



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 2.7.2002  
COM(2002) 350 final

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL CONSEJO, AL PARLAMENTO  
EUROPEO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL Y AL COMITÉ DE LAS  
REGIONES**

**SOBRE**

**UNA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA UNIÓN  
EUROPEA**

# ÍNDICE

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL CONSEJO, AL PARLAMENTO EUROPEO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES SOBRE UNA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA UNIÓN EUROPEA.....	1
INTRODUCCIÓN .....	4
I. El reto democrático.....	6
1. Un análisis de la situación complejo.....	6
1.1. La Unión Europea: una imagen contrastada.....	6
1.2. Expectativas de los ciudadanos.....	7
2. Una prioridad para una nueva gobernanza .....	7
2.1. Una constatación.....	7
2.2. Una responsabilidad compartida.....	8
3. Necesidad de un nuevo enfoque .....	8
3.1. A nivel institucional.....	8
3.2. En materia de información y comunicación .....	9
II. Una respuesta global y coherente.....	10
1. Unos objetivos claramente asumidos.....	10
1.1. Un auténtico diálogo .....	10
1.2. ...basado en una información a dos niveles.....	10
2. Mayor coherencia .....	11
2.1. Unas referencias comunes .....	11
2.1.1. Un hilo conductor .....	11
2.1.2. Unos valores esenciales .....	13
2.2. Temas y mensajes .....	13
2.2.1. La ampliación .....	14
2.2.2. El futuro de la Unión Europea .....	15
2.2.3. Un espacio de libertad, seguridad y justicia .....	15
2.2.4. El papel de Europa en el mundo .....	15

2.3.	Públicos.....	16
3.	Un proceso global .....	17
3.1.	Una actitud más dinámica.....	17
3.2.	Un liderazgo asumido .....	18
3.3.	La necesaria sinergia de los instrumentos.....	19
III.	Una aplicación gradual y adaptada .....	21
1.	Interpretación de la colaboración interinstitucional.....	21
1.1.	El GII .....	21
1.2.	Elaboración de los mensajes .....	22
2.	Una nueva colaboración descentralizada.....	23
2.1.	Una descentralización verdadera .....	23
2.2.	Una responsabilidad mejor compartida .....	24
3.	Una colaboración lo más cercana posible a los ciudadanos .....	25
	CONCLUSIÓN.....	27
	ANEXO 1 EJEMPLO DE ELABORACIÓN DE UN MENSAJE SOBRE LA AMPLIACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA UNIÓN EUROPEA .....	28
	EJEMPLO DE ELABORACIÓN DE UN MENSAJE SOBRE LA AMPLIACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS PAÍSES CANDIDATOS .....	29
	ANEXO 2 ESQUEMA DE ACCIÓN.....	30
	ANEXO 3 PLAN DE ACCIÓN .....	31
	ANEXO 4 FICHA DE FINANCIACIÓN LEGISLATIVA .....	33

## INTRODUCCIÓN

En su Comunicación relativa a un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y comunicación de la Unión Europea<sup>1</sup> la Comisión invitaba a las restantes instituciones y órganos de la Unión, así como a los Estados miembros, a asociarse a sus trabajos de redefinición de la política de información y comunicación.

En dicha Comunicación, la Comisión proponía un nuevo marco de cooperación interinstitucional que permitía elaborar y aplicar una estrategia de información y comunicación propia de la Unión Europea.

Dicha propuesta respondía a las peticiones formuladas por el Consejo Europeo<sup>2</sup> que había solicitado a la Comisión, al Parlamento Europeo y al Consejo que aunaran sus esfuerzos para difundir información general coordinada sobre la Unión y optimizar la utilización de los recursos. Se invitaba a la Comisión a que "estudie la cuestión general de la política de información de la Unión, incluidos la mejora de la coordinación con sus oficinas de información en los Estados miembros y los enlaces con las oficinas de información nacionales".

Esta propuesta se inscribía asimismo en la reflexión iniciada por el Parlamento Europeo a raíz, fundamentalmente, de la evolución de la cooperación establecida con la Comisión sobre el tema del euro: "El euro, una moneda para Europa".<sup>3</sup>

Tras su Comunicación, la Comisión invitó a las restantes instituciones y órganos de la Unión Europea y a los Estados miembros a que debatieran su propuesta.

La Comisión se congratula tanto de la acogida dispensada a la misma por el Parlamento Europeo<sup>4</sup> como de la aprobación de su nuevo marco de acción por el Consejo, primero bajo Presidencia belga (segundo semestre de 2001) y después española (primer semestre de 2002).

De esta manera, el Consejo reconocía, por primera vez, la importante cuota de responsabilidad de los Estados miembros en la difusión de la información y el desarrollo de la comunicación sobre los asuntos europeos.

La Comisión valora en su justa medida este compromiso del Consejo. Esta apertura abre nuevas perspectivas en lo que atañe a la necesaria complementariedad de la actuación entre las Instituciones y los Estados miembros.

Para la Comisión esta toma de conciencia está a la altura de los retos a los que la Unión Europea debe hacer frente en la actualidad.

---

<sup>1</sup> COM(2001)354 final.

<sup>2</sup> Consejo Europeo de Helsinki de diciembre de 1999.

<sup>3</sup> Resolución de 14.03.2001 sobre la estrategia de información y de comunicación de la Unión Europea.

<sup>4</sup> Resolución de 13.03.2002 sobre un nuevo marco de cooperación para las actividades relativas a la política de información y comunicación de la Unión Europea.

En estos momentos se dan las condiciones para la elaboración y aplicación de una estrategia de información y comunicación de la Unión Europea, global y coherente, que debería dar como resultado una mejor percepción de la Unión, de su existencia y de su función, por sus ciudadanos.

Ni que decir tiene, sin embargo, que dicha estrategia deberá establecerse de manera progresiva y empírica y que, por sí sola, no podrá responder al reto de una buena gobernanza o a lo que se ha dado en llamar "el reto democrático". Podrá contribuir a ello, desde el lugar que le corresponde, consagrando un espacio público al debate europeo. Se invita a los Estados miembros a participar en él.

Además, esta estrategia no pretende responder a la vastísima gama de necesidades de las Instituciones, ni cubrir el conjunto de sus actividades en materia de información y comunicación. Se trata de un complemento de sus actividades en este ámbito .

En particular, saca a la luz el conjunto de actividades de información y comunicación elaboradas por las direcciones generales de la Comisión en sus respectivos ámbitos de competencia. Desarrollada de manera complementaria a estas actividades tiene, sin embargo, como objetivo contribuir a una dinámica conjunta de todas las actividades de información sectoriales para reforzar la coherencia de la acción de la Comisión en materia de información y comunicación<sup>5</sup>.

La estrategia tiene en cuenta los escollos institucionales y políticos de la Unión y propone establecer la base necesaria para el desarrollo de una política de información y comunicación común para las Instituciones, respetando sus misiones y especificidades respectivas.

---

<sup>5</sup> No cubre, sin embargo, las acciones de información complementarias llevadas a cabo por la Comisión en terceros países.

# **I. El reto democrático**

## **1. UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN COMPLEJO**

Al igual que los Estados miembros, la Unión Europea sufre en su propia carne los efectos del desinterés por todo lo que suene a política. Esta crisis de la representación se hace todavía más patente a escala europea, dado que la legitimidad de las instituciones europeas no resulta evidente a los ojos de los ciudadanos.

El contexto actual, que plantea nuevos retos para la Unión, no contribuye a aclarar la situación. Las recientes consultas referendarias o electorales dan prueba de ello.

En vísperas de la ampliación, estando en curso los trabajos de la Convención sobre el futuro de la Unión Europea, y en un contexto de incompreensión hacia lo que supone la mundialización, el proyecto europeo necesita, cada vez más, cobrar sentido y visibilidad.

Con ocasión de la Declaración de Laeken, los Jefes de Estado y de Gobierno constataron que la Unión Europea ya no podrá avanzar sin el apoyo y la adhesión de sus ciudadanos.

### **1.1. La Unión Europea: una imagen contrastada**

Los Jefes de Estado y de Gobierno reconocían así que para acercar las instituciones europeas a los ciudadanos, para lograr que los ciudadanos hagan suyos los grandes objetivos de la Unión, la acción combinada de éstas y de los Estados miembros resulta indispensable. Pero esta colaboración por sí sola no será suficiente para colmar el déficit de información existente. Un gran número de ciudadanos simplemente no comprende cuales son las funciones de la Unión Europea: muchos creen que la Unión debería ocuparse más de sus preocupaciones concretas, otros consideran que se inmiscuye demasiado en los pormenores de asuntos que caen dentro de las prerrogativas nacionales o regionales. Así, algunas personas tienen la sensación de que la actuación de la Unión representa una amenaza para su identidad.

No obstante, la mayoría considera en general que la Unión es la expresión de la fusión del continente de la libertad, la solidaridad y la diversidad, y muchos comparten la convicción de que ha llegado el momento de que Europa asuma sus responsabilidades a escala mundial.

Como subraya la Declaración de Laeken "la imagen de una Europa democrática y comprometida con el mundo concuerda perfectamente con lo que desea el ciudadano".

## **1.2. Expectativas de los ciudadanos**

Los estudios a disposición de la Unión<sup>6</sup> muestran que los ciudadanos suelen coincidir a la hora de señalar los retos a los que la Unión Europea deberá hacer frente en el futuro:

- la igualación de las condiciones económicas y el desarrollo de la solidaridad (en la Unión y también con los países más pobres del mundo),
- la mundialización, aún cuando este concepto sigue siendo bastante vago,
- la conservación del medio ambiente (tanto en la Unión como a escala mundial),
- la paz y la seguridad (también aquí, tanto en la Unión como en el resto del mundo), incluida la cuestión del control de los flujos migratorios.

Sin embargo, esta toma de conciencia, en general ampliamente compartida, choca con un desconocimiento muy grande tanto de los logros de la construcción comunitaria como del funcionamiento de la Unión Europea y de sus capacidades reales. Este desconocimiento es incluso mayor entre los más jóvenes.

Los ciudadanos son conscientes de estar muy poco informados sobre los temas europeos. Culpan de su ignorancia, o de su percepción equivocada de los mismos, a los medios de comunicación y las autoridades nacionales, pero también a las Instituciones europeas .

Combatir la ignorancia y la indiferencia se ha convertido en una necesidad para la Unión Europea. Basta recordar que el índice de participación en las elecciones europeas bajó de un 63% en 1979 a un 49 % en 1999.

## **2. UNA PRIORIDAD PARA UNA NUEVA GOBERNANZA**

El desconocimiento, cuando no la incompreensión, que caracterizan las relaciones de los ciudadanos con la Unión Europea no puede achacarse al destino. Esta situación se explica principalmente por la complejidad del proceso europeo, pero también por la inexistencia de una política de información y comunicación de la Unión Europea, tanto en lo que se refiere a las Instituciones europeas como a los propios Estados miembros.

### **2.1. Una constatación**

En su Libro Blanco sobre la Gobernanza<sup>7</sup>, la Comisión reconoció que una verdadera política de información y comunicación era el primer elemento estratégico necesario para una mejor gobernanza en Europa.

