

## Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «Cómo conciliar dimensión nacional y dimensión europea en la comunicación de Europa al ciudadano»

(2009/C 27/30)

Mediante carta de fecha 25 de octubre de 2007, la futura Presidencia francesa del Consejo de la Unión Europea decidió consultar el Comité Económico y Social Europeo sobre el tema:

«Cómo conciliar dimensión nacional y dimensión europea en la comunicación de Europa al ciudadano».

De conformidad con el artículo 20 de su Reglamento Interno, el Comité Económico y Social Europeo designó ponente general a Béatrice OUIIN.

En el dictamen se tienen también en cuenta las ideas expresadas en la Comunicación de la Comisión «Europa a debate»: construir a partir de la experiencia del Plan D de democracia, diálogo y debate, aprobada por la Comisión el 2 de abril de 2008 <sup>(1)</sup>.

En su 446º Pleno de los días 9 y 10 de julio de 2008 (sesión del 10 de julio de 2008), el Comité Económico y Social Europeo ha aprobado por 115 votos a favor y 2 abstenciones el presente Dictamen.

### 1. Conclusiones y recomendaciones

El CESE recomienda:

1.1 Expresar en palabras simples, comprensibles —incluso por niños—, la originalidad de la construcción europea, sus valores, su proyecto.

1.2 Al nivel europeo, poner a disposición de la instrucción cívica europea una base común de conocimientos (realizada a partir de lo que ya se hace en los Estados miembros) destinada a los alumnos, y traducida a las veintidós lenguas oficiales de la Unión. Podrá ser validada por el Parlamento Europeo. Será introducida en los programas escolares y permitirá también formar prioritariamente difusores de opinión: enseñantes, representantes electivos y periodistas. La organización de estas formaciones corresponde al nivel nacional.

1.3 Una política común de comunicación debería ser elaborada y difundida por todas las instituciones. Las propuestas que van en este sentido en la Comunicación «Europa a debate» son alentadoras, pero deben ir más lejos. La comunicación debe evitar la jerga comunitaria que se practica en Bruselas y permitir el debate sobre los retos de sociedad para los ciudadanos europeos.

1.4 Esta política común de comunicación debe ser practicada por los políticos —mujeres y hombres— que están al frente de las instituciones europeas, y aquellos que, en los gobiernos europeos, deciden en los consejos de ministros y son conocidos en sus países respectivos. Para dirigirse desde Bruselas a los 495 millones de europeos, es necesario orientar la comunicación hacia los difusores de opinión (representantes de la sociedad civil, políticos locales, periodistas, enseñantes, etc.) y, por ejemplo, proporcionarles una síntesis breve y comprensible tras las reuniones del Consejo Europeo.

<sup>(1)</sup> Bruselas, 2.4.2008, COM(2008) 158 final.

1.5 Al nivel nacional, los miembros de la sociedad civil y los representantes electivos locales deberían ser los animadores de la democracia participativa europea: juntos, deben ser los receptores de los puntos de vista y opiniones de los ciudadanos sobre los proyectos europeos. Los representantes electivos locales son los que están mejor situados para ocupar el terreno de la prensa local, que es la que más se lee. Si hablan de Europa, la prensa lo reproducirá. Todos los que tienen un mandato europeo deberían rendir cuentas de su actividad una vez al año a sus electores. Al nivel local, constituir un anuario de las personas a las que poder recurrir, que tengan una experiencia europea y puedan intervenir en las escuelas, asociaciones, asambleas, etc.

1.6 El nivel europeo debe poner a su disposición (representantes electivos locales, periodistas, enseñantes, miembros de los CES nacionales y otros representantes de la sociedad civil) bancos actualizados de información y comparaciones entre los distintos Estados de la Unión sobre todos los asuntos. Esta información podrá encauzarse, en particular, hacia los muy numerosos medios de comunicación de la sociedad civil.

