

## Avizul Comitetului Economic și Social European privind concilierea dimensiunii naționale cu cea europeană în cadrul comunicării privind Europa

(2009/C 27/30)

Într-o scrisoare din 25 octombrie 2007, viitoarea Președinție a Consiliului Uniunii Europene a hotărât să consulte Comitetul Economic și Social European pe tema:

„Cum se poate concilia dimensiunea națională cu cea europeană în cadrul comunicării despre Europa?”.

În conformitate cu articolul 20 din Regulamentul de procedură, Comitetul Economic și Social European a desemnat-o ca raportor general pe dna Béatrice OUIIN.

De asemenea, avizul ia în considerare ideile exprimate în Comunicarea Comisiei „Debate Europe” — să construim bazându-ne pe Planul D pentru Democrație, Dialog și Dezbateri, adoptat de Comisie la 2 aprilie 2008 <sup>(1)</sup>.

În cea de-a 446-a sesiune plenară, care a avut loc la 9 și 10 iulie 2008 (ședința din 10 iulie), Comitetul Economic și Social European a adoptat prezentul aviz cu 115 voturi pentru, 0 voturi împotriva și 2 abțineri.

### 1. Concluzii și recomandări

CESE recomandă:

1.1 expunerea într-un limbaj simplu, ușor de înțeles inclusiv de către copii, a originalității construcției europene, a valorilor acesteia, a proiectului european;

1.2 elaborarea, pentru educația civică europeană, a unui trunchi comun de cunoștințe (pornind de la ce se face deja în statele membre în acest domeniu) destinat elevilor și tradus în 22 de limbi oficiale ale Uniunii Europene. Acesta va putea fi validat de Parlamentul European, va fi introdus în programele școlare de educație civică și va permite formarea cu prioritate a multiplicatorilor de informații: profesori, aleși și ziariști. Organizarea unor astfel de cursuri intră în responsabilitatea nivelului național;

1.3 elaborarea și adoptarea de către toate instituțiile a unei politici comune în materie de comunicare. Propunerile în acest sens făcute în Comunicarea „Debate Europe” sunt încurajatoare, dar trebuie duse mai departe. Comunicarea trebuie să evite tipul de discurs „eurospeak” practicat la Bruxelles și să permită o dezbateri pe tema mizelor sociale relevante pentru cetățenii europeni;

1.4 susținerea acestei politici comune de comunicare de către oamenii politici aflați în fruntea instituțiilor europene și de cei care fac parte din guvernele naționale, iau decizii în cadrul consiliilor de miniștri și se bucură de faimă în țările respective. Pentru ca mesajele să ajungă de la Bruxelles la cei 495 de milioane de europeni, comunicarea trebuie focalizată pe multiplicatorii de opinie (reprezentanți ai societății civile, aleși locali, ziariști, profesori ...) cărora să li se ofere, de exemplu, un rezumat scurt și clar la încheierea fiecărei ședințe a Consiliului European;

1.5 la nivel național, membrii societății civile și aleșii locali să devină animatorii democrației participative europene: acestora le revine misiunea comună de a culege și transmite opiniile cetățenilor privind proiectele europene. Aleșii locali ocupă cea mai bună poziție pentru a capta atenția presei locale, care este cea mai citită. Dacă aceștia vor vorbi despre Europa, și presa locală va prelua subiectul. Toți cei care dețin un mandat european ar trebui ca, o dată pe an, să prezinte un raport asupra activității desfășurate în cadrul acestui mandat. La nivel local, ar trebui să se constituie un anuar al persoanelor-resursă, care au experiență europeană și care ar putea interveni în școli, asociații, adunări etc.;

1.6 pentru persoanele menționate (aleși locali, ziariști, profesori, membri ai CES naționale și alți reprezentanți ai societății civile), punerea la dispoziție de către nivelul european a unor bănci de date actualizate și cu date comparative privind situația diferitelor state membre în toate domeniile domenii. Aceste informații vor putea alimenta în special numeroasele mijloace de comunicare ale societății civile;

1.7 la nivel național, promovarea întâlnirilor și schimburilor directe între cetățeni: acțiuni de înfrățire, întâlniri sportive, organizarea de acțiuni de formare cu invitarea de către țara gazdă a unui reprezentant dintr-un alt stat membru și facilitarea accesului descentralizat la finanțarea cheltuielilor de deplasare (fonduri europene pentru comunicare) care ar completa programele de mobilitate existente;