---

<sup>6</sup> Estudio OPTEM, mayo de 2002.

<sup>7</sup> COM(2001)428 final.

"Las Instituciones deberían trabajar de una forma más abierta. Junto con los Estados miembros, deberían desarrollar una comunicación más activa sobre la labor de la Unión y sobre las decisiones que ésta adopta. Deberían asimismo utilizar un lenguaje que resultara accesible para el público en general. Este aspecto reviste una especial importancia si se quiere mejorar la confianza en unas instituciones de por sí complejas."

Tanto en los Estados miembros como a escala europea, la democracia depende de la capacidad de los ciudadanos para participar en el debate público. Las Instituciones, con el apoyo de los Estados miembros, deben responder sin dilación a este reto, que será aún mayor con la ampliación.

## **2.2. Una responsabilidad compartida**

¿Cómo podemos mejorar la calidad del debate público europeo ?

Para existir, el espacio público europeo necesita referencias, puntos de referencia temporales, espaciales e ideológicos. También necesita desarrollar todas las formas de representación (opiniones, intereses, parlamentarias, etc.) a escala europea y multiplicar todas las formas de cooperación, con independencia de que se trate de periodistas, grandes medios de comunicación o de los protagonistas institucionales nacionales.

Esta responsabilidad compartida entre la Unión y los Estados miembros debe llevar a cada socio a desarrollar una política de información y comunicación más coherente y mejor asumida, que permita encontrar en Europa y en cada Estado miembro el sentido de lo colectivo, de la pertenencia a una misma comunidad.

La Unión debe organizar su política de información con arreglo a una temática más general, y los Estados miembros deben aceptar que tienen que dejar de proporcionar información sobre los asuntos europeos únicamente a través del prisma de la política nacional, filtro que resulta con frecuencia reductor.

## **3. NECESIDAD DE UN NUEVO ENFOQUE**

Esta constatación, compartida por el conjunto de los dirigentes europeos, ha provocado una verdadera toma de conciencia que se ha traducido en una nueva voluntad política tendente a asociar más a los ciudadanos al proceso de toma de decisiones europeo. El verdadero cambio que experimenta la Unión Europea requiere hoy en día otro enfoque.

### **3.1. A nivel institucional**

Esta voluntad política ha llevado a desarrollar un método diferente para preparar la refundición de los Tratados de cara a la ampliación: la Convención sobre el futuro de la Unión Europea, que vio la luz a raíz de la Declaración de Laeken, prosigue en la actualidad sus trabajos con la mayor transparencia.



Esta voluntad política también ha conducido a los Jefes de Estado y de Gobierno a invitar a la sociedad civil y al mayor número posible de ciudadanos a participar en el debate europeo.

### **3.2. En materia de información y comunicación**

Pero esta dinámica sólo puede producirse a partir de un debate europeo basado en una información más abundante y de mayor calidad.

Por ello, las Instituciones y los Estados miembros han reiterado su voluntad política de elaborar una estrategia de información concertada en torno a los principales temas de la Unión Europea. Este nuevo enfoque común debería provocar una sinergia de los medios respectivos de cada socio. La participación de los Estados miembros permitiría a la Unión no sólo hablar con una sola voz, sino también dotar a sus mensajes del indispensable efecto multiplicador de que carecían hasta ahora.

La magnitud del reto es inmensa y los medios de que se dispone limitados. La Comisión también propone un enfoque realista y progresivo basado fundamentalmente en dos ejes principales :

- la capacidad de la Unión Europea para elaborar y difundir mensajes adaptados y concebidos en función del público al que se destinan sobre los diferentes temas de información prioritarios, y
- una colaboración voluntaria y funcional con los Estados miembros que permita lograr una verdadera sinergia de las estructuras y capacidades de los Estados miembros como complemento a las actividades de la Unión Europea.

## II. Una respuesta global y coherente

Para responder a estos retos, la Unión Europea debe armarse con una estrategia basada en unos objetivos claramente asumidos que permitan establecer de manera coherente un *corpus* de mensajes para cada tema, y que se inscriba en un proceso global tanto dentro de las Instituciones como con los Estados miembros.

### 1. UNOS OBJETIVOS CLARAMENTE ASUMIDOS

¿Qué objetivos debe fijarse la Unión Europea para la elaboración de una estrategia de información y comunicación ?

#### 1.1. Un auténtico diálogo ...

Si bien una información factual y neutral es necesaria, puede, no obstante, resultar insuficiente. La experiencia demuestra que la información facilitada no puede conservar su neutralidad porque los medios de comunicación, los transmisores de información y los multiplicadores de opinión modifican constantemente su presentación.

Por lo tanto, una verdadera comunicación de la Unión Europea no puede limitarse a la mera difusión de información: debe tener sentido, hacer comprender, dar perspectiva a su actuación y sus políticas, suscitar el diálogo en las opiniones públicas nacionales para lograr una mayor participación de los ciudadanos en el debate europeo.

En consecuencia, el objetivo de esta nueva estrategia debe ser sensibilizar, luchar contra la ignorancia y la indiferencia, con objeto de establecer una base sólida para una buena gestión de los asuntos públicos, una gobernanza bien entendida entre la Unión Europea y sus ciudadanos. Se trata fundamentalmente de mejorar la idea que los ciudadanos tienen de la Unión Europea; en resumen, de que sean más conscientes de la dimensión europea de su ciudadanía.

#### 1.2. ...basado en una información a dos niveles

Por supuesto esta estrategia debe tener en cuenta la naturaleza sumamente especial de la Unión Europea, que no se asemeja a la de un Gobierno.

De la misma manera, la Unión Europea debe elaborar una verdadera pedagogía en torno a su función y sus misiones. Más allá del ámbito educativo *stricto-sensu*, que merecería una reflexión específica por parte de los Estados miembros, la Unión Europea debe ser más pedagoga sobre sus políticas para responder a las necesidades de una mejor gobernanza.

Esta pedagogía debería reflejarse principalmente a dos niveles :

- En primer lugar, en una información de índole general que logre que los ciudadanos sean más conscientes de la existencia de la Unión y de su

legitimidad, valorando su imagen y su misión. Esto merecería una verdadera reflexión por parte de las Instituciones europeas y los Estados miembros.

- Pero también, en torno a los grandes proyectos y retos de la Unión, que las Instituciones europeas convertirán en temas prioritarios de información dentro del programa PRINCE (Programa de información de los ciudadanos europeos), de conformidad con el nuevo marco interinstitucional actualmente en vigor.

Para así poder comunicar más eficazmente, la Unión Europea debe ir controlando mejor su propia imagen.

El debate europeo debe concebirse de manera más dinámica para que los ciudadanos pueden establecer más claramente el vínculo existente entre las informaciones y explicaciones que reciben y los proyectos de la Unión Europea.

Objetivos :

Mejorar la percepción de la Unión Europea y sus Instituciones, así como su legitimidad, aumentando el grado de conocimiento y comprensión de sus misiones, estructura y logros, estableciendo un diálogo con los ciudadanos.

## **2. MAYOR COHERENCIA**

Información y comunicación no deben ser consideradas como una especie de apéndice secundario o un escollo más para el funcionamiento de la Unión Europea.

Elaborar una estrategia de información y comunicación adaptada constituye incluso una condición para el éxito de las políticas e iniciativas de la Unión Europea.

Pero para ello, las Instituciones europeas deberán llevar a cabo un verdadero cambio de mentalidad a todos y cada uno de sus niveles.

Alcanzar esta meta pasa por la reconstrucción metódica y coherente de la imagen de la Unión Europea.

Ello debe traducirse, en primer lugar, en el logro de una verdadera capacidad para elaborar su propio *corpus* de mensajes.

### **2.1. Unas referencias comunes**

Esa capacidad exige fijar unas referencias comunes para el conjunto de las Instituciones, referencias que deberán servir de base para la elaboración de un *corpus* de mensajes para todas y cada una de las principales políticas de la Unión Europea.

#### *2.1.1. Un hilo conductor*

Para que la Unión Europea pueda controlar su propia imagen y por consiguiente sus mensajes, necesita concebir una especie de trama argumental -- "un hilo conductor" -- en torno a una serie de grandes conceptos globales y homogéneos, que afirmen

claramente la razón de ser de la Unión y ofrezcan a las Instituciones y a los Estados miembros un marco temático al que referirse a la hora de transmitir sus mensajes de forma coherente.

De hecho se trata de traducir, en términos comunicativos simples y consensuales, los principales objetivos de la Unión tal y como se desprenden del Tratado de la Unión Europea (artículos 2 y 6).

Este hilo conductor -- una especie de punto de referencia central para todas las acciones de información -- debe, al mismo tiempo, tener en cuenta las diferentes concepciones existentes en torno al proyecto europeo y responder a las necesidades de las Instituciones, los Estados miembros y los propios ciudadanos.

Tiene que poder expresarse de una forma simple, que, sobre todo, sea aceptada por todas las Instituciones y que ponga de relieve la especificidad y la realidad de una auténtica plusvalía europea.

De acuerdo con los primeros estudios realizados sobre el particular, el hilo conductor de la actividad de la Unión Europea debería articularse alrededor de los siguientes conceptos:

- la virtud de los intercambios (libertades, diversidad, humanismo),
- el valor añadido en términos de eficacia y solidaridad,
- la noción de protección,
- el papel de Europa en el mundo.

Este hilo conductor permitiría mostrar con mayor claridad a los ciudadanos determinadas líneas de fuerza de la razón de ser y de las actividades de la Unión Europea.

El hilo conductor podría articularse en torno a los siguientes elementos:

- la Unión Europea es garantía de mayor libertad, prosperidad y seguridad para los europeos,
- la Unión Europea preconiza un modelo de sociedad solidario, dinámico, respetuoso de la diversidad,
- la Unión Europea nos permite desempeñar un papel en el mundo acorde con nuestros valores y nuestra importancia.

Este hilo conductor debe permitir dar un sólido fundamento al lenguaje y la presentación de los diferentes mensajes en todos y cada uno los ámbitos de competencia de la Unión Europea.

### 2.1.2. *Unos valores esenciales*

Para plasmar este hilo conductor en mensajes concretos y comprensibles para los ciudadanos hay que pasarlo por el tamiz de determinados valores que caracterizan los principales objetivos de la Unión Europea.

Dentro de una estrategia de información bien gestionada, estos valores deben permanecer implícitos, estrechamente conectados con los objetivos concretos de la actividad comunitaria y corresponder a la imagen que, en general, tienen los ciudadanos de la Unión. Dichos valores formarán la base "invisible" de la comunicación que permitirá dar una mayor coherencia a la presentación de los objetivos políticos de la Unión, incluida la elaboración del *corpus* de mensajes que necesita para comunicarse.

Según los primeros estudios llevados a cabo en la materia<sup>8</sup>, estos valores no salen a relucir, a pesar de que existen y reflejan una percepción positiva y necesaria de la integración europea. Esta percepción se traduce tanto en términos de beneficios colectivos como individuales.

