priorizó las acciones de difusión a través de Internet. Y los canales elegidos para introducir la *Agenda Ciudadana* en la red fueron:

- los **espacios sociales** –foros y redes sociales– **de referencia** en Internet para los distintos públicos objetivos analizados para la acción: jóvenes y emprendedores,
- las mismas **entidades colaboradoras** a través de sus espacios y recursos digitales (*webs, newsletters, listas de distribución*),
- y la **publicidad digital** –aunque muy restringida y de modo complementario– con banners, anuncios patrocinados y vídeos promocionados en webs masivas (Google, El País, El Mundo, Marca o As) y webs de las redes sociales en las que se operó (Facebook, Twitter y Youtube).

Para orientar esta actividad de difusión en portales web y redes sociales digitales (Facebook, Youtube, Twitter, Linked-in...), se implementó una **estrategia de acción** a partir de la elaboración de una **cartografía digital**. Es decir, a partir de un diagnóstico e identificación de los espacios más relevantes en la red donde los segmentos prioritarios para el proyecto –*jóvenes, emprendedores y ciudadanos europeos*– interactúan alrededor de los ejes que se determinaron clave para dicha búsqueda (*ciencia, innovación, emprendimiento o iniciativas europeas*). Para estos grupos relevantes se diseñó un plan de acción en las redes con el fin de generar y atraer tráfico de usuarios de estas redes (prioritariamente Facebook, Twitter y Youtube) hacia la web propia de la *Agenda Ciudadana*. Por un periodo de tres meses, una **oficina técnica** se encargó de gestionar y dinamizar las actuaciones y acciones digitales recogidas en este plan de acción que consistieron en crear un perfil propio en Facebook y Twitter, hasta dotar de contenido y actividad a otros grupos y redes existentes para interactuar con ellos y atraerlos hacia el proyecto de la *Agenda Ciudadana*.



Los ministros de ciencia e innovación europeos posan delante del marcador de Agenda Ciudadana en la sede del Consejo Europeo en Bruselas.

## Un marcador electrónico en Bruselas: evento de presentación de los resultados

Como formalización final del proceso (aunque fue concebido en el origen como elemento fundamental para la viabilidad del proyecto), los resultados fueron trasladados a los decisores políticos. Con este objetivo se instaló durante dos semanas un **marcador electrónico en el hall del edificio que simboliza la toma de decisiones**

**de la Unión Europea:** la sede del Consejo Europeo en Bruselas. Pero, ¿por qué se consideró importante ubicar este elemento durante 14 días en un espacio europeo de gran centralidad política?

El marcador no solo dio visibilidad en tiempo real a los resultados de la participación, sino que acorde con la vocación de conectar escenarios distintos, el marcador fue la pieza que cerró el ciclo vinculando las propuestas del escenario experto y las votaciones del escenario ciudadano, con el compromiso del escenario político. Éste fue su **valor socializador**.

Finalmente, para el cierre de las votaciones los Ministros y Ministras europeos de Ciencia e Innovación conocieron los resultados de la participación ciudadana coincidiendo con la **reunión del Consejo Europeo de Competitividad** celebrado los días 25 y 26 de mayo.

## Cronograma

Como resumen, el calendario de implementación de la iniciativa fue el que se presenta en la siguiente tabla con sus principales hitos:

Actividad	Periodo de ejecución
Conceptualización de la iniciativa	Septiembre – Octubre 2009
Trabajo del Comité de Expertos	Noviembre – Enero 2010
Contacto con proponentes de retos y grabación de videos	Enero – Marzo 2010
Diseño de la herramienta web	Febrero – Abril 2010
Diseño y producción de los materiales de difusión	Febrero – Abril 2010
Estrategia de difusión en las redes sociales	Marzo – Junio 2010
Periodo de participación ciudadana	16 de abril a 26 de mayo 2010
Comunicación y eventos de presentación	Abril – Mayo 2010
Visualización de los resultados en Bruselas	15 a 26 de mayo
Presentación de los resultados a los Ministros europeos de Ciencia e Innovación	26 de mayo de 2010

## 5 Aspectos clave de la iniciativa

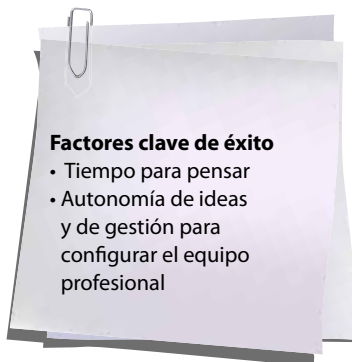


Eduardo Punset, miembro del Comité de Expertos de Agenda Ciudadana.

En los puntos anteriores hemos presentado la iniciativa a través de su conceptualización inicial, sus objetivos y su proceso de construcción. Pero ¿qué aspectos podemos considerar que son los más relevantes de esta experiencia? Más allá de los objetivos marcados y cómo se alcanzó la meta a la que se quería llegar, ¿qué podemos considerar como factores de éxito y aspectos clave si quisiéramos repetir una experiencia similar? Seguidamente los presentamos organizados en 6 ámbitos de gestión de la experiencia.

31

### a) Organización interna del equipo promotor



Sin lugar a dudas, uno de los aspectos que se gestionaron positivamente –teniendo en cuenta, además, el tiempo como un factor que jugaba en contra– fue el **espacio para pensar**. La inmersión en la fase inicial para escuchar, documentarse y pensar sentó los cimientos para poder avanzar y construir una propuesta original sobre una base sólida.

Del mismo modo, poder actuar en un **marco de autonomía de ideas y gestión** por parte de todo el equipo de trabajo también fue un aspecto que contribuyó en esta etapa de arranque del proyecto. Compartir e interpretar en consonancia los objetivos permitió construir en una misma dirección.

Del mismo modo que enriqueció y aportó propuestas de mejora a la idea inicial la libertad de poder configurar equipos especializados para cada ámbito técnico del proyecto, con capacidad para proponer cuáles eran las mejores respuestas a las necesidades planteadas. Esta condición no es muy habitual pero da muy buenos resultados.



### b) Construcción de la Agenda

Ya hemos señalado que la construcción de la *Agenda Ciudadana* siguió un proceso inverso. El aspecto realmente relevante de este procedimiento fue descubrir

la **ventana de oportunidad**. En este caso, que los ministros vieran los resultados de un proceso en que se pedía una opinión cualificada (es decir, de valor) a la ciudadanía. Y esta meta se fue construyendo al revés, pensando creativamente en un proceso ciudadano cuyos resultados fueran una **propuesta sólida y creíble para ser elevada al escenario institucional**. La generación de estos resultados y la construcción de *fondo* de la *Agenda Ciudadana* se hicieron, por tanto, formulándose preguntas y construyendo los pasos hacia atrás. Así es como se obtuvieron unos resultados de alto valor añadido: invitando a los ciudadanos a participar de la mano de científicos e innovadores que “nos han cambiado la vida”.

Esta perspectiva confirió al proyecto solidez en las aportaciones ciudadanas, pero también cercanía y pedagogía. Por ello, la selección de estas personalidades se hizo con el acompañamiento de un comité experto independiente. Se trabajó a partir de un abanico muy abierto, valorando más de 40 personalidades evitando incorporar aquellos perfiles que, por mediáticos, pudieran distorsionar el objetivo de la iniciativa (poner en valor la ciencia e innovación, y no personalidades concretas).

32

A partir de ahí, otro elemento clave a destacar fue presentar los contenidos en un formato cercano y atractivo para la ciudadanía. Ello llevó a relatar el proyecto en primera persona: presentando las personalidades, sus retos y su rostro más personal. En este sentido, tan importante como **generar unos buenos contenidos**, se dedicó especial atención a saber traducir estos contenidos en **materiales atractivos y accesibles** (web, folletos, presentaciones, *dossiers*, quioscos de votación, etc.). Para llegar a cada segmento, hubo que pensar y adecuar cada material para cada tipo de participación, espacio y público objetivo.

## c) Entidades participantes

Al lanzar esta iniciativa de ex novo, fue una condición prioritaria asegurar su viabilidad y **conseguir los apoyos necesarios** que hicieran posible la puesta en marcha y el éxito del proyecto. Bajo esta premisa se orientó la gestión de las entidades participantes después de dedicar el

tiempo necesario a pensar y asegurar los mínimos esenciales del proyecto (en nuestro caso, que un mínimo de personalidades aceptaran participar proponiendo su reto y conseguir la autorización para poder ubicar el marcador en Bruselas).

Así, se identificaron muy claramente las entidades que pudieran aportar un máximo

rendimiento en poco tiempo. Esta tarea se hizo pensando especialmente en cómo asegurar, consolidar y gestionar el interés de dos o tres públicos objetivo a partir de acciones concretas a través de estas entidades colaboradoras. Por ello, **la organización se puso al servicio de las entidades colaboradoras**, procurando que el proyecto se fuese amoldando a sus necesidades en una relación más que simbiótica, sinérgica. Entendiendo su valor como verdaderos activos para el proceso. Esta aproximación se tuvo en cuenta tanto para las entidades que pudieran incorporarse al proyecto contribuyendo a su construcción (fue el caso del ITE o de TVE-2 con la elaboración de los materiales para escuelas y los materiales para el programa televisivo “Para todos la 2”), como para las que respondieran más a una estrategia de difusión.

Por último, cabe mencionar otro orden de entidades colaboradoras en el evento. En la *Agenda Ciudadana* no hubo entidades patrocinadoras ya que en el momento de la conceptualización, las decisiones de patrocinio ya estaban tomadas, y los presupuestos correspondientes ya estaban asignados por parte de las entidades consultadas. Sin embargo, aun sin contar con patrocinios se consiguió la colaboración de algunas grandes organizaciones con otras contribuciones de interés (en este sentido, fue una aportación muy positiva lograr que grandes corporaciones y empresas de suministro de servicios públicos se ofrecieran a difundir la iniciativa a través de sus canales de relación con sus empleados y red de clientes, tanto en España como en otros países).

## d) Implicación de la ciudadanía

Para implicar a la ciudadanía se aplicó un concepto básico de eficiencia comunicativa al que nos referimos como *resonancia*. Ello hace referencia a no destinar grandes esfuerzos en acciones para llegar masivamente a la ciudadanía, sino más bien **activar palancas a través de las cuales llegar selectivamente a los públicos finales**. ¿Cómo? A través, como ya hemos dicho, de los agentes participativos y entidades organizadas que tienen un gran poder de penetración y credibilidad ante los públicos que queremos activar. Gestionar y mantener informados estos agentes, dedicarles tiempo y no únicamente volcarles información, todo ello fue un aspecto clave en la gestión de la *Agenda Ciudadana*, para activar su capacidad de resonancia y su capacidad de transmitir nuestro mensaje en sus círculos de influencia.

### Factores clave de éxito

- Identificar muy claramente los apoyos y las entidades que pudieran aportar un máximo rendimiento en el escaso tiempo disponible
- La organización se puso al servicio de las entidades colaboradoras, es decir, el proyecto se fue amoldando a sus necesidades

### Factores clave de éxito

- Decidir que la inversión prioritaria era la gestión relacional de los escenarios claves
- Búsqueda de equipos especializados para atender cada área



En este sentido, para implicar a la ciudadanía se declinó recurrir a los escenarios institucionales de participación ciudadana (los cuales tienen una lógica de funcionamiento que les aleja de los espacios cotidianos de la mayoría de ciudadanos) o, inclusive, crear un espacio paralelo similar. Dado que inventarse elementos nuevos tiene un coste altísimo de inversión y dedicación y un riesgo también considerable, se optó por otra vía.

Las **redes sociales digitales se valoraron como el escenario social y participativo más activo**. Por consiguiente, Internet fue el espacio y el hábitat natural de la estrategia participativa y comunicativa de la *Agenda Ciudadana*. Acercando la iniciativa a los grupos activos de las redes sociales de Facebook y Twitter, así como aquellas organizaciones que con sus plataformas web funcionan extraordinariamente y tienen su círculo de públicos consolidado. Para gestionar el potencial de este ecosistema (las redes sociales), **el proyecto contó con equipos especializados en dinamizar y gestionar estos escenarios** relacionales digitales.

## e) Visualización de resultados

Para la *Agenda Ciudadana*, el poder visualizar de una manera especial y singular la iniciativa fue la ventana de oportunidad que hizo posible el proyecto tal y como lo conocemos. **La reunión de Ministros de Ciencia e Innovación en Bruselas brindó la oportunidad de estar allí presentes** de forma clara y visible. Este acto marcó

el proceso, fue su génesis y su fuente de inspiración.

La centralidad absoluta de este evento en la propia definición de la iniciativa comportó un esfuerzo de gestión para conseguirlo de manera positiva. El convencimiento de que la idea de llevar la opinión de los ciudadanos sobre ciencia

e innovación a los ministros era estimulante, genuina y altamente interesante fue el ingrediente fundamental para trasladar y contagiar esta convicción por el proyecto a todos los frentes de gestión. En este sentido, se corroboró que además de la viabilidad logística y de contenidos (sustantiva) del proyecto, gestionar un evento implica también generar y contagiar la ilusión y el valor del mismo.

### Factores clave de éxito

- Se abrió una ventana de oportunidad (Consejo de Ministros de Competitividad de la UE) muy clara que fue gestionada desde el principio

## f) Post-Agenda Ciudadana

¿Qué queda después de concluir la *Agenda Ciudadana*? Una experiencia de este tipo ofrece muchos *outputs* que pueden capitalizar las entidades promotoras a posteriori. Un primer nivel hace referencia a la dimensión de los resultados obtenidos. El explotar y analizar los datos, contrastarlos con expertos, por qué algunos retos son más valorados que otros, por qué algunos retos han tenido un bajo nivel de soporte ciudadano... Todo ello se puede canalizar en términos de **información y orientaciones para la toma de decisiones**, política científica y conocimiento de las preferencias o necesidades sociales en el ámbito en que nos movemos.

### Factores clave de éxito

- ¿Qué queda después?  
Generación del know-how de gestión y la labor relacional

Pero, además, este proyecto deja un **valioso material de divulgación científica**, un *know how* de gestión de proyecto (que queda recogido en este artículo) y una red relacional con los agentes con los que se ha estado trabajando. En definitiva, si algún factor merece la pena subrayar en este punto es que la *Agenda Ciudadana* es un instrumento que no se cierra en sí mismo. Ofrece un conjunto de elementos con los que seguir labrando y trabajando el camino iniciado generando nuevas fórmulas de tejer una **red social y ciudadana alrededor de la ciencia**.

Con la intención de trasladar este modelo de participación ciudadana a otros países, FECYT presentó la iniciativa a agentes de ciencia e innovación de Iberoamérica y a los estados miembros de la UE que ostentarán las próximas presidencias de la UE. En el caso de Iberoamérica, importantes instituciones de Brasil, Argentina y México han mostrado su interés en exportar la experiencia en sus territorios durante una reunión de presentación celebrada en el marco de la Feria Iberoamericana de la Ciencia Empirika celebrada en noviembre de 2010 en Salamanca. Con las adaptaciones al contexto local que se consideren oportunas, las entidades interesadas y FECYT han preparado un plan de acción para la implantación de la *Agenda Ciudadana* en estos países para finales de 2011. •••



## 6 Resultados

Los **resultados de la iniciativa se pueden valorar claramente como satisfactorios** en diferentes sentidos. Tanto los niveles de votación, como de visualización de los contenidos web (visitas web y tiempo medio de visita), o de movilización y activación de agentes participantes, muestran unos resultados muy positivos.

Las cifras que se resumen en el siguiente cuadro nos dan pie a considerar que, desde una perspectiva general, podemos afirmar que **el objetivo de acercar y poner en valor la ciencia y la innovación se consiguió efectivamente** como demuestra la amplia participación y visualización de los materiales desarrollados para este cometido.

Número de votos **107.309**

<b>Voto escolar</b>	<b>5.904</b>
Número de vistas web	147.975
<b>Número de páginas visitas</b>	<b>706.912</b>
Tiempo medio Visita	2'48 min.
<b>Número de Páginas Vistas</b>	<b>4,78</b>
Número de países que visitaron la web	122
<b>Número de escuelas participantes</b>	<b>213</b>
<b>Movilización de redes sociales</b>	
Entidades y organizaciones colaboradoras	<100
Suscriptores Facebook	2.468
Seguidores Twitter	611
Reproducciones vídeos Youtube	80.627
Enlaces a Reto 2030 (backlinks)	71.050

### a. Participación

El proceso de participación a través de la página web de la iniciativa ([www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)) estuvo activo por un periodo de un mes (del 16 de abril al 26 de mayo de 2010). Durante este tiempo, la iniciativa obtuvo una muy buena acogida y una altísima participación: **más de 100.000 ciudadanos y ciudadanas europeas y más de 5.000 alumnos** (un total de 213 centros escolares) participaron en la elección de qué reto querían hacer realidad en el 2030.

La cifra de más de 100.000 ciudadanos y ciudadanas europeas activándose alrededor de esta iniciativa en tan sólo un mes nos sitúa en una buena posición frente a otras iniciativas participativas similares dirigidas a la sociedad civil. En este sentido, **los resultados conseguidos mejoran las cifras alcanzadas por iniciativas que han contado con 4 y 5 veces más tiempo y presupuesto**. Considerando los recursos disponibles y la complejidad de la temática, podemos valorar que los mecanismos empleados para la activación y difusión de la iniciativa dieron un rendimiento muy positivo.

Asimismo, otra de las cifras que nos permiten apreciar el interés que suscitó la iniciativa a nivel mundial es el número de países que visitaron la web hasta el momento de finalizar las votaciones. Sin contar a España, la cifra alcanza los 121 países (lo que representa un 8% de la participación total).

### b. Votaciones

¿Qué retos, de los 14 propuestos, fueron más valorados por los europeos? En el siguiente cuadro podemos ver que **un 14% de los internautas consideró como reto prioritario para el 2030 “almacenar la electricidad de manera más eficiente”** (Paulina Beato). Muy de cerca, con un 13% y un 12% respectivamente, le siguieron los retos referentes a conseguir “órganos artificiales para reemplazar órganos dañados” (Rafael Matesanz) y “robots que faciliten nuestras vidas” (Javier Tejada).



Si fijamos la mirada de manera más específica, fijándonos en el reto más valorado en cada uno de los países participantes de la Unión Europea, veremos que son 6 países los que sitúan “almacenar la electricidad de manera más eficiente” como su reto prioritario (Chipre, Eslovenia, España, Lituania, Polonia y República Checa).