1.8 utilizarea mai eficientă a resurselor existente, în special exploatarea documentelor traduse care, în prezent, servesc prea adesea doar ca documente de lucru pentru membrii instituțiilor și favorizează multilingvismul, condiție necesară comunicării între cetățenii europeni <sup>(2)</sup>;

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

<sup>(2)</sup> Avizul CESE din 26.10.2006 privind Comunicarea Comisiei Europene către Consiliu, Parlamentul European, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor privind un nou cadru strategic pentru multilingvism. Raportor: dna Le Nouail Marlière (JO C 324, 30.12.2006). Avizul exploratoriu SOC 306 „Multilingvismul” examinat în iulie 2008. Raportor: dna Le Nouail Marlière. Propunerile Grupului Amin Maalouf.

1.9 transmiterea către statele membre a propunerii ca, la nivelul guvernelor, să se creeze ministere ale afacerilor europene. Afacerile externe încep dincolo de frontierele Uniunii Europene, problemele europene sunt afaceri de politică internă, nu afaceri externe. Acest principiu este valabil și pentru organizații și instituțiile media;

1.10 utilizarea, la nivel național, a unor evenimente (concursuri sportive europene și internaționale, alegerile parlamentare europene, Ziua Europei, zile comemorative, cum ar fi cea a căderii zidului de la Berlin) pentru a organiza activități în cadrul cărora să se vorbească despre Europa și să se recurgă la simbolurile europene, imnul și drapelul.

## 2. Expunere de motive

2.1 *Cum se poate concilia dimensiunea națională cu cea europeană în cadrul comunicării privind Europa?*

2.1.1 După respingerea proiectului de Tratat constituțional în Franța și Țările de Jos, s-a convenit asupra necesității unei mai bune comunicări privind Europa, iar rezultatul referendumului din Irlanda demonstrează că această voință nu s-a tradus încă prin acțiuni eficiente la nivel național și european.

2.1.2 Comisia Europeană a elaborat numeroase documente care au fost deja dezbătute, iar CESE a prezentat pe această temă avize de înaltă calitate, pe care documentul de față nu își propune să le reia. Cartea albă privind politica de comunicare europeană (CESE 972/2006 <sup>(3)</sup>) afirmă necesitatea ca „*autoritățile publice naționale, societatea civilă și instituțiile Uniunii Europene să colaboreze în vederea consolidării sferei publice europene*”. Scopul prezentului document nu este de a formula noi propuneri, ci de a le sistematiza pe cele care au fost deja făcute, identificând, pentru fiecare dintre acestea, autoritățile responsabile (autoritățile publice naționale, societatea civilă și instituțiile Uniunii Europene) și definind acțiuni prioritare.

2.2 *Comunicarea privind Europa: o sarcină complexă*

2.2.1 Comunicarea privind Europa este inevitabil complexă: proiectul construcției europene a avut întotdeauna detractori, fie din rândul celor care doresc mai puțină integrare, „mai puțină Europă”, fie din rândul celor care doresc, dimpotrivă, „mai multă Europă” sau care doresc accelerarea procesului. O comunicarea echilibrată și inteligibilă privind Europa este așadar o luptă. Nu este vorba despre acțiuni menite să „vândă bine Europa”, ci să permită cetățenilor să trăiască în spațiul european și să participe în cunoștință de cauză la opțiunile prin care se orientează viitorul UE.

2.2.2 Comunicarea privind Europa înseamnă, pe de o parte, explicarea unei realități unice în istoria umanității, iar, pe de altă parte, propunerea unui proiect. Trebuie găsit un echilibru între

comunicarea proiectului, care ține de responsabilitatea autorităților politice, și necesara informare asupra activităților instituțiilor, care ține de responsabilitatea fiecărei instituții în parte și care se adresează unui public limitat.

2.2.3 Proiectul inițial trebuie reînnoit. Argumentul „Europa înseamnă pace”, oferit unor generații care nu au trăit urmările celui de-al doilea război mondial și care abia începeau să-și pună întrebări despre lume în perioada bombardamentelor asupra orașului Sarajevo, nu este credibil. Generațiile născute după anii '70 au sentimentul că Europa le este impusă și că aceasta nu a putut să împiedice declanșarea unui război și nici nu-i protejează de ceea ce mulți consideră a fi excese ale globalizării. Aceste generații nu conștientizează faptul că drepturile și libertățile de care se bucură în prezent sunt rezultatul dinamicii europene.