Valores básicos implícitos de la comunicación:

- valor de aproximación y de intercambio: oportunidad(es),
- Valor de igualdad y solidaridad: prosperidad,
- valor de protección: seguridad.

Como el hilo conductor, estos valores deberán además ponerse a prueba para ser posteriormente aceptados por las Instituciones como referencia temática común.

## 2.2. **Temas y mensajes**

Con esa misma preocupación por ser coherentes, los principales temas que la Comisión propone desarrollar giran entorno a las prioridades políticas de la Unión para los próximos años.

En particular, estos temas se inscriben dentro de los cuatro objetivos estratégicos que la Comisión se fijó al principio de su mandato y que son reinterpretados todos los años, sobre una base interinstitucional, a través de la decisión APS : promover nuevas formas de gobernanza europea, estabilizar nuestro continente y reforzar la voz de Europa en el mundo, establecer una nueva agenda económica y social, lograr una mejor calidad de vida para todos.

De acuerdo con sus socios, la Comisión seleccionó en su día tres temas de información prioritarios:

- la ampliación,

---

<sup>8</sup> Estudio OPTeM, mayo de 2002.

- el futuro de la Unión Europea, y
- el espacio, de libertad, seguridad y justicia.

A la par que confirma estos tres temas prioritarios, la Comisión propone añadir uno más, "el papel de la Unión Europea en el mundo".

A partir de estos temas informativos prioritarios, la definición y la elaboración de los principales mensajes deberán responder a las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos. Además, estos mensajes deberán transmitirse en su lengua: en efecto, toda comunicación eficaz debe ser concebida desde el punto de vista del ciudadano y no desde el de las Instituciones.

Esto es así, porque los ciudadanos formulan peticiones concretas : preservar la paz y la seguridad, luchar contra el desempleo, combatir la delincuencia, disminuir la pobreza, garantizar la igualdad de oportunidades y proteger el medio ambiente.

Estas preocupaciones no deben percibirse como elementos antagónicos a los temas propuestos. Al contrario.

En efecto, el objetivo final de la comunicación consiste en explicar la relación directa que existe entre esta o aquella prioridad política y el entorno y la calidad de vida de cada ciudadano.

### 2.2.1. *La ampliación*

El planteamiento propuesto no pone en tela de juicio la estrategia de comunicación sobre la ampliación aprobada por la Comisión en mayo de 2000<sup>9</sup>, sino que la completa.

A la vista de los resultados del Eurobarómetro (83 % de los ciudadanos afirman estar mal informados o no estarlo en absoluto), la comunicación sobre la ampliación debería en primer lugar permitirnos fijar con mayor precisión los plazos (qué países y cuándo). En cuanto al fondo, la comunicación podría girar, en los Estados miembros, sobre los siguientes ejes:

- el carácter legítimo de la incorporación de estos países, cuya vocación es adherirse (oportunidades),
- el considerable esfuerzo que llevan a cabo estos países para cumplir con el acervo comunitario (seguridad),
- la plusvalía que supone la ampliación, que beneficiará, a largo plazo, al conjunto de la Unión (prosperidad).

Así, los objetivos de la Unión se basan implícitamente sobre los valores de oportunidad, seguridad y prosperidad. Los mensajes que haya que elaborar deberán tender a poner de relieve estos valores (véanse los cuadros del Anexo 1 adjunto).

---

<sup>9</sup> SEC(2000)737/3 de 10 de mayo de 2000

### 2.2.2. *El futuro de la Unión Europea*

En cuanto al "Futuro de la Unión Europea", el tema choca con el desconocimiento total del funcionamiento de la Unión Europea y de su necesaria reforma.

Su desarrollo exige facilitar, a través de una información de carácter general, un mínimo de información y unas explicaciones básicas sobre el modo de funcionamiento europeo.

Este tema responde, sin embargo, a la necesidad coyuntural, de explicar, y llegado el momento, de resaltar el valor de los trabajos de la Convención sobre el Futuro de la Unión Europea.

La información sobre este tema deberá adecuarse al contenido de la propuesta de la Convención y tener en cuenta el hecho de que la necesidad de adaptar el funcionamiento de las Instituciones a una Unión ampliada es en general bien percibida, a pesar de que algunos temen la aparición de un poder central fuerte, que escape al control de los Estados miembros.

### 2.2.3. *Un espacio de libertad, seguridad y justicia*

Por último, la creación de un "espacio de libertad, seguridad y justicia" aparece como un tema muy concreto que podría declinarse alrededor de las siguientes cuestiones:

- Inmigración: la acción aislada de este o aquel Estado miembro no garantiza plenamente el control de las fronteras ni la lucha contra la delincuencia internacional. La Unión Europea proporciona una respuesta común a los fenómenos migratorios.
- Derechos humanos: la pertenencia a la Unión significa libertad, democracia y respeto a los valores fundamentales. El espacio europeo de libertad, seguridad y justicia debe consolidarse y reforzarse.
- Ciudadanía: la realización de este espacio permitirá dar todo su significado a la ciudadanía europea, que refuerza la ciudadanía nacional sin sustituirla.

### 2.2.4. *El papel de Europa en el mundo*

El papel de Europa en el mundo puede explicarse desde diferentes ángulos (política de vecindad, desarrollo sostenible, ayuda humanitaria, ... ).

Pero la mundialización se erige como un tema clave si hablamos de comunicación. El reto de la mundialización suscita a menudo inquietud, a pesar de que el concepto permanezca un tanto oscuro.

Para reducir los temores de los europeos sobre la suerte que correrán en este proceso, habrá que esforzarse en demostrar que Europa es más eficaz y competitiva de lo que piensan a la hora de gestionar y regular la mundialización.

Deberán explorarse los siguientes ejes de comunicación :

- lo que representa el multilateralismo en las negociaciones comerciales,
- la voluntad de la Unión de ser una fuerza de equilibrio en el mundo (apertura al Tercer Mundo, sensibilidad hacia el desarrollo sostenible) ,
- la fuerza de una Europa unida, que hable con una sola voz.

Otros cuestiones podrían, por supuesto, tratarse dentro de este tema

La política de vecindad de la Unión Europea con respecto a las regiones con las que limita cobra una dimensión importante dentro de la política exterior de la Unión.

Del mismo modo, en paralelo a las primeras intervenciones policiales y militares en Bosnia, el asunto de la defensa europea también merece, sin lugar a dudas, atención.

Pero más allá de la transmisión de mensajes claros, simples y pedagógicos, la Unión Europea debe probar sus afirmaciones. Si el mensaje que hay que transmitir no va acompañado de ejemplos concretos, positivos, dirigidos a una gran audiencia, no podrá suscitar adhesiones.

### **2.3. Públicos**

La Unión Europea debe practicar una comunicación específicamente concebida para el tipo de público al que se destina. No es lo mismo entablar un diálogo con los multiplicadores de opinión que hacerlo con la opinión pública de cada Estado.

Por ello, conviene facilitar la información al menos a dos niveles, con ayuda de mensajes diferenciados y medios adecuados; determinadas informaciones deben dirigirse a los que están interesados y en cierta medida informados, mientras que otras deben destinarse a los que se muestran indiferentes y no se interesan por las actividades de la Unión Europea: la necesidad de no limitarse a mantener un diálogo con el círculo natural de "iniciados" constituye un verdadero reto al que la nueva estrategia debe dar respuesta.

Además, las informaciones y los mensajes deben adaptarse a las realidades, las lenguas y las percepciones locales, así como a las preocupaciones específicas de los diferentes grupos destinatarios seleccionados. La selección de estos grupos deberá efectuarse a partir de los planes de comunicación negociados con los Estados miembros sobre cada tema prioritario .

A la hora de seleccionar dichos grupos habrá que tener en cuenta a los forjadores de opinión, como los representantes políticos, las personalidades de la sociedad civil, los medios de comunicación, el mundo empresarial ..., pero también la especificidad de las distintas categorías que caben dentro del concepto de público en general, como los jóvenes, las mujeres, la familia, la población activa, etc.

En particular, conviene destacar la importancia que reviste incluir a los jóvenes y al sector educativo entre los instrumentos de difusión de la información pedagógica sobre la Unión Europea .



Para cada tema :

- Elaborar una estrategia y unos mensajes adaptados para un público ya "informado",
- Elaborar una estrategia y unos mensajes adaptados para el público en general.

### **3. UN PROCESO GLOBAL**

Para controlar mejor su comunicación, la Unión Europea deberá, en adelante, inscribir su política de información en un marco global y coherente con la impronta de un verdadero liderazgo político.

En efecto, el desarrollo de esta nueva estrategia, la necesidad de apropiarse de su propia imagen, la capacidad para elaborar sus propios mensajes, obliga a la Unión Europea y sus Instituciones a acometer un profundo cambio en materia de información y comunicación.

#### **3.1. Una actitud más dinámica**

La Unión Europea no puede atrincherarse en una posición reactiva. A nivel político, debe integrar en su modo de funcionamiento la necesidad de tomar la iniciativa en determinados temas informativos prioritarios, partiendo de un calendario de acontecimientos previsible, con objeto de mantener un debate basado en una mayor información sobre sus objetivos .

Pero, por supuesto, incluso colectivamente, las Instituciones de la Unión no tienen capacidad para llegar directamente a los ciudadanos.

El éxito de esta estrategia depende directamente, por lo tanto, del grado de apoyo de los Estados miembros. El efecto multiplicador de los recursos, los canales de difusión, los conocimientos, los organismos de información y los principales ministerios nacionales interesados, resulta indispensable para el logro de los objetivos perseguidos en esta comunicación, en particular en lo que atañe a la mejora de la colaboración con la sociedad civil.

Esta asunción compartida de la responsabilidad por cada socio exige un verdadero compromiso político al más alto nivel, tanto por parte de las Instituciones como de los Estados miembros. Dicho compromiso político deberá extenderse al plano de los procedimientos y al de las referencias comunes, que cada uno utilizará mientras que no se decida, conjuntamente, modificarlos.

Además, todo indica que la Unión carece cruelmente de "rostro" a los ojos de los ciudadanos. Más allá de la descentralización y de los enlaces y redes organizados, la Unión Europea debería reflexionar sobre la posibilidad de trabajar con verdaderos líderes de opinión --una serie de personalidades que "prestarían" su rostro a la Unión - - en cada Estado miembro, con el fin de concretar, de hacer visible su existencia de la manera más directa para los ciudadanos (tanto en los estudios de televisión como a nivel local). Ni que decir tiene, que los miembros de las Instituciones europeas tienen una responsabilidad especial en esta materia, pero también los dirigentes políticos

nacionales, regionales y locales. Asimismo, se debería recurrir ampliamente a los círculos económicos y académicos.

### **3.2. Un liderazgo asumido**

- a) La elaboración de *corpus* de mensajes europeos sobre los grandes temas de información exige un análisis previo concienzudo del estado de las opiniones públicas nacionales. La Comisión Europea cuenta, a escala europea, con los conocimientos y la capacidad para efectuar esta evaluación. El Eurobarómetro, los sondeos y los estudios cualitativos que maneja, le permiten hacerse una idea regular de esa situación. A tal efecto deberá desarrollar sustancialmente su capacidad de análisis en la materia para poder difundir la información adecuada, no sólo en la propia Comisión sino también a otras Instituciones así como al conjunto de los diferentes responsables políticos de la Unión.