## c. Participación en redes sociales

La movilización de una participación digital (tanto de redes sociales como de redes relacionales virtuales) fue clave para el éxito del proyecto. En un espacio muy acotado de tiempo, se consiguió crear la siguiente comunidad:

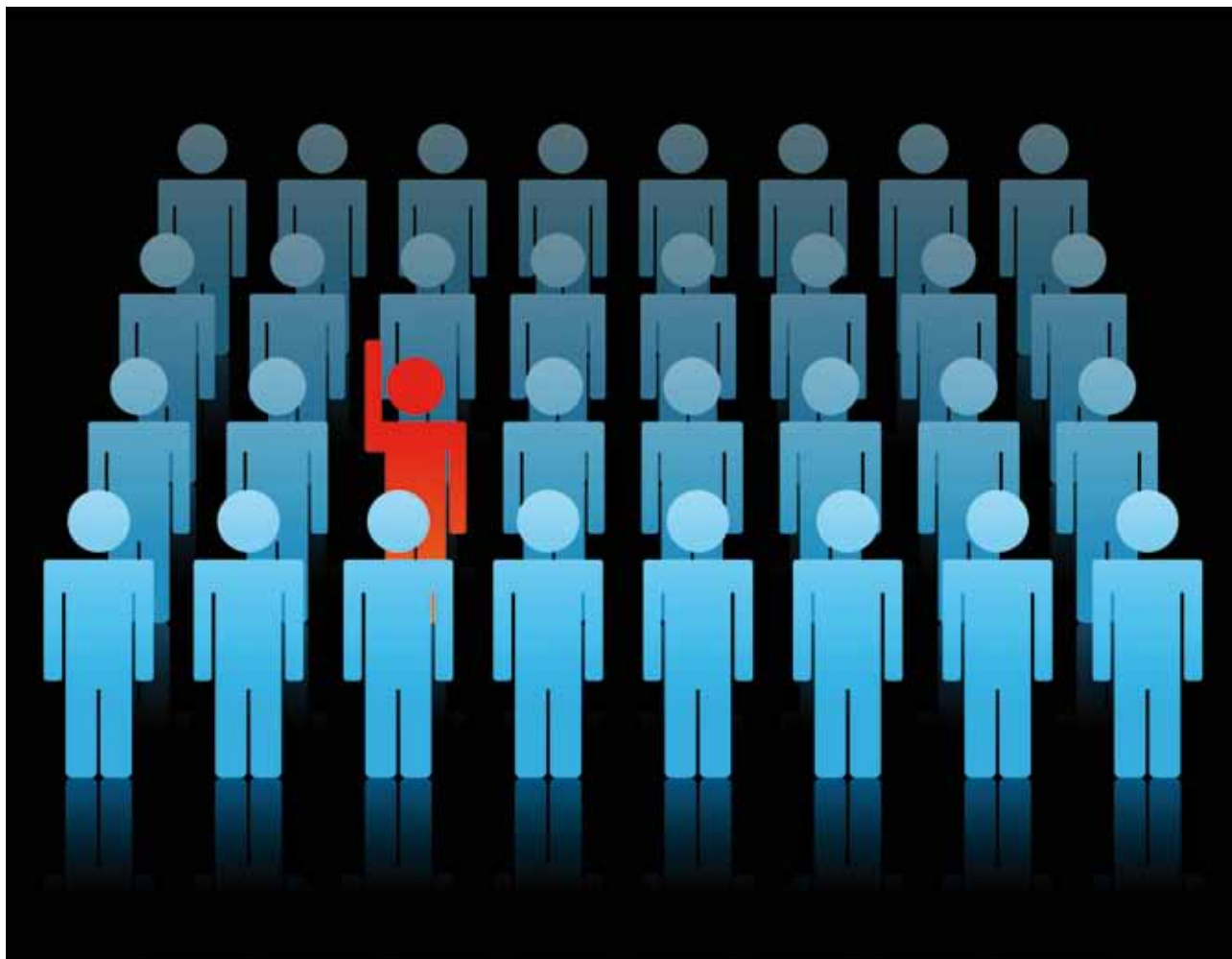
			
2.542 seguidores	609 followers	80.627 visualizaciones	Backlinks (webs que enlazan nuestra web)
			71.050 webs

Si comparamos los resultados de la *Agenda Ciudadana* con proyectos de carácter similar (en estacionalidad, duración de tiempo –1 mes– y momento –2010–) vemos como, en su conjunto, la iniciativa consiguió mejores resultados. Tanto por lo que respecta al grupo de Facebook o Twitter (donde los datos fueron similares a otras iniciativas), como sobre todo por su impacto en Internet (en este caso, los datos fueron claramente superiores: reto2030 obtuvo más de 70.000 webs que la enlazaron, mientras que otros proyectos similares no llegan a los 1.000 *backlinks*).

Podemos afirmar, por consiguiente, que **los resultados que se consiguieron en las redes sociales fueron positivos, aun partiendo de un escenario menos favorable**, dada la baja vertebración de los públicos objetivos (jóvenes, europeístas y emprendedores), la ausencia de una campaña publicitaria tradicional y una menor cobertura de los medios.

Respecto a las redes relacionales virtuales, redes o espacios relacionales que tienen su herramienta de expresión en la web (blogs, espacios de asociaciones que interactúan en la red...), la *Agenda Ciudadana* contó, como hemos mencionado anteriormente, con la **colaboración de más de 100 instituciones del ámbito científico, educativo y social**. En este sentido, estas instituciones dieron apoyo a la iniciativa mediante la incorporación de enlaces, noticias o mediante el envío de correos informativos. Este apoyo se materializó en más de 70.000 referencias, escritos o enlaces webs, lo que supuso en términos de “tráfico” que, como mínimo, 1 de cada 3 referencias y enlaces llevaran a un usuario a visitar la web de la Agenda.





## d. Impacto en los medios de comunicación

Como acabamos de ver, el impacto de la *Agenda Ciudadana* tanto en la ciudadanía como en las redes sociales y relacionales fue muy positivo. Pero, si hablamos de medios de comunicación ¿qué impacto se generó? ¿Qué repercusión supuso la inserción de publicidad en el espacio digital?

La implementación de este tipo de acciones con un carácter más general, que retroalimentaran las acciones más segmentadas de las redes sociales y relacionales, nos dio también unos resultados muy satisfactorios.

Por un lado, la **gestión constante y continuada con los medios** (lo que entendemos como *publicity*) nos permitió tener una repercusión diversificada en prensa escrita (10 apariciones), en televisión (38 apariciones), en radio (5 apariciones de miembros relevantes del proyecto) y en Internet (100 noticias). Si valoráramos económicamente lo que hubiera supuesto la compra de dichos espacios, estaríamos hablando de un valor económico equivalente de alrededor de los 300.000 euros. Asimismo, la colabo-

ración con TVE nos permitió estar presentes a lo largo de todo el proceso en el programa "Para todos la 2", con una sección en exclusiva para la Agenda.

Por otro lado, la **publicidad digital** –es decir, la inserción de *banners*, anuncios patrocinados, vídeos promocionados... en espacios masivos de referencia o que reforzaran las redes sociales– nos reportó un impacto en número de visitas de más de 50.000 personas (lo que representa un 33% del total de visitas). Los espacios publicitados que generaron un mayor impacto respecto al número de visitas fueron Youtube (19.811), Google (7.989) y Facebook (6.728), seguidos de cerca por Terra y As.

Gracias a la *Agenda Ciudadana* y a su proceso de gestión, hemos aprendido que **las TIC y el mundo digital abren nuevas posibilidades y oportunidades** muy potentes e interesantes para, además del progreso económico y social, **fortalecer la participación ciudadana y hacer llegar mensajes de interés social** (ciencia, innovación, emprendeduría, etc.) al conjunto de la ciudadanía del siglo XXI, una sociedad que en sí misma también es un reto debido a su complejidad de perfiles, intereses e identidades. ...

### **III. CONCLUSIONES: LA CIENCIA Y EUROPA MÁS CERCA DEL CIUDADANO**





Acto de presentación de Agenda Ciudadana.

## 1 La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: balance de una experiencia

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)

Podemos concluir que la valoración final de la iniciativa es, en términos generales, muy positiva. Los resultados obtenidos en los tres escenarios son excelentes: gran acogida en el ámbito científico; implicación de un gran número de instituciones del ámbito científico y educativo, así como de organizaciones y redes sociales; y, por último, una participación de miles de ciudadanos y ciudadanas de toda Europa. Los niveles alcanzados hay que valorarlos positivamente más aún considerando los recursos empleados y el breve periodo de tiempo en que se planteó y ejecutó la acción. Lógicamente, en el caso de haber tenido la oportunidad de disponer de más tiempo y destinar mayor dedicación en cada etapa, parece acertado pensar que habiéramos podido obtener unos resultados, aun si cabe, mejores.

Sin embargo, no hay que perder de vista que es la primera vez que se pone en marcha una iniciativa de este tipo y que, por tanto, **la acogida que ha tenido en todos los agentes implicados nos lleva a la conclusión de que el resultado, cualitativamente y cuantitativamente, es muy positivo y satisfactorio.**

Merece la pena recordar que uno de los motivos que nos lleva a hacer este balance nos viene dado, como acabamos de mencionar en el punto anterior a propósito de los resultados conseguidos, al contextualizar y comparar los niveles de participación alcanzados en la *Agenda Ciudadana*. Como ya hemos dicho, frente a otros proyectos similares (es decir, procesos que se han desarrollado en condiciones homologables por duración de tiempo –1 mes–, momento





–2010– y estacionalidad), en su conjunto se han conseguido resultados mejores aun partiendo de un escenario menos favorable (baja vertebración de públicos objetivos, ausencia de campaña publicitaria masiva, modesto nivel de cobertura en medios de comunicación...).

Cabe destacar y reconocer que el factor político ha jugado un papel decisivo en la promoción y el éxito de la iniciativa. El apoyo de la ministra de ciencia e innovación, Cristina Garmendia, jugó un papel decisivo al apadrinar la iniciativa y elevarla al resto de sus homólogos Ministros de Ciencia e Innovación Europeos. Como ya hemos valorado, el proceso realizado cobró sentido y credibilidad en la medida que se consiguió el compromiso de que el resultado final se diera a conocer y llegara directamente a los decisores sobre políticas de ciencia e innovación en Europa.

En definitiva, como balance de la experiencia, podemos afirmar que gracias a la *Agenda Ciudadana* y a su proceso de gestión:

- Hemos puesto en valor la ciencia, la innovación y la creatividad como motores del progreso y bienestar de nuestras sociedades.
- Hemos conseguido implicar a miles de ciudadanos y ciudadanas europeos, acercándolos más a Europa en un ejercicio democrático (gracias al formato participativo del proceso que da la oportunidad al ciudadano de implicarse en debates de calado y alcance europeo).
- Hemos llegado a nuevos públicos y segmentos alejados de las decisiones públicas sobre retos colectivos (gracias a la gestión de las redes sociales).
- Hemos puesto a prueba con resultados positivos nuevas formas y canales relacionales de hacer campañas de difusión y participación social, invirtiendo cantidades inferiores a las necesarias para poner en marcha campañas de comunicación convencionales.
- Hemos conseguido crear una amplia comunidad en el espacio digital, adquiriendo presencia en redes y medios digitales de relevancia, lo que ha dado un valor cualitativo y cuantitativo al proyecto.
- Hemos conseguido, a través de la mejora del conocimiento social del Ministerio de Ciencia e Innovación y FECYT, posicionar ambas instituciones como grandes divulgadoras sociales de la ciencia y la tecnología en nuestro país.
- Hemos conseguido generar una gran acogida entre las personalidades del mundo científico y de la innovación, así como entre las instituciones del ámbito científico, educativo, social y europeo (Consejo de Europa).
- Hemos conseguido diseñar una estrategia participativa innovadora que pueda ser reproducida en otros escenarios para tratar temas de interés europeo.
- Hemos dejado un legado social, gracias a la elaboración de materiales divulgativos y educativos que trascienden la propia iniciativa.

Además de estos aspectos de signo favorable, parece adecuado también hacer referencia a aquellos aspectos que se pueden mejorar, con la intención de compartir constructivamente los aprendizajes adquiridos. En este sentido, sería positivo avanzar en:

- La elaboración de un plan de patrocinios orientado a la gestión de patrocinadores y grandes *partners* para el proyecto.
- La elaboración de un plan de medios con el objetivo de obtener una cobertura de la acción en medios de carácter no digital para un impacto social de carácter más masivo.
- Una mayor presencia de la *Agenda Ciudadana* en eventos vinculados a ciencia, participación ciudadana y Europa antes y después de la iniciativa.
- El diseño de una plataforma web que permitiera cubrir el doble objetivo de facilitar una mayor participación ciudadana y divulgar los contenidos.
- La implementación de una oficina técnica en Europa para fomentar la participación y dinamización a nivel comunitario. ♦♦♦

## 2 La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: innovando en comunicación y participación social *Sinergia Value*



Eduardo Punset, Lourdes Arana y Javier Tejada.

La *Agenda Ciudadana* es en sí misma un **proceso de absoluta creación** a partir de una visión y objetivo iniciales. Representa un **experimento original** de carácter lúdico-educativo para acercar temas complejos a la ciudadanía, estimular su socialización y poner en contacto las diferentes sensibilidades ciudadanas con el ámbito de las responsabilidades políticas.

40

En este punto de reflexiones finales, no podemos olvidar que uno de los grandes aprendizajes y lecciones de esta experiencia recae en su dimensión de comunicación social. La *Agenda Ciudadana* se erige como una iniciativa estimulante en la medida que **trata de mejorar las fórmulas de información y comprensión de temas complejos** entre la ciudadanía europea. Su enfoque se considera equilibrado entre el aporte experto, los proponentes de los retos y la elección ciudadana. Las aportaciones de expertos, científicos e innovadores permiten no dispersar el debate, centrarlo en temas relevantes, pero al mismo tiempo conectándolos con las preferencias sociales.

Ésta es, seguramente, la primera gran aportación innovadora de la iniciativa: haber colaborado y estimulado nuevos escenarios participativos, pero no solo entre los ciudadanos, sino también entre los profesionales y entre los agentes y redes en contacto con la ciudadanía. Y ello nos hace ver la *Agenda* no como un instrumento para sustituir los procedimientos habituales de la política científica –¿hacia dónde debemos orientar las prioridades científicas?–, sino más bien como un espacio nuevo para conseguir que los ciudadanos se impliquen en este ámbito hasta ahora muy apartado de su capacidad de influencia. Pero el segundo gran aprendizaje de la *Agenda Ciudadana*

na está no en su dimensión sustantiva, sino en su dimensión operativa. En este sentido, el aprendizaje desde la perspectiva operativa es su **carácter innovador no solo en la idea, sino en su viabilidad**; en su dimensión de proyecto; en la capacidad de organizarse y transformarse de una idea a algo ejecutable y real.

¿Qué es realmente la innovación? La innovación no es producir una idea. Es encontrar los medios para hacerla realidad. La innovación se produce, como apunta Alfons Cornella<sup>1</sup>, cuando una idea tiene la capacidad de dar respuesta afirmativa a tres preguntas que podemos reformular de la siguiente manera:

1

¿Estamos aportando originalidad?

2

¿Va a ser factible?

3

¿Aportamos valor?

Es decir, si tienes una idea que es original, que es nueva, que se ha generado de una manera distinta; si consigues que sea real, factible, gestionable, viable, que se pueda llevar a la práctica, sea operativa; y, si además tiene valor, es atractiva para unos públicos determinados; en este punto la innovación va a tener éxito.

Y esto fue la *Agenda Ciudadana*. El proyecto **cumplió con estos 3 componentes**: nació gracias a un proceso de reflexión interno pausado y bien orientado que generó una idea original; se buscaron los equipos necesarios para hacerla realidad, construyendo y adaptando la idea inicial dentro de un marco real (incluso a pesar del marco presupuestario); y siempre se priorizó que ofreciera un valor a la ciudadanía y a todas las personas que estuvieran en contacto con ella. El liderazgo del grupo promotor fue el cuarto ingrediente capaz de aunar y gestionar la tensión centrífuga de cada uno de estos tres componentes, consiguiendo así adaptarse a las necesidades y objetivos marcados. ...

<sup>1</sup>Alfons Cornella: Visionomics, Madrid, Editorial Genèric, 2010.

## 3 La Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación: aportaciones para el modelo participativo europeo

Susana del Río Villar

El proyecto *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación* tiene como principal objetivo llevar la ciencia y los avances científicos a los ciudadanos, hacer la ciencia más fácil y acercarla a la ciudadanía a través de un hilo conductor: Reto 2030. Para conseguir este ambicioso objetivo, la iniciativa se construye con una estructura sólida tanto en relación a sus ejes fundamentales y contenidos como en su ejercicio y unión de esferas.

Reto 2030 consigue mover la ciencia y que los ciudadanos la vean de una forma “amable”. Es importante destacar que a través de las “personas que han cambiado nuestra vida” los ciudadanos ponen cara a inventos y avances científicos de gran envergadura tanto por el progreso que han supuesto para la sociedad como por la proyección del futuro de la Unión Europea en un mundo global.

Las sinergias que se visualizan vienen configuradas por los movimientos que imprime el proyecto. Estos movimientos y diálogo entre las personalidades, la propia iniciativa, los ciudadanos y las entidades vinculadas al proyecto suman ciencia y suman retos: los que expresan las personas que han cambiado nuestra vida, los que votan los ciudadanos en [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) y los propios retos que ponen sobre la mesa, sobre la Agenda, los ciudadanos.

En relación a la capacidad multiplicadora del proyecto y su fuerza quiero resaltar que es grande ya que el modelo se puede aplicar a otros ámbitos de actuación en la Unión Europea de nuestros días desplegando información sobre temas concretos y motivando el “enganche” de los ciudadanos a asuntos para los que es importante que las instituciones europeas y entidades gubernamentales conozcan la opinión de la ciudadanía europea. El proyecto consigue despertar “el chip” europeo motivando la curiosidad por la ciencia.

La Agenda también constituye un proyecto, y un proceso, aglutinador para los ámbitos global, europeo, regional y local ya que, aplicada en círculos concéntricos, puede vertebrar una sólida formulación entre ciudadanos de distintos territorios.

En la gestión de la Unión Europea de nuestros días es fundamental completar el proceso de gobernanza por lo que es importante complementar la política, de los políticos, con una nueva política, con un ejercicio participativo a través de proyectos que hagan posible que los ciudadanos se interesen por las nuevas vertientes de hacer política y su confluencia. Una *multilevel governance* europea implica la configuración de una gran política que vertebre, en distintas dimensiones, la capacidad de



Acto de presentación de Agenda Ciudadana.

governar y de acercar el modelo europeo y en qué consiste la Unión Europea, al ciudadano de a pie.

La innovación política de la Unión Europea significa una actuación de «gran política» con círculos concéntricos de debate y abordando varios espacios y actores. En una buena gobernanza sincronizan sus papeles: gobiernos, instituciones, sociedad civil, entidades locales, etc., buscando una proyección política y económico-social que conlleva la combinación de un método representativo-participativo con una ciudadanía activa.

Esta iniciativa ha utilizado distintas plataformas para su divulgación estando presente en las redes sociales para ser también un proyecto innovador en lo que se refiere a sus instrumentos para llegar a la ciudadanía y motivar su participación. El soporte y caudal digital de Internet hace posible la canalización de información, proyectos e interactividad con una transmisión a gran velocidad. La comunicación tiene que estar bien diseñada ya que para conectar Europa con los ciudadanos es importante encontrar un código común de transmisión de “lo europeo”, verificando la información y cuidando la ética y la estética de la comunicación, hay que humanizar la nueva comunicación.