2.2.4 Ar avea mai mare putere de convingere argumentul că „Europa înseamnă largirea orizontului” prin desființarea frontierelor, demonstrând cum, pas cu pas, se elimină obstacolele care stau în calea comunicării, a dialogului, a circulației persoanelor, a găsirii unui loc de muncă, a schimburilor comerciale, a posibilității de instalare într-o altă țară, oferind europenilor posibilități sporite, într-un spațiu vital largit, deschis contactelor culturale. De asemenea, argumentul că, favorizând comparațiile între diferitele sisteme, Europa permite selectarea a ceea ce fiecare a produs mai bun, ar oferi o imagine concretă a utilității Uniunii Europene.

2.2.5 În sfârșit, s-ar putea pune în evidență faptul că numai împreună putem combate schimbările climatice, pentru a proteja mediul, pentru a garanta securitatea alimentară și respectarea drepturilor consumatorilor etc. Căci Europa și statele membre au nevoie de concepte simple, cum este conceptul de stat. Este ușor să explici unui copil că este nevoie de șosele și de căi ferate pentru a călători, că fiecare trebuie să învețe să citească pentru a înțelege lumea, că trebuie pedepsiți cei care fac rău celorlalți sau grupului din care fac parte și că servicii precum amenajarea teritorială, educația, justiția sunt servicii necesare tuturor și trebuie asigurate de stat, la fel cum statul are datoria să protejeze sănătatea, securitatea, solidaritatea. Având în vedere faptul că este o construcție recentă, pe care unii o înțeleg greșit, nu este simplu să se explice în ce constă necesitatea și utilitatea Europei. Posibilitatea de a construi un spațiu de viață mai larg, de a deveni mai puternici și mai întreprinzători pentru că suntem mai numeroși poate fi ușor de explicat și copiilor și părinților.

2.2.6 Deși nu antrenează toate statele membre, moneda euro este o reușită care ar putea fi mai bine fructificată, atât ca simbol al abolirii frontierelor, cât și ca mijloc de exprimare a sentimentului de apartenență la Europa și ca mijloc de a deveni mai puternici împreună.

2.2.7 Punerea în valoare a unor figuri emblematice și simboluri puternice, familiare, în special a drapelului european, este de asemenea un mijloc de promovare a procesului de identificare cu Europa.

<sup>(3)</sup> JO C 309, 16.12.2006, pp. 115-119.

### 3. Observații generale

#### 3.1 Comunicarea politică și comunicarea instituțională

3.1.1 Trebuie observat că fiecare instituție europeană recurge în mod legitim la diverse mijloace de promovare a propriilor acțiuni: servicii de comunicare cu personal numeros calificat, site-uri internet, publicații, material video. Cetățeanul care vizitează instituțiile europene pleacă încărcat de o frumoasă documentație, ceea ce nu garantează înțelegerea de către acesta a modului de funcționare a acestor instituții și încă și a modului în care acestea influențează viața sa de fiecare zi. Acest teanc de documente îi conferă mai degrabă senzația că se află în fața unui fenomen foarte complex, chiar confuz. Este necesar nu să se comunice mai mult, ci mai bine. Mijloacele nu lipsesc: trebuie doar ca ele să fie reorganizate. Instrumentele de comunicare nu sunt de calitate slabă, ceea ce le lipsește este coerența și nu sunt bine înscrise în timp. Acestea nu sunt bine orientate, atât în ceea ce privește conținutul, cât și persoanele și instituțiile cărora le sunt trimise. Sunt prea multe broșuri.

3.1.2 Criza de încredere în capacitatea Uniunii Europene de a comunica eficient cu cetățenii săi impune schimbări radicale de cultură a comunicării. În prezent, aceste eforturi la nivel european sunt cel puțin inadecvate în ceea ce privește capacitatea de a transmite informații celor care nu știu nimic despre UE (și care formează marea majoritate a cetățenilor europeni), dacă nu chiar contraproductive. Motivul trebuie căutat în direcția insuficienței cooperării în procesul de reflecție asupra strategiilor de informare dintre instituțiile europene și statele membre.

