



Comunicare l'Europa.

Come far crescere la consapevolezza della propria cittadinanza europea un contributo dell'Università di Bologna - Punto Europa Forlì al "Libro Bianco su una politica europea di Comunicazione"

Premessa

L'Europa sta attraversando un momento di crisi e di perdita di fiducia da parte dei propri cittadini, come hanno dimostrato i risultati dei referendum francese ed olandese e la forte difficoltà che continua ad incontrare il processo costituzionale dell'UE. Un ulteriore campanello d'allarme sembra essere la caduta di interesse (se non una vera e propria mancata condivisione) verso il processo di allargamento, così entusiasticamente, e forse superficialmente, perseguito negli anni scorsi. L'imminente ingresso di Bulgaria e Romania nell'indifferenza generale (quando va bene!) pare confermare questa tendenza. Per non dimenticare le accuse rivolte all'euro di essere, più o meno direttamente, una delle cause della crisi economica di questi anni. Tutti segnali negativi che confermano l'attuale quadro di generale sfiducia nell'UE.

Una delle cause principali di questa sfiducia è sicuramente la mancanza di informazione da parte dei cittadini europei di cosa sia l'UE, unita ad una assoluta mancanza di consapevolezza del proprio essere cittadini europei, con pieno diritto di incidere nella vita dell'UE. L'Unione è infatti avvertita come un'entità lontana, che mira essenzialmente a complicare la vita dei cittadini e del governo nazionale che questi scelgono, costretto dall'Unione ad imporre le più grandi bizzarrie. Tralasciando in questo contesto il ruolo di molti governi nazionali nel far credere ciò ai propri cittadini, per poter imporre scelte impopolari, senza assumersene la responsabilità, restano due problemi effettivi e reali: il deficit democratico dell'Unione (i cittadini hanno scarsa capacità di incidere nella vita dell'UE) e il deficit di comunicazione (i cittadini spesso non sanno bene cosa sia l'Unione, non la capiscono e non sono in grado di incidere anche perché non conoscono i meccanismi che consentirebbero loro di farlo).

Il deficit di informazione (e quindi l'inadeguatezza della politica di comunicazione perseguita sino a quel momento) si è rivelato nella sua interezza nei referendum sulla costituzione e nelle opinioni che si vanno consolidando relativamente all'allargamento (si pensi ai molti pareri contrari all'ingresso della Turchia) e all'euro. L'Unione ha colto tale deficit e sta cercando di porvi rimedio:

il piano D, il libro bianco, la creazione della rete Europe Direct cercano di andare in questa direzione.

Occorre, tuttavia, mettere in evidenza un altro rischio, spesso presente nella politica di comunicazione svolta dall'UE: trasformare la comunicazione in propaganda, esaltando i successi dell'Unione e negandone le storture. Una comunicazione di questo tipo rischia di allontanare ancor più i cittadini dall'Unione. Troppo spesso nei dibattiti si è a favore o contro l'UE, si è federalisti o contrari ad un organismo sopranazionale, si pensa che l'UE faccia bene tutto e debba fare tutto o che sia un disastro e debba rimanere solo un libero mercato con poche regole.

In realtà questo è un approccio sbagliato.

Occorre invece una comunicazione che miri a creare nel cittadino una consapevolezza profonda del proprio essere cittadino europeo, che sappia con quali canali incidere nelle scelte europee, che possa quindi discutere e non concordare con alcune delle politiche perseguite dall'Unione, senza con questo mettere in discussione l'opportunità dell'Unione stessa. E' necessario che i giovani cittadini capiscano la differenza tra l'Unione come organismo, con le sue istituzioni e i suoi obiettivi presenti nei trattati e l'Unione come governo, perché le decisioni prese a questo livello sono decisioni politiche e possono essere messe in discussione, anche in modo profondo, soprattutto attraverso le elezioni.

Per far ciò occorre una comunicazione che fornisca informazioni corrette, non propagandistiche, ma che mettano in risalto il progresso compiuto dal nostro continente negli anni, che faccia conoscere il funzionamento dell'Unione e la trasformi dalla entità che si occupa di complicare le nostre vite o dalla vacca grassa che serve per avere i soldi per i progetti più assurdi, in un'entità amica, conosciuta, con cui si sappia come interloquire, di cui si sappia quali politiche stia perseguendo, quali obiettivi abbia e si sappia come, eventualmente, discuterli.