En mi opinión tenemos que avanzar en una comunicación integral que combine la acción comunicativa “de calle” tradicional, por ejemplo la prensa escrita, con el activismo, con la comunicación en red (porque es distinto estar en la red que estar en red). La *Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación* permite mover una comunicación integral. Una comunicación integrada e integradora suma porque une “comunicaciones”, personas, redes e instituciones impulsando la participación ciudadana y revitalizando la democracia transnacional europea del siglo XXI.

## ANEXOS

### 1. Comité de Expertos de la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación

#### 2. Materiales comunicativos

- a. Web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)
- b. Newsletter
- c. Folleto explicativo
- d. Materiales comunicativos para el ámbito municipal
- e. Materiales disponibles en la web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)
- f. Canal Youtube Reto2030
- g. Grupo Facebook Reto2030 / Challenge2030
- h. Perfil Twitter Reto2030 / Challenge2030

### 1. Comité de expertos de la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación

Inés Alberdi

#### Directora del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer

Licenciada en Ciencias Políticas y Económicas por la Universidad Complutense de Madrid en 1971. Posteriormente, en el año 1978, se doctoró *cum laude* en esta misma universidad en Ciencias Políticas y Sociología.

María Blasco

#### Científica Titular del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas (Cnio)

Licenciada en Bioquímica y Biología Molecular por la Universidad Autónoma de Madrid. Tras recibir su doctorado en 1993, con una tesis dirigida por Margarita Salas se trasladó a Cold Spring Harbor Laboratory (Nueva York) donde desarrolló su trabajo de postdoctorado.

Carmen Caffarel

#### Directora General del Instituto Cervantes

Doctora *cum laude* en Lingüística Hispánica (Sección Filología Hispánica) por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Complutense de Madrid y catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid).

Lourdes Fernández

#### Directora de Arco

Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Barcelona. Postgrado en museología y crítica de arte en la Università Internazionale dell'Arte de Florencia.

Joseba Franco y Montse Arbelo

#### Directores de Art Tech Media

Art Tech Media es una organización cultural internacional sin ánimo de lucro que tiene entre otros fines la creación, organización, promoción y dirección de diferentes eventos para el desarrollo de las Artes y la Cultura Digital, impulsar y fortalecer la alianza entre Arte, Ciencia, Tecnología, Innovación para la creación de la Sociedad del Conocimiento.

Daniel Innerarity

#### Profesor de Filosofía en la Universidad de Zaragoza

Catedrático de filosofía social y política en la Universidad de Zaragoza. Profesor Invitado de la Universidad de la Sorbona. Miembro del Consejo de Coordinación Universitaria, del Patronato de ANECA, del Consejo de Honor de UNESCO Etxea - Centro UNESCO del País Vasco, de la Academia de la Latinidad, y de la Academia Europea de Ciencias y Artes (2008).

José Luis Larrea

#### Presidente de Ibermática

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto en San Sebastián (E.S.T.E.), inició su actividad profesional en el mundo académico. Es presidente del Instituto Vasco de Competitividad de la Universidad de Deusto, desde su creación en 2006.

Emilio Ontiveros

#### Fundador y Consejero de Analistas Financieros Internacionales

Licenciado y Doctor en Ciencias Económicas. Trabajó durante más de siete años, en empresas industriales de ámbito nacional, antes de iniciar su carrera como profesor universitario. Desde 1985, Catedrático de Economía de la Empresa (Universidad Autónoma de Madrid), de la que fue Vicerrector durante cuatro años.

Eduardo Punset

#### Director de Redes

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Amplió sus estudios en la Universidad de Londres, donde obtuvo un máster en Ciencias Económicas, y en la Escuela Práctica de Altos Estudios de la Universidad de París, donde se diplomó. Actualmente es Profesor de Ciencia, Tecnología y Sociedad en la Facultad de Economía del Instituto Químico de Sarrià (Universidad Ramón Llull).



**Miguel Ángel Quintanilla**  
**Director del Instituto de Estudios de la Ciencia y la Tecnología (Universidad de Salamanca)**

Catedrático de Lógica y Filosofía de la Ciencia en la Universidad de Salamanca, fue senador por Salamanca en las Cortes Españolas entre 1982 y 1989. Fue Secretario General del Consejo de Universidades (1991-1995) y Secretario de Estado de Universidades e Investigación (2006-2008).

## 2. Materiales comunicativos

### a. Web www.reto2030.eu



### b. Newsletter



### c. Folleto explicativo



### d. Materiales comunicativos para el ámbito municipal







Es un sueño, pero es un sueño que puede hacerse realidad.

**Norman Foster**

Estimado Alcalde,

¿Cuáles son para ti los retos de la ciencia y la innovación? ¿Cómo podemos desde nuestros municipios contribuir a estimular la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor? ¿Qué iniciativas pueden ayudarnos a promover valores para afrontar contextos sociales como el actual?

Quisiera implicarte en un proyecto que estamos impulsando desde la Comisión de Participación Ciudadana y Gobernanza de la FEMP en colaboración con el Ministerio de Ciencia e Innovación. La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) y el Ministerio de Ciencia e Innovación nos invitan a formar parte de esta iniciativa: **¿hacia dónde quiere la sociedad europea orientar los esfuerzos en ciencia e innovación?**

Por primera vez, los ciudadanos europeos van a poder hacer llegar a los máximos representantes europeos de ciencia e innovación qué retos deben afrontar en el horizonte 2030.

44

Ferran Adrià, Norman Foster, Jane Goodall, Margarita Salas y otros **destacados científicos e innovadores** europeos participan en la **Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación**, una acción participativa dirigida a los ciudadanos.

La participación se canalizará a través de una plataforma web ([www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)) en la que se presentan **14 retos para que los ciudadanos europeos valoren y elijan** cuáles deben formar parte de las agendas de los ministros de ciencia e innovación.

La singularidad de este proceso, que se prolonga hasta el 26 de mayo, está en que el pulso de la participación ciudadana con sus votos a los distintos retos propuestos se proyectará en **un marcador ubicado en el hall de la sede del Consejo de Ministros de Bruselas**. Así, los ministros europeos de ciencia e innovación recibirán los resultados de la participación ciudadana una vez concluido el proceso de votación.

Desde el entusiasmo con el que siempre he vivido las iniciativas de carácter social y participativo, debo transmitir que **resulta muy estimulante poder compartir esta iniciativa** y dar apoyo a un proyecto innovador que lidera FECYT.

¿Por qué? Porque desde la experiencia y el conocimiento que desde hace años venimos labrando en el ámbito de participación, no es habitual ver proyectos que, como la Agenda Ciudadana, pongan en conexión en una misma iniciativa y con vocación europea tan amplia a **expertos, ciudadanos y políticos**.

Aún los diferentes atractivos que cada uno pueda ver en esta singular iniciativa, sin lugar a dudas el mayor de todos ellos es tener la **oportunidad de acercar la ciencia, la innovación e, inclusive, Europa a los ciudadanos**. Y todo ello, de la mano de 14 personalidades que nos han cambiado la vida con su **creatividad, innovación y espíritu emprendedor**. Valores necesarios para abordar los grandes desafíos del momento actual de 2030.

Por ello, no podemos dejar escapar la oportunidad de liderar este proyecto desde nuestros municipios y que los ciudadanos de nuestros pueblos y ciudades puedan hacer llegar, también, su voz a los máximos representantes de ciencia e innovación en Europa. Debemos corresponder al **liderazgo que desde el nivel municipal y local venimos mostrando en pro de la implicación de los ciudadanos en los debates públicos**.

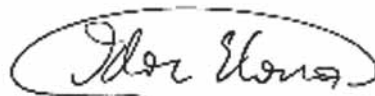
Por este motivo, y ante la oportunidad de poner de manifiesto la capacidad de movilización e implicación de la sociedad española ante iniciativas europeas, os presentamos en esta carta algunas **actividades y materiales comunicativos para dinamizar** la Agenda Ciudadana que pueden llevarse a cabo con la colaboración de diversas concejalías municipales (participación ciudadana, educación, medio ambiente, etc.): desde un acto de adhesión público con el respaldo de una rueda de prensa, hasta la movilización de los espacios participativos, pasando por difusión en los medios propios (revista municipal, web...).

**Aún siendo sencillas las sugerencias apuntadas y requiriendo una dedicación modesta**, cualquiera de estas posibilidades puede contribuir muy positivamente al proyecto. De hecho, la colaboración que desde los municipios os propongo emprender a través de esta carta puede contribuir, definitivamente, a hacer de la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación un **proceso de gran interés y repercusión social**, no sólo en nuestro país, sino también en Europa.

45

Espero que la iniciativa os resulte atractiva así como los materiales que se acompañan. En caso de requerir información de detalle u orientaciones complementarias para la ejecución de las actividades presentadas (hasta el 26 de mayo), pueden ponerse en contacto con FECYT en el teléfono 91.425.09.09.

Cordialmente,



**Odón Elorza**, Alcalde de San Sebastián  
Presidente de la Comisión de Participación y Gobernanza

## PROPUESTAS DE DINAMIZACIÓN DE LA AGENDA CIUDADANA EN LOS MUNICIPIOS

46



### Rueda de prensa

Una manera de adherirse a la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación es haciendo difusión en los medios. Por ejemplo, convocando una **rueda de prensa en la que intervengan Alcaldía y Concejalía de Participación Ciudadana** presentando su adhesión pública a esta iniciativa.

Tratándose de un proyecto con carácter participativo y ciudadano, y con la finalidad de subrayar este carácter participativo, **el acto de adhesión podría acompañarse de entidades o representantes civiles** que estén implicados en iniciativas participativas o que trabajen en el ámbito científico o de innovación.

### Difusión medios propios

Además de convocar los medios locales, también puede hacerse **difusión a través de los medios propios** de los que disponga la organización municipal. Con este fin, se aportan materiales en la **carpeta y DVD de materiales** comunicativos:

- **Anuncio** (página entera) y **artículo** para divulgación de la Agenda Ciudadana en el boletín o revista municipal.
- **Banner** (enlace) de la Agenda Ciudadana para ubicar en el web municipal.

### Actividad didáctica

Con el asesoramiento del Instituto de Tecnologías Educativas (ITE), se ha desarrollado una propuesta didáctica para llevar la Agenda Ciudadana a las aulas de **3 y 4 de la ESO y Bachillerato**.

Los materiales (guía didáctica y vídeos educativos) pueden descargarse desde la web de la Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) accediendo al espacio "Acceso Escuelas".

### Activar los espacios y redes participativas

Otra alternativa para dinamizar la Agenda Ciudadana en el municipio puede ser a través de la **movilización** de las personas que están activas en los **espacios y redes participativas**: entidades y asociaciones locales, personas que participan en consejos o procesos participativos, etc.

Un modo de hacerlo puede ser a través de una postal electrónica invitándoles a visitar el web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) para que elijan cuál es su reto para el 2030!

e. Materiales disponibles en la web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)

#### Vídeos

**Vídeo promocional**

Vídeo escolar didáctico

**Vídeo escolar (Retos 1)**

Vídeo escolar (Retos 2)

**Reto de Ferran Adrià**

Reto de Paulina Beato

**Reto de Franck Biancheri**

Reto de Karlheinz Brandenburg

**Reto de Anna Cabré i Pla**

Reto de Juan Ignacio Cirac

**Reto de Matti Makkonen**

Reto de Norman Foster

**Reto de Adolf Goetzberger**

Reto de Jane Goodall

**Reto de Rafael Matesanz**

Reto de Eleanor Maguire

**Reto de Margarita Salas**

Reto de Javier Tejada

**Más sobre Ferran Adrià**

Más sobre Paulina Beato

**Más sobre Franck Biancheri**

**Más sobre Karlheinz Brandenburg**

Más sobre Anna Cabré i Pla

**Más sobre Juan Ignacio Cirac**

Más sobre Matti Makkonen

**Más sobre Norman Foster**

Más sobre Adolf Goetzberger

**Más sobre Jane Goodall**

Más sobre Rafael Matesanz

**Más sobre Eleanor Maguire**

Más sobre Margarita Salas

**Más sobre Javier Tejada**

#### Noticias y documentación para prensa

- Dossier de presentación de la Agenda Ciudadana
- Notas de prensa
- Noticias

#### Materiales de descarga

**Guía didáctica**

Folleto póster Agenda Ciudadana

**Ficha del Comité Expertos Agenda Ciudadana**

Ficha resumen de las personalidades Agenda Ciudadana

**Ficha de Ferran Adrià**

Ficha de Paulina Beato

**Ficha de Franck Biancheri**

Ficha de Karlheinz Brandenburg

**Ficha de Margarita Salas**

Ficha de Anna Cabré i Pla

**Ficha de Juan Ignacio Cirac**

Ficha de Matti Makkonen

**Ficha de Norman Foster**

Ficha de Adolf Goetzberger

**Ficha de Jane Goodall**

Ficha de Rafael Matesanz

**Ficha de Eleanor Maguire**

Ficha de Javier Tejada

Todos los materiales están disponibles en la web [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) en castellano, catalán, euskera, gallego, inglés y francés.



f. Canal Youtube Reto2030 (disponibles todos los vídeos referenciados en [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu))



g. Grupo en Facebook Reto2030 / Challenge2030



48

h. Perfil en Twitter Reto2030 / Challenge2030



# CITIZENS' AGENDA

## Of Science and Innovation

Responding to challenges of dissemination, participation and consensus  
Spanish Foundation for Science and Technology  
[www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)

# AGENDA CIUDADANA de CIENCIA e INNOVACIÓN



FECYT  
FUNDACIÓN ESPAÑOLA  
PARA LA CIENCIA  
Y LA TECNOLOGÍA

*em* 2010.es

AGENDA  
de CIENCIA



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CIENCIA  
E INNOVACIÓN



FUNDACIÓN ESPAÑOLA  
PARA LA CIENCIA  
Y LA TECNOLOGÍA



## Foreword

## Introduction

### I. The three axes of the project: citizenship, science and Europe

1. The Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT) and its role in promoting science and innovation | **FECYT**<sup>1</sup>
2. Communication strategies by institutions and projects for civil society participation | **Susana del Río Villar**

### II. The experience: from initial proposal to final results | **Sinergia Value**<sup>2</sup>

1. The Citizens' Agenda on Science and Innovation: a tool for global awareness and participation
2. Starting point for an innovative project
3. Conceptualisation of the Citizens' Agenda on Science and Innovation
4. The process of creating the Agenda
5. Key aspects of the initiative
6. Results

51

### III. Conclusions: bringing science and Europe closer to citizens

1. The Citizens' Agenda on Science and Innovation: evaluation of an experience | **FECYT**
2. The Citizens' Agenda on Science and Innovation: innovating in communication and social participation | **Sinergia Value**
3. The Citizens' Agenda on Science and Innovation: contributions to the European participatory model | **Susana del Río Villar**

## Appendices

---

<sup>1</sup> FECYT editorial team made up of Rosa Capeáns, César López and Gonzalo Remiro.

<sup>2</sup> Sinergia Value editorial team made up of Dr Loreto Rubio, Cristina Perotti and Guillem Rovira.





# FOREWARD

The success of our citizen participation project on science and innovation is attested by the following facts: 107,309 votes in nearly six weeks on the web page that received around 150,000 hits, 2,468 subscribers on Facebook and 611 followers on Twitter, around 78,000 views on Youtube. A project that has served to bring the work of researchers and innovators closer to society, making citizens feel that they have been able to participate in the decision-making process in these fields in some way, and that has opened a new channel for science dissemination – a channel that is full of possibilities still to be explored.

**S**cience and innovation have played an essential role in our history. The search for knowledge to enable us to advance together is one of the foundations of European culture. Creativity, innovation, enterprising spirit, etc. are essential values that we must identify with in order to tackle the big challenges faced by Europe today and in the immediate future.

On the occasion of the Spanish Presidency of the European Union during the first term of 2010, and with the support of the Spanish Ministry for Science and Innovation, the Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT) presented all European citizens with an innovative, unique action committed to Europe: the **Citizens' Agenda on Science and Innovation – 2030 Challenge**.

Why is it a unique action? Because the *Citizens' Agenda* has contributed in a creative and boundary-breaking way **to bring the value of science and innovation into the everyday**. It has shown citizens how **science and innovation have changed and continue to change our lives**, our environment, and even our worldview on a daily basis. This is evident in some of the discoveries and advances achieved by the 14 scientists and innovators who have proposed challenges for us to advance in collectively. If we went back a few decades, or even a few years, questions such as the following would seem, at the very least, strange to us: Have you ever thought that you might be able to listen to music kept in your pocket? Do you know how many lives have been saved thanks to organ transplants? Can you imagine a future with only non-polluting energy?

The conception and development of the *Citizens' Agenda* has drawn on the **Declaration of Donostia – San Sebastián**, which reads:

*“Fundamental research, in the humanities and social sciences as much as in the natural sciences, helps us to better understand the universe and ourselves. The search for knowledge is an essential foundation of European culture and forms part of the values we share and, at the same time, is essential for tackling the huge challenges that our civilisation faces. The majority of these challenges – such as energy and climate change, health, and ageing –*



Lourdes Arana, director general of FECYT.

*have a global dimension and an important socio-economic impact.*

53

*In addition, basic research has directly generated some of the most revolutionary innovations, and needs technologically-advanced material, equipment and infrastructure, which are supplied by European companies.*

*Ultimately, European science wants to advance along with the society that funds it, and which is the ultimate beneficiary of its discoveries. It does so with an awareness of the difficult times that the European economy is experiencing, and with a commitment to boost a new economic model that is more sustainable and knowledge-based.”*

These pages attempt to explain what the *Citizens' Agenda on Science and Innovation* project is, focusing on the observations made and lessons learned as a result of this unique experience. It does so with the purpose of encouraging new actors and organisations to join us on this journey of complicity between citizen participation, the world of science and innovation, inter-institutional cooperation and the diversity of the social actors involved, all with one aim: to continue advancing, uniting and building our society in a complex world, full of challenges to resolve.

**Lourdes Arana**  
Director General of FECYT

# INTRODUCTION



54

*Presentation ceremony of Citizens' Agenda of Science and Innovation*

**H**ow does a creative and unique idea come about? How does it become a project? How is it managed? What results can we consider satisfactory? And, finally, what can we learn to improve and repeat a similar experience?

The intention of this article is to share the knowledge generated as a result of an exceptional and original project: the *Citizens' Agenda* on Science and Innovation – 2030 Challenge. The article has been written with the participation of the members of the group that drove the



The members of this driving group were:

- **The Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT)**, a public body under the **Spanish Ministry of Science and Innovation (MICINN)** that is in charge of science communication and dissemination, and has been given responsibility by its Department for Scientific Culture and Innovation for implementing the *Citizens' Agenda* as well as for coordinating and managing the organisation and promotion of the project;
- **Sinergia Value**, a company specialising in public and social communications with experience in participation processes, and which is responsible for the creative idea, participating in the development of the conceptualisation of the *Citizens' Agenda* together with the FECYT, and for the technical aspects of the implementation of the project;
- **Dr Susana del Río Villar**, PhD Political Science and Sociology, Special PhD prize in Social and Legal Sciences. An expert in citizen participation and European communicative action, member of the Committee of Independent Experts of the European Commission on Science, Society and Governance and on Citizens and Governance in the Knowledge-based Society. Furthermore, she is leading the task of coordinating a network of European bodies.

project, so that the tasks can be accurately described by those who were actually involved in carrying them out, and above all, in order to show what we have learned individually and collectively as a result of the opportunity to take part in a different and unique experience.