3.1.3 Totalul sumelor consacrate comunicării instituționale reprezintă o cifră importantă, iar acestea ar putea fi mai bine investite în politicile de comunicare. Ar fi interesant să se calculeze bugetul consacrat comunicării de către fiecare instituție în parte și de către statele membre și să se identifice instanțele responsabile pentru aceste cheltuieli.

3.1.4 În accepția generală, comunicarea privind Europa nu este decât un mijloc de realizare a unui proiect, iar comunicarea nu este posibilă dacă proiectul nu este bun. Dar dificultatea nu este legată numai de calitatea proiectului, ci și în lipsa instrumentelor de promovare a acestuia: mijloacele de promovare sunt prezente numai la nivelul fiecărei instituții în parte. Proiectului european trebuie susținut, în primul rând, de responsabilii politici de prim-plan: președintele în exercițiu al Uniunii Europene (și viitorul președinte prevăzut prin Tratatul de la Lisabona), șefii de stat și de guvern, președintele Comisiei Europene. Miniștrii care participă la ședințele de Consiliu sunt cel mai bine plasați pentru a explica în țara lor hotărârile adoptate în cadrul acestor ședințe.

3.1.5 Comunicarea asigurată de fiecare instituție în parte este limpede, pentru că, de cele mai multe ori, scopul este de a informa cu privire la activitățile instituției respective. În schimb, comunicarea privind proiectul a fost întotdeauna, prin natura ei, ținta unor atacuri. Lipsa mijloacelor specifice, criticile și atacurile, participarea unor responsabili politici deseori mai preocupați de imaginea pe care o oferă opiniei publice din propria țară

(care le asigură legitimitatea) și a căror notorietate deseori nu depășește frontierele propriei țări sunt factori care explică de ce comunicarea politică europeană este prea slabă și inaudibilă.

3.1.6 Prin eforturi comune în materie de comunicare politică și instituțională, instituțiile comunitare și naționale pot duce la bun sfârșit noua politică comună de comunicare, o provocare pentru Uniunea Europeană a secolului XXI, care, prin caracterul divers al unității sale, se deosebește de caracterul mai omogen al altor entități ale lumii. Formula lui Henry Kissinger — „Europa nu are număr de telefon” — este încă actuală.

3.1.7 Este necesară crearea unei politici de comunicare comune, care ar reuni instituțiile europene și statele membre sub un set comun de principii, care să formeze baza strategiei de comunicare și de informare a Uniunii Europene. Aceasta ar susține eforturile diversificate ale guvernelor și organizațiilor non-guvernamentale în activitatea lor de conștientizare a opiniei publice de pe plan local cu privire la proiectul european.

3.1.8 De asemenea, o astfel de politică ar constitui o garanție că toate instituțiile europene „cântă aceeași partitură”. Este ridicolă situația în care instituțiile europene intră în concurență. Este adevărat, pe de o parte, că nevoile acestora în materie de informare sunt diferite, dar, pe de altă parte, instituțiile lucrează împreună pentru atingerea unui obiectiv comun, care pare să se fi pierdut în cursa autojustificării și a promovării propriei imagini.

3.1.9 Este momentul ca Uniunea Europeană să investească în ceea ce reprezintă una din provocările importante cu care se va confrunta în următorul deceniu, și anume aceea de a da cetățenilor săi sentimentul că merită să participe la această construcție unică în lume.

#### 3.2 Orientarea comunicării

3.2.1 Nu este posibil, chiar prin internet, să comunici despre Europa cu 495 de milioane de cetățeni, direct de la Bruxelles.

3.2.2 Comunicarea instituțională trebuie să fie focalizată, să nu încerce să se adreseze marelui public, ci să-i vizeze pe cei care sunt calificați să intervină asupra proiectelor în amonte, pentru că este vorba de domeniul lor de competență, și care pot utiliza textele adoptate în aval pentru a le aplica sau a le transmite celor interesați. Acești multiplicatori de informații sunt cei mai capabili să explice rezultatele construcției europene, trecute și actuale. Din acest punct de vedere, având în vedere că reunește reprezentanți ai tuturor componentelor societății, CESE reprezintă, fără îndoială, un multiplicator de informație semnificativ.

