

## A INICIATIVA «RIGHT2WATER»

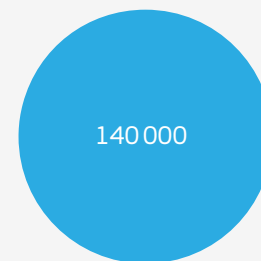
A iniciativa «Right2Water», (nome completo: «A água e o saneamento são um direito humano! A água não é um bem comercial, mas um bem público!»), registada em 10 de maio de 2012, convidava a Comissão Europeia a propor legislação que garantisse na prática o direito humano à água e ao saneamento, tal como reconhecido pelas Nações Unidas, e assegurasse o abastecimento de água e saneamento como serviços públicos essenciais a todos.

O objetivo principal da campanha era fazer com que a legislação europeia obrigasse os governos nacionais a assegurar a todos os cidadãos o abastecimento em água potável e um saneamento adequados.

A iniciativa «Right2Water» foi a primeira iniciativa de cidadania europeia que conseguiu recolher um milhão de assinaturas.

A Comissão decidiu intervir em diferentes domínios relacionados com a iniciativa (aumentar a transparência, fomentar a inovação, etc.), tendo apresentado uma proposta legislativa de revisão da Diretiva Água Potável que obrigava, nomeadamente, os Estados-Membros a assegurar o acesso dos grupos mais vulneráveis à água.

### Fontes de financiamento (€)



European Federation of Public Service Unions

### Fatores de sucesso:

- > Três anos de preparação antes de lançar a iniciativa
- > O aparecimento num programa de televisão alemã num horário de grande audiência, que ajudou a recolher cerca de 200 000 assinaturas em poucos dias
- > Um movimento internacional bem estabelecido

## A campanha da iniciativa «Right2Water»

### Preparação

Durante uma reunião realizada em 2009, o Sindicato da Função Pública Europeia (EPSU) decidiu lançar esta iniciativa de cidadania europeia por se tratar de um «instrumento com uma dimensão europeia capaz de fomentar uma coligação e colaboração em toda a Europa». Este aspeto foi determinante para o êxito da iniciativa. A EPSU criou um fundo para financiar a campanha com três anos de antecedência e estabeleceu uma vasta aliança de organizações (organizações de desenvolvimento, ONG sociais e ambientais, organizações de mulheres, organizações religiosas, companhias públicas de águas e autarquias) para apoiar a campanha.

Os organizadores recorreram aos seus contactos pessoais, aos membros do EPSU, a movimentos sociais, a redes nacionais e a algumas organizações europeias (Gabinete Europeu do Ambiente, Women in Europe, Plataforma Social, Movimento Europeu da Água, etc.) para sensibilizar a opinião pública e atrair apoiantes. «Todos os parceiros tinham motivos distintos para apoiar a iniciativa, mas partilhavam um interesse comum: o êxito da iniciativa».

Por último, mas não menos importante, os organizadores contaram com a ajuda de advogados (aposentados) para elaborar a iniciativa.

## Recolha de assinaturas

«Os cidadãos estavam conscientes do problema do acesso a água potável», o que facilitou a recolha de assinaturas. Com efeito, os objetivos iniciais foram ultrapassados em Itália, em Espanha e na Grécia, três países sujeitos a algumas das «políticas de austeridade mais drásticas da altura, na sequência da privatização de serviços básicos».

Os organizadores conseguiram bastante apoio graças às redes sociais e a ativistas nos meios urbanos, tendo também criado uma rede de pontos de contacto locais a quem as pessoas podiam comunicar o que faziam nas ruas ou no local de trabalho, o que contribuiu para um intercâmbio de ideias muito enriquecedor.

Um fator determinante para o êxito da iniciativa foi o aparecimento num programa de grande audiência da televisão alemã, que resultou num pico de cerca de 200 000 novas assinaturas. Os organizadores tentaram fazer o mesmo noutros países, mas isso exigia muito tempo e nunca conseguiram chamar a atenção dos meios de comunicação social nacionais como na Alemanha.