Without wishing to provide an exhaustive and detailed account of the entire process of the project, both the creative process and development and implementation of the *Citizens' Agenda*, the following pages contain the basic and essential information to be able to understand **what is** the *Citizens' Agenda* on Science and Innovation – 2030 Challenge, and **how valuable** this experience is from the following three approaches:

- a) How valuable is it from the point of view of **action for social dissemination** of science?
- b) What is the contribution of this experience within the framework of the initiatives of **participation and communication of European civil society**?
- c) And what is the innovative nature of the project with regard to **design and management of a communicative and participatory action** aimed at citizens?

The report is structured in three parts. The first, as a form of introduction, begins with two sections that sum up two of the approaches that have been taken into account when conceptualising and implementing the project. On one hand, an **analysis of the sociological context** in the area of **social perception of science** in which the *Citizens' Agenda* arose, brought about by the Spanish Foundation for Science and Technology. And on the other hand, the **European approach**, analysed by Dr Susana del Río, from her personal experience of citizen

participation scenarios that have been developed within the European framework.

In the second part of the document, Sinergia Value carries out a thorough analysis of the *Citizens' Agenda* project. In the first two sections the **conceptualisation** process of the initiative is presented, through the management and transformation of the initial idea and vision. Following this, the **aims** that were established for the project are set out, and then the main milestones in the construction of the project are briefly described, bringing the more descriptive sections to a close. The fifth section of this second part of the article is of great interest, since it refers to the **key features of the initiative**. An evaluation and interpretation of the information provided in the previous sections is performed in this section, with the aim of pointing out the main lessons learned from the most practical and operational dimension of the project. This second part closes with the display of the final results and main data obtained by the *Citizens' Agenda*.

Finally, the article finishes with a global evaluation in the form of **conclusions** from the three approaches on which the project was constructed. The *Citizens' Agenda on Science and Innovation* as an action for disseminating science, as a citizen participation and social communication initiative, and as a proposal with an institutional and participatory vocation in the European area. •••



# **I. THE THREE AXES OF THE PROJECT: CITIZENSHIP, SCIENCE AND EUROPE**



## FECYT

FUNDACIÓN ESPAÑOLA  
PARA LA CIENCIA  
Y LA TECNOLOGÍA

## 1 The Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT) and its role in promoting science and innovation

### Spanish Foundation of Science and Technology (FECYT)

The Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT), formed on 5 June 2001, belongs to the State Public Sector and operates as a not-for-profit organisation with functional autonomy.

The following are among its foundational objectives:

- **To contribute to the guidance of the scientific and technological progress** of the Spanish system in order to improve the coordination between the various actors of the system.
- To position itself on an interdisciplinary and cross-sector **interaction**, analysis and debate **platform** for the Spanish **scientific, technological and business** communities.
- To encourage the **dissemination of knowledge** on scientific and technological topics, with the aim of creating that necessary **scientific and technological culture among citizens**.

The FECYT is currently collaborating with the **Spanish Ministry of Science and Innovation** (MICINN) to boost the value chain of knowledge, boosting science and innovation and promoting its integration into and presence in society, responding to the needs and expectations of the Spanish Science, Technology and Business System (SECTE).

FECYT assists the MICINN with its responsibilities with regard to communicating and disseminating science and technology through the **National Programme of Scientific Culture** and Innovation, which is part of the **National Plan of R&D&I 2008-2011** since 2009.

However, increasing the impact on society of the different initiatives to develop a scientific culture and a culture of innovation is just one of the **strategic priorities** of the organisation. Other strategic priorities are to support the transfer of knowledge from **innovative and enterprising talent**; lead the process of integration and rationalisation of **science and innovation information and indicators**, promote the generation of returns that derive value from skills, as well as establishing a user-focused management model based on excellence.

The Foundation works with the aim of being recognised by the whole of Spanish society as a key leader in disseminating, communicating and measuring science and innovation in order to contribute to the development of a knowledge-based economy. These are its **objectives for 2015**, just as it appears in the **Strategic Plan 2010-2012**, which was approved by the foundation's Governing Board and the Board of Trustees in December 2009.

The mission and vision of FECYT have not come about by chance but have been determined by **two essential factors**: evolutionary analysis of the **studies of Social Perception of Science**, which the FECYT has been carrying out biennially since 2002, and the **evolution of social and economic reality themselves**, which constantly require diverse needs in the fields of citizen awareness and participation, as well as in the guidance of the production model.

### Social Perception of Science

The FECYT, in its role as a key institution in the strategic support of the Spanish Ministry for Science and Innovation, and with the aim of directing government policies towards their end recipient, society, has had the completion of the **Social Perception of Science and Technology Survey** among its main responsibilities since the start of its activity.

The Social Perception of Science and Technology Survey has been carried out at two year periods since 2002. The survey is performed through personal interviews with more than 7,700 people, meaning that its results are representative of each Autonomous Community. By means of the survey, **the FECYT analyses the level of interest in scientific information, and citizens' knowledge, familiarity and opinions** regarding the image of science in the media, the importance of scientific research for our society, the work of researchers, and R&D&I policies.

The information gathered by the survey and the subsequent analysis that can be made of the information is invaluable in directing the science and technology system towards the needs of a population that is ever more aware of the challenges faced in the R&D&I areas, more demanding of good quality scientific information, and which also wants to play a more active role in the creation of a scientific-technological system that meets its demands.

Below, we will carry out a summarised descriptive analysis in which we compare the results of the five surveys on the social perception of science and technology that have been carried out to date by the FECYT. In the first section we will analyse the interest in and sources of information on science-related issue. The second section deals with the social image and valuation of science, and the third section deals with questions relating to public policies on science and technology.

## 1. Interest and information



Since 2004, the FECYT studies have included an open question **asking participants to list three topics they are interested in**. Although the question does not specifically ask for information-related interests, the wording of the question – “Every day we receive news and information on very diverse topics. Please tell me three topics that you are especially interested in” – clearly directs the participant to the issue of information.

The results for 2004 show that interest in science does not rank in one of the top positions. However, **interest in science and technology has experienced a very positive evolution, doubling in the period 2004-2010**. In addition, the population shows an increased interest in matters relating to science, such as medicine and health, environment, and nutrition. In 2010 the percentage of participants who mentioned information on medicine and health was similar to the percentage who mentioned an interest in sports or in work and employment, topics of greater public interest.

In all the surveys participants have also been asked for their general level of interest in various topics. In this case, the participant is given a series of topics and is asked to rate his/her interest for each one on a scale from 1 (not interested at all) to 5 (very interested). Three groups of topics can be observed, depending on the level of interest shown by participants. The first group, the topics that participants are most interested in, is made up of “medicine” and “the environment”; the middle group includes “science”, “sport” and “economy”; and the last group is made up of “politics” and “celebrity issues”, which receive a notably lower average.

The surveys also show that the level of interest of the Spanish population in scientific areas (medicine and health, science, and technology) is greater than their level of knowledge on these topics. For this reason, **the citizens believe that they have a scientific information deficit**, a deficit that is not present in other areas of interest such as sport or politics.

The reason for this interest in receiving information on themes related to science and technology may be due

to the fact that **the media currently show social controversies and public debates every day on topics related** in some way to **scientific activity** and/or scientific knowledge. Included in these topics is the protection of the environment, the solution to social problems, the control and regulation of technological applications, public health, quality of nutrition, and the control of certain illnesses. The people involved in these controversies make use of arguments related in some way to scientific knowledge in order to validate and give strength to their opinions and points of view and thus gain support for their position.

In the three most recent studies, participants were asked about the level of trust deserved by certain institutions, associations, professionals and social actors when they offer scientific and technical information. Again, three differentiated groups can be clearly observed. **The institutions related to science inspire the greatest public trust**: universities, professional associations, public research bodies, and hospitals. A second group would be made up of ecological groups, consumer groups, the media, companies, and public administrations. The group that inspires the least trust is made up of trade unions, the Catholic Church, and political parties. The media is placed in between the second and last groups.

## 2. Image and valuation of scientific knowledge and research activity

59



Although it is likely that each individual has a contextualised valuation of science because of its impact in different fields, the public perception studies try to identify a general valuation, attempting to compare advantages and disadvantages attributed to scientific activity.

**Between 2002 and 2010, the percentage of citizens with a positive view of science**, observing more advantages than disadvantages, has increased from 46% to 56%. Inversely, the percentage of people who opted for the intermediate position (benefits and drawbacks equal) has decreased by 9 percentage points, (23%). Meanwhile, 8%-9% of the Spanish population continues to have a negative view of science, and another 10% have no opinion on the subject.



**The public image of science is related to levels of respect for the professionals who are linked in some way with scientific knowledge.** In this sense, the five FECYT studies show very consistent results: doctors, scientists and lecturers are the most highly regarded professionals. On the other hand, religious leaders and politicians have a lower valuation.

### 3. Public policies on science and technology

The Spanish population is very in favour of supporting investment into science and technology. In the latest study, carried out in 2010, **77% of the population supported maintaining or increasing the budget for research in the context of public spending cuts.** Compared with



other areas of public spending, science has a medium priority level for investment, below security and public works, and at the same level as environment, industry and culture. Among these areas of investment to prioritise, education and health were not included in the responses for the participants to choose from, since this may have meant that the responses would have become polarised in favour of these majority interest areas of investment.

In terms of commitment to **R&D&I** on the part of society, the majority of the population believes that neither the public administrations nor private companies dedicate sufficient resources to it.

When questioned about regulation of research activity, 73% of citizens said that they supported applying the principle of caution in research advances, and 57% believe that the institutions financing **R&D&I** should allow their researchers independence.

Finally, the Spanish maintain their **majority trust in science and technology experts to take decisions relating to R&D&I**, but an important percentage (32% of the participants in 2010) believe that **the role of citizens in decisions about science and technology should be more prominent.**

### Current situation

The current situation on a world level has shown in recent years **the need to advance towards a change in the production model**, which, apart from being productive, innovative and sustainable, should be supported in a truly knowledge-based society in which R&D&I will play an essential role.



Making society a participant in the advances and achievements of this process, as well as the difficulties and setbacks, is not incidental but essential, taking into account the levels of investment that are necessary to drive forward R&D&I. This is not all. It is also a decisive factor in achieving a situation where citizens feel that they are involved in the decision-making process, that they feel part of the process, that they are aware of what we are risking in this change of production model, and that they can give their opinion about the direction that we should take.

### European Presidency and 2030 Challenge



In 2010 a period of time ended that had begun in the European Council held in the year 2000 with the **Lisbon Strategy** – a commitment by the Member States to **make Europe in 2010 the most dynamic and competitive knowledge-based economy in the world**, whilst respecting social cohesion and the environment.

In January 2010, Spain took over the rotational presidency of the Council of the European Union for the first term.

In terms of research, the priorities of this Presidency were organised based on boosting the three principal dimensions of the European Research Area: **Integration, Involvement and Inclusion.**

**Integration** is understood as the need to place the R&D&I policies at the centre of the European project. **Involvement** is defined as the step from thinking to action, highlighting the role that science can play in our most visible challenges, in our daily concerns. **Inclusion** is understood as a form of fighting against the shortages suffered by a significant number of European citizens and the majority of the population of non-EU countries, and for which science and innovation already have a solution, or could have a solution in the near future.

It was in this context, and in an attempt to include these dimensions under the umbrella of science and innovation, in which the Spanish Ministry of Science and Innovation implemented – by means of the Spanish Foundation for Science and Technology – the *Citizens' Agenda on Science and Innovation*. ••

## 2 Communication strategies by institutions and projects for civil society participation

Susana del Río Villar



*Presentation ceremony of Citizens' Agenda.*

Participation and communication are two of the big European challenges, and communicating in order to participate constitutes a model of communicative action. In this European plan of communication, representative democracy is complemented by participatory action. These democratic priorities combine in the configuration of a European model of debate. Likewise, innovation and creativity are sought to "hook" the citizens.

In recent years, the search for tools to connect with citizens has been one of the most important European challenges. Communication is a first rate legitimating resource. Reaching citizens with the topics that worry them and using the means and support channels that citizens use on a day to day basis becomes a challenge for European institutions. The challenge is to win over the citizens in order to connect them with Europe and show them the practical action of "the European" in our day to day lives.

Active citizenship is a key issue for achieving a politically ambitious and socially integrating European project. In this sense, it is important to keep in mind that citizens have a fundamental integrating power in the construction of a citizens' Europe. It is in this participatory dimension that I will centre my observations: to be a European citizen and to know what this means, how we can "experience" European citizenship and what the tools are that are being implemented to reformulate a developing citizenship that will renew Europe by means of participation.

We are in a stage in which Europe and the world need to tackle new challenges in the face of the problems of the 21st century. The growth of globalisation demands, both from the concept of citizenship and from its "adaptation to the times", a new, more dynamic and participatory approach open to dialogue. This application of citizenship to participatory European democracy, always in a way that complements representative democracy, introduces the need to reactivate the exercise of European citizenship as well as its progression.

Participation plays a key role in the democratic renewal of the European Union, and a participatory Europe is the way to involve citizens in the project and promote a common feeling of being European. It is from debate with

civil society that it is possible to bring about a change in citizens' perception of Europe and the establishment of a new paradigm in the process of policy creation.

If we aim for complicity with society, and society sees this new relationship with politicians and institutions, within a framework of open and constructive debate, a turning point would be possible, as well as an opportunity to consolidate a European model of debate.

In order to have a clear view on the participatory trajectory, I am going to describe some of the relevant stages with respect to the milestones regarding the participation of the European civil society. By way of introduction I briefly note "the form" given to the participation and attention paid to the contributions of Non-Governmental Organisations from the 1996 Intergovernmental Conference to the stage of the preparation of the European Constitution by the Convention. In this way we focus on the new communicative spaces that are currently being investigated in the context of the Lisbon Treaty. The aim is to realise that, although institutions must keep working to strengthen the channels of exchange of ideas with citizens, pro-participation activities have increased and the quality of the methods and channels of communication has improved.

### Achieving democratic synergy by "unfolding" democracy



European democracy is "unfolding more and more", but what does this unfolding of democracy mean? It consists of searching for formulas that involve civil society in 21st century Europe and that allow the "immersion" of participative democracy in the political sphere. It is a question of complementing representative democracy with a participatory action. This effort to develop European governance allows the unfolding of democracy, making it more citizen-based and flexible. In the European Union we can find various spaces for developing governance

and observing how its method fosters a greater or lesser emergence of a civic responsibility in a global world where solidarity is a key Gordian Knot for the boost that moves societies.

European democracy is one, but in order to refresh the democratisation of the European Union a new synchrony is needed that makes possible the renewal of representative democracy and its concept. In order to achieve it, it is fundamental that the great European politics activates European policies and that 21st century democracy opens up, adapting to participatory democracy and the new digital dimension of e-democracy as a means and instrument to reach more citizens. The EU's political innovation requires an adaptation to the times and to democratic processes along with a visibility of the European capability to "conduct politics". These priorities will enable a structuring of European politics that generates spaces that are prepared for exchange and connection between politicians and citizens, always reaping the value of representative democracy and the decision-making method.

The European Union is a more representative Union in the framework of the Lisbon Treaty because, as the power of the European Parliament – the great ally of citizens – increases, citizens also have more power. One example of this is the European Citizens' Initiative implementation, an initiative that managed to break through during the work of the European Convention. Its origin – the European Constitution project – development, and implementation are an example of political, parliamentary and citizen synchronisation.

62

## Broadcasting in the "European version"



The new times and the digital dimension are setting out a continual redefinition of spaces that the media must learn to embrace. The media has to move in a synchronised way in order to add something more to its communicative ability – to make citizens perceive a coherent and common European idea. How can they achieve this? By broadcasting in the "European version", searching for a common European code that audience "gets".

With respect to news transmission, first it is necessary to know how to communicate to citizens that the European Union is a good place to live and to live together. One way of bringing Europe closer to society is to make society see how the European Union is present in our everyday lives. It is important to involve citizens with topics that are important to them. Another important aspect that the media can convey to citizens is that we have some European features and some common goals that we must highlight and promote. If we want to give visibility to this idea we have to "show Europe" and, in order to achieve a visual Europe, we must ask ourselves the question: Where do citizens get their news from? An obvious fact – we receive information through the television almost without looking for it, while getting news from the press or the radio involves a level of interest and effort to find it.

We find ourselves facing a change in the institutional strategies that manage to make a qualitative step forward in the European communicative arena and boost a space for European public opinion. The planning is directed at citizens to make them aware that we are in a historical-political time in which we all play an important role. It is necessary to explore new methods of support and their viability to make society interested in politics<sup>1</sup>. What have the steps been?

The revamping of the European Parliament's website showed that information should be openly available rather than restricted. A form of information that develops a horizontal, rather than vertical, function model, and which uses a varied, multidirectional, integrating form of communication that is devised to cause an impact on the user, does not mean that European institutions have to abandon their role as active communicators and disseminators of information in the organisation of a "Europa en Red" (Europe online). The website also strives to provide journalists with more information in a more systematic way. Learning about the European through these media involves a greater level of assimilation of Europe by citizens.

The "Plan D" launched by the European Commission placed democracy, dialogue and debate at the centre of the project in order to communicate with citizens. The main issues of this proposal revolve around a three-fold purpose: stimulating an in-depth public debate, promoting the participation of citizens in the democratic process, and making the necessary tools available, both to institutions and organisations, to generate dialogue about Eu-

<sup>1</sup> In relation to the new European governability and the need for innovation, see the publication by some representatives of the Permanent Forum of the European Civil Society: Boual, J-CL; Grosjean, Ph.D; Rabier, J.R; Speol, D and Van Ermen, R: Plan B: Changer la gouvernance européenne. Les citoyens FACE à l'Union européenne, Loverval, Éditions Labor, 2006.

European policies and the decision-making method. In the programme *Debate Europe – building on the experience of Plan D for Democracy, Dialogue and Debate*, the Commission wants to allow citizens to put forward their views, using the resources and synergies that have been being built in order to raise a debate on a European scale. From the experience of Plan D the parameters of future action are placed both in the European and national dimensions as well as on regional and local spheres.

In summary, participation facilitates the democratic development of societies. The participatory factors that guarantee its existence are: permanent contact with the ideas and values that are intrinsic to the European project; social and political inclusion; the role of culture as a catalyst for the emergence of European citizenship; education and informed opinion of citizens; and a form of governance that can rely on an active, organised society.

The need to compare news and find a “common code” for transmitting them should also be highlighted. In this way, citizens will not get lost in jargon, technical terms or even contradictions when receiving information in the European code.

## The Agora of the 21st century in the European Parliament



Agora is an initiative organised by the European Parliament (EP), fundamentally driven by the Commission for Constitutional Affairs. In the EP's first Agora, which took place in November 2007, more than four hundred representatives of civil society organisations took part. The guiding thread was “The future of Europe: challenges, opportunities and tools presented by new treaties”. The work groups were structured according to these actions: Tasks, Tools, Borders and Horizons. In June 2008 the second of the EP's Agoras took place, dedicated to a topic that is very current and a high priority – climate change: *Climate change – analysing, problem-solving, mobilising*. The work groups focused their debates on the following topics: resources, techniques, solidarity, economy and education.