3.2.3 Înainte de elaborarea unui document, imprimat pe hârtie sau pe suport electronic, trebuie să fie identificat publicul-țintă, întrucât limbajul și imaginile utilizate vor fi adaptate în funcție de acesta. Prea multe din documentele publicate par a nu-și găsi publicul, dat fiind că, prin formă, acestea au în vedere publicul larg, iar în prin conținut — un public foarte specializat.

3.2.4 Trebuie vizat un public de multiplicatori de informații specializați pe domenii de competență. Din acest punct de vedere, un model de bună practică este inițiativa CESE privind buletinul de informare electronic „e-bridge”, adaptat fiecărui membru și transmis multiplicatorilor de informații ai acestuia. Similar cu proiectul Parlamentului European de creare a unei rețele a deputaților europeni și a deputaților naționali din țările membre, membrii Comitetului pot intra în legătură cu un mare număr de multiplicatori, care exercită influență în țările respective.

3.2.5 Informația trebuie orientată către reprezentanții aleși, membrii CES naționale, jurnaliști și profesori, ținându-se seama de informațiile ce le sunt necesare pentru a difuza ideea europeană și realizările UE. Punctul de pornire trebuie să-l constituie nevoile lor și nu nevoia instituțiilor de a-și populariza activitățile.

3.2.6 De asemenea, este important ca legătura cu multiplicatorii de informație să se facă în locul în care aceștia își desfășoară activitatea. Mijloacele de comunicare „sociale” capătă o importanță din ce în ce mai mare și orice informație trebuie să-și găsească modalitatea de transmitere adecvată.

### 3.3 Rolul reprezentanților aleși în cadrul democrației participative

3.3.1 Comunicarea politică are în vedere cei 495 de milioane de europeni și se referă la proiectul european care explică ce a realizat, ce realizează și ce dorește să realizeze Europa, precum și valoarea adăugată a acestor realizări, domeniile în care Europa ajută și de ce. Această comunicare este în sarcina statelor membre, în special a miniștrilor care participă la Consiliu și sunt cei mai informați în ceea ce privește hotărârile adoptate, a liderilor politici și a membrilor societății civile, care sunt în măsură să se facă auziți și înțeleși de către cetățeni, fiind apropiați și cunoscuți de aceștia. Dacă bilanțul colectiv al proiectului european poate fi același pentru toți europenii, în schimb explicația valorii adăugate pe care o reprezintă acest proiect pentru o țară și un popor nu poate fi aceeași pentru un bulgar, un estonian sau un suedez.

3.3.2 Comunicarea privind proiectul european trebuie să fie participativă, să țină seama de nevoile, aspirațiile și opiniile cetățenilor. Acest lucru cere, din partea responsabililor, capacitate de ascultare. Consultarea cetățenilor nu se poate organiza la Bruxelles sau la Strasbourg. Grupurile cetățenești pot oferi o imagine asupra opiniei generale, dar nu le pot oferi tuturor cetățenilor sentimentul că sunt ascultați.

3.3.3 Aleșii locali, legitimați prin democrația reprezentativă și apropiați de alegători, sunt mai bine plasați decât instituturile de sondare a opiniei publice pentru a consulta cetățenii cu privire la proiectele europene. În același mod, actorii societății civile ar trebui să-i consulte pe cei pe care-i reprezintă asupra problemelor tratate la nivel european și care țin de domeniul lor de competență. Dacă reprezentanții aleși vorbesc despre Europa, presa îi va urma. Pe această cale, Europa ar trebui să devină mai prezentă în media (presa, televiziunea și posturile de radio locale), precum și în „blogurile” cu caracter politic ale reprezentanților aleși.

3.3.4 Reprezentanții statelor membre, miniștrii, deputații europeni, membrii CESE și ai CoR, partenerii sociali, delegații ONG-urilor sau funcționarii naționali din comitetele de program, fiecare în parte trebuie să prezinte electorilor sau celor care le-au încredințat mandatul un raport anual al activității desfășurate la Bruxelles (raport anual și ședință pe teren). Pentru a construi Europa nu sunt suficiente acțiunile desfășurate la Bruxelles, fiecare din cei care contribuie la această construcție are datoria de a explica la nivel local hotărârile luate la Bruxelles. Inițiative „Back to school” (Din nou la școală) trebuie continuată.