Obiettivo

L'Università di Bologna, Polo scientifico didattico di Forlì, attraverso il Punto Europa è impegnata da vari anni nelle tematiche europee, in primo luogo attraverso i propri corsi universitari (percorso di Studi Europei nel corso di laurea in scienze internazionali e diplomatiche, corso di laurea specialistica in Studi europei); inoltre è impegnata anche nel campo della comunicazione e informazione sull'Europa, in collaborazione con gli enti locali territoriali, attraverso l'attività del Punto Europa Forlì.

Il Punto Europa nel corso degli anni ha cercato di fare esattamente questo: comunicare, informare sull'Europa per ciò che è e che fa, con lo scopo essenziale di rendere consapevoli i cittadini della

loro appartenenza all'Unione, del loro essere europei, con pieni diritti e doveri. Prioritario è parso intervenire nelle scuole, sia perché i giovani cittadini non hanno ancora accumulato alcune riserve mentali, che spesso sono difficili, se non impossibili, da scavalcare negli adulti, sia per le ricadute che spesso questi interventi hanno anche nei confronti dei genitori (i figli sono forse gli unici in grado di scalfire alcune riserve dei genitori). E anche perché, nascendo, tutti sappiamo di essere bolognesi, forlivesi, emiliano romagnoli, italiani, ma pochi sanno di essere anche europei, con diritti e doveri. Ed è proprio questa consapevolezza che occorre far percepire.

Per questo il Punto Europa, oltre a fornire informazioni e supporto per gli studenti universitari, i cittadini e l'associazionismo forlivese già sensibilizzati, ha ritenuto prioritaria un'azione incisiva nelle scuole, anche attraverso la preparazione di materiali propriamente didattici, o comunque pensati anche per le scuole. Ciò è stato possibile grazie alla particolare struttura del Punto Europa, che è un ufficio di informazione territoriale al cittadino, attraverso la stretta collaborazione dell'Università con gli enti territoriali, ma è un ufficio dell'Università, che si avvale del supporto di un comitato scientifico composto da docenti universitari, studiosi dell'Unione europea, attivi nel campo della storia, della politologia, del diritto e dell'economia. Questi docenti supervisionano tutte le produzioni del Punto Europa e danno ad esse una qualità scientifica, oltre che informativa.

D'altronde l'obiettivo pare essere sentito e condiviso da molti, come dimostra il fatto che l'importanza dei messaggi veicolati nelle scuole è emersa anche in occasione dell'annuale incontro a Venezia fra i docenti universitari insigniti della Cattedra Jean Monnet ed i rappresentanti della Commissione europea – Azione Jean Monnet. Riteniamo sarebbe particolarmente importante il coinvolgimento della rete dei docenti Jean Monnet nelle attività di comunicazione e informazione dell'UE, nelle scuole, ma non solo.

Propaganda o informazione? Il deficit democratico dell'Unione europea

Con il *Libro Bianco su una politica europea di comunicazione* la Commissione europea mostra di rendersi conto del deficit di informazione esistente e manifesta la volontà e la necessità anche di arrivare ad una svolta nella propria politica di comunicazione. Tuttavia, a nostro giudizio, finisce troppo spesso per ripetersi e riproporre le solite ricette seguite negli ultimi anni, essenzialmente basate sulle nuove tecnologie, sulla necessità di coinvolgere i media (ma non si sa come e quali) e di entrare in contatto con i cittadini. Si tratta di elementi utili ed anzi indispensabili, ma che si ripetono da molti anni in varie successioni di documenti. Non si era mai colto però un aspetto fondamentale: l'importanza dell'informazione per la partecipazione democratica dei cittadini alla vita dell'Unione europea; partecipazione che garantirebbe anche una maggior consapevolezza del proprio sentirsi