1.7 Al nivel nacional, favorecer los encuentros e intercambios directos entre ciudadanos: hermanamientos, encuentros deportivos, presencia de representantes de otro Estado miembro en los períodos de prácticas de formación con una dimensión europea, previendo un acceso simple y descentralizado a la financiación de los gastos de desplazamiento (fondo europeo para la comunicación) que completaría los programas de movilidad existentes.

1.8 Utilizar mejor los recursos existentes, en particular explotar los documentos traducidos —que hoy en día, con demasiada frecuencia, sólo siguen siendo documentos de trabajo para los miembros de las instituciones— y favorecer el multilingüismo, requisito previo necesario para la comunicación entre europeos <sup>(2)</sup>.

<sup>(2)</sup> Dictamen del CESE de 26.10.2006 sobre la «Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Una nueva estrategia marco para el multilingüismo», ponente: Sra. LE NOUAIL MARLIÈRE (DO C 324 de 30.12.2006), Dictamen exploratorio SOC/306 sobre el tema «Multilingüismo» que se examinará en julio de 2008, ponente: Sra. LE NOUAIL MARLIÈRE, y propuestas del Grupo Amin Maalouf.

1.9 Proponer a los Estados miembros crear ministerios de Asuntos Europeos de pleno ejercicio. El extranjero comienza en las fronteras de la Unión, los asuntos europeos son asuntos de política interior, no asuntos exteriores. Esto es válido también para las organizaciones y los medios de comunicación.

1.10 Al nivel nacional, aprovechar acontecimientos que tienen lugar (competiciones deportivas europeas e internacionales, elecciones al Parlamento Europeo, Día de Europa, aniversarios, como, por ejemplo, el de la caída del muro de Berlín) y organizar manifestaciones para hablar de Europa utilizando los símbolos europeos, himno y bandera.

## 2. Exposición de motivos

### 2.1 *Cómo conciliar dimensión nacional y dimensión europea en la comunicación de Europa al ciudadano*

2.1.1 Desde las respuestas negativas francesas y neerlandesas al proyecto de Tratado constitucional, existe un consenso para comunicar mejor Europa al ciudadano, y el resultado del referéndum en Irlanda pone de manifiesto que esta voluntad no se ha plasmado aún en acciones eficaces, tanto al nivel nacional como al nivel europeo.

2.1.2 La Comisión ha producido numerosos textos, ya debatidos en su momento, y el CESE ha emitido excelentes dictámenes sobre este asunto, que en el presente documento no se van a parafrasear. En el Libro Blanco sobre una política europea de comunicación (véase CESE 972/2006 <sup>(3)</sup>) se recomienda que «los poderes públicos nacionales, las organizaciones sociales y las instituciones de la UE (...) colabor[en] para desarrollar el lugar de Europa en la esfera pública». El objeto del presente trabajo no es inventar nuevas propuestas, sino organizar las que ya se han hecho proponiendo distinguir lo que compete a cada cual: poderes públicos nacionales, sociedad civil e instituciones de la Unión, y definir acciones prioritarias.

### 2.2 *Comunicar Europa al ciudadano: una tarea compleja*

2.2.1 La comunicación sobre Europa es inevitablemente compleja: el proyecto de construcción europea ha tenido siempre detractores, ya se trate de los que quieren menos Europa o de los que quieren aun más, o bien de los que quieren avanzar más rápidamente. Comunicar Europa de una manera equilibrada y comprensible es, por tanto, un combate. No se trata de «vender Europa», sino de permitir a los ciudadanos que vivan en el espacio europeo y participen con conocimiento de causa en las decisiones sobre el futuro de la Unión.

2.2.2 Comunicar Europa es hacer comprender una realidad política única en la historia de la humanidad y proponer un proyecto. Es necesario encontrar un equilibrio entre la comunicación del proyecto, que es asunto de los responsables políticos,

y la necesaria información sobre lo que producen las instituciones, que es asunto de cada una de ellas y va dirigido al público correspondiente.