### 3.4 O educație civică europeană comună

3.4.1 La nivel european, va trebui elaborat un trunchi comun de cunoștințe privind istoria construcției europene, funcționarea instituțiilor europene și proiectul european, destinat școlărilor și difuzat într-un limbaj accesibil acestora. Ar fi important ca acesta să fie același pentru toți tinerii europeni și să fie validat de Parlamentul European. Acest trunchi comun de cunoștințe, pentru a fi transmis copiilor, trebuie transmis și aleșilor locali, care sunt reprezentanții autorităților publice celor mai apropiate de cetățeni. Trunchiul comun de cunoștințe ar trebui oferit într-un document simplu. Acesta ar cuprinde drapelul european, o hartă a Europei și o „cartă a cetățeanului european”, incluzând o parte consacrată sensului proiectului: istoria, valorile și un capitol privind politicile europene și efectul acestora asupra vieții de zi cu zi a cetățenilor (abolirea frontierelor, moneda euro, fondurile structurale, programele de mobilitate, Carta drepturilor fundamentale etc.) Acest document, disponibil în cele 22 de limbi ale Uniunii Europene, ar exprima unitatea care face ușor de înțeles diversitatea. Acesta ar trebui eliberat fiecărui cetățean european, odată cu pașaportul.

3.4.2 Educația pro-Europa reprezintă cea dintâi provocare: fiecare stat ar trebui să își fixeze ca obiectiv introducerea acestui trunchi de cunoștințe la toate nivelurile posibile: în programele școlare, manualele de educație civică, dar și în cursurile de formare privind problemele europene destinate profesorilor, funcționarilor, jurnaliștilor, actorilor societății civile, reprezentanților aleși și tuturor celor implicați în numeroasele grupuri cu rol consultativ, de coordonare și de decizie de la Bruxelles. Salariile ar putea fi formați în cadrul formării profesionale continue.

3.4.3 Pentru a verifica gradul de asimilare a acestor cunoștințe, ar trebui formulate întrebări despre Europa în cadrul examenelor de absolvire, al concursurilor de recrutare a profesorilor și funcționarilor, al școlilor de jurnalism. Profesorii care difuzează cunoștințe despre Europa ar trebui să se organizeze în rețele.

3.4.4 Trunchiul comun de cunoștințe ar trebui să se dezvolte pe valorile care caracterizează Uniunea Europeană și o deosebesc de alte zone ale lumii:

— respectarea demnității persoanei, care se traduce prin abolirea pedepsei cu moartea și aplicarea hotărârilor Curții drepturilor omului de la Strasbourg, respectarea vieții private, solidaritatea între generații;

- respectarea diversității culturale, privită nu ca o modalitate de deosebire a comunităților, ci ca un drept individual; sancționarea penală a rasismului, antisemitismului, homofobiei;
- introducerea drepturilor sociale, a dialogului social, a egalității de șanse în Carta drepturilor fundamentale;
- „Statul de drept transnațional”: în Uniunea Europeană, statul de drept a înlocuit legea celui mai puternic. Această mutație se verifică în interiorul statelor membre, dar și la nivelul Uniunii în ansamblul său. Fiecare cetățean european își poate susține drepturile dincolo de frontierele țării sale de origine, iar acest principiu se aplică atât în legislația națională cât și în cea comunitară;
- crearea unui spațiu de solidaritate transnațională, regională, socială, între generații, care să se reflecte în diferitele fonduri europene.

### 3.5 Furnizarea de informații europene

3.5.1 Organismele intermediare joacă deja un rol important în informarea și sensibilizarea diverselor componente ale societății. Ar trebui ca acestea să fie dotate cu instrumentele care să le permită asumarea unui rol și mai important.

3.5.2 Serviciile de presă ale acestor organizații ale societății civile — organizațiile sindicale ale angajaților și ale angajatorilor, casele de asigurări sociale de sănătate, federațiile agricultorilor, ONG-urile etc. — reprezintă un mijloc deosebit de eficient de difuzare a informațiilor. În afara informațiilor despre proiectul european în domeniul lor respectiv de competență, aceste mijloace de comunicare în masă ar putea prezenta comparativ diversele realizări ale altor țări europene din fiecare domeniu abordat. Aceste comparații ar putea alimenta dezbaterile asupra reformelor necesare la nivel național.

