

NE VA FI MAI BINE DACĂ VOM COMUNICA MAI BINE

*Alexandrina Petrea – consilier de integrare,
Direcția Mass-media și Comunicare, Ministerul Integrării Europene*

Abstract

The communication about the european integration represent a challenge because of the complexity of the domain and the direct implications that this process has over daily people's existence.

For that reason, the most efficient solution for get through this challenge is the active citizenship - the citizens, the institutions of public administration, the media organizations, the civil society have the obligation to participate in an active way for the construction of a democratic substructure and, in the same time, for its consolidation.

The successfully integration of Romania in European Union concern all of us very nearly and make us more responsables. Every Rumanian need to ask for informations, to involve in the decisional process and to express his/her own opinion about the politics and the activities who does matter for him. Briefly, to communicate.

Din 2004 Comisia Europeană comunică la rang de vice-președinte, Margot Wallström fiind comisara cu responsabilități în domeniul relațiilor internaționale și al strategiei de comunicare. Astfel, comunicarea a devenit unul din obiectivele strategice cu mari șanse să devină o politică cu drepturi depline.

Evaluarea strategiilor de comunicare anterioare a relevat o fragmentare a comunicării, mesaje care reflectau mai mult prioritățile politice decât interesele, nevoile și preocupările cetățenilor și o abordare mult prea focalizată pe finanțarea campaniilor în detrimentul obiectivului principal: dialog susținut și comunicare pro-activă.

Astfel, Comisia a hotărât să introducă o noua abordare, în două etape:

- **Planul de acțiune**¹ a fost lansat în iulie 2005 pentru a profesionaliza activitatea de Comunicare în cadrul Comisiei Europene;

- **Cartea albă asupra politicii europene de comunicare**² propune descentralizarea procesului de comunicare către instituții și actorii sociali existenți în fiecare stat membru pentru a dezvolta apariția unui *Spațiu Public European* dedicat dezbaterii și dialogului.

Noua abordare este susținută de trei principii care pun în prim plan cetățenii și eforturile de informare menite a le câștiga interesul și încrederea:

- **a asculta** – comunicarea înseamnă dialog, nu este un proces uni-direcțional și nu reprezintă doar responsabilitatea instituțiilor de a informa cetățenii cu privire la activitățile lor. Europa este în primul rând a cetățenilor, iar Comisia a creat în ajutorul lor instrumentele de comunicare prin care ei să își facă cunoscute opiniile și preocupările.

- **a comunica** – Politicile, activitățile europene și impactul lor asupra vieții cetățenilor trebuie să fie făcute cunoscute într-o manieră accesibilă tuturor pentru ca cetățenii europeni să poată urmări ceea ce se întâmplă la nivel European.

¹ http://europa.eu.int/comm/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf

² http://europa.eu.int/comm/communication_white_paper/doc/white_paper_en.pdf

- **a comunica cu cetățenii la nivel local** – o foarte bună comunicare presupune o excelentă înțelegere a audiențelor locale. Activitățile de comunicare ale Comisiei trebuie să fie foarte bine documentate și organizate, astfel încât să răspundă preocupărilor locale și naționale. De asemenea, informația trebuie transmisă prin canalele de comunicare pe care cetățenii le preferă, într-un limbaj pe care să îl înțeleagă.

Eforturile de comunicare au fost intensificate odată cu începerea procesului de ratificare a *Tratatului instituind o Constituție pentru Europa*. Campaniile de comunicare cu privire la procesul de ratificare rămân la în sarcina statelor membre, Comisia punând la dispoziția acestora un set de instrumente de comunicare, mai ales pentru a îmbunătăți capacitatea de a „asculta”:

- inițiative de stimulare a dezbaterilor la nivelul statelor membre: 1000 de dezbateri cu privire la Europa, cu participarea reprezentanților autorităților municipale sau regionale; Spring Day – a încurajat școlile să dedice o zi dezbaterilor și dialogului dintre copii și personalități locale sau regionale; seminarii pentru jurnaliști organizate la *Centrul European de Jurnalism*; transmiterea de informații către multiplicatori de informație europeană din *Team Europe*; *Centrul Europe Direct* răspunde solicitărilor transmise telefonic de către cetățenii europeni la un număr cu apel gratuit, cu un program special dedicat Constituției; *9 mai – Ziua Europei* va fi sărbătorită prin evenimentele create pentru a înlesni dialogul pe tema Constituției.

- instrumente de comunicare: un site dedicat Constituției Europene, broșuri despre Constituție, aviziere cu informații, editarea unor versiuni definitive a Constituției în 20 de limbi oficiale și în galeză, materiale promoționale, un DVD care prezintă schimbările majore aduse de Constituție și importanța ei în procesul de integrare europeană, Euronews.