Seis meses depois do início do período de recolha de assinaturas, os organizadores conseguiram determinar os países onde seria mais fácil recolher as assinaturas necessárias e concentraram os seus esforços nesses países. Quando atingiam o número mínimo num país, tentavam obter, pelo menos, mais 5% acima desse limiar.

No final da fase de recolha, tinham sido recolhidas 1 700 000 assinaturas, das quais 84 % por via eletrónica e 16% em papel.



## Verificação e apresentação

A iniciativa foi apresentada em 20 de dezembro de 2013, juntamente com certificados que confirmavam a validade de 1 659 543 declarações de apoio. A verificação das assinaturas demorou muito mais tempo em alguns países do que noutros. Cerca de 200 000 assinaturas não passaram no processo de verificação.

## Exame e decisão da Comissão

A reunião com a Comissão, representada pelo Vice-Presidente da Comissão por Maroš Šefčovič, decorreu em 17 de fevereiro de 2014 (ver [comunicado de imprensa](#)). Nesse mesmo dia, de tarde, os organizadores apresentaram a iniciativa numa [audição pública](#) no Parlamento Europeu.

Os organizadores pensavam que a audiência pública «era uma oportunidade para um debate público com os deputados europeus e com a Comissão» sobre a forma de atingir os objetivos da iniciativa, mas não foi isso que aconteceu. «Houve algumas intervenções de deputados do Parlamento Europeu, mas não houve um debate propriamente dito sobre a iniciativa».

Como já referido, na sua [Comunicação](#) de 19 de março de 2014 (ver [comunicado de imprensa](#)), a Comissão definiu as ações que se comprometeu a levar a cabo.

Para mais informações sobre as medidas de seguimento, consulte o [sítio da iniciativa de cidadania europeia](#).



### Lições aprendidas

- › «A enorme atenção suscitada e o impacto da sensibilização para esta iniciativa, justificaram largamente os recursos significativos investidos nesta campanha.»
- › O facto de a iniciativa assentar num grande movimento internacional bem estabelecido permitiu angariar o número necessário de apoiantes.
- › Concretamente, as 1 200 000 assinaturas recolhidas na Alemanha foram o resultado de uma forte campanha nacional que beneficiou de uma excelente cobertura mediática (jornalismo de investigação, programa cómico, artigos de imprensa, etc.).



### Sugestões e conselhos para futuros organizadores

- › Estabeleça uma aliança com vários grupos para garantir o êxito
- › Elabore planos de ação e de campanha a todos os níveis: a nível da UE, nacional e local
- › Quanto mais cedo iniciar os preparativos, maiores as probabilidades de êxito
- › Contacte deputados europeus que o possam ajudar com a sua campanha
- › Faça campanha nas línguas nacionais para facilitar o envolvimento dos cidadãos
- › Obtenha o apoio de celebridades
- › Os contactos pessoais e as redes sociais são essenciais durante a campanha. Recorra à imprensa de modo inteligente
- › Assegure-se de que as pessoas que participam na campanha são capazes de explicar em que é que consiste a iniciativa e o modo como a Iniciativa de Cidadania Europeia funciona
- › Estabeleça a ligação entre a política local e nacional e a sua iniciativa, explicando as possíveis implicações de um «sim» ou «não» a fim de que os cidadãos possam associar o tema às questões políticas no âmbito das respetivas comunidades

Esta «história de sucesso» é baseada numa entrevista realizada em 21 de fevereiro de 2018 com Pablo Sánchez Centellas, a pessoa de ligação do Sindicato da Função Pública Europeia (EPSU) com o comité de cidadãos.

As informações prestadas são independentes, não refletindo necessariamente a opinião da Comissão Europeia ou de outras instituições da UE ou nacionais. A Comissão não pode ser responsabilizada pela eventual utilização das informações aqui apresentadas.