At the end of January 2011, the third Agora will take place, in which two fundamental issues will be debated: Poverty and Crisis. This Agora coincides with the European Year 2011, which is dedicated to Volunteer Work.

The strong point of the European Parliament's Agora is that it has been launched by the European institution that directly represents citizens, involving representatives from civil society organisations that can provide important ideas for the new stage of the European Union.

Agora is a new instrument that involves enormous logistics in a framework – the European Parliament – where MEP-citizen complicity becomes visible.

The experience has evidenced that a high level of performance can be taken from the multiple methods of support that technology offers us to increase both the information provided to citizens and their participation in the configuration of a European space. Agora began with a “pilot” plan, aiming to explore new paths for participation. The multilevel debate has managed to take an efficient and agreed work pattern. The two main fields of the project have been the operational-spatial field and the current contents one, regarding debate on the future of Europe. Just as in the work of the European Convention, the work method has been the search for consensus through debate.

## Interconnected Europe: the emergence of a European public opinion



For some time, communicative initiatives have been launched to connect with citizens, but it was after the European Constitution's “shutdown” that the urgent need to introduce society to Europe and make society part of what is happening in the European Union was considered. It was necessary to go further. It is not enough just to inform and to inform well, but it is necessary to communicate Europe.

Communication involves a two-way road, communicative action inspires participation, and a participative Europe promotes specific schemes and the exploration of new mechanisms to constitute anchors towards concrete spaces that are known to citizens. This new European communicative action will make it possible to formulate a European public opinion. But, what are these mechanisms currently? In what spaces do they develop? Have they already achieved their setting at European communication practice or are they still pilot schemes? Do they boost an active European citizenship? And, in what framework do they develop?

In the framework of the period immediately prior to the European elections of 2009, after the agreement to “com-



municate Europe in 'partnership', the European institutions launched the campaign with the message "You choose" for the elections to the European Parliament, joining forces to encourage participation. In this line of connection with citizens, the European Parliament has passed, by a large majority, the report presented by the Commission for Constitutional Affairs on perspectives for the development of civil dialogue within the framework of the Lisbon Treaty.<sup>2</sup>

The initiatives with the greatest impact have been implemented by the institutions first show a clear intention of connecting with citizens in order to motivate participation with new spaces for communicative action.<sup>3</sup> As mentioned above, the European Parliament started by renovating their website and continued by launching Europarl TV and the new website dedicated to the European elections. It is also important to highlight the citizens' forums that the EP Office in Spain organises in various regional Parliaments with the format: "I have a question for Europe". Without a doubt, the best step that the European Parliament has taken in its communicative action took place during the information plan for the European elections in 2009 with an avant-garde communication campaign common to the twenty-seven countries, "provoking" citizens with themes that matter to people in their everyday lives. The EP was present on social networks, and carried out a campaign on colour, catching the attention of citizens by encouraging them to "take a side" with the "You choose" campaign to decide on the political colour for the next five years.

The initiatives have continued coming from the European Commission with *Europe for Citizens and Debate Europe*. The Representation in Spain, in its aim to create a European public space for reflection and debate that would reach the public who are not normally interested in community information, has set up a new participatory website, *Espacio Europa*<sup>4</sup>, to promote a European Public Area. Through European videos, blogs and the use of a social network – Facebook – citizens can make their contributions to the current topics of the European Un-

ion by using new technology and "learning Europe" in a practical way.

The Secretary of State for the European Union in Spain, through the website *Hablamos de Europa* (Let's talk about Europe), provides information that is updated every day on European subjects, debates, seminars, grants, and relevant news in a simple and direct way. It is also important to highlight projects with civil society organisations during the Spanish Presidency of the European Union in the first term of 2010, such as European Civic Days 2010: Towards social European citizenship.

In the audiovisual field, TVE's (a Spanish Television channel) programmes such as *Europa 2010*, *Europa 2011*, fully dedicated to European topics, attempt to bring us closer to current news in the European Union each week through reports on various topics, analysis and interviews in a lively, enjoyable and relevant format.

### New participatory projects with innovative mechanisms

In terms of the most meaningful projects in which the driving force is debate with citizens, it is important to



highlight the initiatives of various civil society networks and movements.<sup>5</sup>

These projects put citizens in contact with the political and institutional spheres and aim to involve citizens in subjects of interest to them, using the same tools that they use in their daily lives.

They try in some way to give each citizen a perception of the European in their lives in order for them to "tailor" Europe to them, to make Europe theirs.

**Act4 Europe and the social entities and platforms that make it up.** Among its initiatives to encourage voting in the European Elections, it is important to highlight some informa-

<sup>2</sup> Report presented in January 2009 in the European Parliament, Strasbourg, by the MEP Genowefa Grabowska, Commission of Constitutional Affairs on the perspectives for the development of civil dialogue in the Framework of the Lisbon Treaty: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=PV&reference=20090112&secondRef=ITEM-019&language=ES&ring=A6-2008-0475>

<sup>3</sup> On active citizenship in Europe, communication and new participatory spaces, see: Río Villar, Susana del: *Ciudadanía activa en Europa*. Proceso participativo y nuevos espacios para la comunicación, Madrid, Difusión Jurídica y Temas de Actualidad, 2008.

<sup>4</sup> Espacio Europa, European Commission: <http://espacioeuropa.eu/>;

Europa 2010: [www.rtve.es/programas/europa/](http://www.rtve.es/programas/europa/);

Hablamos de Europa (Secretary of State for the European Union): [www.hablamosdeeuropa.es/Paginas/Home.aspx](http://www.hablamosdeeuropa.es/Paginas/Home.aspx)

<sup>5</sup> Act 4 Europe: <http://www.act4europe.org/code/en/back.asp?Page=262>

European Citizens Consultations: <http://www.european-citizens-consultations.eu/>

Luis Vives Foundation: [www.fundacionluisvives.org](http://www.fundacionluisvives.org)

European Movement: [www.europeanmovement.org](http://www.europeanmovement.org)

REINE, Extremaduran Network of European Information: [www.reine.org.es](http://www.reine.org.es)

tion sheets that set out in a quick way why it is important to vote, how European Parliament's decisions influence our everyday lives, and what citizens require of their MEPs.

**Questions for Europe** is an initiative driven by European Movement International to promote communication among citizens and encourage citizen participation.

**Projects aimed at young people and initiatives in the area closest to citizens.** Among the projects aimed at encouraging the participation of young people, there are several projects included in the Youth in Action 2007-2013 programme. In Spain, *Move for Europe* was implemented, involving young people through topics that are important to them and using a format that was attractive for them and language they could identify with. It is also important to highlight the initiatives aimed at connecting Europe with the activities of the Town Council and local organisations – those closest to citizens.

**The Extremaduran Network of European Information (REINE)** works in a coordinated way using new technology and the media to reach Extremaduran citizens. REINE organisations just as the Extremaduran Parliament, the Regional Government of Extremadura, the European Academy of Yuste Foundation, and the Citizens' Foundation are bringing current European topics to citizens with various projects: *Europe in the classroom*, *Europe on your wavelength*; *Europe is also built from the Extremaduran Assembly and Euroactives*.

**Giving citizens the chance to speak.** *European Citizens' Consultations. Let your voice be heard*, driven by the King Baldouin Foundation (Belgium), and in Spain by the Luís Vives Foundation. The strong point of this initiative: pan-European debate, transnational scale and showing citizens that their proposals matter. The element that stands out most: citizens' ability to discuss, debate and reach agreements on points to include in the final conclusions.

**ECC 2007 and 2009.** In the *European Citizens' Consultations 2006-2007*, the subjects that citizens identified as priorities were: immigration, social and family policies, and the environment. In the twenty-five countries that took part (at that time Romania and Bulgaria were not yet part of the European Union), citizens reached a consensus for reporting recommendations on the subjects mentioned with the following format: "In 2020 we want a Europe that...". ECC 2009 asked citizens just one question: "How can the EU face up to our economic and social future in a globalised world?"

Ten recommendations from each country came out of the debates with citizens. In addition, a group of observers took part in the European Consultation in Spain, following the methodology closely, listening to the hundred citizens and debating the same question. *The European Citizens' Consultation. Let your voice be heard*, is a pan-European initiative, with an innovative communicative-participatory methodology and in which the protagonists are the citizens. In the pan-European consultation, which took place in May 2009, the proposals of each country were brought to the table along with the fifteen common recommendations of the 27 countries. The recommendation with the most votes was the fight against climate change.

The *European Citizens' Initiative* network continues to carry out a large-scale online communication task on the Citizens' Legislative Initiative, its development and implementation. The initiative, which was included in the European Constitution Project and, later, in the Lisbon Treaty, has been one of topics that has received most attention during the Spanish Presidency of the European Union in the first term of 2010 and during the *trio*-Presidency also including Belgium and Hungary up to July 2011. This citizens' initiative states that with one million signatures from a significant number of countries, a proposal can be submitted to the European Commission for a legislative process to be started. The European Parliament is playing a very active role in the development and implementation of the Initiative. The initiative encourages a connection that makes European transnational debate to move a topic forward visible, involving the different participants: civil society as an active subject that is the protagonist of its own reality.

These projects have a common formulation: reaching people using the tools that they use, with debate topics that are truly important to citizens.<sup>6</sup> Encouraging participation means finding formulas for developing a true European communication, reaffirming the idea that the ability to connect with citizens is one of the solid indicators of institutional "sustainability".

European institutions continue to renew their communication projects, with some new features added at the start of the European "academic year" 2010-2011. The European Commission is implementing a communication plan that is more personalised and focused on its President, José Manuel Barroso, with very convergent lines of action that are well defined, with regard to press, spaces, methods, discussions, and the digital communication revolution.<sup>7</sup> We can find the connection with citizens and

<sup>6</sup> For useful and practical information on Europe portal <http://www.eurodatum.com/spanish.html> was launched, and for European news and media, the multilingual website: <http://www.presseurop.eu/>

<sup>7</sup> [http://ec.europa.eu/dgs/information\\_society/see\\_more/vb/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/information_society/see_more/vb/index_en.htm)

the new initiatives undertaken by the Commission on the Vice-President Viviane Reding's web page, Commissioner for Justice, Fundamental Rights and Citizenship.<sup>8</sup>

As mentioned above, the European Parliament caused its own revolution in the communicative campaign of the 2009 European Elections by having a presence in social networks. The information plan was undoubtedly an enormous step with respect to the elections to EP in 2004. Another matter is that of participation, and it is important to stress that the common European campaign was "hijacked" by national politics, and in the debates in each country it was talked about in a national code and not in the "European version".

Continuing with communication and the active presence of the European Parliament in social networks, in Autumn 2010 two new projects began to be implemented. "Cit-zalia",<sup>9</sup> an undoubtedly different and surprising project, was driven by the ESN (European Service Network). The aim is to reach other citizens who are perhaps younger or more "hooked" on multimedia games and the "virtual" reality, who want to have an *avatar* that can go in and out of the European Parliament, propose and even "take part in politics". Will it be successful? It is clearly a different proposition, so we will have to wait to see how it works

and whether it is capable of creating a connection that motivates participation.

It is clear that, as citizens, we are present in the European Parliament in a much more real way than the majority of us think. We are represented by our MEPs, who we vote for in the EP elections so that they can decide what colour politics will be and what decisions will be taken with regard to the real every day issues. Citizens are in the European Parliament every day without knowing it.

It is also important to highlight the project "Tweet your MEP",<sup>10</sup> an initiative of Toute l'Europe, which will undoubtedly activate the connection between MEPs and citizens, between politicians and society, between politics and "the street", the average citizen.

If we analyse all the projects, initiatives, etc, it is important to mention the importance of European blogs. Each one has its own personality, but all of them contribute by circulating Europe, motivating debate, and creating or consolidating European public opinion. We have made great strides in European communication, and even some leaps from a European model of debate to a model of communication. Currently we find ourselves working on the consolidation of a politics of real European communication. This is a big challenge. ♦♦

---

<sup>8</sup> [http://ec.europa.eu/dgs/information\\_society/see\\_more/vb/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/information_society/see_more/vb/index_en.htm)

<sup>9</sup> <http://blog.citzalia.eu/>

<sup>10</sup> <http://www.tweetyourmep.eu/>

**II. THE EXPERIENCE:  
FROM INITIAL PROPOSAL  
TO FINAL RESULTS – SINERGIA VALUE**



## 1 The Citizens' Agenda on Science and Innovation: a tool for global awareness and participation



The minister of science and innovation, Cristina Garmendia, in the presentation ceremony of Citizens' Agenda

68

How can we define the *Citizens' Agenda on Science and Innovation*? Is it a scientific dissemination action? Is it a participatory process? Or, rather, is it a citizen awareness action? As an innovative experience, the *Citizens' Agenda* is an instrument that has had a three-fold purpose since its conceptualisation. A three-fold mission that we can describe in the following way:

- First, the *Citizens' Agenda* is **an instrument that serves to promote science** in line with the work that the FE-CYT carries out;
- Secondly, the *Citizens' Agenda* is also a boundary-breaking institutional commitment to create, under the umbrella of science and innovation, a **meeting point between different social and institutional actors with very little connection** such as scientists and experts, politicians, and citizens;
- Finally, the *Citizens' Agenda* is an opportunity to promote and reap the value of social science and innovation contributions through the mobilising potential of instruments of **citizen participation and of social networks**, as well as the ability of public and social communication tools to involve people and generate enthusiasm.

Synthetically, we can present the *Citizens' Agenda on Science and Innovation* as a **public awareness initiative of a participatory nature**. In this initiative, 14 great personalities from the fields of European science and innovation have proposed 14 big challenges that we need to solve as a society and citizens have been able to communicate their opinion on these challenges, which are on the horizon of the next 20 years for us to face, to the politicians responsible for dealing with them. Over the next few pages, the way in which this idea has been generated and managed, and the value it offers, will be developed. ...

## 2 Starting point for an innovative project



First votes of Citizens' Agenda.

As with all projects that are in some way “experimental”, getting to know the environment that the project started in and understanding what the factors that contributed to the idea’s genesis were, help us to understand the hypothesis being proposed. It seems appropriate, then, to start with the basic premises that provided the guidelines for the framework in which the action was defined. What were the starting requirements? What aspects were recognised as determinants for the viability and setting up of the project?

69

### Initial requirements

As we have already said, the *Citizens' Agenda* was planned during the Spanish Presidency of the European Union during the first term of 2010. In this context, the FECYT decided to undertake an original kind of **action that would bring to the table the dissemination and awareness of science and the spirit of innovation for European citizens.**

The requirements for this action were:

- Organise an event that was **innovative** conceptually and **excellent** in its performance.
- Integrate the proposal within the **axes of equality and innovation**, *leit motiv* of the Spanish government for the EU Presidency.
- And, in a context of great competition of programmed activities for the presidential term, design a far-reaching event to:
  - Achieve **awareness and create an impact** on the target audience;
  - Achieve social **notoriety** and capture the attention of the media.

In summary, the **notoriety and innovative action** binomial began to set the scenario in which to come up with an initial proposal.

### Field work: analysis of alternatives



Prior to formulating the proposal, it was extremely interesting and useful to perform a comparative exercise with the purpose of gaining a vision of the scenario of similar actions or precedents against which to propose an innovative proposal. Despite the proliferation of social dissemination activities associated with science and technology, there were two activities that seemed most relevant in terms of their scope and communicative impact: the European Research and Innovation Exhibition (Paris) and the Science Fairs that take place annually in various locations in Spain.

in terms of their scope and communicative impact: the European Research and Innovation Exhibition (Paris) and the Science Fairs that take place annually in various locations in Spain.

What conclusion can be drawn from the analysis of these experiences? Fundamentally, the need to create a new type of event was noted, one that would include all of the strong points that had been identified (**strength of content** and specialised audiences involved in the European Exhibition, and **accessibility** for, and inclusion of, a more generalised audience in the case of the Science Fairs) but

# CITIZENS' AGENDA

of Science and Innovation

going a step further: **including the different audiences** that the various experiences deal with separately, **in just one action**. This way it would achieve a greater potential of impact (the whole of Spanish society and, by extension, European society).

It was therefore decided that a new format should be aimed for, which would go beyond more conventional propositions like conferences, fairs, or temporary exhibitions. This format was the **communicative-participatory** format, which would allow a greater level of involvement of the public (qualitative impact), and move the space of participation to **a setting that would not involve physical presence**. In this way, the dissemination action was channelled by means of new information and communication technology, attempting to break audience barriers (quantitative impact).

## Definition of audiences



Audiences were selected and prioritised on the basis of two criteria: first, which would be valuable to the project? And secondly, from the audience's approach, what gaps are not being filled by other actions organised

by the Ministry of Science and Innovation that are taking place over the presidential term?

Within a wide range of audiences of interest for the project (general public, audiences in the decision-making sphere, and specialist or professional audiences), the three segments of most interest for the project (target) were **young people** with a scientific and enterprising background, **business people** or **entrepreneurs** and **citizens** with concerns about **Europe and social inclusion**.

## Other determinants

Finally, the timetable for implementation (the time available) and the resources available were the two factors that determined to a large extent the viability and development of the project. In relation to the first factor, the requirement to implement the action at the end of the first term of 2010 (due to the predetermined timetables of the EU Councils of Ministers), we were subject to tight time constraints to formulate and implement the project. With respect to the resources available, in order to achieve greater likelihood of success, we thought about an idea that would be capable of adding collaborators and raising external funds for specific purposes. What companies, partners or sponsors could we invite to participate? Who would be interested? How could we attract them? ...



The scoreboard of Citizens' Agenda in the headquarters of the European Council in Brussels.



### 3 Conceptualisation of the Citizens' Agenda on Science and Innovation



Connection with the scholar centre IES Gaudi Coslada in the presentation ceremony of Citizens' Agenda

#### The origins of the project

As we have already mentioned, coming up with an action of great value, notoriety and social impact were the variables that most determined the project in its creation stage. Thus, in its initial stages the *Citizens' Agenda* was conceived out of the need to develop a project that would achieve important visibility.

Since September 2009, the team that conceived and conceptualised the *Citizens' Agenda* – made up of FECYT and Sinergia Value – laid the foundations for the project by identifying a time of potentially great visibility: the six-monthly meeting of the European Ministers in charge of Science and Innovation in Europe. Aware of the opportunities that could be offered by the institutional setting of the EU presidency, this window of opportunity was linked to what would be the peak of the action: **a very appealing tool should take citizens' opinion on science and innovation to all the European ministers** in the sector who would be meeting during the European Competitiveness Council in May 2010. In the same way, **citizens would find the event highly attractive and innovative if the challenges that they considered priorities in the**

**medium-term future were to be taken to the highest representatives of science and innovation in Europe.**

In this way, this initial vision was linked a powerful event with an action of a participatory nature. On the one hand, the aim was to achieve notoriety and impact by being present at a key time and in a key space in which European scientific and technological policies were going to be set. And, on the other hand, the action was suggested as a tool to encourage citizens to participate in scientific debate and to take their opinions into the political sphere, opening up the **opportunity to propose the event in a new and worthwhile format**. The action would give citizens the sense of participating and being involved, that is, a participatory process.