Acțiunile de comunicare în 2004 au fost finanțate din *Linia Bugetară PRINCE – Viitorul UE*, fiind alocate 4,5 milioane EURO în 2004, pentru 2005 suma s-a ridicat la aproximativ 9 milioane EURO.

Cu toate acestea procesul de ratificare a Constituției s-a confruntat cu opinii foarte puternice în Olanda și Franța, țări în care proiectul de tratat a fost respins de majoritatea populației prezentă la urne. Acesta semnal de alarmă a solicitat un răspuns din partea Comisiei care a adoptat un *Plan D – pentru democrație, dialog și dezbateri*³.

Acest document programatic nu reprezintă o misiune de salvare a Constituției, ci un efort de a stimula și aprofunda dezbaterile dintre cetățeni și instituțiile europene cu privire la viitorul Uniunii Europene. Inițiativa este complementară *Planului de acțiune* și *Cărții albe*. *Planul D* contribuie mult mai nuanțat la revigorarea democrației europene cu informații și instrumente care vin în ajutorul cetățenilor europeni și interesului lor de a participa activ la procesul decizional și la îmbunătățirea proiectului european.

Astfel, o comunicare corectă, deschisă, ținută constituie o componentă de bază a procesului de pregătire pentru aderarea la Uniunea Europeană și are un rol esențial în realizarea cu succes a procesului de integrare.

O informare corectă poate preveni reacțiile negative din perioada imediat următoare aderării, când populația va resimți în mare parte costurile acestui proces – creșteri ale prețurilor, nivelul ridicat al investițiilor necesare în tehnologie, protecția mediului, agricultura etc.

Prin urmare, în lunile următoare, până la momentul în care vom deveni membri ai Uniunii, Ministerul Integrării Europene va dinamiza eforturile sale de comunicare. Noua abordare pe care o propunem are ca obiectiv construirea unei imagini realiste asupra Uniunii Europene și a implicațiilor procesului de aderare în țară, precum și promovarea unei imagini corecte a României în afara țării.

³ http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/en/com/2005/com2005_0494en01.pdf

La baza noii strategii va sta principiul descentralizării procesului de comunicare pe teme de integrare europeană. Acesta implică cooperarea cu acei actori care au acces direct la cetățeni sau cu cei care pot acționa ca multiplicatori: mass media – cu un accent special asupra presei locale și regionale, organizațiile societății civile, precum și instituțiile administrației publice locale.

Strategia de comunicare a MIE vizează, de asemenea, cooperarea cu acei actori care au acces direct la cetățeni sau cu cei care pot acționa ca multiplicatori.

Ministerul Integrării desfășoară diverse activități la nivel regional și local, în care încearcă să implice cât mai activ autoritățile locale și alți multiplicatori de informație europeană:

- Programul **Europa în școală** destinat învățământului pre-universitar constă în **concursuri interliceale și seminarii de informare pe teme europene pentru profesorii din mediul rural**; în 2006 programul a debutat la Deva și va continua în județele Neamț, Suceava, Tulcea, Sibiu, Bihor, Mehedinți și Alba.

- Parteneri: Ministerul Educației și Autoritatea Națională pentru Tineret

- **Programul de informare pentru mediul rural** include editarea unui **ghid** pe tema impactului aderării asupra agriculturii și dezvoltării rurale și organizarea a **8 întâlniri cu reprezentanți ai primăriilor comunale, ai direcțiilor agricole și ai mediului de afaceri în cele 8 regiuni de dezvoltare** ale României.

- Parteneri: Ministerul Agriculturii și Agenția Națională de Consultanță Agricolă

- **Europa este importantă pentru tine!** – campanie de informare privind dimensiunea socială a integrării cu accent **pe egalitatea de șanse**. În 2006 va continua cu organizarea în luna mai a unei sesiuni de formare pentru promotorii egalității de șanse din 16 județe din țară și în București.

- Parteneri: Ministerul Muncii – Agenția Națională pentru Egalitate de Șanse, Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării, Comisia de femei a CNSLR – Frăția

În concluzie, aș dori să subliniez un ultim aspect – **comunicarea pe teme de integrare europeană reprezintă o provocare**, atât datorită complexității domeniului, cât și datorită implicațiilor directe pe care acest proces le are asupra vieții de zi cu zi a oamenilor. De aceea, **cea mai eficientă soluție pentru a face față acestei provocări este cetățenia activă** – cetățenii, instituțiile administrației publice, organizațiile media, societatea civilă, instituțiile europene au obligația de a participa activ la construcția unei infrastructuri democratice și la consolidarea ei.

Integrarea cu succes a României în Uniunea Europeană **ne privește pe toți și ne responsabilizează în egală măsură. Fiecare roman și fiecare româncă are datoria să solicite informații instituțiilor responsabile, să își exprime opiniile față de politicile și activitățile care îl/o vizează și să se implice în procesul decizional. Pe scurt, să comunice.**