2.2.3 El proyecto inicial necesita ser renovado. Explicar que «Europa es la paz», a generaciones que no tuvieron que vivir las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial y empezaron a interesarse por el mundo cuando las bombas caían sobre Sarajevo, no es digno de crédito. Las generaciones nacidas después de los años setenta tienen la sensación de que Europa es algo que se les impone, que Europa no pudo impedir una guerra ante sus propias puertas ni protegerlas contra lo que algunos entienden como excesos de la mundialización. No perciben que los derechos y libertades de que gozan son el resultado de la dinámica europea.

2.2.4 Explicar, en cambio, que «Europa es ampliar el horizonte» haciendo caer las fronteras, mostrar concretamente cómo, paso a paso, se suprimen los obstáculos que impiden entenderse, dialogar, circular, tener relaciones comerciales, trabajar, instalarse en otra parte, etc., mostrar que Europa amplía el campo de las posibilidades dando a los europeos un territorio de vida más vasto, abierto a las distintas culturas, eso sí puede ser más movilizador. Explicar también que Europa permite, mediante la comparación entre los distintos sistemas, desarrollar lo mejor que ha producido cada uno de ellos, eso sí que puede mostrar concretamente la utilidad de Europa.

2.2.5 Decir, finalmente, que juntos es como mejor se puede luchar contra el cambio climático, preservar el medio ambiente, la seguridad alimentaria, los derechos de los consumidores, etc. En efecto, Europa necesita conceptos simples como los que tienen los Estados. Es fácil hacer comprender a un niño que se necesitan carreteras y vías férreas para desplazarse, que cada cual debe aprender a leer para comprender el mundo, que es necesario castigar a los que perjudican a los demás, al grupo, y que estos servicios —ordenación del territorio, educación, justicia— que todo el mundo necesita, los presta el Estado, e igualmente que es misión del Estado preservar la salud, la seguridad, la solidaridad. Por tratarse de una construcción reciente, que algunos ciudadanos entienden mal, es menos fácil hacer comprender Europa, su necesidad, su utilidad. Construir un territorio de vida más vasto, y ser más fuertes y más creativos porque hay más habitantes puede ser algo simple de explicar a los niños y a sus padres.

2.2.6 Aunque no tiene curso en todos los Estados de la Unión, el euro aparece como un éxito que podría valorizarse aún más, a la vez como símbolo de la caída de las fronteras, como vehículo de sentimiento de pertenencia a Europa y como medio de ser más fuertes juntos.

2.2.7 La identificación con Europa requiere también figuras emblemáticas y símbolos fuertes, conocidos por todos, especialmente la bandera europea.

(3) DO C 309 de 16.12.2006, pp. 115-119.

### 3. Observaciones generales

#### 3.1 Comunicación política y comunicación institucional

3.1.1 Cabe señalar que cada institución europea, y es algo legítimo, dedica recursos, servicios, comunicación, numerosos funcionarios cualificados, sitios Internet, publicaciones, vídeos, etc., para explicar lo que hace. Un ciudadano que visita las instituciones se vuelve cargado de documentos muy bonitos, aunque no exista garantía de que haya comprendido cómo funciona todo y en qué medida afecta a su vida cotidiana. Este cúmulo de documentos produce más bien una sensación de complejidad, e incluso de cacofonía. No es necesario comunicar más, sino mejor. No son los medios lo que falta: hay que reorganizarlos. Los instrumentos de comunicación no son de mala calidad, sino que carecen de coherencia y no se utilizan con constancia. Están mal orientados, tanto en lo que se refiere a su contenido como a las personas e instituciones destinatarias. Hay demasiados folletos.

3.1.2 La crisis de confianza en cuanto a la capacidad de la Unión Europea para comunicar eficazmente en dirección a sus ciudadanos requiere un cambio radical en la cultura de comunicación. Actualmente, los esfuerzos europeos son, en el mejor de los casos, inadecuados en lo que se refiere a llegar hasta aquellos que no tienen una idea definida sobre la UE (y son los que constituyen la mayor parte de los ciudadanos europeos) y, en el peor de los casos, pueden ser contraproducentes. La razón debe verse en una insuficiente puesta en común de las reflexiones en materia de estrategias de información entre las instituciones europeas y los Estados miembros.