#### Aims

The aims of the *Citizens' Agenda* were set on the basis of two premises. On the one hand, to highlight the work that institutions like the MICINN, the FECYT and other European institutions carry out to support scientific, technological and innovation development. And, on the other hand, to stimulate social interest in the science and innovation that are present in our daily lives and surroundings.



# CITIZENS' AGENDA

of Science and Innovation

On the basis of this, the aims that were set out specifically for this initiative were:

- To bring citizens closer to everyday science and innovation and highlight the contribution of science and innovation in people's lives.
- To involve citizens in defining a citizens' agenda on science and innovation that would encompass the social challenges in these two areas on the horizon in Europe for 2010-2030.
- To contribute to the social projection of European science as a generator of ideas, wealth, development, quality of life and opportunities.
- To identify Europe as a participatory space that is open to contributions from citizens.

In short, these objectives can be summarised in one **final aim: for citizens to participate in the definition of the politics of science, innovation and technology**, bringing them closer to these areas and providing them with high quality information and knowledge and derive value from their contributions. All of this would be done with the precept that citizens must not remain on the margins of a key part of current and future life for our societies.

## Definition of the fundamental variables of the proposal

72

Combining citizen participation, scientific debate and the political arena meant, first of all, taking on the challenge of constructing a project capable of uniting a solid and credible action and presenting science in a way that

would be attractive and accessible to citizens (in format, language, etc). As a result of the initial fieldwork, the conceptualisation stage of the project was fixed on three inherent ideas, the embryo of the *Citizens' Agenda on Science and Innovation*:

1

Achieving a presence in Europe through an **unique tool** located in the European Council or Parliament in order to make sure that **relevant information** – the opinion of the citizens – would reach an **exceptional audience** (the Ministers of Science and Innovation).

2

Activating a process of citizen participation that would be a **social learning and education process** with the purpose of stimulating the mobilisation and involvement of citizens so that they could establish the aims and priorities that should form the basis of the **European Agenda on Science and Innovation**

3

**Making citizens aware** of the value and benefits of science and innovation and bring them closer to science and innovation **with the help of well-known personalities** who, with their passion, commitment and personal vocation, **have marked our lives** with their advances and innovations.. ♦♦♦



# 4 The process of creating the Agenda



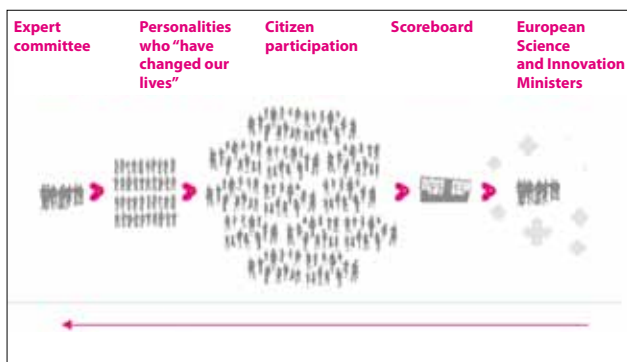
The ministry of science and innovation, Cristina Garmendia, voting in Citizens' Agenda

Having defined the initial framework of the proposal, how could we begin to create it? How could we advance from an initial idea to the realisation of a series of activities and their implementation? In short, how could we go from idea to project?

## From vision to *inverse construction*

With the framework of the project defined, **the project followed an inverse path**. That is, identifying the point that we wanted to reach in the project – a vision of the climax with an extraordinary action in a European institutional setting – the path for us to follow was constructed in order to bring about the set objectives. The steps of the participatory process in an *inverse* direction were defined as shown in the following diagram.

Following this backwards direction, the *Citizens' Agenda* process was built with five main milestones. After identifying the window of opportunity linked to the **Meeting of Science and Innovation Ministers** (1) and the setting up of a **scoreboard** (2) as a unique tool through which citizens' opinions could reach them, we activated a dynamic **citizen participation** process (3) that would involve thousands of citizens.



But how can thousands of individual contributions and opinions be channelled in an ordered way? A participatory process limited by time (just 6 weeks) and, at the same time, too open, would present a difficult scenario to manage, which could weaken its value. In response to this, a group of **personalities who "have changed our lives" with their discoveries and initiatives** was invited (4) to limit participation to truly relevant issues that would increase citizens' interest in participating. A **committee of experts** would select these personalities (5), for the benefit of achieving a diverse, plural and high quality profile.

In this way the design of the project was configured in order **to link three scenarios that are usually distant from one another** – experts on or protagonists of science and innovation, citizens and political decision makers – through an attractive participatory mechanism with a central element (the scoreboard) that would make the evolution of the citizen participation challenge visible.

The development, operational management and execution of the project were managed by the promoting team themselves (target audience and segment analysis, communicative strategy, structuring of messages and content, management of collaborative networks, etc.) with assistance from external teams specialising in design and production of communicative material and in the analysis and management of the digital social environment. This was the construction and implementation of the *Citizens' Agenda*.

## 2030 Challenge

### WHAT CHALLENGE WOULD YOU LIKE TO MAKE A REALITY IN 2030?

How can thousands of European citizens be persuaded to give their opinions on science and innovation? From the point of view of communication, correctly conceptualising and formulating the benefit or centre of interest that should be a catalyst for participation was a key issue to resolve before fully designing the logistics of the strategy to stimulate and motivate citizen participation.

In summary, we proposed to citizens was to construct *the Citizens' Agenda on Science and Innovation* for the future of the EU, but in order to present this process to citizens in a more direct, powerful and stimulating way it was given the nickname of **2030 Challenge**. By doing so, the project was empowered with a more emotive quality that was indicative of the involving nature of the project, emphasising the distant but reachable temporal horizon to **propose advances in science and innovation in a challenging tone**.

### An expert committee selects

74

It is clear that defining which challenges science and innovation should tackle in the future is a complex question itself. With the aim of giving strength and solidity to this process of collective selection of challenges for science and innovation, expert guidance at the start of the process provided a good quality background to the issues and proposals for citizens to vote on.

In this way, a committee of experts directed the project by collaborating on the definition of criteria and guidance that should set out the content of the project, thus guaranteeing an interest in selecting the personalities who would propose the challenges for the Citizens' Agenda. The process of constructing the project was begun with the selection of this **Expert Committee**<sup>1</sup>, whose central assignment was to select **14 European people** whose discoveries or initiatives "have changed our lives".

Aware that the selection of these personalities should correspond to a wide definition of innovation – not just limited to the scientific or technological fields, but also business, social, humanities, etc. – the composition of the committee was led by this same premise. In this way, the committee had a **multidisciplinary profile**, i.e., prestigious professionals and experts from a wide range of the social, economic, cultural

and professional reality (science, humanities, business world, journalism, art and culture, etc.)

What criteria did this committee work with? They looked for a cross-section of personalities who would represent fundamental and applied science in a balanced way, particularly those personalities whose discoveries and advances had a popular dimension or the presence of which could be seen in our everyday lives (health, music, culture, food, IT, etc.) In this way, the selection effectively contributed to bringing the message of the initiative closer to citizens. Considering the social nature of the initiative, it was also important to select, with certain degree of balance, a fair representation of female scientists and innovators.

The expert committee selected and agreed on 14 personalities who have changed our lives according to the following **criteria**:

- Personalities who brought about scientific discoveries or proposals or innovative developments within their professional field.
- Personalities who represented the various European societies.
- Innovations that represented different professional and social disciplines and priorities.
- The likelihood of the proposed personality being able to collaborate on the project.
- A balance between anonymous people and charismatic people or those with public profiles.
- Equality or balance between men and women.

### Fourteen personalities propose

Once the list of potential personalities had been established, a round of contacts was carried out that allowed us to eventually obtain the following 14 personalities, who participated in the definition of the challenges that science and innovation should solve on the 2030 horizon.

#### Ferran Adrià RESTAURATEUR (Spain)

The creator of a new cuisine formed through the fusion of tradition and innovation. He has placed Spanish cuisine in the European avant garde.

#### Paulina Beato ECONOMIST (Spain)

The first female president of Red Eléctrica Española (Spanish Electric Network). She has held important positions in public organisations (BID, FMI, etc) and in the private sector (CAMPSA, REPSOL, etc.)

<sup>1</sup> A document with the profiles of the members who made up this Expert Committee is included in the Appendix.

**Frank Biancheri**

**POLITICIAN** (France)

Founder of the AEGEE Association (European Students' Forum) and promoter of the Erasmus programme

**Karlheinz Brandenburg**

**ENGINEER** (Germany)

Inventor of the mp3 from the Fraunhofer Institute (university spin-off)

**Anna Cabré i Pla**

**DEMOGRAPHER** (Spain)

She has made correct predictions about future population changes. Director of the Catalonian Demographic Centre

**Juan Ignacio Cirac**

**PHYSICIST** (Spain)

World leader in the proposal and development of quantum information. Prince of Asturias Prize for Scientific and Technical Research (2006)

**Norman Foster**

**AVANT-GARDE ARCHITECT** (UK)

Promoter of the UN's Millennium Development Goals. He anticipates the "polis" of the 21<sup>st</sup> century in the service of sustainable development and personal and social freedom.

**Adolf Goetzberger**

**RESEARCHER AND INVENTOR** (Germany)

Considered one of the fathers of solar energy because of his research into photovoltaic cells

**Jane Goodall**

**PRIMATOLOGIST** (UK)

An ethologist specialising in chimpanzee behaviour. Promoter of environmental consciousness and respect for animals

**Eleanor Maguire**

**NEUROLOGIST** (Ireland)

Leading neurologist in research into cerebral processes such as memory and consciousness. She has made important discoveries about the elasticity of the brain.

**Matti Makkonen**

**ENGINEER** (Finland)

Pioneer in the mobile telephone market and important contributor in the development of SMS (Short Message Service)

**Rafael Matesanz**

**NEPHROLOGIST** (Spain)

The creator of the Spanish model for the coordination of organ transplant policy 20 years ago. Coordinator of the Spanish National Transplant Organisation

**Margarita Salas**

**BIOCHEMIST** (Spain)

Crucial character in the development of Molecular Biology in Spain. First Spanish woman to join the USA's Academy of Science

**Javier Tejada**

**SCIENTIST** (Spain)

One of the scientists with the most patents registered. Among his inventions, the security elements applied to one Euro notes by the Central European Bank stands out.

These 14 people – architects, demographers, physicists, chefs, doctors, humanists, etc. – were put in charge of formulating the challenges that, from their own personal point of view, science and innovation should resolve by the year 2030, and of proposing these challenges to citizens.

How were the 14 challenges defined? Offering total freedom to the personalities to define 3 challenges according to their personal criteria and professional approach, then, the 14 final challenges were chosen on the basis that:

- a) They were pluralistic and represented different areas of innovation (trying to avoid the challenges being concentrated in the recurring fields of innovation like, for example, technology, energy and health).
- b) Their potential for furthering understanding and awareness: Is the formulation of the challenge interesting from a communication point of view? Is the explanation of the challenge sufficiently easy to understand? Which of the 3 challenges proposed is the clearest for the general public?

The challenges that were ultimately chosen were the following:

**Ferran Adrià**

*Innovate in healthy eating*

**Paulina Beato**

*Store electricity more efficiently*

**Frank Biancheri**

*Use technology to overcome linguistic barriers*

**Karlheinz Brandenburg**

*Technology to aid the elderly*

**Anna Cabré i Pla**

*Innovate in public social protection systems*

**Juan Ignacio Cirac**

*Unify all the theories of physics*

**Matti Makkonen**

*Make use of telecommunications and the Internet for the benefit of education*



### Norman Foster

*Make cities more comfortable, accessible and ecological*

### Adolf Goetzberger

*Reduce the consumption of raw material*

### Jane Goodall

*An environmentally less aggressive form of agriculture*

### Rafael Matesanz

*Artificial organs to replace damaged organs*

### Eleanor Maguire

*Understand how the brain works in order to improve our lives*

### Margarita Salas

*Personalised medical treatments through genetics*

### Javier Tejada

*Robots that make our lives easier*

76

Why was it important to have the direct collaboration of these 14 personalities? The value of their participation was being able to rely on their **testimony**. The videos that they made were the supporting material and the basis for launching the *Citizens' Agenda* challenges in digital networks in a *youtube* format. An accessible, "potentially viral" (that is, attractive and easy to circulate on the Internet) that reaches the public that the project aims to mobilise. In these audiovisual clips, as well as stating their personal challenge, the 14 proponents explained and argued in straightforward language the importance of each challenge, which gave a great educational value to the project. In a complementary way, the clips that showed a more human side to the proponents gave citizens the opportunity to get to know the more emotive, humble and experiential side of science and innovation, as they asked to more personal questions such as what inspired their vocation, how they work, create and research, how they evaluate the impact of their discoveries and advances on society, etc.

## Citizen participation strategy: the creation of an Internet platform

The citizen participation was centred on a website conceived as an interactive and easily navigable space. This platform for digital participation was the apex of the open participation channels, though other channels and tools were also activated to mobilise different sectors of citizens.



In the website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu), citizens could find out the challenges that had been proposed by the 14 personalities by means of the explanatory videos described above. For more than a month – from 16 April to 26 May 2010, citizens voted for their priority scientific challenge for the year 2030. The design of the web page was conceived on the basis of two criteria with different priorities, but both very important for the success of the project:

- **To stimulate and enable the collection of votes** from visitors to the website, which meant simplifying and facilitating the voting process.
- **To reinforce the basic messages and raise awareness** among visitors to the site through the videos of the 14 personalities, which made the voting process more complex for the user.

How was this critical relationship resolved? By paying attention to the first of the criteria, a soft system of vote registering was chosen. That is, it was only necessary to enter a CAPTCHA code<sup>2</sup> (a voluntary hard system was also available, where other personal details could be entered in order to take part in a prize draw of activities related to science and innovation). With regard to the second criteria, given the importance of achieving results with a qualitative impact, the act of voting for each challenge was linked to viewing the corresponding video.

## Collaboration of institutions: What support was necessary?

As well as a powerful and attractive website, another key factor in the mobilisation strategy was the management of collaborating entities, which was personally and directly managed by an ad hoc team. After conceptualising the initiative, people and institutions related to the

<sup>2</sup> CAPTCHA is the acronym for **Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart**. It is an IT tool used to prevent robots – also called spambots – from using certain services like, for example, taking part in surveys or registering to use email accounts (or being used to send junk mail). CAPTCHAs usually consist of a test in which the user has to enter a series of characters that are shown in a distorted image that appears on screen. It is assumed that a machine is incapable of understanding and entering the sequence correctly and that only a human would be able to do so.



mobilisation of the public were contacted. Among the collaborating institutions, the following should be highlighted:

- In the field of **enterprising young people and students**: Campus Party Europa, the Ministry of Education's Institute of Educational Technology (ITE)
- In the field of **enterprising business and innovation**: The *Innocámaras* programme of the High Council of Chambers of Commerce
- In the field of **European citizenship**: REINE (Extremaduran Network of European Information), the European Academy of Yuste Foundation, Citizenship Foundation, Luís Vives Foundation, EUCA (European University College Association)
- In the field of **communication**: TVE-2 (a Spanish television channel), *Europa 2010* (TVE's 24-hour channel), Atomium Culture, Presseurop
- In the field of **science dissemination**: Spanish Network of Museums and Science Centres, ECISTE (European Network of Science Centres and Museums)
- In the **local** field: Spanish Federation of Municipalities and Provinces (FEMP) Citizen Participation and Governance Commission.

As well as the formal collaboration of these institutions, the support of over 100 institutions in the fields of science, education and society was gained for the dissemination of the initiative. All of them contributed through the inclusion of links or news, or by sending information by email to their members and associates. This has been the great benefit of forging collaborations.

How was this involvement achieved? Informative and communicative information on the initiative was produced specifically to help the various collaborators to promote the *Citizens' Agenda* through their own channels. For this reason, it was necessary to generate a wide range of material to cover these needs (see Appendix and consult the material available to download from [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)):

- Videos (videos that present each of the challenges and personalities individually, promotional video, educational video, viral video)
- Newsletter of the Citizens' Agenda
- Banners and links
- Teaching guide for secondary schools
- Voting booths for science museums
- Presentations and summaries
- Dossiers and press releases

## Communication and dissemination strategy

Bearing in mind the size of the project, one of the aspects that may most catch the attention is the communication and dissemination strategy, in particular, the decision

not to dedicate a big budget to a traditional media campaign. Instead of opting for the high-cost alternative method of advertising, the communicative strategy for encouraging participation consisted of a more austere option with simple but effective actions.

Despite the use of a contingent of more generalised actions that would aim to spread the word about the project by conventional means (press, radio and television through public presentations, interviews and press releases), the strategy that was followed prioritised Internet-based promotional actions. The channels chosen to introduce the *Citizens' Agenda* on the Internet were:

- The **reference social spaces** – forums and social networks – on the Internet for the various target audiences analysed for the action: young people and entrepreneurs;
- The **collaborating organisations** themselves, through their digital spaces and resources (websites, newsletters, mailing lists);
- And **digital advertising** – although very restricted and as a complementary method – with banners, sponsor messages and promotional videos in huge websites (Google, El País, El Mundo, Marca and As) and social networking sites that the project had a presence in (Facebook, Twitter and Youtube).

In order to direct this promotional activity in Internet portals and digital social networks (Facebook, Youtube, Twitter, Linked-in, etc.) an **action strategy** was implemented on the basis of the production of a **digital cartography**. That is, from an evaluation and identification of the most relevant spaces on the Internet where the sectors of society prioritised by the project – *young people, entrepreneurs and European citizens* – interact around the key axes for this search (*science, innovation, venture, and European initiatives*). A plan of action was designed to target the relevant groups through these networks, with the aim of generating and attracting user traffic from these networks to the *Citizens' Agenda's* own website. Over a three-month period, a **technical office** was given responsibility for managing and energising the digital actions and activities included in this action plan, which consisted of creating a profile for the *Citizens' Agenda* on Facebook and Twitter, and even providing other existing groups and networks with content and activity in order to interact with them and attract them to the *Citizens' Agenda* project.

## An electronic scoreboard in Brussels: event for the presentation of the results

To formalise the end of the process (although it was originally conceived as a fundamental element for the viability of the project), the results were taken to the political decision-makers. With this objective, for two



European Ministers for Science and Innovation in the scoreboard of Citizens' Agenda in the headquarters of the European Council in Brussels.

78

weeks an **electronic scoreboard was installed in the hall of the building that symbolises European Union decision making:** the headquarters of the European Council in Brussels. But why was it considered important to place this tool in a European space of great political significance for 14 days?

The scoreboard not only made the results of participation visible in real time, but, in accordance with the aim of connecting different spaces, the scoreboard was the instrument that closed the cycle linking the proposals from the expert scene and the votes from the citizen

scene, with the commitment of the political scene. This was its **socialising value.**

Finally, in order to close the voting, the European Ministers for Science and Innovation were communicated the results of the citizen participation on the same date as **meeting of the European Competitiveness Council**, which took place on the 25 and 26 May.