europei. Il Punto Europa Forlì già nel Memorandum¹ che aveva preparato relativamente al Libro Bianco sulla *Governance*² aveva messo in evidenza questo aspetto. Il libro Bianco odierno finalmente lo affronta, seppur solo in linea di principio, ma per farlo davvero occorre una radicale trasformazione della politica di informazione e comunicazione sin qui attuata dalla Commissione. Occorre infatti che il cittadino venga informato non su quanto è bello ciò che fa l'UE (propaganda), ma che ciascuno finalmente conosca quanto gli stati abbiano delegato all'UE e quanto no. Quindi che si sappia cosa viene deciso dall'Unione e cosa no. Questa è la prima cosa che i cittadini devono sapere, in modo che possano poi giudicare e partecipare alle discussioni attribuendo a ciascun "decisore politico" le responsabilità proprie e non altre. Inutile dire che l'UE non funziona e far passare questo leit motiv nella coscienza collettiva comune perché, ad esempio, sull'Iraq si è divisa. L'UE non aveva le competenze e le potestà necessarie per evitare le divisioni e non ha alcuna responsabilità in questo.³ Gli stati sono gli unici responsabili. L'UE in compenso svolge una politica verso i paesi in via di sviluppo che spesso lascia a bocca aperta i più decisi terzomondisti, qualora riescano a venirla a conoscere (l'azione dell'UE verso il terzo mondo è solitamente completamente ignorata dalla coscienza collettiva comune). I media hanno la gran parte della responsabilità in questa informazione sbagliata, ma l'azione dell'UE in questo campo si rivela costantemente del tutto inefficace.

Quando affermiamo che occorre cambiare completamente l'impostazione della politica di comunicazione dell'UE intendiamo appunto questo: è necessaria un'informazione al cittadino costante e corretta, che non sia propaganda, ma che sia capillare, arrivi a tutti e non sia però apolitica. Comunicare, nell'era della globalizzazione e della comunicazione, è uno degli elementi più importanti sul piano politico-strategico. L'aver affidato ad una ditta statunitense l'appalto per la gestione dell'informazione sull'UE tramite l'Europe Direct, ad esempio, non appare una scelta strategicamente felice, e del resto non appare particolarmente azzeccata l'idea stessa di appaltare all'esterno il canale diretto fra sé e i cittadini. Meglio sarebbe stata una gestione diretta, attraverso personale interno della DG competente. È un esempio di cattiva gestione (al di là del funzionamento del servizio, che però così rimarrà comunque tendenzialmente asettico e apolitico) dell'informazione e, conseguentemente, di una errata politica di comunicazione.

¹ *L'informazione come elemento per rafforzare la partecipazione politica dei cittadini al governo dell'Europa*, in Punto Europa Forlì (a cura di), *Il ruolo dell'informazione nello sviluppo istituzionale dell'Unione europea*, Materiali di lavoro dell'Istituto di Studi per l'Unione europea, 2, Forlì, 2002.

² COM (2001) 428 definitivo/2

³ Per un quadro completo delle prese di posizione della varie istituzioni dell'UE sulla guerra in Iraq e sul loro ruolo si veda G. Laschi, *L'Unione divisa: la UE e la guerra*, in Atti del Convegno "Iraq: radiografia del conflitto tre anni dopo", tenutosi a Forlì il 20-21/4/2006, tuttora in pubblicazione.

Analisi e proposte specifiche sul Libro Bianco

In seguito all'analisi generale del Libro Bianco, ci proponiamo anche di fornire dei suggerimenti, a proposito di alcuni strumenti, che a nostro avviso potrebbero essere utili nella creazione di una coscienza collettiva europea e di una migliore politica della Comunicazione, rispondendo ai quesiti posti dalla Commissione ed avanzando proposte specifiche.

Abbiamo voluto seguire l'ordine impostato della Commissione nella realizzazione del Libro Bianco, cercando di sottolineare in particolare quelle che sono le principali lacune nell'educazione civica della cittadinanza europea, rispetto a quelle che sono le politiche, il funzionamento e la storia dell'Unione.

- La definizione dei principi comuni: come procedere?

Premettendo il nostro consenso per ciò che riguarda la creazione di una *carta europea o codice di condotta sulla comunicazione*, ci preme sottolineare quanto dicevamo sopra relativamente all'importanza di un tipo di informazione obiettiva, storica, corretta, che non si riduca a una semplice propaganda. Il punto essenziale è che i cittadini non devono soltanto, come già avviene, essere in grado di trovare tutte le informazioni che gli servono relativamente alle opportunità che l'UE offre loro nel momento in cui fanno di doverle cercare, ma devono venire a conoscenza dell'UE nel corso della loro vita, acquisire nel tempo consapevolezza di essere cittadini europei, di avere diritti e doveri per questo e di poter incidere e come sulle scelte politiche dell'UE. Questo è ciò che manca e che dovrebbe essere, a nostro giudizio, il principio comune basilare, l'obiettivo generale della politica di comunicazione dell'UE.