3.1.3 Si se suman, las cantidades dedicadas a la comunicación institucional son importantes y podrían utilizarse mejor para comunicar sobre las políticas. Sería interesante hacer el inventario del presupuesto destinado a la comunicación por cada una de las instituciones y por los Estados miembros, y saber quiénes asumen la responsabilidad.

3.1.4 Hay un consenso general para decir que la comunicación sobre Europa no es más que un medio al servicio de un proyecto y que no puede haber buena comunicación si el proyecto no es bueno. Pero la dificultad no está únicamente en la buena o la mala calidad del proyecto, sino también en que no hay instrumentos para promover el proyecto: los medios sólo existen en cada institución. El proyecto europeo debe ser asumido en primer lugar por los responsables políticos de primer plano: presidente en ejercicio (y futuro presidente previsto en el Tratado de Lisboa) de la Unión, jefes de Estado o de gobierno, presidente de la Comisión. Los ministros que participan en los Consejos son los que están en mejores condiciones de explicar en su país las decisiones que tomaron colectivamente.

3.1.5 La comunicación de las instituciones es límpida, puesto que por lo general debe hacer conocer lo que hacen las instituciones. La comunicación sobre el proyecto, en cambio, es siempre, por naturaleza, objeto de ataques. Ausencia de recursos específicos, críticas de todas partes, responsables políticos a menudo más preocupados por su imagen al nivel nacional (que

les confiere su legitimidad) y cuya notoriedad no suele ir más allá de su propio país: todo esto contribuye a que la comunicación política europea sea demasiado débil e inaudible.

3.1.6 Juntas, comunicación política y comunicación institucional, instituciones de la Unión e instituciones nacionales pueden llevar a cabo la nueva política común de comunicación, un desafío para la Unión del siglo XXI, diverso en su unidad frente a conjuntos más homogéneos en otras partes del mundo. La fórmula de Henry Kissinger, «Europa no tiene número de teléfono», sigue estando de actualidad.

3.1.7 Es necesario crear una política de comunicación común que reúna a las instituciones europeas y a los Estados miembros en torno a un conjunto común de principios fundamentales por los que se gobierne la estrategia de comunicación y de información de la Unión Europea. Tal política apoyaría los esfuerzos diversificados de los gobiernos y organizaciones no gubernamentales destinados a sensibilizar a Europa al nivel local en cada país.

3.1.8 Con ella se daría también un paso esencial para garantizar que todas las instituciones europeas entonan la misma partitura. Una situación en que las distintas instituciones compiten entre sí es completamente ridícula. Por supuesto, tienen necesidades diferentes en materia de información y exigencias diferentes por satisfacer, pero trabajan esencialmente con vistas al mismo objetivo, y éste parece haberse perdido de vista en la carrera por la autojustificación o la gestión del ego.

3.1.9 Es tiempo de que la Unión Europea invierta en lo que es uno de los retos importantes a los que se enfrentará en el próximo decenio: dar a sus ciudadanos un verdadero sentimiento de pertenencia a una empresa digna de acometerse y única en el mundo.

#### 3.2 Reorientar la comunicación

3.2.1 No es posible desde Bruselas comunicar Europa a 495 millones de ciudadanos, incluso con Internet.

3.2.2 La comunicación institucional debe reorientarse y no pretender dirigirse a la opinión pública, sino a los que están calificados para intervenir sobre los proyectos preliminares —por ser su ámbito de competencias— y pueden utilizar los textos una vez aprobados, para aplicarlos o darlos a conocer a las personas interesadas. Son estos transmisores los que están en mejores condiciones de explicar los resultados de la construcción europea, pasados y actuales. Desde este punto de vista, el CESE —porque reúne a los representantes de todos los componentes de la sociedad— es sin duda un portavoz pertinente.

3.2.3 Antes de publicar un documento, en papel o electrónico, es necesario plantearse la pregunta de sus destinatarios, ya que no se utiliza el mismo lenguaje ni las mismas imágenes según el objetivo. Demasiados documentos publicados no parecen llegar a su público, porque se les destina a la opinión pública en cuanto a la forma y a un público muy especializado en cuanto al fondo.