Pero este trabajo no puede recaer exclusivamente en los análisis efectuados por los propios Estados miembros. La Comisión desea profundizar su conocimiento del estado y la evolución de las opiniones públicas nacionales poniendo en marcha una colaboración más regular con los departamentos de "opinión" de los organismos de Información de los Estados miembros. Esta colaboración debería permitir responder mejor a las expectativas y necesidades específicas de los ciudadanos.

El desarrollo de esta capacidad de seguimiento -- que podría materializarse en la creación de una red externa que agrupara a todos los socios interesados -- servirá de ayuda para la elaboración de los mensajes necesarios sobre cada tema o campaña de información.

- b) La otra necesidad para preservar el carácter global del proceso es ligar el conjunto de las actividades de información al calendario de acontecimientos de la Unión, con el fin de dar la mayor visibilidad y la mayor actualidad posibles al proceso de información y comunicación. Esta capacidad de planificación también tendrá que ser desarrollada por la Comisión, a la que su poder de iniciativa sitúa en el centro del proceso de toma de decisiones.
- c) De todo esto se desprende que la puesta en marcha de una descentralización real requiere un liderazgo verdadero para dirigir y orientar todo el proceso. La Comisión debe estar en condiciones de asumir esta responsabilidad en aras de una mayor coordinación, tanto entre las Instituciones y entre éstas y los Estados miembros como en su interior, entre sus diferentes direcciones generales.

Para desempeñar su papel, la Comisión deberá disponer de una evaluación regular de las actividades de información emprendidas cada año por la propia Unión Europea, así como de las efectuadas en y por los Estados miembros. Las Instituciones deberán llevar conjuntamente a cabo el control de dichas evaluaciones, control que podría basarse en un objetivos colectivos en cuanto a los resultados.

Por añadidura, como la Comisión ha hecho desde un principio en su campaña sobre el euro, toda gran campaña deberá ser objeto de una evaluación que cubra la totalidad del período considerado.

La Comisión también pretende elaborar una programación plurianual de sus actividades de información y comunicación con el fin de garantizar la necesaria continuidad de las principales campañas de información realizadas conjuntamente por las Instituciones y los Estados miembros. Esta programación plurianual será sometida a la aprobación política del Grupo Interinstitucional de Información (GII).

### **3.3. La necesaria sinergia de los instrumentos**

De esta estrategia resulta asimismo, que si bien la DG PRESS de la Comisión debe desempeñar un papel central, éste se asemeja más al de un suministrador de servicios y de coordinación de las restantes direcciones generales, las demás Instituciones y los Estados miembros, que a un papel motriz omnisciente y omnipotente.

La Comisión debe actuar en beneficio de sus socios, bajo la autoridad política del Presidente o del Miembro de la Comisión competente, en conexión con el Miembro de la Comisión responsable principal del tema sobre el que se vaya a informar.

Esta necesaria puesta al servicio de la autoridad política también se refiere, por supuesto, a las Representaciones de la Comisión, así como al conjunto de los instrumentos, medios y capacidades a su disposición, cuya utilización debe optimizarse en beneficio de la nueva estrategia.

- Así, una herramienta como el Eurobarómetro deberá adaptarse a los temas de información seleccionados: no se trata de poner en tela de juicio la permanencia del análisis de las opiniones públicas que permite este instrumento, sino de utilizarlo también, dentro de una programación anual, para tener un conocimiento suficiente de las opiniones públicas nacionales sobre los temas en cuestión, con objeto de elaborar los mensajes necesarios para responder a las expectativas de los ciudadanos.

También habría que evaluar, desde ahora mismo, las condiciones para poder extenderlo, con las mayores garantías de fiabilidad y continuidad, a los países candidatos.

- De la misma manera, el sitio Web Europa sigue constituyendo un instrumento esencial para acercar las Instituciones a los ciudadanos y facilitar los intercambios entre los europeos. También podría mejorarse para que responda a las necesidades de una información dirigida al público en general y para facilitar el acceso a las fuentes de información directamente relacionadas con los temas prioritarios elegidos.

La dimensión interactiva de esta estrategia tampoco debe olvidarse: un auténtico diálogo con los ciudadanos pasa naturalmente por canales como Internet, pero también por instrumentos de acceso directo a las Instituciones, como "Europa en Directo", que deberá desarrollarse sobre una base interinstitucional, primero en beneficio de los temas de información seleccionados, pero también, de manera más

general, para aumentar su capacidad de respuesta directa al conjunto de cuestiones relacionadas con la vida cotidiana de los ciudadanos europeos.

- Por otra parte, las publicaciones tradicionales siguen siendo una fuente esencial de información y conocimiento para una gran parte de la población europea. Por eso, parece necesario elaborar y definir, teniendo en cuenta la nueva estrategia propuesta, unas directrices adecuadas para la política de publicaciones de las Instituciones europeas.
- Por último, resulta evidente que el papel de los instrumentos audiovisuales seguirá creciendo. También aquí, en particular, el instrumento EbS ("*Europe by Satellite*") deberá hacer posible cubrir, desde una perspectiva interinstitucional, todos los acontecimientos directamente relacionados con las campañas de información.

De igual manera, la política de comunicación audiovisual de la Unión y en especial la de la Comisión, deberán volver a evaluarse a la luz de esta estrategia habida cuenta de los muy escasos medios disponibles en la actualidad, tanto en el centro como en la periferia institucional. En particular, la colaboración con los Estados miembros en este ámbito debería suponer un acicate importante para que los medios de comunicación nacionales y locales tengan más en cuenta la dimensión europea del debate público: habría que impulsar el fomento de las coproducciones con las cadenas nacionales o regionales. En especial, la formación de periodistas y editorialistas de estos medios debería ser objeto de una atención permanente. En la actualidad, un 66 % de los ciudadanos afirma que espera recibir información sobre la Unión Europea a través, en primer lugar, de los medios audiovisuales.

La Comisión invita a cada Institución a extraer las consecuencias de esta estrategia sobre su funcionamiento interno. Desea asimismo que cada Estado miembro reflexione sobre la posibilidad de mejorar la sinergia entre su política de información y la estrategia de comunicación de la Unión Europea.

### **III. Una aplicación gradual y adaptada**

La nueva estrategia de información y comunicación de la Unión Europea se enmarca dentro de sus medios actuales. Dichos medios son limitados, en particular en lo que se refiere a las capacidades de las propias Instituciones europeas.

Por eso, la colaboración con los Estados miembros será capital para el éxito de esta nueva estrategia: sin el apoyo activo de las autoridades nacionales o regionales, las Instituciones europeas seguirán sin poder alcanzar y sensibilizar a los ciudadanos.

Para lograr que esta estrategia de comunicación sea totalmente operativa, la colaboración con los Estados miembros debe darse a tres niveles:

- el interinstitucional,
- el de los diferentes aspectos de la descentralización, y
- el de la colaboración con la sociedad civil (véase cuadro en el Anexo 2 adjunto).

#### **1. INTERPRETACIÓN DE LA COLABORACIÓN INTERINSTITUCIONAL**

Tal como se indicaba en la primera Comunicación de la Comisión<sup>10</sup>, el Grupo Interinstitucional de Información (GII) es la clave de esta colaboración.

##### **1.1. El GII**

###### **• Composición**

La Comisión, el Parlamento Europeo y el Consejo copresiden a nivel político el GII. Las restantes Instituciones y órganos de la Unión Europea pueden participar en él como observadores.

El GII se reúne al menos dos veces por año.

###### **• Misiones**

El GII fija los temas de información prioritarios y las orientaciones comunes para la colaboración interinstitucional en materia de información y comunicación de la Unión Europea. Evalúa la coordinación de las actividades de información centralizadas y descentralizadas destinadas al público en general relacionadas con estos temas. El GII se pronuncia cada año sobre los temas de los años siguientes basándose en un informe elaborado por la Comisión.

---

<sup>10</sup> Comunicación relativa a un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y de comunicación de la Unión Europea [COM(2001)354].

- Grupo de trabajo PRINCE

Las tres Instituciones han constituido un grupo de trabajo técnico para garantizar el control de las actividades de información incluidas en el programa PRINCE. Este programa se asemeja a un marco de acción de la cooperación interinstitucional a nivel presupuestario.

## 1.2. Elaboración de los mensajes

La cooperación entre las Instituciones de la Unión debe asimismo prevalecer a la hora de concebir y definir las estrategias de información y comunicación que habrá que desplegar sobre los diferentes temas seleccionados por el GII, en particular en lo que se refiere a la coordinación de los mensajes.

¿Cómo actuar?

### a) Papel de la Comisión

Es esencial que la Unión Europea se dote con un *corpus* de mensajes común para cada uno de los temas elegidos. En todos los temas que sean de competencia comunitaria, los principales mensajes serán elaborados por los servicios de la Comisión, bajo la autoridad del Miembro de la Comisión competente en cada caso. Esos mensajes se pondrán a prueba en grupos muestra elegidos en cada Estado miembro antes de que la Comisión los proponga a las otras Instituciones.

La Unión tiene la obligación, tanto frente a sus representantes como para alimentar su propia capacidad de actuación, de difundir su *corpus* de mensajes sobre cada tema de información elegido. Estos mensajes completarán las diferentes argumentaciones de referencia indispensables para una buena difusión de la información.

La elaboración de ese *corpus* de mensajes sobre cada tema de información y la comprobación de su aceptación por el mayor número posible de personas es la clave del éxito de una estrategia coherente de información y comunicación de la Unión Europea. Por eso, parece necesario dotar a la Unión con una capacidad de control en este ámbito.

### b) Colaboración con los Estados miembros

En paralelo a la elaboración de un *corpus* de mensajes, la Comisión deberá desarrollar una estrategia de comunicación para cada tema de información prioritario (mensajes, públicos destinatarios, medios de actuación, calendario, presupuesto). La Comisión propondrá sobre esta base al Parlamento Europeo y a los Estados miembros trabajar conjuntamente para aplicar las decisiones adoptadas por el GII.

Por supuesto, cada Estado miembro seguirá siendo libre de suscribir o no la estrategia o los mensajes propuestos. Adoptarlos o incluso rechazarlos

supondría una plusvalía importante para la estrategia de comunicación coordinada de la Unión.

En particular, estos mensajes deberían permitir estructurar mejor la información que las Instituciones europeas (fundamentalmente la Comisión y el Parlamento Europeo), pero también los Estados miembros, difunden sobre la legislación comunitaria, sobre todo cuando ésta se refiere a los grandes temas de información prioritarios.