## Schedule

As a summary, the timing for implementing the initiative is presented in the following table with its main milestones:

Activity	Period of execution
Conceptualisation of the initiative	September – October 2009
Work of the Expert Committee	November 2009 – January 2010
Contact with challenge proponents and filming of videos	January – March 2010
Design of Internet tool	February – April 2010
Design and production of promotional material	February – April 2010
Disseminating the strategy on social networks	March-June 2010
Period of citizen participation	16 April – 26 May 2010
Communication and presentation events	April – May 2010
Viewing of results in Brussels	15-26 May
Presentation of results to European Ministers for Science and Innovation	26 May 2010

## 5 Key aspects of the initiative



Eduardo Punset, member of the Expert Committee of Citizens' Agenda

In the previous sections we have presented the initial conception, aims and construction process of the initiative. But what aspects can we consider the most relevant aspects of this experience? Beyond the aims set out and the process to achieve the goal that we wanted to get to, what can we consider the success factors and key aspects for repeating a similar experience? We present them below organised in the 6 management areas of the experience.

79

### a) Internal organisation of the promoting team



**Key success factors:**

- Time to think
- Autonomy in ideas and management to form the professional team

Without doubt, one of the aspects that was managed positively – bearing in mind, also, that time was a factor making it more difficult – was **space to think**. Immersion in the initial stage to listen, research and think, laid the foundations to be able to advance and build an original proposition on a solid foundation.

In the same way, the whole project team being able to act in a **framework of autonomy in ideas and management** was another aspect that contributed to the project in this initial stage. Being able to share and interpret the aims on equal terms allowed them to build in the same direction. In the same way the freedom to

be able to form specialised teams for each technical area of the project, and the ability to propose which the best responses to the needs set out were, enriched and offered suggestions for improvement to the initial idea. This condition is fairly unusual but gives very good results.



**Key success factors:**

- Identification of a clear goal and management of the project through an inverse process
- Design of a project with solid and credible results and high value-added content
- Very appealing and powerful presentation format and material produced

### b) Construction of the Agenda

We have already mentioned that the construction of the *Citizens' Agenda* followed an inverse process. The most relevant aspect of this process was discovering

the **window of opportunity**. In this case, that was ministers seeing the results of a process in which citizens were asked for a qualified opinion (that is, worthwhile). This goal was constructed in reverse, thinking creatively about a citizen-based process with results that would be a **solid and credible proposal to be raised to the institutional setting**. The generation of these results and the *background* construction of the *Citizens' Agenda* were thus carried out by formulating questions and building backwards steps. This is how high value-added results were obtained: by inviting citizens to participate together with scientists and innovators who have "changed our lives".

This approach gave the project solidity in terms of the citizens' contributions, but also accessibility and an educational aspect. For this reason, the selection of these personalities was done with the accompaniment of an independent expert committee. They were chosen from a very wide range, with more than 40 personalities evaluated, avoiding those with media profiles that could distort the aim of the initiative (promoting science and innovation rather than particular personalities).

From there, another key element to highlight was presenting the content in an accessible and attractive format for citizens. This led to explaining the project in a personal way – presenting the personalities, their challenges and their more human side. In this sense, as well as **generating good content**, special attention was given to finding out how to translate this content into **attractive and accessible material** (Internet, leaflets, presentations, dossiers, voting booths, etc.) In order to reach each segment, thought had to be given to tailoring each material to each type of participation, space or target audience.

## c) Participating institutions

When this completely new initiative was launched, a priority condition was to ensure its viability and **secure the necessary support** to implement the project and making it a success. The participating organisations were managed based on this premise, after dedicating the necessary time to think and ensure the minimum essential requirements of the project (in our case, that a minimum number of personalities agreed to participate by proposing their challenge, and getting authorisation to place the scoreboard in Brussels.)

### Key success factors:

- Clearly identifying the supporters and institutions that could provide maximum performance in the short time available
- The organisation put itself at the service of the collaborating institutions, that is, the project was tailored to their needs

In this way, the organisations that could provide maximum performance in

a short time were identified very clearly. This task was carried out by particularly thinking about how concrete actions could ensure, consolidate and manage the interest of two or three of the target audiences through these collaborating organisations. Because of this, **the Citizens' Agenda organisation put itself at the service of the collaborating organisations**, trying to make sure that the project was tailored to their needs in a relationship that was more than symbiotic, even synergistic, understanding their value as truly active participants in the process. This approximation was taken into account both for the organisations that could join in with the project by contributing to its construction (as in the case of ITE and TVE-2 with the production of material for schools and for the television programme "Para todos la 2" ["2 for everyone"]), and for those more involved in promotional strategies.

Lastly, it is worth mentioning another kind of collaborating organisation in the event. In the *Citizens' Agenda* there were no sponsoring organisations, because, when the project was conceptualised, sponsorship decisions had already been made and the corresponding budgets had already been assigned by the organisations consulted. However, even without the support of sponsorship, the collaboration of some large organisations with other relevant contributions was achieved. In this sense, getting large public service suppliers and corporations to offer to promote the initiative through their relationship channels with their employees and client networks, both in Spain and other countries, was a positive step.

## d) Involvement of citizens

In order to involve citizens, a basic concept of communicative efficiency was applied, which we referred to as *resonance*. This made reference to not dedicating big efforts to reach citizens on a huge scale, but rather **activating tools through which to selectively reach the target audiences**. How? As we have already mentioned, through participating actors and organised institutions with great credibility and the ability to reach the audiences that we wanted to activate. Managing and keeping these actors informed, and not just dumping information on them, were key aspects in the management of the *Citizens' Agenda*, to activate its capacity for resonance and for transmitting our message in circles of influence.

In this sense, in order to involve citizens, institutional citizen participation settings were avoided (which

### Key success factors:

- Deciding that the priority investment was the management of relationships between key scenarios
- The search for specialist teams to take charge of each area



have a functioning system that distances them from the everyday spaces of the majority of citizens), as well as creating a similar parallel space. Given that inventing new elements carries an extremely high investment and dedication cost, as well as considerable risk, another way was chosen.

**Social networks were assessed as the most active social and participatory setting.** Consequently, the Internet was the natural space and habitat for the participatory and communicative strategy of the *Citizens' Agenda*, bringing the initiative closer to groups that are active on the Facebook and Twitter social networks, as well as those organisations that function specially with their web platforms and have a consolidated audience circle. In order to manage the potential of this ecosystem (social networks), **the project used teams specialising in energising and managing these digital relationship settings.**

## e) Viewing of results

For the *Citizens' Agenda*, the ability to visualise the initiative in a special and original way was the window of opportunity that made possible the project as we know it. **The meeting of Ministers for Science and Innovation in Brussels offered the opportunity to be present** there in a clear and visible way. This act framed the process, and was its genesis and source of inspiration.

### Key success factors:

- A very clear window of opportunity was opened (Competitiveness Council of Ministers) and managed from the beginning

ministers was stimulating, genuine and highly interesting was the fundamental ingredient for transmitting and passing on belief in the project to the different management spheres. In this sense, it was also corroborated that as well as the logistic viability and viability of content (substantive viability of the project), managing an event also involves generating and transmitting enthusiasm for it.

## f) After the Citizens' Agenda

What is left once the *Citizens' Agenda* has finished? An experience like this offers many outputs that the promoting organisations can capitalise on later. A first level makes reference to the amount of results obtained. Using and analysing this information, interpreting with experts why some challenges are valued more highly than others, why some challenges have had a low level of citizen support, etc. All of this can be channelled in terms of **information and direction for decision making**, scientific policies and the knowledge of the social preferences or needs in this field in question.

### Key success factors:

- What is left afterwards?  
Generation of management know-how and relationship work

In addition, this project produced **valuable scientific promotion material**, project management know-how (which is contained in this report) and a **network of relationships** with the actors who were also working on the project. In summary, if there is one factor that should be highlighted on this point, it is that the *Citizens' Agenda* is not an enclosed instrument. It offers a set of elements to continue working on and progressing with on the path that we have embarked on, generating new formulas for producing a **social and citizen network around science.**

With the intention of exporting this model of participation to other countries, the FECYT presented the initiative to science and innovation actors from Latin America and the EU Member States that will hold upcoming EU presidencies. With regard to Latin America, important institutions in Brazil, Argentina and Mexico showed an interest in exporting the experience to their countries during a presentation meeting held within the framework of the Latin American Fair for Science, Technology and Innovation (Empirika), which took place in November 2010 in Salamanca. With adaptations considered suitable for the local context, the interested organisations and the FECYT have prepared a plan of action for the implementation of the *Citizens' Agenda* in these countries by the end of 2011. •••



# 6 Results

The results of the initiative can be clearly evaluated as **satisfactory** in various senses. The levels of voting, viewing of the Internet content (Internet hits and average visit time) and mobilisation and activation of participating actors all show very positive results.

The figures that are summarised in the following table give us cause to consider that, from a general approach, we can state that **the aim to reap value of science and innovation and make them accessible was achieved effectively**, as the wide participation and viewing of the material developed for this mission shows.

Number of votes **107,309**

<b>School votes</b>	<b>5,904</b>
Number of Internet hits	147,975
<b>Number of pages visits</b>	<b>706,912</b>
Average visit time	2.48min
<b>Number of pages viewed</b>	<b>4.78</b>
Number of countries with visitors to the website	122
<b>Number of participating schools</b>	<b>213</b>
<b>Mobilisation of social networks</b>	
Collaborating organisations and institutions	>100
Facebook subscribers	2,468
Twitter followers	611
Youtube video views	80,627
Links to 2030 Challenge (backlinks)	71,050

## a) Participation

The process of participation through the initiative's web page ([www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)) was active for a period of a month (from 16 April to 26 May 2010). During this time, the initiative received a very good reception and extremely high participation: **more than 100,000 European citizens and more than 5,000 school students** (a total of 213 schools) participated in selecting the challenge that they would like to make a reality in 2030.

The figure of more than 100,000 European citizens becoming activated around this initiative in just one month puts us in a good position compared to other similar participatory initiatives aimed at civil society. In this sense, the **achieved results are an improvement on the figures achieved by initiatives that have had 4 or 5 times the time and budget**. Considering the resources available and the complexity of the theme, we can conclude that the mechanisms employed for the activation and dissemination of the initiative gave a very positive result.

Likewise, another of the figures that allows us to see the interest that the initiative inspired on a world-wide scale is the number of countries that visited the website up to the time when voting closed. Disregarding Spain, the figure reached 121 countries (8% of total participation).

## b) Voting

Which challenges, from the 14 proposed, were most highly valued by Europeans? In the following figure we can see that **14% of Internet voters considered "storing electricity more efficiently" (Paulina Beato) as the priority challenge for 2030**. Following very closely, with 13% and 12% respectively, were the challenges referring to getting "artificial organs to replace damaged organs" (Rafael Matesanz) and "robots that make our lives easier" (Javier Tejada).



If we change our focus to the challenge that was most highly valued in each of the participating European Union countries, we will see that 6 countries place "storing electricity more efficiently" as their priority challenge (Cyprus, Slovenia, Spain, Lithuania, Poland and Czech Republic).



### c) Participation in social networks

The mobilisation of digital participation (both in social networks and virtual relational networks) was a key factor to the success of the project. In a very limited space of time, the creation of the following community was achieved:

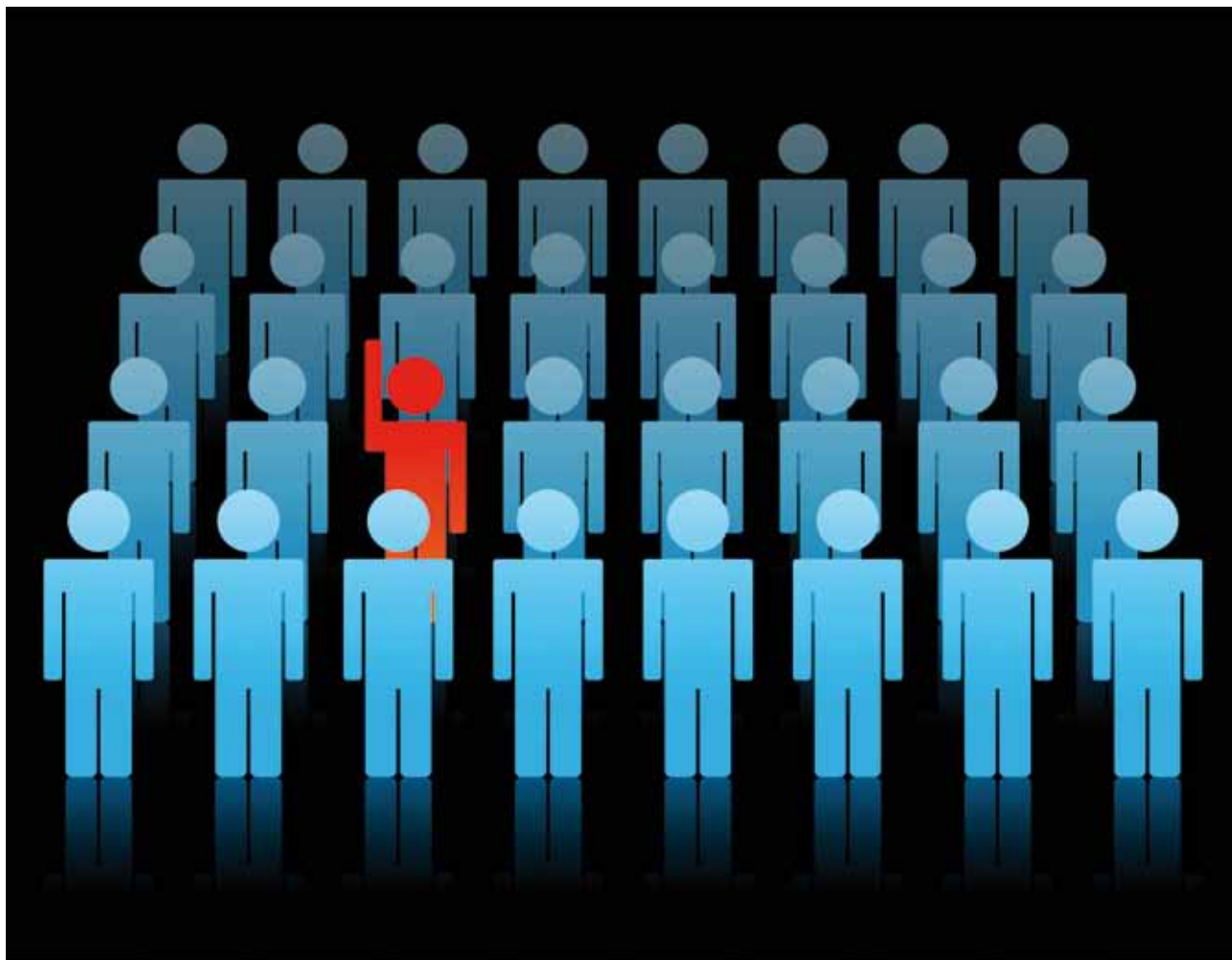
			
2,542 followers	609 followers	80,627 views	Backlinks (link from other websites to our website)
			71,050 websites

If we compare the results from the *Citizens' Agenda* with projects of a similar nature (seasonality, time frame – 1 month – and time – 2010) we observe that, as a whole, our initiative achieved better results, both with respect to Twitter and the Facebook group (where the figures were similar to other initiatives) and above all its Internet impact (in this case, the figures were clearly higher – 2030 Challenge had more than 70,000 links from other websites, while other similar projects do not reach 1,000 backlinks).

We can state, consequently, that **the results achieved in social networks were positive, even though they came from a less favourable setting**, given the low level of target audience structuring (young people, pro-Europe people and entrepreneurs), the absence of traditional advertising campaign and less media coverage.

With respect to the virtual relational networks, relational spaces or networks whose expression tool is the Internet (blogs, spaces of associations that interact over the Internet, etc), the *Citizens' Agenda* had, as we have previously mentioned, the **collaboration of more than 100 institutions in the areas of science, education and society**. In this sense, these institutions supported the initiative through the inclusion of links or news, or by sending informative emails. This support took the form of more than 70,000 references, pieces of writing or web links, which meant that, in terms of “traffic”, a minimum of 1 in every 3 references or links brought a user to the Agenda's website.





## d) Media impact

As we have just seen, the impact of the *Citizens' Agenda* both on citizens and on social and relational networks was very positive. But, what impact was generated on the media? What was the impact of placing advertising in the digital space?

The implementation of this type of action with a more general character, which in turn energised more segmented actions on social and relational networks, also gave us some highly satisfactory results.

On the one hand, **the constant and continued management of media** (what we understand as publicity) allowed us to have a diversified impact on the printed press (10 appearances), on television (38 appearances), on the radio (5 instances by members relevant to the project) and on the Internet (100 news items). If we evaluate what the financial cost of purchasing these spaces would have been, we would be talking about a financial value equivalent to 300,000 Euros. Also, the collaboration with

TVE allowed us to be present at all stages of the process in the programme "*Para todos la 2*", with an exclusive section for the Agenda.

On the other hand, the **digital advertising** – that is, the inclusion of banners, sponsored messages, promotional videos, etc, in massive relevant spaces or spaces that reinforce social networks – produced an impact on our visitor numbers of more than 50,000 people (33% of the total visits). The advertising spaces that generated the greatest impact (number of visits) were Youtube (19,811), Google (7,989) and Facebook (6,728), closely followed by Terra and As.

Thanks to the Citizens' Agenda and its management process, we have learned that **ICT and the digital world open up new, very powerful and interesting possibilities and opportunities** for, as well as economic and social progress, **strengthening citizen participation and sending social interest messages** (science, innovation, entrepreneurship) to all 21st century citizens, a society that is a challenge in itself because of the complexity of its profiles, interests and identities. •••

### **III. CONCLUSIONS: BRINGING SCIENCE AND EUROPE CLOSER TO THE CITIZEN**





Presentation ceremony of Citizens' Agenda.

## 1 The Citizens' Agenda on Science and Innovation: evaluation of an experience

*Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT)*

We can conclude that the final evaluation of the initiative is, in general terms, very positive. The results obtained from the three settings are excellent: a very good reception in the scientific field, the involvement of a large number of institutions from the field of science and education, as well as organisations and social networks; and, finally, the participation of thousands of citizens from all over Europe. The levels achieved must be evaluated positively, especially considering the resources used and the brief period of time in which the action was planned and executed. Logically, in the case of having had more time available and being able to devote more dedication to each stage, it seems realistic to think that we would have been able to achieve even better results.