3.2.4 Es necesario dirigirse a un público de transmisores especializados por ámbito de competencia. Desde este punto de vista, la iniciativa del CESE con su boletín de información electrónica «*e-bridge*», adaptada a cada consejero y dirigida a sus enlaces, parece ser un modelo de buena práctica. Al igual que el proyecto del Parlamento Europeo de poner en red a los parlamentarios europeos y a los parlamentarios de los Estados miembros, estos representantes, unidos, pueden llegar a un gran número de personas retransmisoras, influyentes en su país.

3.2.5 Es necesario informar específicamente a los representantes electivos, a los miembros de los CES nacionales, a los periodistas y a los enseñantes, preguntándose qué información necesitan para difundir la idea europea y las realizaciones de la Unión. Es necesario partir de sus necesidades, antes que de la necesidad de las instituciones de dar a conocer sus trabajos.

3.2.6 Es igualmente importante llegar a los transmisores de opinión allí donde se encuentran. Los «medios de comunicación sociales» ganan importancia y toda comunicación debe elegir el medio de comunicación adecuado.

### 3.3 *El papel de los representantes electivos en la democracia participativa*

3.3.1 La comunicación política debe llegar a los 495 millones de europeos. Versa sobre el proyecto europeo, que explica lo que ha hecho, lo que hace y lo que quiere hacer Europa. Y por qué es un valor añadido. A qué ayuda Europa y por qué. Esta comunicación incumbe a los Estados, en particular a los ministros que participan en el Consejo y son los mejor informados sobre las decisiones, a los líderes políticos y a los miembros de la sociedad civil, que son capaces de hablar en su lengua a los ciudadanos y están suficientemente cerca y son suficientemente conocidos de ellos para ser escuchados. Si el balance colectivo de Europa puede ser el mismo para todos los europeos, la explicación de por qué es un valor añadido para un ciudadano y su país no puede ser la misma para un búlgaro, un estonio o un sueco.

3.3.2 Esta comunicación sobre el proyecto europeo debe ser participativa, tener en cuenta las necesidades, aspiraciones y opiniones de los ciudadanos. Eso requiere de los responsables capacidad de escucha. La consulta no puede realizarse desde Bruselas o Estrasburgo. Los paneles de ciudadanos pueden dar el pulso de la opinión, pero no bastan para dar a todos los ciudadanos la impresión de que se les escucha.

3.3.3 Los representantes electivos locales, legitimados por la democracia representativa y próximos a sus electores, están mejor situados que los institutos de encuesta para pedir a los ciudadanos su opinión sobre los proyectos europeos. E igualmente, los agentes de la sociedad civil deben pedir a sus representantes su opinión sobre las cuestiones tratadas al nivel europeo que forman parte de su ámbito de competencias. Si los representantes electivos hablan de Europa, la prensa también lo hará. Por ello, Europa debería ocupar un amplio lugar en los medios de comunicación (prensa, televisiones y radios locales) y en los «blogs políticos» de los que tienen un mandato electoral.

3.3.4 Los representantes de los Estados miembros —ministros, parlamentarios europeos, consejeros del CESE y miembros del Comité de las Regiones, interlocutores sociales, delegados de las ONG o funcionarios nacionales en los comités de programas: todos ellos— deben informar anualmente a sus electores o a sus representados de su experiencia en Bruselas (informe anual y reunión in situ). No basta con actuar en Bruselas para construir Europa, todos los que aportan su contribución a ella tienen un papel que desempeñar para explicar en casa lo que se decide en Bruselas. La iniciativa «*Back to school*» debe proseguirse.