Por otro lado, la Comisión ha tomado buena nota del deseo del Consejo de colaborar desde la fase más inicial posible en la definición de una estrategia adaptada y en la elaboración de los mensajes necesarios para la comunicación sobre los temas seleccionados en común en el GII. La Comisión está dispuesta a trabajar en esa dirección, en colaboración con el Parlamento Europeo, de acuerdo con el espíritu de concordia interinstitucional. También está dispuesta a presentar al Grupo de Información del Consejo y a los expertos nacionales, cuya participación en este tipo de ejercicio apoya, para que reflexionen sobre ellas, sus propuestas tanto en lo que se refiere a la estrategia que deberá establecerse como al *corpus* de mensajes "europeos" que previamente habrá elaborado y probado.

*Corpus* de mensajes sobre cada tema :

La principal responsabilidad recae sobre la Comisión que deberá ponerse de acuerdo con las otras Instituciones. Posible adhesión o no de los Estados miembros.

## **2. UNA NUEVA COLABORACIÓN DESCENTRALIZADA**

La aplicación de esta estrategia reposa en el carácter complementario de la actuación de las Instituciones europeas y de los Estados miembros.

### **2.1. Una descentralización verdadera**

En lo que atañe a las Instituciones europeas, las Representaciones de la Comisión y las Oficinas de Información del Parlamento Europeo participarán de manera concertada, tanto en la declinación nacional y local de los mensajes de la Unión Europea como en el marco de acción elaborado en común con el Estado miembro.

En el contexto de la descentralización --independientemente de que se trate de la aplicación o de la declinación de los mensajes-- las Representaciones de la Comisión y las Oficinas de Información del Parlamento Europeo tendrán que asumir la responsabilidad principal de la aplicación de las diferentes actividades informativas.

Deberán elaborar, principalmente, el plan de comunicación para cada tema elegido por el GII, con la ayuda, si resulta necesario, de expertos exteriores: dicho plan deberá incluir el programa de acción conjunto con el Estado miembro (convenio) y el programa de actividades autónomas de la Unión Europea, en la medida en que el Estado miembro no haya suscrito las prioridades o los mensajes elegidos.

La adecuación del mensaje al ámbito nacional o local también deberán realizarla las Representaciones -- con la ayuda de las DG competentes -- con el fin de adaptar el contenido de las actividades de información a sus destinatarios, a los medios de comunicación seleccionados y a las expectativas concretas de los ciudadanos.

Esta adecuación deberá, sobre todo, ajustarse al tipo de medio de comunicación utilizado: en particular, los medios audiovisuales requieren dar al mensaje un formato específico frente a los medios de comunicación que se basan en la palabra escrita.

Ahora bien, este trabajo sólo puede efectuarse lo más cerca posible de los destinatarios de la información y en relación directa con los canales utilizados.

## **2.2. Una responsabilidad mejor compartida**

En general, sería bueno que este trabajo pudiera llevarse a cabo de acuerdo con los conocimientos y capacidades de cada Estado miembro. Los organismos de información de cada Gobierno desempeñarán un papel protagonista a la hora de elaborar y aplicar las diferentes campañas informativas previstas.

Estos organismos de información deberán, al mismo tiempo, participar en la elaboración conjunta del plan de comunicación desarrollado en colaboración con las Instituciones y velar por la coherencia global de las estrategias y mensajes "europeos", así como de los asuntos y la comunicación nacionales sobre los diferentes temas escogidos.

En efecto, la estrategia de información y comunicación de la Unión Europea no puede ser una pieza aislada en el contexto mundial de la comunicación gubernamental. Debe inscribirse en él como una plusvalía natural, materializando la dimensión europea del debate democrático en cada Estado miembro.

Para ello, la Comisión reflexiona sobre la mejor forma de proceder para que esta cooperación cristalice en todas sus dimensiones. Sobre la base de la experiencia adquirida gracias a las distintas formas de cooperación ya establecidas con los Estados miembros, la Comisión desearía comprobar, con el Consejo y el Parlamento, la posibilidad de elaborar un memorando de acuerdo con cada Estado miembro. El objetivo de este memorando sería sellar el compromiso contractual recíproco a nivel político, entre la Unión Europea y los Estados miembros, de trabajar juntos en aras de una mejor difusión de la información de carácter general sobre los asuntos europeos.

Este tipo de memorando de acuerdo también podría tener la ventaja de reconocer, a escala nacional, el papel de las redes y enlaces a la hora de difundir un flujo regular de información que garantice la continuidad del debate público europeo. Dicho memorando podría prever la creación de una red sistematizada que agrupara a los corresponsales de información de cada Estado miembro (organismo nacional de información y ministerio competente en función del tema de información prioritario de que se trate), de la Comisión, del Consejo y del Parlamento Europeo. El memorando también podría ofrecer a los Estados miembros la flexibilidad necesaria para establecer asociaciones más específicas en el marco de la información sectorial propuesta por esta o aquella dirección general de la Comisión.



Esta fórmula ofrecería la flexibilidad necesaria para una buena colaboración entre los Estados miembros y la Unión Europea. Además, podría facilitar la negociación de los convenios necesarios para desarrollar los temas informativos declarados prioritarios por el GII.

Este sistema no podría obviamente excluir otras formas de colaboración a escala nacional y regional o incluso con entidades de la sociedad civil.

Cooperación Unión Europea - Estados miembros:

Memorando de acuerdo + convenios sobre los temas de información declarados prioritarios por el GII.

Pero, por supuesto, esta colaboración entre las Instituciones europeas y los Estados miembros no se limita a su dimensión interinstitucional y debe desarrollarse "*in situ*", lo más cerca posible de los destinatarios de las actividades de información y comunicación.

### **3. UNA COLABORACIÓN LO MÁS CERCANA POSIBLE A LOS CIUDADANOS**

Creados con el paso del tiempo, y a partir de múltiples y diversas iniciativas, los enlaces y las redes de información y documentación comunitaria se reparten entre los más de 700 centros existentes en el conjunto de Estados miembros. Destinados a facilitar información a los ciudadanos, la Comisión los coordina, apoya y nutre<sup>11</sup>.

A estas redes y enlaces "físicos", hay que añadir la red de aproximadamente 550 conferenciantes del Team Europa.

Pero estas redes y enlaces organizados no pertenecen en exclusiva a la Comisión porque, en su mayoría, son fruto de la colaboración con los Estados miembros y sobre todo con las colectividades locales<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Se trata de las siguientes iniciativas, que son responsabilidad de la DG PRESS (otras peticiones de apertura de centros están en estudio) :

- 3 grandes centros nacionales de información y documentación establecidos en París, Lisboa y Roma,
- 3 centros interregionales de información y documentación situados en Salónica, Nápoles y Berlín,
- 142 Info-Points Europa (IPE) ;
- 134 centros de información y animación rural ("*Carrefours*"),
- 328 centros de documentación europea (CDE), 24 bibliotecas depositarias y 72 centros de referencia europeos (que con los 360 existentes fuera de los EUR15 representan una red global de 784 centros).

<sup>12</sup> Estos enlaces y redes no pertenecen a la Comisión, siendo centros independientes que se encuentran bajo la responsabilidad de las entidades que los acogen y que garantizan su funcionamiento. La Comisión es un socio minoritario, que ha firmado un convenio con la

Constituyen un patrimonio inestimable por su experiencia y su flexibilidad así como por su cercanía a los representantes de la sociedad civil y a los ciudadanos. Estas características los convierten en un instrumento privilegiado para la aplicación de la estrategia de información y comunicación de la Unión Europea: encarnan en la práctica la sinergia de los medios de que disponen la Unión Europea, los Estados miembros y la sociedad civil, materializando el principio de descentralización de la información.

Este potencial está ahí para que se saque todo el partido posible de él. Por eso, la Comisión considera que es necesario realizar un análisis y una evaluación del conjunto de enlaces y redes con el fin de elaborar un nuevo marco de actuación más coherente, para dar valor a su papel dentro de la nueva estrategia, y preparar su extensión a los futuros Estados miembros, con la perspectiva, a largo plazo, de garantizar su presencia en todas las regiones.

Este nuevo marco debería elaborarse sobre la base de los principios siguientes:

- una estructura más homogénea y más coherente entre los diferentes "niveles" de enlaces y redes existentes (nacionales, regionales/interregionales, locales), incluso en términos de imagen (denominación, logotipo, etc.),
- una racionalización y una mayor descentralización de su gestión para lograr una mejor relación coste/eficacia,
- una asunción compartida de la responsabilidad más garantizada y una colaboración reforzada con los Estados miembros, que respete las especificidades administrativas y locales,
- el desarrollo de la cooperación interinstitucional, no sólo a escala nacional con los grandes centros nacionales (París, Lisboa y Roma), sino también a escala interregional y local.

Una vez definido, este nuevo marco de acción tendrá que ser negociado con los Estados miembros para que sea fruto de la voluntad común de ellos y de la Unión. También deberá tener en cuenta el potencial de otros multiplicadores de información con los cuales coopera la Comisión, como las redes de información independientes.

Enlaces y redes:

Análisis y evaluación del conjunto de enlaces y redes.

Definición de un nuevo marco de actuación (misión, funcionamiento, evolución futura, ...).

---

entidad de acogida -- universidades, colectividades locales, etc. -- en virtud del cual se compromete a suministrarles los servicios y la ayuda necesarios para que puedan llevar a cabo sus actividades y, en determinados casos, una subvención anual.

## CONCLUSIÓN

1. La estrategia propuesta nace de las contribuciones recibidas por la Comisión en el marco del debate mantenido a raíz de su primera comunicación de junio de 2001. Responde a una visión consensuada, si no común, entre el Parlamento Europeo, el Consejo de Ministros y la Comisión: cada institución deberá asumir sin ambages los términos de este nuevo "contrato", que el Grupo Interinstitucional de Información deberá aplicar.