3.5.3 Uniunea ar putea pune la dispoziția organismelor de presă apropiate de cetățeni, dar care nu dispun de mijloace suficiente, baze de date în toate limbile oficiale.

### 3.6 Promovarea întâlnirilor și a schimburilor

3.6.1 După cum a demonstrat programul Erasmus, nimic nu contribuie mai eficient la cultivarea sentimentului de apartenență la Europa decât contactele directe între cetățeni. Călătoriile organizate de școli, de întreprinderi, acțiunile de înfrățire între localități, instituții de învățământ, cămine de bătrâni etc. reprezintă mijloace excelente de promovare a înțelegerii reciproce. Dar se pot adopta și alte măsuri: de exemplu, invitarea unui cetățean dintr-un alt stat membru la stațiile de formare ale sindicatelor, patronatelor sau asociațiilor. De asemenea, fiecare consiliu municipal ar putea primi, cel puțin o dată pe an, vizita unui ales local dintr-o altă țară europeană. Un serviciu civil european ar putea permite tinerilor voluntari să dobândească experiență profesională într-o altă țară europeană.

3.6.2 Acțiuni de înfrățire, înființarea de consilii municipale ale copiilor, de universități pentru vârsta a treia, corale, organizarea de competiții sportive constituie tot atâtea căi de întâlnire și descoperire reciprocă. Dacă s-ar elimina obstacolul financiar, aceste întâlniri s-ar putea desfășura mai des și mai firesc.

3.6.3 Promovarea întâlnirilor pe diverse teme între cetățenii statelor membre presupune mijloace de finanțare a cheltuielilor de deplasare a invitaților din alte țări europene. Inițiativa „golden star” a DG Educație și Cultură, care încurajează întâlnirile între comitete de înfrățire și inițiative locale merge într-o direcție bună. Este necesară elaborarea unui sistem mai eficient, simplificat și descentralizat; de altfel, costurile ar fi relativ scăzute. Banii economisiți prin reducerea numărului de broșuri ar putea fi vărsați într-un fond descentralizat, care să promoveze participarea omologilor europeni la activitățile organizate de sindicate, de comunitățile locale, de federațiile industriale, de comitetele de înfrățire etc. Pentru a încuraja participarea la nivel local, acești bani ar acoperi numai cheltuielile de deplasare și ar fi distribuiți printr-un procedeu simplu și rapid de reprezentanți locali, precum „Europe direct” sau asociațiile „Casa Europei”. Alocarea acestor bani se va face prin consultarea actorilor europeni de pe plan local, lucru care va deveni posibil datorită unui anuar în care vor fi înregistrați toți actorii de pe plan local mandatați să facă parte din instanțe de coordonare și de decizie de la Bruxelles sau din altă parte (comitete europene de întreprindere, schimburi academice etc.).

3.6.4 S-ar putea încuraja ideea că fiecare cetățean european ar trebui să aibă ambiția de a merge o dată în viață la Bruxelles, Strasbourg și Luxemburg pentru a vizita instituțiile și a înțelege mai bine cum funcționează Europa.

3.6.5 Ar fi util ca proiectele de comunicare cofinanțate de instituții să cuprindă, astfel cum prevede comunicarea Comisiei privind Planul D „Debate Europe”, o componentă de promovare a inițiativelor transfrontaliere.

### 3.7 O mai bună utilizare a resurselor existente

3.7.1 Avizele CESE sunt utile nu numai datorită conținutului — rezumând subiectele, fiind accesibile tuturor și dezbătând texte legislative (sesizările) sau preocupări ale cetățenilor (avizele din proprie inițiativă) —, ci și datorită faptului că textul este tradus în toate limbile vorbite ale UE și poate servi ca bază comună de discuție.

3.7.2 Pentru a fi informați în legătură cu ce se întâmplă în alte țări, trebuie creat un instrument media european. Acesta ar reprezenta o altă modalitate de desființare a frontierelor: să fii informat asupra modului în care estonienii elimină deșeurile, a sistemului de încălzire din Barcelona, a numărului de zile de concediu de maternitate de care beneficiază irlandezele, cum se stabilesc salariile în România. Conștiința faptului că provocările de acasă sunt aceleași la sute și sute de kilometri depărtare, ca și posibilitatea de a afla cum au făcut alții pentru a rezolva o anumită problemă vor face ca fiecare să se simtă membru al aceleiași Europe.