### 3.4 *Una instrucción cívica europea común*

3.4.1 Al nivel europeo, sería necesario poner a disposición de los alumnos una base común de conocimientos, en un lenguaje accesible para todos, sobre la historia de la construcción europea, su funcionamiento, sus valores y su proyecto. Sería importante que fuese la misma para todos los jóvenes europeos y que estuviese validada por el Parlamento Europeo. Con el fin de enseñarla a los niños, debería enseñarse también a los políticos locales, que son los representantes de los poderes públicos más próximos a los ciudadanos. La base común de conocimientos deberá recogerse en un documento simple. Incluirá la bandera europea, un mapa de Europa y una «Carta del ciudadano europeo», con una parte sobre el sentido del proyecto: la historia y los valores y una parte sobre las políticas europeas y su efecto en la vida diaria de los ciudadanos (supresión de las fronteras, euro, Fondos Estructurales, programas de movilidad, etc.). El documento expresará la unidad que hace inteligible la diversidad y estará disponible en las veintidós lenguas de la Unión. Debería entregarse a cada ciudadano europeo al mismo tiempo que su pasaporte.

3.4.2 La educación en la idea de Europa es el primer desafío al que hay que responder: cada Estado debería esforzarse en introducir dicha base común de conocimientos en todos los niveles posibles: programas escolares, manuales de instrucción cívica, y también formación en las cuestiones europeas para los enseñantes, los funcionarios, los periodistas, los agentes de la sociedad civil, los representantes electivos y todos los que participan en los numerosos círculos de consulta, coordinación y decisión en Bruselas. Los trabajadores podrían ser formados también en el marco de la formación profesional permanente.

3.4.3 Para comprobar que tales conocimientos se adquieren, plantear preguntas sobre Europa con ocasión de los exámenes de fin de estudios, concursos de contratación de enseñantes y funcionarios, en las escuelas de periodismo. Sería necesario conectar en red a los enseñantes que difunden el conocimiento sobre Europa.

3.4.4 La base común de conocimientos recogería los valores asumidos por la Unión Europea, valores que, juntos, la distinguen de las demás zonas del mundo:

— Respeto de la dignidad humana, que se expresa por la abolición de la pena de muerte y la aplicación de las decisiones del Tribunal de Derechos Humanos de Estrasburgo, respeto de la vida privada, solidaridad intergeneracional.

- Respeto de la diversidad cultural, no como separación de comunidades, sino como derecho individual. Se sancionan penalmente el racismo, el antisemitismo, la homofobia.
- Derechos sociales, diálogo social e igualdad de oportunidades están recogidos en la Carta de los Derechos Fundamentales.
- «Estado de Derecho transnacional»: en la Unión Europea, el Estado de Derecho ha sustituido a la ley del más fuerte. Esto rige para los Estados nación, pero afecta también a la Unión en su conjunto. Cada ciudadano europeo puede hacer valer sus derechos más allá de las fronteras de su país de origen y eso se aplica para el Derecho nacional y para el Derecho comunitario.
- Espacio de solidaridades transnacionales, regionales, intergeneracionales, sociales, que se expresa a través de los distintos fondos europeos.

### 3.5 Poner a disposición información europea

3.5.1 Los cuerpos intermedios ya desempeñan un papel principal en la información y la sensibilización de los distintos componentes de la sociedad. Sería necesario dotarlos de instrumentos para permitirles que desempeñen tal papel en mayor medida aún.

3.5.2 La prensa de las organizaciones de la sociedad civil — organizaciones sindicales de trabajadores y empresarios, mutualidades, federaciones de agricultores, ONG, etc.— es un difusor especialmente eficaz. Además de información sobre los proyectos europeos en su respectivo ámbito de competencias, esos medios de comunicación podrían generalizar las comparaciones describiendo lo que se hace en los demás países europeos con respecto a cada tema abordado. Tales comparaciones permiten nutrir los debates nacionales sobre las reformas necesarias.

3.5.3 La Unión podría poner a disposición bancos de datos en todas las lenguas para que puedan ser utilizados por este tipo de prensa, muy próxima a la gente, pero de escasos recursos.