La aplicación de esta estrategia requiere un esfuerzo común de las Instituciones y los Estados miembros:

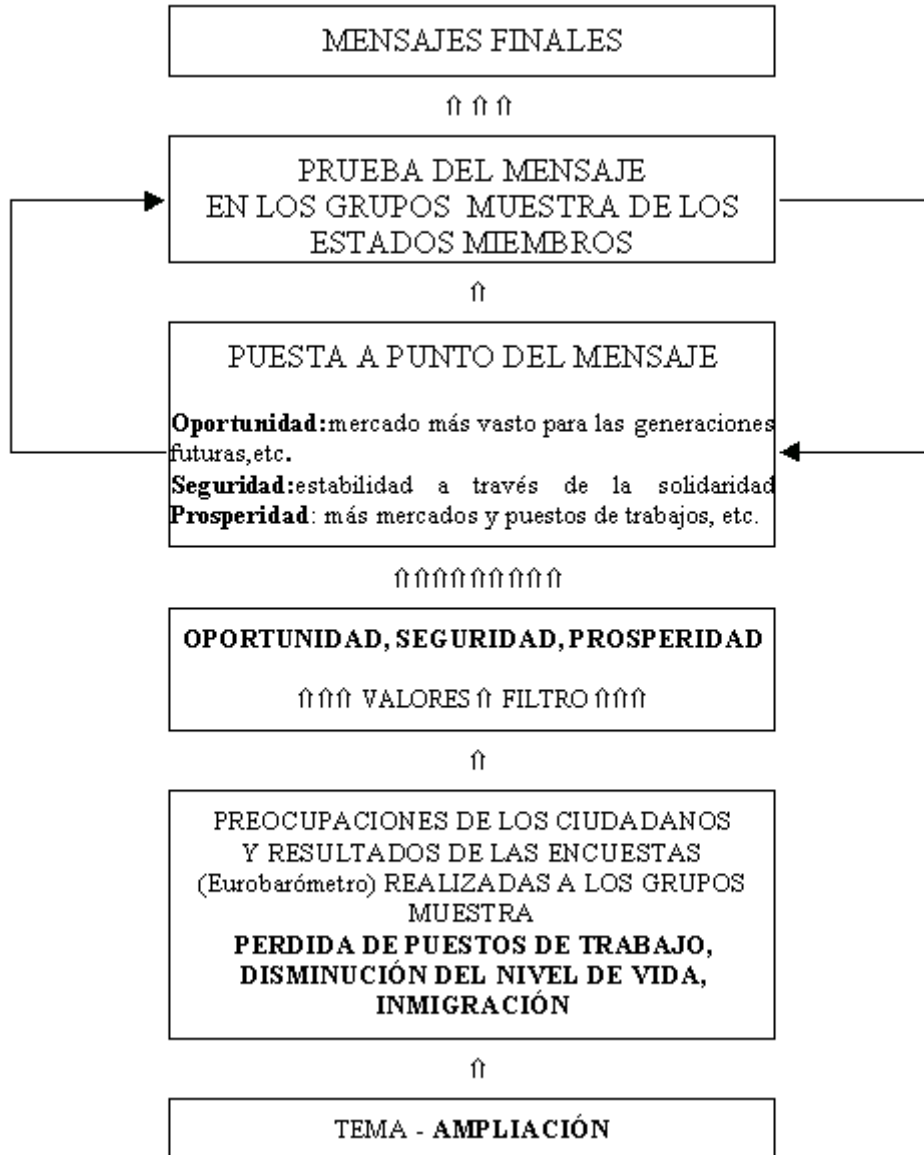
- La elaboración de un marco de referencia común para las Instituciones a fin de transmitir de la forma más conveniente, con la ayuda de determinados valores clave, los mensajes adaptados a los grandes temas informativos debe corresponder al objetivo prioritario de cada socio.
- El cambio de mentalidad en las Instituciones, pero también en los Estados miembros, deberá responder a una exigencia constante, renovada periódicamente, que pasa prioritariamente por el desarrollo de programas de formación adaptados al conjunto de los responsables.
- La colaboración que deberá establecerse con cada Estado miembro tendrá ante todo que responder a una nueva mentalidad, que no debe limitarse al marco jurídico financiero de la misma. En efecto, esa colaboración también debe materializarse fuera de los procedimientos, con frecuencia farragosos y rígidos, en especial cuando se trate de difundir información de índole general, pero también en el contexto de las relaciones más continuas y sistemáticas con los organismos nacionales de información.

Asentada en la arquitectura institucional de la Unión, esta estrategia quiere ser a la vez ambiciosa y realista. Su éxito dependerá principalmente de la voluntad política que debe impulsarla

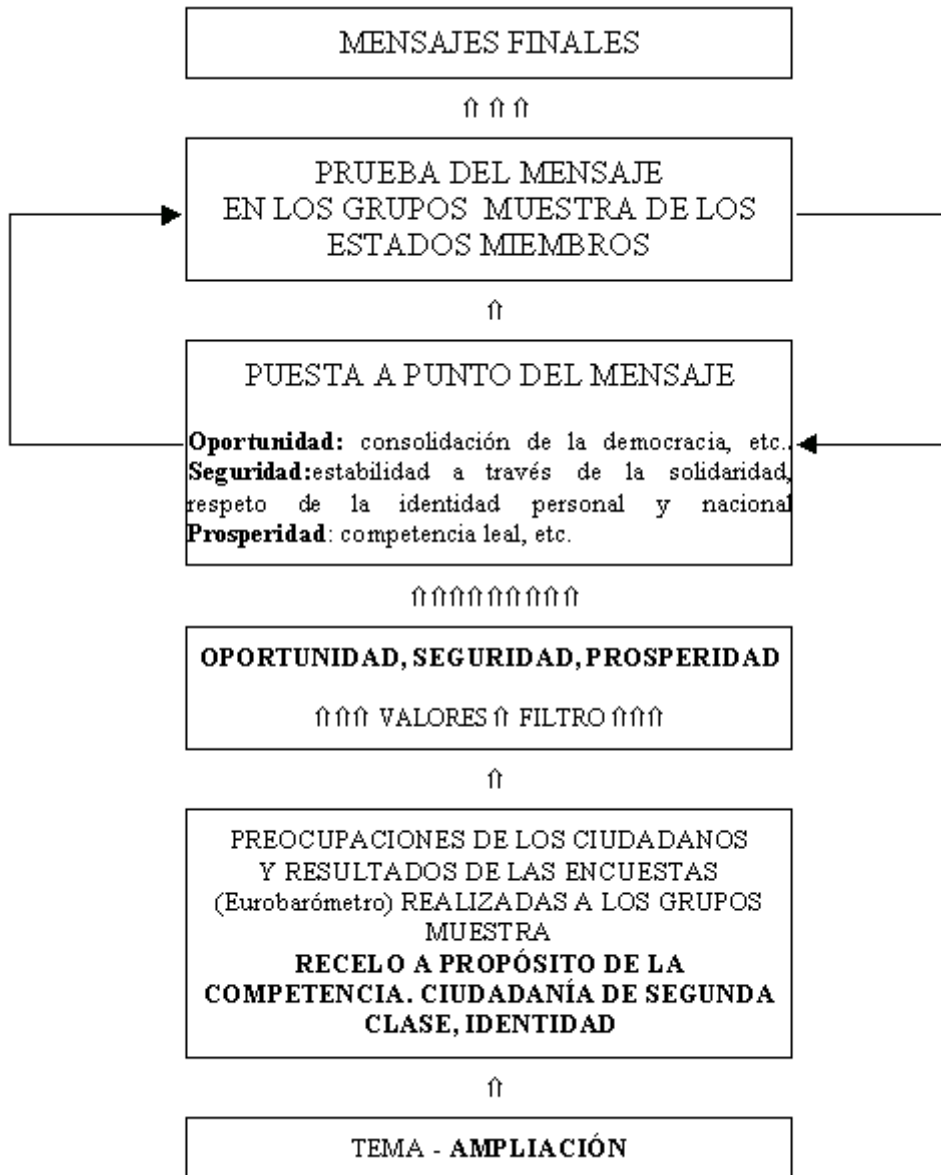
2. Con el fin de concretar esa voluntad, la Comisión tomará cuanto antes, sobre la base del plan de acción que se adjunta (Anexo 3), las principales medidas necesarias para su instauración. Su aplicación, al menos en sus grandes líneas, debería producirse a comienzos del año 2003. Sin embargo, todas las posibilidades que encierra esta estrategia sólo podrán hacerse realidad a medio plazo.
3. Por ello, la Comisión propone introducir una cláusula que prevea para el año 2005, es decir, en el umbral de la Europa ampliada, una vez renovadas las Instituciones y celebrada la Conferencia Intergubernamental, la realización, conjuntamente con todas las partes interesadas, de una evaluación exhaustiva de los avances registrados y la definición, si es posible, de nuevas pautas de actuación .

## ANEXO 1

### EJEMPLO DE ELABORACIÓN DE UN MENSAJE SOBRE LA AMPLIACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA UNIÓN EUROPEA

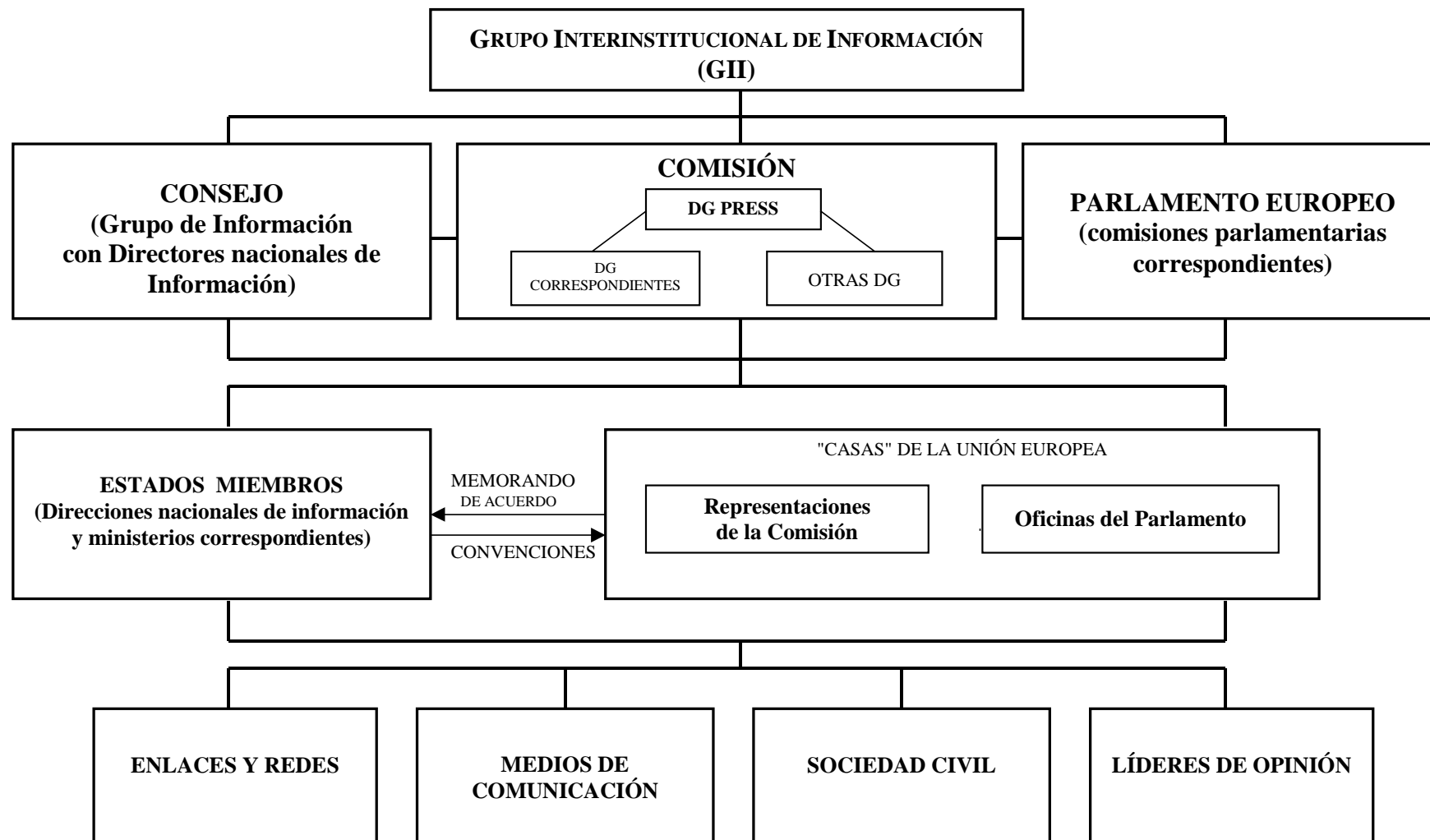


**EJEMPLO DE ELABORACIÓN DE UN MENSAJE SOBRE LA  
AMPLIACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS PAÍSES  
CANDIDATOS**



**ANEXO 2**

**ESQUEMA DE ACCIÓN**



### ANEXO 3

#### PLAN DE ACCIÓN

##### **Septiembre de 2002**

- GII : Acuerdo entre las tres instituciones sobre los principales temas prioritarios de información para los años 2003 y 2004

Este acuerdo debe producirse antes de la primera lectura del presupuesto por el Parlamento Europeo.

