Comunicare L’Europa

“Comunicare l’Europa” è un insieme di azioni e di iniziative che assicurano l’informazione e la trasparenza verso l’esterno delle procedure e degli atti relativi alle politiche pubbliche, elaborate nell’ambito delle istituzioni dell’Unione europea. Questa esigenza, riconosciuta oramai da vari decenni nelle democrazie contemporanee occidentali quale fondamento per garantire anche una maggiore partecipazione democratica ai processi politici, ha seguito a livello europeo un percorso più incerto, data la natura particolare della legittimità su cui poggia il sistema comunitario. Infatti, poiché gli attori principali del primo trentennio del processo di integrazione europea (v. Integrazione, Teorie della; Integrazione, Metodo della) erano essenzialmente rappresentati dai governi degli Stati membri e da pochi altri gruppi di pressione di natura economica e politica, non appariva essenziale uno sforzo mirato a estendere la portata dell’informazione comunitaria al di là del coinvolgimento delle amministrazioni nazionali e delle principali realtà rappresentative delle forze economiche e sociali.

Alcune innovazioni maggiori, quali le elezioni dirette del Parlamento europeo e, soprattutto, la fase di riforma dei trattati apertasi alla metà degli anni Ottanta hanno poi contribuito gradualmente a cambiare lo scenario, espandendo le competenze e in generale gli obiettivi politici e i poteri decisionali delle istituzioni comunitarie, che hanno conseguentemente iniziato a maturare strategie più adeguate per rapportarsi con l’opinione pubblica europea (v. Opinione pubblica ed Europa) intesa in senso più ampio.

L’informazione comunitaria è stata fin dalle origini assicurata principalmente dalla Commissione europea, che a tale scopo aveva creato una struttura amministrativa specifica, la Direzione generale dell’informazione e successivamente la DG X, responsabile della “politica di

informazione, comunicazione e cultura” della quale le rappresentanze presenti nei vari Stati membri costituivano importanti terminali, mentre il necessario sostegno operativo era offerto dall’Ufficio delle pubblicazioni ufficiali della Comunità europea.

Per lungo tempo, però, l’azione di informazione delle istituzioni europee era prioritariamente rivolta alla stampa accreditata presso le loro sedi e, quindi, si trattava di una comunicazione incentrata essenzialmente sulla descrizione delle attività da esse svolte.

Dopo la firma del Trattato di Maastricht, la portata più ampia delle politiche perseguite dalle istituzioni europee poneva in evidenza la necessità di sviluppare maggiormente nei cittadini un comune senso di appartenenza all’Unione europea. Conseguentemente, si rendeva necessaria una politica della comunicazione più mirata a raggiungere un tale risultato e anche più attenta a motivare adeguatamente le rilevanti innovazioni politico-economiche che a loro volta avrebbero contribuito a costruire un’autentica identità europea, come l’introduzione della moneta unica (v. Euro) e la definizione del concetto di cittadinanza europea. Durante gli anni Novanta, malgrado non esistesse una specifica base giuridica nei Trattati, nascevano, quindi, i primi programmi (ad esempio PRINCE, Programma di informazione per i cittadini europei) e le prime campagne di comunicazione rivolte decisamente al “grande pubblico” (ad esempio “Cittadini d’Europa, “Costruiamo insieme l’Europa”, “L’euro: una moneta unica per l’Europa”). Si sviluppava, inoltre, una linea d’azione parallela mirata alla valorizzazione della politica di “prossimità” al cittadino, che permetteva la creazione di punti di informazione e animazione su temi europei diffusi sul territorio e, allo stesso tempo, integrati in diverse forme di reti (ad esempio Carrefour, Info Point Europa, Centri di documentazione europea, Euro Info Center) (v. Centro europeo di documentazione e informazione).

Il Trattato di Amsterdam, poi, porrà l'accento sull'obbligo della maggiore trasparenza da parte delle istituzioni europee rispetto ai loro atti e documenti (art. 255) (v. Politica della trasparenza), e in questo senso si rivelerà strategico il graduale, ma deciso sviluppo del portale internet "EUROPA" (http://europa.eu). Nato nel 1995, il portale si svilupperà negli anni successivi fino a diventare presto il più grande sito istituzionale del mondo, in grado di assolvere alle principali esigenze di comunicazione istituzionale, informazione e documentazione specializzata, ma anche sempre più mirato a offrire servizi innovativi con alti potenziali di interattività con i cittadini europei e con tutti gli altri utenti interessati.

All'inizio degli anni Duemila la Commissione europea, impegnata in una profonda riforma amministrativa interna e consapevole dell'esigenza di sviluppare ulteriormente e secondo delle strategie più efficaci la propria politica di informazione e comunicazione, elaborava un certo numero di proposte (COM(2001)354, COM(2002)350, COM(2004)196), che contenevano vari nuovi elementi, quali la maggiore strutturazione dell'insieme delle azioni con strumenti più calibrati secondo i target di utenza e una scelta più attenta dei temi su cui insistere prioritariamente. Particolarmente importante in tal senso appariva l'affermazione decisa del principio del "partenariato", non solamente con le altre istituzioni dell'Unione europea, e in particolare il Parlamento europeo, ma anche con gli Stati membri, dei quali si riconosceva la piena legittimità e responsabilità di contribuire nel miglioramento del livello di conoscenza da parte dei cittadini della politica europea. Il parallelo progetto di elaborazione del Trattato che adotta una Costituzione per l'Europa (v. Costituzione europea) rappresentava, nel contempo, la migliore occasione, ma anche il più severo banco di prova per implementare la nuova strategia di informazione e comunicazione che si andava così delineando.

La Commissione europea iniziando la propria attività nell'inverno del 2004 registrava la novità dell'affidamento a un specifico commissario, la vicepresidente Margot Wallström, dell'incarico di responsabile della "Strategia di comunicazione", per garantire il perseguimento degli obiettivi prefissati. Le difficoltà registrate nella primavera del 2005 relative al processo di ratifica del Trattato costituzionale europeo, spingevano verso un nuovo salto di qualità in questo settore, del quale saranno testimoni alcuni nuovi documenti programmatici presentati dalla Commissione europea. Si tratta del "Piano di azione" del 20 luglio 2005, che elencava una serie di misure concrete intese a migliorare le capacità e competenze della Commissione in materia di comunicazione, della comunicazione "Un piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito", inteso ad accrescere il dialogo con i cittadini e la società civile europea sul futuro dell'Europa e il Libro bianco (v. Libri bianchi) su una politica europea di comunicazione (COM(2006)35 del 1/2/2006), che rappresentava la sintesi delle nuove scelte strategiche mirate a coinvolgere i cittadini e i media nella crescita di una vera e propria sfera pubblica europea. Quest'ultimo documento, sottoposto a un lungo procedimento pubblico di consultazione, costituirà la base di tutti gli ulteriori sviluppi in questo campo.

Stefano Milia (2008)