### 3.6 Favorecer los encuentros y los intercambios

3.6.1 Como lo han mostrado los programas de intercambio, incluido Erasmus, los contactos directos entre europeos son el mejor modo de construir el sentimiento de pertenencia a Europa. Los viajes escolares y de empresas, hermanamientos de municipios, de centros escolares, de residencias de la tercera edad, de asociaciones sociales y humanitarias, etc., son excelentes vectores de comprensión mutua. Pero podrían adoptarse otras medidas: decidir que en los períodos de prácticas de formación sindical, patronal o asociativa se invite a un ciudadano de otro Estado miembro. Del mismo modo, cada corporación municipal podría recibir a un representante político local de otro país europeo, al menos una vez al año. Un servicio social europeo podría permitir a los jóvenes voluntarios adquirir una experiencia profesional en otro país europeo.

3.6.2 Hermanamientos de consejos municipales de niños, de universidades de la tercera edad, corales, competiciones deportivas: son otros tantos medios de encontrarse y descubrirse. Si se suprimiera el obstáculo de los gastos de desplazamiento, estos encuentros tendrían lugar rápidamente de modo natural.

3.6.3 Multiplicar encuentros temáticos entre los ciudadanos de los Estados miembros requiere recursos para financiar los gastos de desplazamiento de los invitados de otros países europeos. La «golden star initiative» de la DG Educación y Cultura, que promueve los encuentros entre comités de hermanamiento e iniciativas locales, va en el buen sentido. Sería necesario un sistema simple y descentralizado —el gasto sería relativamente moderado— para un resultado muy eficaz. El dinero ahorrado por la reducción del número de folletos podría destinarse a un fondo descentralizado para favorecer la participación de los homólogos europeos en las actividades de los sindicatos, mancomunidades, federaciones industriales, comités de hermanamiento, etc. Para fomentar la participación in situ, este dinero cubriría sólo los gastos de desplazamiento y sería distribuido de manera muy simple y rápida por representantes locales, por ejemplo los de «Europa en directo» o «Casas de Europa». Para la atribución del dinero, se consultará a los agentes locales de Europa, gracias a un anuario en el que estarán registrados todos los representantes locales que dispongan de un mandato en instancias de coordinación y decisión, en Bruselas o en otros lugares (comités de empresa europeos, intercambios universitarios, etc.).

3.6.4 Se podría fomentar la idea de que cada europeo debería tener la ambición de ir una vez en su vida a Bruselas, Estrasburgo y Luxemburgo para visitar las instituciones y comprender mejor cómo funciona Europa.

3.6.5 Sería útil que los proyectos de comunicación cofinanciados por las instituciones —como está previsto en la Comunicación de la Comisión sobre el Plan D «Europa a debate»— incluyesen un elemento consistente en iniciativas transfronterizas.

### 3.7 Una mejor utilización de los recursos existentes

3.7.1 El interés de los dictámenes del CESE —síntesis, accesible a todos, de los proyectos de textos reglamentarios (consultas) o expresión de las preocupaciones de los ciudadanos (iniciativas)— no está solamente en la utilidad de su contenido, sino que el mismo texto se traduce a todas las lenguas de la Unión, lo que podría ser una base común de reflexión.

3.7.2 Es necesario un medio de comunicación europeo para saber lo que pasa en otros sitios. Hacer caer las fronteras es también, por ejemplo: conocer cómo los estonios eliminan los residuos, qué tipo de calefacción tienen los que viven en Barcelona, cuántos días de permiso por maternidad tienen las irlandesas, cómo se fijan los salarios en Rumanía. Saber que los retos locales son los mismos que a kilómetros de distancia, saber cómo se las arreglan los demás para encontrar soluciones ayudará a cada cual a sentirse miembro de la misma Europa.

3.7.3 Un medio de comunicación audiovisual transnacional —como, por ejemplo, Euronews— tiene un papel capital que desempeñar para proporcionar imágenes y reportajes. Sería necesario prever que el tratamiento de los asuntos europeos se integre explícitamente en las obligaciones de servicio público del sector audiovisual al nivel nacional y desarrollar un servicio público audiovisual europeo.