- Inicio del análisis y la evaluación sobre las redes y enlaces.
- Creación de un programa de formación adaptado a las necesidades de la Comisión a raíz de la adopción de la nueva estrategia.
- Inicio del proceso de elaboración , y de las pruebas con los grupos muestra en cada Estado miembro, del hilo conductor y los valores necesarios para la comunicación.

##### **Octubre de 2002**

- Validación a nivel presupuestario de los medios asignados a cada tema prioritario.
- Análisis del estado de las opiniones públicas nacionales en relación con los temas de información prioritarios elegidos.
- Comienzo de la elaboración de los planes de comunicación para cada tema por las Representaciones.
- Evaluación de los recursos de las Representaciones a la luz de la mayor descentralización resultante de la nueva estrategia.

##### **Noviembre de 2002**

- Elaboración de un memorando de acuerdo que materialice el acuerdo político entre la Unión Europea y el Estado miembro.
- Validación política del hilo conductor y los valores.
- Planificación de las actividades de las direcciones generales más directamente interesadas en los temas de información elegidos.
- Elaboración de los principales *corpus* de mensajes correspondientes a los temas elegidos.
- Validación de la participación de los Estados miembros en la colaboración propuesta.

## **Diciembre de 2002**

- Reunión de los directores de los organismos nacionales de información de cada Estado miembro para validar los planes de comunicación elaborados para el año 2003 y maximizar las sinergias.
- Propuesta de los convenios correspondientes con los Estados miembros cada vez que sea posible (o de otros marcos de acción posibles).

## **Enero de 2003**

- Evaluación de las actividades emprendidas en 2002.
- Sobre la base del análisis realizado, elaboración y negociación del nuevo marco de acción de las redes y enlaces.

## **Marzo de 2003**

- GII : validación de la evaluación de las actividades emprendidas en 2002 y selección de los temas prioritarios para 2004 y 2005.

## **Julio de 2003**

- Debate anual en el Parlamento Europeo, con participación del Consejo, sobre la política de información y comunicación de la Unión Europea.

## **2003**

- Aplicación progresiva de la racionalización de los enlaces y redes.
- Desarrollo durante un año completo de la coordinación y la planificación resultante de la nueva estrategia, inclusive en lo que se refiere a la puesta en sinergia de los diferentes instrumentos de la Comisión.
- Desarrollo de la colaboración interinstitucional.

## **2003-2004**

- Actividades de formación adaptadas a las necesidades del personal de la Comisión - Apertura de estas actividades a las otras Instituciones.
- Refuerzo de la coordinación de las actividades de las Representaciones y de la función de reenvío ("*rebuttal function*") a la Comisión.

## **2004**

- Extensión de los enlaces y redes en los Estados candidatos.
- Refuerzo adaptado de los recursos de las Representaciones.
- Desarrollo de las Representaciones en los nuevos Estados miembros.



## ANEXO 4

### FICHA DE FINANCIACIÓN LEGISLATIVA

**Ámbito(s) político(s) : PRENSA Y COMUNICACIÓN**

**Actividad(es) : 16.01-16.02-16.03-16.04-16.05**

**Denominación de la medida : UNA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA UNIÓN EUROPEA**

#### **1. LINEAS) PRESUPUESTARIA(S) + DENOMINACIÓN**

**A7 : Gastos de personal de apoyo y gastos de funcionamiento descentralizados**

**B3-300 : Acciones generales de información**

**B3-300A : Acciones generales de información – Gastos ATA y gastos de apoyo**

**B3-301 : Enlaces**

**B3-301A : Enlaces – gastos ATA y gastos de apoyo**

**B3-303 : Acciones generales de comunicación**

**B3-303A : Acciones generales de comunicación - gastos ATA y gastos de apoyo**

**B3-306 : Acciones prioritarias de información<sup>13</sup>**

**B3-306A : Acciones prioritarias de información – gastos ATA y gastos de apoyo**

#### **2. DATOS GLOBALES EN CIFRAS (EUR 15)**

**2.1 Dotación total de la medida (parte B) : 285,065 Millones de € en CC<sup>14</sup>**

**2.2 Período de aplicación:**

**Ejercicio 2003 y siguientes**

**2.3 Estimación global plurianual de los gastos:**

a) Calendario de créditos de compromiso/créditos de pago (intervención financiera)  
*(véase el punto 6.1.1)*

---

<sup>13</sup> Líneas presupuestarias para las cuales otras direcciones generales son ordenadoras (junto con la DG PRESS).

<sup>14</sup> Excepto el nuevo tema de información prioritario propuesto: Europa en el mundo.

En millones de €(cifra aproximada al 3<sup>er</sup> decimal)

	2003	2004	2005	2006	<b>Total</b>
Créditos de compromiso	71,100	72,575	63,330	60,285	<b>267,290</b>
Créditos de pago	66,750	65,209	54,666	52,182	<b>238,807</b>

b) Asistencia técnica y administrativa (ATA) y gastos de apoyo (GA) (véase el punto 6.1.2)

CC	3,565	4,625	4,670	4,915	<b>17,775</b>
CP	3,180	4,625	4,670	4,915	<b>17,390</b>

<b>Subtotal a+b</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Total a+b</b>
CC	74,665	77,200	68,000	65,200	<b>285,065</b>
CP	69,930	69,834	59,336	57,097	<b>256,197</b>

c) Incidencia financiera global de los recursos humanos y otros gastos de funcionamiento (véanse los puntos 7.2 y 7.3)

CC/CP	1,480	1,480	1,480	1,480	<b>5,920</b>
-------	-------	-------	-------	-------	--------------

<b>TOTAL a+b+c</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Total a+b+c</b>
CC	76,145	78,680	69,480	66,680	<b>290,985</b>
CP	71,410	71,314	60,816	58,577	<b>262,117</b>

## **2.4 Compatibilidad con la programación financiera y las perspectivas financieras**

Propuesta compatible con la programación financiera existente (excepto el nuevo tema de información prioritario propuesto: Europa en el mundo).

## **2.5 Incidencia financiera en los ingresos**

Ninguna implicación financiera

## **3. CARACTERÍSTICAS PRESUPUESTARIAS**

Naturaleza del gasto		Nuevo	Participación AELC	Participación de los países candidatos	Rúbrica PF
<b>GNO</b>	<b>CD</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>	<b>3</b>

## **4. FUNDAMENTO JURÍDICO**

Actividades efectuadas por la Comisión en virtud de sus prerrogativas interinstitucionales.

## **5. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN**

### **5.1 Necesidad de una intervención comunitaria**

#### *5.1.1 Objetivos perseguidos*

La Comunicación de la Comisión relativa a "Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea" tiene en cuenta la nueva participación del Consejo en el ejercicio de colaboración interinstitucional y se articula en torno a los siguientes ejes:

- la capacidad de la Unión Europea para elaborar y difundir mensajes adaptados y concebidos para el público al que se destinan sobre los diferentes temas de información prioritarios, y
- una colaboración voluntaria y funcional con los Estados miembros que permita lograr una verdadera puesta en sinergia de las estructuras y capacidades de los Estados miembros como complemento a las medidas de la Unión Europea.

Esta nueva estrategia de información y comunicación resulta de una voluntad política compartida por las tres Instituciones que deberá aplicarse a través de las decisiones del Grupo Interinstitucional de Información (GII).

Esta nueva estrategia implica, para cada institución, un cambio de mentalidad y unas adaptaciones importantes, sobre todo en lo que a coordinación se refiere, a fin de mejorar la información más próxima de los ciudadanos europeos.

### 5.1.2 Disposiciones adoptadas en lo concerniente a la evolución ex ante

Más allá de la constatación política compartida por las tres Instituciones y por los Estados miembros, la estrategia propuesta se basa a la vez en las evaluaciones internas (síntesis de las mesas redondas organizadas por las Representaciones y de las respuestas de las diferentes redes al cuestionario) y en estudios independientes tanto sobre la propia estrategia como sobre el estado de las opiniones públicas europeas (grupos muestra).

### 5.1.3 Disposiciones adoptadas tras la evaluación ex post

La Comunicación de la Comisión prevé una evaluación anual de las principales medidas de información y comunicación. Esta evaluación se basará, en el caso de la Comisión, en una nueva metodología de evaluación de la DG PRESS, que debería entrar en funcionamiento a partir de 2003. Las capacidades de evaluación de las otras Instituciones y de los Estados miembros también deberían contribuir a la evaluación de la colaboración prevista.

## 5.2 Acciones previstas y modalidades de la intervención presupuestaria

La incidencia presupuestaria de la presente Comunicación recae principalmente en el capítulo B3-3 tanto en lo que se refiere a las líneas de funcionamiento como a las líneas relativas a los gastos técnicos y administrativos.

Las acciones previstas se refieren esencialmente a las acciones generales de información y comunicación, los enlaces de información, las acciones de comunicación y las acciones prioritarias de información (PRINCE).

## 5.3 Modalidades de ejecución

Se pretende alcanzar los objetivos globales principalmente por medio de:

- una mejor coordinación de las acciones de información general entre el conjunto de direcciones generales y la DG PRESS (incluidas las Representaciones),
- una mayor descentralización de las acciones de información, asociando a las mismas a los Estados miembros y las Instituciones,
- un uso eficiente de todos los enlaces y redes existentes.

La aplicación de esta nueva estrategia afecta principalmente a las siguientes actividades:

### ACCIONES GENERALES DE INFORMACIÓN

- Refuerzo del proceso de realimentación ("*feed-back*") con miras a la definición de la política de información.
- Intensificación de la coordinación de las acciones descentralizadas sobre temas prioritarios destinadas al público en general a través de las Representaciones, aprovechando al máximo los enlaces y las redes existentes.
- Informe de evaluación sobre la repercusión combinada de los diferentes medios de información desplegados en el marco de la nueva estrategia de información.

## ENLACES

La importancia atribuida a la información de proximidad se refleja en

la atención cada vez mayor que se presta a la coordinación de las actividades de redes y enlaces, en especial a través de las Representaciones.

## ACCIONES GENERALES DE COMUNICACIÓN

Las Representaciones deberán buscar fórmulas de colaboración con cada uno de los Estados miembros, con el fin de definir conjuntamente los mensajes adaptados a las especificidades de la opinión pública y probar estos mensajes con grupos muestra ("*Focus groups*").

