



Il 1° febbraio 2006 la Commissione europea ha adottato un Libro Bianco su una politica europea di comunicazione. Cos'è? E perché è stato scritto? A queste ed altre domande risponde Roberto Santaniello, direttore della rappresentanza della Commissione europea a Milano. Un Libro Bianco anche per la comunicazione. Perché e come nasce? Questo Libro Bianco nasce dall'esigenza di fare un salto di qualità. La comunicazione europea aveva oggettivamente bisogno di essere sistematizzata. Dopo una fase dilettantistica, c'era infatti bisogno di inaugurare una nuova stagione in cui si condivide con tutti gli attori, compresi gli stakeholder, la necessità di lavorare insieme per conseguire un risultato comune. Dopo il piano di azione per migliorare la comunicazione della Commissione europea del luglio 2005, attraverso cui la Commissione europea ha posto regole al suo interno per creare una sfera pubblica, il Libro Bianco è un tentativo per coinvolgere tutti. Quali errori di comunicazione ha commesso l'Unione Europea? Più che di errori parlerei di omissioni. E se omettere significa sbagliare, l'errore è quello di non aver investito nel coinvolgimento dell'opinione pubblica. In altre parole, le istituzioni europee non hanno saputo affrontare con tempestività i primi risultati negativi del trattato di Maastricht e non hanno adottato una strategia per far partecipare i cittadini. Quali risultati si attendono da questa consultazione? Il libro bianco invita a formulare proposte per ridurre le distanze tra l'Unione Europea e i cittadini. Ci si aspettano dunque idee e risposte ai cinque gruppi tematici individuati dalla Commissione europea (1. definizione di principi comuni per orientare le attività di comunicazione su tematiche europee; 2. coinvolgere i cittadini; 3. collaborazione con i media e l'utilizzazione delle nuove tecnologie; 4. comprensione dell'opinione pubblica europea; 5. cooperazione) per creare degli strumenti che verranno messi in atto insieme agli stakeholder. Il periodo di consultazione si concluderà il 30 settembre 2006. Come viene diffusa la conoscenza del Libro Bianco per la comunicazione europea? Attraverso lo strumento privilegiato, che è il sito e che consente molta interattività. Stiamo inoltre adottando forme di comunicazione sulla comunicazione, attraverso le due rappresentanze in Italia e le strutture decentrate sul territorio nazionale, soprattutto le Antenne Europe Direct. Organizziamo infine momenti di riflessione pubblica, come quelli promossi dall'Associazione Comunicazione Pubblica e da FERPI, che servono per raccogliere ulteriori contributi. I dati Doxa rilevano un atteggiamento positivo nei confronti dell'Europa da parte degli italiani. È un vantaggio per la comunicazione? La considerazione da cui partirei è perché gli altri Paesi credono meno nell'Europa rispetto a noi italiani. I danesi, ad esempio, hanno strutture istituzionali che funzionano e creano un forte legame. Gli italiani, viceversa, sono più diffidenti

Un Libro Bianco per la comunicazione europea.

Di Elisabeth Och
Venerdì 14 Luglio 2006 11:10

verso le istituzioni nazionali. Potremmo quindi concludere che l'integrazione europea è inversamente proporzionale al grado di accettazione e soddisfazione delle istituzioni nazionali. In ogni caso, comunicare l'Europa è arduo. E richiede molta responsabilità perché è facile per i governi addossare le colpe all'Europa per scelte che invece sono condivise ed è quindi difficile per i cittadini comprendere da dove provengono le decisioni.