- Come entrare in contatto con i cittadini?

A nostro avviso questo è sicuramente l'ambito nel quale l'Unione Europea deve maggiormente operare. Lo strumento principale che può avvicinare i cittadini, soprattutto i più giovani, a quell'idea di Europa che da tempo è in costruzione è proprio l'educazione civica. Ci sembra ottimista il Libro Bianco quando dice che "l'educazione civica non dovrebbe limitarsi ad insegnare agli alunni quali siano le istituzioni dell'UE e le loro politiche". In base alla nostra esperienza, riteniamo che, se la scuola facesse questo, sarebbe già un bel passo avanti! Purtroppo invece tale insegnamento è spesso lasciato alla buona volontà degli insegnanti, che spesso sono per lo più impreparati (come ammettono loro stessi) e cercano supporti nei vari uffici informativi europei. Il supporto di tali uffici è senz'altro utile, tuttavia la formazione degli insegnanti in merito all'educazione civica europea, alla storia e alle istituzioni europee richiede personale qualificato e non può essere svolta da funzionari pubblici comunali o provinciali, per

quanto tecnicamente preparati. Né l'Unione europea può sempre continuare ad essere attività al di fuori dei programmi scolastici, svolta da persone esterne al corpo docente della scuola stessa, magari neppure particolarmente qualificate!

Nelle scuole primarie e secondarie, inoltre, mancano ambiti nei quali si dedichi un apposito spazio a insegnamenti trasversali sull'Unione Europea, che possono andare dalla storia, alla geografia o all'educazione civica stessa. Nei nuovi programmi scolastici delle scuole secondarie inferiori italiane, ad esempio, si parla dell'Unione nel secondo anno a geografia. Ma l'UE non è solo geografia!

Va sottolineata, inoltre, l'assenza di una rete capillare di centri di informazione riconosciuti dall'UE sulle tematiche dell'Unione Europea. Quelli presenti, sono pochi, mal distribuiti e spesso limitati nelle loro funzioni, quando, invece, sarebbe necessaria una rete ben strutturata e interconnessa, che possa permettere alle istituzioni, agli imprenditori e in generale a tutta la cittadinanza di poter avere accesso a tutte le tematiche europee. La rete Europe Direct era una grande opportunità, ma alla fine si è semplicemente sovrapposta con scarse modifiche alle preesistenti reti di Carrefour ed Info Point, ma ciascuno mantenendo proprie specificità e raramente, pur trattandosi in alcuni casi di centri di grande tradizione ed efficienza, capaci di andare al di là della mera dimensione provinciale e di differenziare adeguatamente le proprie attività. L'informazione europea è così presente in modo estremamente capillare, attento ed efficiente, ad esempio, in tutta la Provincia di Modena, ma del tutto assente o quasi a Bologna! Possibile che l'UE pensi che altri devono risolvere le sue esigenze di informazione? Possibile che pensi che informare sull'UE sia un tema da progetto europeo come l'effettuare una ricerca scientifica, piuttosto che organizzare un convegno o avere un sostegno di mobilità? È chiaramente un approccio totalmente errato! L'informazione sull'UE è compito e dovere dell'UE, può chiaramente delegarla per renderla più capillare, ma è nel proprio interesse che questa vi sia e sia fatta bene! Non è un mero progetto di finanziamento da rendicontare. L'informazione, per di più, andrebbe maggiormente differenziata fra vari soggetti, che potrebbero contribuire, insieme, a coprire il maggior numero possibile di azioni ed attività. Troppo spesso i vari centri di informazione svolgono attività estremamente simili fra loro e non c'è un coordinamento di rete che assegni compiti differenziati in base alle specifiche competenze e potenzialità di ciascun centro, per poi integrarne in rete l'attività con il comune scopo di "comunicare l'UE". È fondamentale inoltre puntare su una comunicazione scientifica e politica: non può riguardare solo i finanziamenti possibili dalla vacca grassa UE. La mancata informazione sull'azione e sulle politiche perseguite dall'UE impedisce la scelta politica da parte dei cittadini e così si finisce per parlare di Europa come se fosse solo una cornice: ma quali scelte politiche compie? Come vogliamo che proceda? In definitiva una parte rilevante del no

francese alla Costituzione sta proprio qui. Ed è compito dell'UE dare queste informazioni, o farsi che vengano date, non può stare ad aspettare che qualcuno le dia e magari le chieda un finanziamento per darle! Per entrare in contatto con i cittadini occorrono meno intermediazioni, occorre avvicinare le istituzioni dell'Unione ai cittadini.