3.7.4 Eurovisión podría utilizarse aun en mayor medida para ritualizar determinados acontecimientos y para que las conciencias se acostumbren a Europa: retransmisión de los mensajes del presidente de la Comisión en todas las lenguas, competiciones deportivas europeas, etc.

### 3.8 *Europa no es el extranjero*

3.8.1 En demasiados gobiernos de la Unión los asuntos europeos dependen del Ministerio de Asuntos Exteriores; son todavía demasiados los medios de comunicación en los que la información sobre Europa se trata en la sección «extranjero»; en demasiadas organizaciones es el servicio internacional el que trata las cuestiones europeas. Sin embargo, las directivas europeas nutren el trabajo de los parlamentos nacionales y afectan a todos los ámbitos de la sociedad: no se trata, pues, de asuntos «exteriores», sino de asuntos «domésticos». Las cuestiones europeas afectan ya a todas las políticas internas de los Estados miembros. Habría que crear ministerios de Asuntos Europeos de pleno ejercicio, dotados de servicios propios en materia de análisis y previsión, comunicación y apoyo a la sociedad civil.

3.8.2 Igualmente, cada vez que se trate una cuestión será necesario mencionar su dimensión europea y observar cómo se aborda en los demás Estados miembros.

3.8.3 El extranjero comienza en las fronteras de la Unión, no en las fronteras de los Estados miembros. El poder de atracción del «modelo europeo» para los países que no forman parte de la Unión permite comprender el interés de la construcción europea, ya se trate de la construcción de un mercado único o del modelo democrático transnacional para gestionar la diversidad.

3.8.4 Organizar seminarios de información para los directivos de los demás continentes, explicando cómo se ha construido y funciona la Unión, puede conducir a una mejor imagen,

a la vez en el exterior y en el interior de Europa y transmitir los valores europeos al resto del mundo.

### 3.9 *Organizar acontecimientos*

3.9.1 Todos los profesionales de la comunicación lo saben: para que se hable de alguien es necesario crear acontecimientos y aprovechar los actos previstos para comunicar. Por ejemplo, en los acontecimientos deportivos internacionales, ¿no convendría izar conjuntamente la bandera europea y la bandera nacional en el momento de la entrega de medallas a los campeones? ¿Poner la bandera europea, además de la bandera nacional, en las camisetas de los jugadores? ¿Hacer el recuento de las medallas europeas en los Juegos Olímpicos?

3.9.2 Las elecciones europeas, el aniversario de la caída del muro de Berlín son otros tantos acontecimientos que no conviene olvidar. Por otra parte, el Día de Europa, el 9 de mayo, debería ser un día festivo, en caso necesario en lugar de otro. Igualmente, es preciso descentralizar las manifestaciones europeas de Bruselas y aprovechar las fiestas nacionales para darles una dimensión europea.

## 4. **Recordatorio de recomendaciones anteriores del Comité**

4.1 El Comité recuerda sus anteriores recomendaciones dirigidas a la Comisión en materia de comunicación, en particular las que se recogen en el anexo a su dictamen de octubre de 2005 sobre «El período de reflexión: la estructura, los temas y el contexto para una evaluación del debate sobre la Unión Europea» (CESE 1249/2005 <sup>(4)</sup>), en su dictamen de diciembre de 2005 sobre la «Contribución de la Comisión al período de reflexión y más allá: Plan D de democracia, diálogo y debate» (CESE 1499/2005 <sup>(5)</sup>), en su dictamen de julio de 2006 sobre el «Libro Blanco sobre una política europea de comunicación» (CESE 972/2006 <sup>(6)</sup>) y en su dictamen aprobado en abril de 2008 sobre «Comunicar sobre Europa en asociación» (CESE 774/2008).

Bruselas, 10 de julio de 2008.

El Presidente  
del Comité Económico y Social Europeo  
Dimitris DIMITRIADIS

<sup>(4)</sup> DO C 28 de 3.2.2006, pp. 42-46.

<sup>(5)</sup> DO C 65 de 17.3.2006, pp. 92-93.

<sup>(6)</sup> DO C 309 de 16.12.2006, pp. 115-119.