3.7.3 Un mijloc audiovizual de difuzare în masă transnațional precum Euronews joacă un rol capital în furnizarea de imagini și reportaje. Ar trebui ca dezbaterile problemelor europene să se numere în mod explicit printre obligațiile serviciului audiovizual.

3.7.4 Euroviziunea ar putea fi utilizată mai bine în sensul „ritualizării” anumitor evenimente care să consolideze conștiința europeană: retransmiterea urărilor Comisiei Europene în toate limbile oficiale, competiții sportive europene etc.

### 3.8 Europa nu este de domeniul afacerilor externe

3.8.1 În prea multe state europene afacerile europene intră în atribuțiile Ministerului Afacerilor Externe; în mass-media, informațiile despre Europa sunt plasate, de prea multe ori, în rubrica „externe”; prea multe organizații consideră că problemele europene sunt de competența serviciilor de relații internaționale. Cu toate acestea, nu este vorba de afaceri „externe”, ci interne, întrucât transpunerea directivelor europene, care privesc toate aspectele unei societăți, este de competența parlamentelor naționale. Problemele europene se regăsesc în prezent în toate politicile interne ale statelor membre. Ar trebui create ministere ale afacerilor europene, dotate cu servicii proprii în materie de analiză și prognoză, de comunicare și de sprijinire a societății civile.

3.8.2 De asemenea, de câte ori se tratează o problemă, trebuie evocată dimensiunea europeană a acesteia și observat modul în care această problemă este abordată în celelalte state membre.

3.8.3 Afacerile externe încep dincolo de frontierele Uniunii Europene, nu la frontierele dintre statele membre. Atractivitatea pe care o prezintă modelul european în exteriorul Uniunii Europene ne permite să înțelegem care este interesul pe care îl prezintă construcția europeană, fie că este vorba despre construcția unei mari piețe interne sau despre modelul democratic transnațional care permite gestionarea diversității.

3.8.4 Organizarea de seminare de informare pentru a explica managerilor de pe alte continente cum s-a construit și cum funcționează UE poate contribui la îmbunătățirea imaginii atât

externe, cât și interne a Europei și la transmiterea valorilor europene în lume.

### 3.9 Organizarea de evenimente

3.9.1 După cum știu toți specialiștii în comunicare, pentru ca Europa să devină un subiect de comunicare, sunt esențiale atât organizarea de evenimente speciale, cât și participarea la diverse evenimente planificate. De exemplu, oare nu ar fi util ca, la ceremoniile de înmănare a medaliilor din cadrul diverselor manifestări sportive internaționale, să se arboreze, împreună cu drapelul național, și drapelul Uniunii Europene? De asemenea, pe echipamentul participanților ar putea să figureze și drapelul european alături de cel național, iar la încheierea Jocurilor Olimpice s-ar putea număra medaliile obținute la nivel european.

3.9.2 Alegerile europene, comemorarea căderii zidului Berlinului reprezintă alte ocazii care nu ar trebui pierdute. În plus, Ziua Europei, 9 mai, ar putea deveni sărbătoare legală, înlocuind, eventual, o altă sărbătoare. De asemenea, manifestările europene ar trebui să se desfășoare și în afara Bruxelles-ului, iar sărbătorile naționale ar putea căpăta o dimensiune europeană.

## 4. Recomandările anterioare ale Comitetului

4.1 Comitetul reamintește precedentele recomandări privind comunicarea pe care le-a adresat Comisiei Europene, în special în anexa la avizul din octombrie 2005 privind perioada de reflecție: structura, temele și cadrul pentru o evaluare a dezbaterii despre Uniunea Europeană (CESE 1249/2005 <sup>(4)</sup>), în avizul din decembrie 2005 privind contribuția Comisiei la perioada de reflecție și dincolo de aceasta: Planul D pentru democrație, dialog și dezbateri (CESE 1499/2005 <sup>(5)</sup>), în avizul din iulie 2006 privind Cartea albă privind o politică de comunicare europeană (CESE 972/2006 <sup>(6)</sup>), precum și în avizul adoptat în aprilie 2008 privind Comunicarea „Parteneriatul pentru comunicarea privind Europa” (CESE 774/2008).

Bruxelles, 10 iulie 2008

Președintele  
Comitetului Economic și Social European  
Dimitris DIMITRIADIS

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

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

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