However, it is important to remember that this is the first time that a project like this has been implemented and so **the reception that it has had from all the actors involved brings us to the conclusion that the result, qualitatively and quantitatively, is very positive and satisfactory.**

It is worth remembering that one of the main reasons that led us to this conclusion is that, as we have just mentioned in the point above about the results achieved, we have contextualised and compared the levels of participation reached by the Citizens' Agenda. As we have already said, compared with other similar projects, that is, processes that have been developed in comparable conditions –



In summary, as an assessment of the experience, we can state that, as a result of the *Citizens' Agenda* and its management process:

- We have promoted science, innovation and creativity as driving forces for the progress and wellbeing of our societies.
- We have managed to involve thousands of European citizens, bringing them closer to Europe in a democratic action (due to the participatory format of the process that gives citizens the opportunity to get involved in debates on European priorities and interests.)
- We have reached new audiences and segments of the public who are distanced from public decisions on collective challenges (due to the action in social networks).
- We have put to the test new forms and relational channels for carrying out promotion and citizen participation campaigns with positive results, investing smaller quantities than those needed for implementing conventional communication campaigns.
- We have managed to create a wide community in the digital space, acquiring a presence in relevant digital networks and media, which has given qualitative and quantitative value to the project.
- We have managed, by increasing the social knowledge of the Ministry of Science and Innovation and the FECYT, to position both institutions as great social providers of information on science and technology in Spain.
- We have managed to generate a very good response from personalities in the world of science and innovation, as well as from institutions in scientific, educational, social and European areas (European Council).
- We have managed to design an innovative participatory strategy that can be reproduced in other settings to deal with themes of European interest.
- We have left a social legacy, thanks to the production of educational and informative material that transcends the initiative itself.

87

the same time period (1 month), time (2010) and seasonality –, the overall results achieved has been better, despite starting from a less favourable scenario (little structuring of target audience, absence of massive advertising campaign, modest coverage in the media, etc.)

It is worth highlighting and recognising that the political factor has played a decisive role in the promotion and success of the initiative. The support of the Minister for Science and Innovation, Cristina Garmendia, played a decisive role in supporting the initiative and passing it on to the rest of the corresponding European Ministers of Science and Innovation. According to our earlier evaluation, the process that was carried out gained sense and credibility according to the achievement of the commitment that the final result would be made public, and would be given directly to the decision-makers on science and innovation policies in Europe.

As well as these favourable aspects, it seems correct to also make reference to those aspects that could be improved, with the intention of sharing constructively the lessons learned. In this sense, it would be positive to improve in:

- The production of a sponsorship plan aimed at managing sponsors and large partners for the project.
- The production of a media plan with the aim of getting coverage of the action in non-digital media for a massive social impact.
- A greater presence of the *Citizens' Agenda* in events linked to science, citizen participation and Europe before and after the initiative.
- The design of an Internet platform that would allow the two-fold objective of enabling greater citizen participation as well as circulating the content.
- The implementation of a technical office in Europe to encourage European participation and dynamism. •••

## 2 The Citizens' Agenda on Science and Innovation: innovating in communication and social participation

*Sinergia Value*



Eduardo Punset, Lourdes Arana and Javier Tejada.

The *Citizens' Agenda* is in itself a **process of absolute creation** from the starting point of an initial vision and objectives. It represents a **unique experiment** of a recreational-educational nature to bring complex themes closer to citizens, stimulate their socialisation and put the various concerns of citizens in contact with the area of political responsibility.

88

On this final section, we cannot forget that one of the biggest lessons learned from this experience is about its dimension of social communication. The *Citizens' Agenda* sets itself up as a stimulating initiative in the sense that it **attempts to improve the methods of information and understanding of complex themes** among European citizens. Its focus is considered balanced between the expert contributions, the proponents of the challenges and the citizens' choices. The contributions of experts, scientists and innovators ensure that the debate is not too dispersed, centring it on relevant topics, but at the same time connecting them with social preferences.

This is, surely, the first big innovative contribution of the initiative: having collaborated and stimulated new participatory scenarios, not just among citizens, but also among professionals as well as the actors and networks in contact with citizens. This allows us to see the Agenda not as an instrument to replace the normal political and scientific procedures – where should we direct scientific priorities? –, but rather as a new space to achieve the involvement of citizens that has until now been far removed from their ability to influence.



But the second big lesson learned from the *Citizens' Agenda* is not in its substantive dimension, but in its operational dimension. In this sense, the lesson from the operational approach **is its innovative nature, not only in its idea, but in its viability**; in the scale of the project; in the ability of an idea to be organised and transformed into something real and executable.

What is innovation really? Innovation is not coming up with an idea. It is finding the means to make it a reality. Innovation happens, as Alfons Cornella notes<sup>1</sup>, when an idea has the capacity to give a positive response to three questions that we can reformulate in the following way:

1

Are we providing originality?

2

Will it be feasible?

3

Are we adding value?

That is, if you have an idea that is original, new, that has been generated in a different way; if you manage to make it real, feasible, manageable, viable; if it can be implemented, if it is operational; and if as well as this it has value, is appealing to some specific audiences; in this case the innovation will be successful.

This was the *Citizens' Agenda*. The **project fulfilled these three requisites**: it originated through a process of internal reflection that was unhurried and well directed, generating an original idea. The resources necessary to make it a reality was searched for, constructing and adapting the initial idea within a real framework (even despite the budgetary framework); and priority was always given to offering value to citizens and everyone in contact with them. The leadership of the promoting group was the fourth ingredient capable of uniting and managing the centrifugal tension of each of these components. Thus, it was able to adapt to the specified needs and aims. •••

<sup>1</sup> Alfons Cornella: Visionomics, Madrid, Editorial Genèric, 2010.



### 3 The Citizens' Agenda on Science and Innovation: contributions to the European participative model *Susana del Río Villar*

The principal objective of the *Citizens' Agenda on Science and Innovation* project is to bring science and scientific advances to citizens, make science simpler and make it more accessible to citizens through a guiding thread: Reto 2030 (2030 Challenge). In order to achieve this ambitious aim, the initiative is constructed with a solid structure both in relation to its fundamental axes and content, and its implementation and joining of spheres.

2030 Challenge manages to promote science and make citizens see it in a "friendly" way. It is important to highlight that through "the people who have changed our lives" citizens became familiar with inventors and scientists who made advances of great importance both because of the progression that they have meant for society and for the projection of the future of the European Union in a global world.

The synergies that are visualised are configured by the movements stamped out by the project. These movements and dialogue between personalities, the initiative itself, the citizens and the organisations linked to the project add science and add challenges: those raised by people who have changed our lives, those that citizens vote for on [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) and those that citizens themselves put on the table, on the Agenda.

In relation to the multiplying capacity of the project and its power, we want to stress that it is great since the model can be applied to other areas of action in the European Union of our times by displaying information on specific themes and motivating the "hooking" of citizens into issues, for which it is important for European institutions and government bodies to know the opinion of European citizens. The project manages to awaken the European "chip", motivating curiosity for science.

The Agenda also constitutes an integrating project and process for the global, European, regional and local spheres since, applied in concentric circles, it can structure a solid formula between citizens from different countries.

In the management of the European Union of our day it is fundamental to complete the process of governance, meaning that it is important to complement politicians' action with a new politics, with a participatory action through projects that enable citizens to become interested in the new aspects of creating politics and their convergence. European multilevel governance implies the configuration of great politics that structures, in various dimensions, the ability to govern and to bring the



*Presentation ceremony of Citizens' Agenda.*

European model and what the European Union consists of closer to the average citizen.

The political innovation of the European Union means a "big politics" action with concentric circles of debate, covering several spaces and actors. In good governance, governments, institutions, civil society, local organisations, etc. synchronise their roles, looking for a political and economic-social projection that brings with it the combination of a representative-participatory method with an active citizenship.

This initiative has used various platforms for its promotion, having been present in social networks, and having become an innovative project with instruments for reaching citizens and motivating their participation. The digital support and flow from the Internet makes it possible to channel information, projects and interactivity with a high-speed transmission. Communication has to be well designed, since to connect Europe with citizens it is important to find a common code of transmission of "the European", verifying the information and looking after the ethics and aesthetics of the communication, in order to humanise the new communication.

In my opinion we have to advance in comprehensive communication that combines "large scale" traditional communicative action, for example printed press, with activism, with networked communication (because being online is not the same as being networked). The *Citizens' Agenda on Science and Innovation* allows a comprehensive form of communication to be driven forward. An integrated and integrating communication adds value because it unites "communications", people, networks and institutions, boosting citizen participation and revitalising 21st century European transnational democracy.



# APPENDICES

## 1. The Citizens' Agenda on Science and Innovation's Expert Committee

### 2. Communication material

- a) Website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)
- b) Newsletter
- c) Explicatory leaflet
- d) Communication material for the local area
- e) Material available on the website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)
- f) Youtube channel Reto 2030
- g) Facebook Group Reto 2030 / Challenge2030
- h) Twitter Profile Reto 2030 / Challenge2030

## 1. The Citizens' Agenda on Science and Innovation's Expert Committee

Inés Alberdi

### Executive Director of the United Nations Development Fund for Women

Graduated in Political Science and Economics at the Complutense University in Madrid in 1971. Subsequently, in 1978, she gained a doctorate (cum laude) from the same university in Political Science and Sociology.

María Blasco

### Basic Research Vice-Director of the National Centre for Oncological Research (CNIO)

Graduated in Biochemistry and Molecular Biology at the Autonomous University of Madrid. After receiving her doctorate in 1993, with a thesis supervised by Margarita Salas, she moved to Cold Spring Harbor Laboratory (New York), where she carried out her post-doctoral work.

Carmen Caffarel

### Director General of the Cervantes Institute

Doctorate (cum laude) in Hispanic Linguistics (Hispanic Philology Department) at the Faculty of Arts of the Complutense University of Madrid and Professor of Audiovisual Communication and Advertising in the Faculty of Communication Science at the King Juan Carlos University (Madrid)

Lourdes Fernández

### Director of Arco

Graduated in History of Arts at the University of Barcelona. Postgraduate studies in Museology and Art Criticism at the Università Internazionale dell'Arte de Florencia

Joseba Franco and Montse Arbelo

### Directors of Art Tech Media

Art Tech Media is a not-for-profit international cultural organisation that has, among other aims, the creation, organisation, promotion and management of various events for the development of Arts and Digital Culture, boosting and strengthening the alliance between Art, Science, Technology and Innovation for the creation of the Knowledge-Based Society.

Daniel Innerarity

### Lecturer in Philosophy at the University of Zaragoza

Professor of Social and Political Philosophy at the University of Zaragoza. Guest lecturer at the University of the Sorbonne. Member of the University Coordination Council, of the Board of Trustees of ANECA, of the UNESCO Extra Honour Council – Basque Country UNESCO Centre, of the Academy of Latinity, and of the European Academy of Science and the Arts (2008)

José Luis Larrea

### President of Ibermática

After graduating in Economic and Business Science from the University of Deusto in San Sebastián (E.S.T.E.), he started his professional career in the academic world. He has been the president of the Basque Institute of Competitiveness at the University of Deusto since its creation in 2006.

Emilio Ontiveros

### Founder and Director of Analistas Financieros Internacionales

BSc and PhD in Economic Science. He worked for more than seven years in industrial companies on a national scale, before starting his career as a university lecturer. Since 1985, he has been Professor of Business Economy, Autonomous University of Madrid, of which he was Vice-Rector for four years.

Eduardo Punset

### Director of Redes

Graduated in Law at the Complutense University of Madrid. Furthered his studies at the University of London, where he obtained a Master's degree in Economic Science, and at the Practice School for Higher Education of the University of Paris, where he gained a diploma. He is currently a Lecturer in Science, Technology and Society in the Faculty of Economics at the Chemical Institute of Sarrià (Ramón Llull University).

Miguel Ángel Quintanilla

**Director of the Institute of Science and Technology Studies (University of Salamanca)**

Professor of Logic and Philosophy of Science at the University of Salamanca, he was the Salamanca senator in the Spanish Parliament from 1982 to 1989. He has been Secretary General of the Universities Council (1991-1995) and Secretary of State for Universities and Research (2006-2008).

## 2. Communication material

a) Website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)



b) Newsletter



c) Explanatory leaflet



d) Communication material for the local area





It is a dream, but it is a dream that can come true.

**Norman Foster**

Dear Mayor,

What are, for you, the challenges for science and innovation? How can we, from our municipalities, contribute to stimulating creativity, innovation and enterprising spirit? What initiatives can help us to promote values to face social contexts like the current one?

I would like to involve you in a project that we are promoting from the Citizen Participation and Governance Commission of the FEMP (Spanish Federation of Municipalities and Province) in collaboration with the Ministry of Science and Innovation. The Spanish Foundation for Science and Technology (FECYT) and the Ministry of Science and Innovation invite us to be part of this initiative: **where do you think European society should direct its efforts in science and innovation?**

92

For the first time, European citizens are going to be able to make their opinions on what challenges should be tackled on the 2030 horizon heard by the highest European representatives for science and innovation.

Ferran Adrià, Norman Foster, Jane Goodall, Margarita Salas and other **outstanding European scientists and innovators** are taking part in the **Citizens' Agenda on Science and Innovation**, a participatory action aimed at citizens.

The participation will be channelled through an Internet platform ([www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)) in which **14 challenges will be presented for European citizens to evaluate and select** which of them should form part of the agenda for Ministers for Science and Innovation.

The uniqueness of this process, which will continue until 26 May, is that the citizen participation with votes for various challenges will be projected on **a scoreboard located in the hall of the headquarters of the Council of Ministers in Brussels**. In this way, European Ministers for Science and Innovation will receive the results of the citizen participation once the voting process is complete.

From the enthusiasm with which I have always experienced initiatives of a social and participatory nature, I must pass on that **it is very stimulating to be able to share this initiative** and lend support to an innovative project led by the FECYT.

Why? Because from the experience and knowledge that we have been working on for years in the area of participation, it is unusual to see projects which, like the Citizens' Agenda, bring **experts, citizens and politicians** together in one initiative with such a wide European vision.

Even the various appealing elements that everyone can see in this unique initiative, undoubtedly the biggest of all is having the **opportunity to bring science, innovation, and even Europe closer to citizens**. And all of this, promoted by 14 personalities who have changed our lives with their **creativity, innovation and enterprising spirit** – values that are necessary to tackle the big challenges of 2030 currently known.

Because of this, we cannot let the opportunity pass by to lead this project from our municipalities and to allow citizens from our towns and cities to make their voice also heard by the highest representatives of science and innovation in Europe. We should support that **the leadership that we are showing at a local and municipal level in order to promote that citizens involve in public debates**.

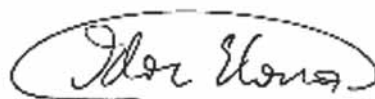
For this reason, and faced with the opportunity to make manifest the ability to mobilise and involve Spanish society in European initiatives, along with this letter we present you with some **activities and communication material** to give dynamism to the Citizens' Agenda that can be implemented with collaboration from diverse municipal departments (citizen participation, education, environment, etc.): from an act of public adhesion with the backing of a press conference, to the mobilisation of the participating spaces, via the spread of information in municipal media (local magazine, website, etc.)

**Although the suggestions noted are simple and require only modest dedication**, any of these possibilities can contribute very positively to the project. In fact, the collaboration from municipalities that I am proposing in this letter can contribute definitively to making the Citizens' Agenda on Science and Innovation a **process of great social interest and impact**, not just in Spain, but also in Europe.

I hope that you find the initiative as well as the accompanying material appealing. If you require more detailed information or complementary guidance for the execution of the activities presented (until 26 May), you can contact César López (FECYT) on telephone number 91 425 09 28.

93

Kind regards,



**Odón Elorza**, Mayor of San Sebastián  
President of the Participation and Governance Commission



## PROPOSALS FOR ENERGISING THE CITIZENS' AGENDA IN MUNICIPALITIES

94

### Press conference

One way of joining the Citizens' Agenda on Science and Innovation is by promoting it in the media. For example, holding a **press conference that the Mayor's Office and Department of Citizen Participation can take part in**, showing their public involvement with this initiative.

Since the project aims that citizens participate and get involved, with the aim of highlighting this participatory nature, **the act of joining the initiative could be accompanied by civil organisations or representatives** involved in participatory initiatives or that work in the area of science or innovation.

### Dissemination in local and municipal media

As well as involving the local media, **promotion can also be carried out through the media available to the municipal organisation**. For this purpose, material is provided in the communication **material pack and DVD**.

- **Advert** (whole page) and **article** to promote the Citizens' Agenda in the municipal bulletin or magazine.
- **Banner** (link) to the Citizens' Agenda to be placed on the municipal website.

### Educational activity

With the advice of the Institute of Educational Technology (ITE), a teaching proposal has been developed to bring the Citizens' Agenda to the **last years of secondary school and sixth form classes**.

The material (teaching guide and educational videos) can be downloaded from the website of the Citizens' Agenda on Science and Innovation [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) by accessing the "Acceso Escuelas" (schools access) page.

### Activating participatory spaces and networks

Another alternative for energising the Citizens' Agenda in the municipality could be through the **mobilisation of people who are active in participatory spaces and networks**: local organisations and associations, people who are part of participatory councils or processes, etc.

One way of doing this could be through an electronic postcard inviting them to visit the website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) so that they can choose their goal for 2030!



e. Material available from the website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu)

#### Videos

##### **Promotional video**

School teaching video

##### **School video (Challenges 1)**

School video (Challenges 2)

##### **Ferran Adrià's challenge**

Paulina Beato's challenge

##### **Frank Biancheri's challenge**

Karlheinz Brandenburg's challenge

##### **Anna Cabré i Pla's challenge**

Juan Ignacio Cirac's challenge

##### **Matti Makkonen's challenge**

Norman Foster's challenge

##### **Adolf Goetzberger's challenge**

Jane Goodall's challenge

##### **Rafael Matesanz's challenge**

Eleanor Maguire's challenge

##### **Margarita Salas's challenge**

Javier Tejada's challenge

##### **More about Ferran Adrià**

More about Paulina Beato

##### **More about Frank Biancheri**

More about Karlheinz Brandenburg

##### **More about Anna Cabré i Pla**

More about Juan Ignacio Cirac

##### **More about Matti Makkonen**

More about Norman Foster

##### **More about Adolf Goetzberger**

More about Jane Goodall

##### **More about Rafael Matesanz**

More about Eleanor Maguire

##### **More about Margarita Salas**

More about Javier Tejada

95

#### Press notes and documents

- Introductory dossier on the Citizens' Agenda
- Press notes
- News

#### Downloadable material

##### **Teaching guide**

Citizens' Agenda fold-out poster

##### **Citizens' Agenda Expert Committee sheet**

Citizens' Agenda summary of personalities document

##### **Ferran Adrià's sheet**

Paulina Beato's sheet

##### **Frank Biancheri's sheet**

Karlheinz Brandenburg's sheet

##### **Anna Cabré i Pla's sheet**

Juan Ignacio Cirac's sheet

##### **Matti Makkonen's sheet**

Norman Foster's sheet

##### **Adolf Goetzberger's sheet**

Jane Goodall's sheet

##### **Rafael Matesanz's sheet**

Eleanor Maguire's sheet

##### **Margarita Salas's sheet**

Javier Tejada's sheet

All the material is available on the website [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu) in Spanish, Catalan, Basque, Galician, English and French.

# CITIZENS' AGENDA of Science and Innovation

f. Reto 2030 Youtube channel (all referenced videos available from [www.reto2030.eu](http://www.reto2030.eu))



g. Reto 2030 / Challenge 2030 Facebook group



96

h. Reto 2030 / Challenge 2030 Twitter profile













GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CIENCIA  
E INNOVACIÓN