- *Come coinvolgere più efficacemente i media nella comunicazione dell'Europa?*

Un canale televisivo europeo come *Europe by Satellite* è sicuramente un importante strumento di divulgazione, ma l'utilizzo che ne viene fatto attualmente, è sicuramente lontano da un'idea di divulgazione dell'Europa tra i cittadini. Pur comprendendo l'importanza di fornire materiale ai professionisti dell'informazione, quello che noi suggeriamo è la trasformazione di questo canale o la creazione di un nuovo canale europeo, che sia la rappresentazione, non di meri comunicati sulla vita istituzionale, ma un insieme di documentari, trasmissioni di approfondimento scientifico e/o giornalistico su tematiche europee, con spazi dedicati anche ai vari stati. Noi vorremmo che da questo canale emergessero le diverse identità dei vari popoli per permettere agli altri di conoscerle, al fine di comprendere la cultura delle altre nazioni per meglio creare integrazione.

Ci sembra inoltre importante favorire la formazione dei giornalisti dei vari paesi, che spesso si mostrano estremamente limitati (quando non proprio ignoranti) nell'analisi delle tematiche inerenti l'integrazione. Purtroppo l'opinione pubblica forma la gran parte dei propri convincimenti in base a quanto viene loro riferito dagli organi di stampa e/o televisivi. È nell'interesse dell'UE che questi abbiano il massimo delle conoscenze possibili in merito per evitare storture dell'informazione, che poi si ripercuotono anche sull'opinione pubblica. Inoltre molte delle lacune esistenti in materia di integrazione europea derivano sicuramente anche dalla mancanza di spazio nei quotidiani e nei telegiornali. In conclusione nei media c'è spesso poco spazio per le tematiche europee e spesso quel poco è anche non corretto e fuorviante per l'opinione pubblica.

- *Che cos'altro si può fare per sondare l'opinione pubblica europea?*

A nostro avviso gli strumenti di rilevazione dell'opinione pubblica europea sono usati in maniera corretta e sono molto funzionali. Eurobarometro è uno dei servizi d'opinione più interessanti ed efficienti e eventuali nuove reti o osservatori dovrebbero servire esclusivamente per analizzarne i dati in modo scientifico e suggerire proposte o avviare dibattiti su come affrontare eventuali difficoltà emergenti dalle rilevazioni Eurobarometro. In sostanza più che altri modi per sondare l'opinione pubblica, occorre forse studiare modi migliori e scientifici per

affrontare le difficoltà che emergono dai dati già raccolti (il peggioramento dell'immagine dell'UE presso i cittadini negli ultimi anni risulta piuttosto evidente dai dati Eurobarometro!).

Conclusioni

Queste sono soltanto alcune idee, alcuni convincimenti maturati negli anni trascorsi a dare informazioni sull'Unione; alcuni suggerimenti affinché l'Unione possa comunicare la propria vita e le proprie politiche, che effettivamente si avvicinano progressivamente sempre di più al cittadino, ma che non sono accompagnate da una parallela comunicazione. L'educazione civica dell'idea di Europa e delle sue politiche è l'aspetto fondamentale nella creazione di una cittadinanza comune.

Riteniamo infine estremamente positivo e necessario che la Commissione europea affronti con decisione la politica della comunicazione e si ponga l'obiettivo che i propri cittadini acquisiscano consapevolezza della propria cittadinanza e inizino a criticare le scelte politiche dell'Unione europea e non la sua esistenza. Il giorno in cui ciò avvenisse saremmo davvero tutti europei.

Giuliana Laschi

Presidente del Comitato Scientifico del Punto Europa



Fabio Casini

Responsabile Amministrativo del Punto Europa