Estas asociaciones voluntarias y operativas permitirán llevar a cabo una verdadera puesta en sinergia de las estructuras y capacidades de los Estados miembros como complemento a las medidas de la Unión Europea.

## ACCIONES PRIORITARIAS DE INFORMACIÓN

Las actividades de información PRINCE contempladas por esta Comunicación se refieren en particular a:

- la ampliación,
- el Debate sobre el futuro de la Unión,
- el Espacio de libertad, seguridad y justicia,
- Europa en el mundo.

***Evolución de los gastos inherentes a la aplicación del programa PRINCE depende de las decisiones y orientaciones que la Comisión ha adoptado o que adopte en el futuro.***

Los recursos necesarios para realizar estas acciones de información serán evaluados teniendo en cuenta las medidas específicas que se tomarán en aplicación de la nueva estrategia.

El refuerzo del papel de las Representaciones en la elaboración de los programas de actividades por tema de información es un eje esencial de la nueva estrategia y obligará a recurrir al concurso de especialistas en materia de comunicación.

## 6. INCIDENCIA FINANCIERA

### 6.1 Incidencia financiera total en la parte B (Para todo el período de programación)

Las necesidades específicas que resulten de las medidas que preconiza la presente Comunicación se cubrirán con la movilización de los medios consignados en el Título B3-3 "Información y comunicación". El desglose de los importes que se consideren necesarios podrá en su caso revisarse en el marco del procedimiento anual APS/AP de la Comisión.

#### 6.1.1 Intervención financiera

<i>CC en millones de € (cifra aproximada al 3<sup>er</sup> decimal)</i>					
Desglose	2003	2004	2005	2006	Total
B3-300 Acciones generales de información	21,000	20,215	20,610	21,105	<b>82,930</b>
B3-301 Enlaces	14,400	14,970	15,260	15,650	<b>60,280</b>
B3-303 Acciones generales de comunicación	14,700	14,890	15,160	15,530	<b>60,280</b>
B3-306 Acciones prioritarias de información	21,000	22,500	12,300	8,000	<b>63,800</b>
<b>TOTAL</b>	<b>71,100</b>	<b>72,575</b>	<b>63,330</b>	<b>60,285</b>	<b>267,290</b>

#### 6.1.2 Asistencia técnica y administrativa (ATA) y gastos de apoyo (GA)

<i>CC en millones de € (cifra aproximada al 3<sup>er</sup> decimal)</i>					
	2003	2004	2005	2006	Total
1) Asistencia técnica y administrativa (ATA):					
a) Oficinas de asistencia técnica (OAT)					
b) Otros tipos de asistencia técnica y administrativa					
- interna <sup>15</sup> :					
<u>B3-300A</u>	0,030	0,030	0,030	0,030	<b>0,120</b>
<u>B3-303A</u>	0,100	0,100	0,100	0,100	<b>0,400</b>

<sup>15</sup> Asistencia específica consistente en agentes de información ej. Profesionales independientes).

CC en millones de € (cifra aproximada al 3 <sup>er</sup> decimal)					
	2003	2004	2005	2006	Total
- externa:					
<u>B3-301A</u>	0,300	0,305	0,315	0,325	<b>1,245</b>
<u>B3-303A</u>					
Especialistas en comunicación	1,580	1,610	1,640	1,670	<b>6,500</b>
<u>B3-306A</u>					
Contratos existentes (corresponsales PRINCE)	1,380	2,400	2,400	2,600	<b>8,780</b>
- existentes 1.380.000 euros					
- gastos adicionales a partir de 2004 <sup>16</sup> :					
23 Repres.*52.000=1.200.000€					
<b>Subtotal 1</b>	<b>3,390</b>	<b>4,445</b>	<b>4,485</b>	<b>4,725</b>	<b>17,045</b>
2) Gastos de apoyo (GA) :					
a) Estudios					
<u>B3-300A</u>	0,150	0,155	0,160	0,165	<b>0,630</b>
<u>B3-301A</u>	0,025	0,025	0,025	0,025	<b>0,100</b>
b) Reunión de expertos					
c) Información y publicaciones					
<b>Subtotal 2</b>	<b>0,175</b>	<b>0,180</b>	<b>0,185</b>	<b>0,190</b>	<b>0,730</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3,565</b>	<b>4,625</b>	<b>4,670</b>	<b>4,915</b>	<b>17,775</b>

<sup>16</sup> 1 corresponsal por Representación (importe que debe movilizarse en la programación financiera plurianual del conjunto de las líneas contempladas por la presente ficha de financiación).

## 6.2. Cálculo de los costes por medida prevista en la parte B

CC en millones de €(cifra aproximada al 3<sup>er</sup> decimal)

Desglose	Tipo de realizaciones /resultados (proyectos, expedientes, ...)	Número de realizaciones /resultados	Coste unitario medio	Coste total 2003
	1	2	3	4=(2X3)
<u>B3-300 y B3-300A</u>				
<u>Acciones generales de información</u>				<b>21,180</b>
<u>B3-301et B3-301A</u>				<b>14,725</b>
<u>Enlaces</u>				
> Evaluaciones (ya incluidas en el AP 2003)				0,100
<u>B3-303 y B3-303A</u>				
<u>Acciones generales de comunicación</u>				<b>16,380</b>
<u>B3-306*</u>				
<u>Acciones generales prioritarias de información</u>				<b>21,000</b>
- Euro - Ampliación - Debate sobre el futuro de la Unión - Espacio de libertad, seguridad y justicia				
- Europa en el mundo <sup>17</sup>				p.m.
> Evaluaciones (en el marco de los créditos 2003)				0,100
<u>B3-306A (**)<sup>18</sup></u>				<b>1,380</b>
<b>COSTE TOTAL</b>				<b>74,665</b>

<sup>17</sup> Nuevo tema, que no figura en el AP 2003, y cuya inclusión entre las acciones se propondrá posteriormente (importe desconocido en esta fase).

<sup>18</sup> A partir de 2004, necesidad suplementaria: 1 corresponsal PRINCE por Representación (23 Rep.\* 52 000 euros = 1,2 mio euros ; importe que debe movilizarse en la programación financiera plurianual del conjunto de líneas contempladas por la presente ficha de financiación).



\* Líneas para las que otras DG son ordenadoras (junto con la DG PRESS); además, no se incluyen en este cuadro otros temas prioritarios que puedan ser seleccionados en el futuro por la Comisión.

\*\* Repercusión a partir de 2004: dado que la aplicación por parte de la Comisión será gradual, se ha previsto un gasto para todo el año a partir de 2004 ; cualquier otra posible necesidad en 2003 se financiará mediante transferencia de créditos.

## 7. INCIDENCIA EN LOS EFECTIVOS Y EN LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

(EUR 15)

Los recursos humanos y administrativos necesarios se cubrirán con las dotaciones asignadas a la DG PRESS dentro del procedimiento de asignación anual.

### 7.1. Incidencia en los recursos humanos

Tipos de empleo		Efectivos que deberán asignarse a la gestión de la acción mediante la utilización de recursos existentes o de más recursos		Total	Descripción de las tareas que se derivan de la acción
		Número de empleos permanentes	Número de empleos temporales		
Funcionarios o	A	3	-	3	
Agentes temporales	B	4	-	4	
	C	3	-	3	
Otros recursos Humanos		-	-	-	
A07000 – Auxiliares		1C		1	
A07002 – Asist.. técnic.		2		2	
Total				13	

## 7.2 Incidencia financiera global de los recursos humanos

Tipo de recursos humanos	Importe	Método de cálculo
Funcionarios	1.080.000 euros	10 x 108.000 euros
Otros recursos humanos		
A07000 – Auxiliares	43.697 euros	1 x 43.697 euros
A07002 – Asistencia técnica	226.000 euros	2 x 113.000 euros
Total	1.349.697 euros	

Los importes corresponden a los gastos totales durante 12 meses

## 7.3 Otros gastos de funcionamiento que se derivan de la acción

Línea presupuestaria	Importes	Método de cálculo
<b>Dotación global (Título A7)</b>		
A07010 – Misiones	80.000 euros	(*)
A07060 – Acciones de formación	50.000 euros	
Total	130.000 euros	

Los importes corresponden a los gastos totales de la acción durante 12 meses.

### (\*) Misiones (A0-7010) : 80 000 euros

Estos créditos se destinan a hacer frente a las necesidades generadas por las nuevas actividades de comunicación, que exigen el desplazamiento de funcionarios de las Representaciones a la sede, de funcionarios de las Representaciones por el interior de cada Estado miembro o de funcionarios desde la sede a las Representaciones .

Las actividades cubiertas son las siguientes :

- la planificación y la coordinación de las acciones, incluida la puesta en sinergia de los diferentes instrumentos de comunicación, aplicación centralizada y descentralizada (20 000 euros),
- la negociación, preparación y seguimiento del memorando de acuerdo con los Estados miembros y los convenios resultantes (20 000 euros),

- la creación de un programa de actividades de formación continua en el ámbito de la comunicación, partiendo de los principios del planteamiento estratégico propuesto por la presente Comunicación, para todo el personal, incluido el destinado en las Representaciones. (40 000 euros).

**(\*) Formación (A0-706) : 50 000 euros**

Deberán organizarse programas de formación específicos en materia de comunicación, adaptados a las necesidades del personal, sobre la base del nuevo planteamiento propuesto en la Comunicación.

I.	Total anual (7.2 + 7.3)	1 479 697 €
II.	Duración de la acción	4 años (a partir de 2003)
III.	Coste total de la acción (I x II)	5 918 788 €

## **8. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

### **8.1 Sistema de seguimiento**

Se reforzarán los sistemas operativos internos de presentación de informes con el fin de tener en cuenta los nuevos elementos integrantes de la información: coordinación, planificación y descentralización.

### **8.2 Modalidades y periodicidad de la evaluación prevista**

Se crearán instrumentos adaptados (disponibles, de acuerdo con las previsiones, en el segundo semestre de 2002) a partir de una metodología que buscará contar con una evaluación sistemática y regular del conjunto de las acciones de información y comunicación de la DG PRESS.

## **9. MEDIDAS CONTRA EL FRAUDE**

Todos los contratos, convenios y compromisos jurídicos concluidos entre la Comisión y los beneficiarios prevén la posibilidad de que se ejerza un control *in situ* del beneficiario directo de la subvención comunitaria (o del beneficiario en segundo grado en el caso de una actividad gestionada de manera descentralizada) a cargo de la Comisión y el Tribunal de Cuentas y la posibilidad de exigir cualquier justificante de los gastos realizados en el marco de estos contratos, convenios y compromisos jurídicos durante los cinco años siguientes al final del periodo contractual.

Los beneficiarios de subvenciones están sujetos a las obligaciones de un informe y una liquidación financiera, que se analizan a la vez desde el punto de vista de su contenido y de la admisibilidad de sus gastos, conforme al objeto de la financiación comunitaria y teniendo en cuenta las obligaciones contractuales y los principios de economía y buena gestión financiera.