

Ministerul Educației Naționale
Școala Națională de Studii Politice și Administrative
Școala Doctorală

Rezumatul tezei

Europenizarea ca realitate socială: o abordare constructivistă

Coordonator

Prof. Dr. Cezar Birzea

Autor

Doina Gavrilov

București

2020

Apariția Comunităților Europene a adus o mulțime de concept, întrebări și procese sociale. Unul dintre conceptele care a apărut imediat după formarea comunităților este cel de integrare Europeană.

Pentru că aderarea presupunea integrarea în comunitate, s-a crezut că toate schimbările făcute în numele integrării țin de integrare. Acest lucru pare să aibă sens, până când aceste schimbări au început să fie identificate și în țările din afara Uniunii, în statele care urmau să adere la comunitate sau în cele care doar colaborau cu comunitatea și nu urmăreau să se alăture acesteia. Acest lucru a stârnit o mulțime de întrebări care au scos la iveală existența unui alt proces pe care cercetătorii l-au numit Europeanizare.

Din momentul descoperirii Europeanizării, mulți autori s-au concentrat pe definirea acesteia, pentru a clarifica ce reprezintă și ce impact are asupra societății. Ținând cont de faptul că Europeanizarea este apropiată de integrarea Europeană, cercetarea ei a pornit în primul rând de la teoriile integrării. Neofuncționalismul este una dintre cele mai folosite abordări datorită viziunii pe care o are și ușurinței pe care o creează în cercetare ținând cont că rezultatele Europeanizării de sus în jos sunt ușor de observat și studiat. Cu toate acestea, nici celelalte abordări nu sunt absente, precum funcționalismul, interguvernamentalismul, federalismul, noile instituționalisme sau teoria guvernantei.

În timp ce credem că variata paletă de abordări teoretice ar fi trebuit să ajute la definirea Europeanizării; cu toate acestea, autorii nu au reușit să cadă de acord asupra unei definiții unice. Singurul lucru asupra căruia au căzut de acord a fost faptul că Europeanizarea este un proces, iar mai apoi, fiecare interpretare teoretică a definit acest proces în felul său, ținând cont de propriile observații. Așa s-a ajuns ca Europeanizarea să aibă zeci de definiții. Deși neașteptat, studiile Europeanizării au ajuns într-o criză provocată de concentrarea studiilor pe același grup de abordări teoretice. Studiile au intrat într-o rutină în care pornesc de la aceleași idei și ajung la rezultate similare. Cu toate că au fost elaborate câteva studii pornind de la alte abordări teoretice, nici acestea nu au reușit să scoată studiile Europeanizării din această criză de idei ce conturează nevoia de noi viziuni asupra procesului.

Din intenția de a contribui la soluționarea acestei crize, am hotărât să dezvolt această teză pornind de la o altă abordare teoretică.

Partea I

Prima parte a tezei este una tehnică, fiind concentrată pe identificarea scopului lucrării: studiul Europeanizării ca o nouă realitate socială. Mai apoi, pentru a atinge acest scop, mi-am propus să răspund următoarei întrebări: dacă Europeanizarea este o nouă realitate socială, atunci cum a ajuns aceasta să înlocuiască vechea realitate, ce mecanisme și instrumente au fost folosite pentru a o înrădăcina, rutina și normaliza în societatea românească?

Dacă Europeanizarea exista ca o nouă realitate socială atunci ea este prezentă în orice domeniu al activității sociale, ea asigură și descrie un mod de viață. Așadar, la o analiză mai detaliată, pentru a detecta prezența acestei realități în societatea Românească ar fi suficient să găsim rezultate de pe urma instalării Europeanizării într-un singur domeniu. Din acest motiv, am ales să concentrez studiul de față pe politica românească de concurență și pe Consiliul Concurenței în calitate de instituție răspunzătoare de aplicarea acestei politici.

În continuare, mi-am stabilit un set de întrebări care ar trebui să mă ajute în cercetarea mea, întrebări precum: Este Europeanizarea o nouă realitate socială în România? În ce măsură Consiliul Concurenței a contribuit la Europeanizarea societății românești? Care au fost mecanismele folosite în transmiterea realității formulate de UE către societatea românească și instituțiile acesteia? În ce măsură modelul realității, formulat de UE, a fost aplicat în Consiliul Concurenței din România și cât de mult caracterizează acesta societatea românească?

Aceste întrebări m-au ajutat să îmi stabilesc următoarele ipoteze de cercetare:

1. Dacă Europeanizarea este o nouă realitate socială obiectivă, atunci rezultatele acesteia pot fi observate, studiate și măsurate.
2. Dacă Europeanizarea este o nouă realitate socială, atunci majoritatea indivizilor o vor percepe în același fel.
3. Dacă Consiliul Concurenței din România este un catalizator al Europeanizării societății românești, atunci acesta trebuie să fie Europeanizat la un nivel cât mai înalt posibil și să fie conștient de această realitate pe care să o poată transmite societății.
4. Dacă UE încurajează comunicarea și învățarea instituțională, atunci acestea ar putea fi mecanismele cheie folosite în instalarea Europeanizării.

Aceste ipoteze țin de două obiective ale cercetării pe care mi-am propus să le ating, și anume: să demonstrez că Europeanizarea este o nouă realitate socială în România și mai apoi să studiez cum această realitate s-a instalat.

În această direcție am conchis ca teza să aibă următoarea structură:

Capitolul I este concentrat pe stabilirea obiectivelor cercetării, ipotezelor de cercetare, scopul lucrării, problematica și limitele cercetării precum și pe metodologia folosită pentru studierea subiectului.

Capitolul II este focusat pe construcția unei baze teoretice care să mă ajute ulterior să dezvolt partea empirică a lucrării. Aici analizez câteva dintre cele mai cunoscute paradigme și identific abordarea pe care o folosesc în lucrarea de față- o abordare mixtă. Mai apoi conturez câteva dintre ideile centrale ale paradigmatelor folosite și le aplic conceptului de Europeanizare. În Capitolul III ilustrez stadiul actual al dezvoltării studiilor Europeanizării. Aici scot în evidență câteva dintre descoperirile care mă ajută la elaborarea tezei precum: teoriile și definițiile Europeanizării, mecanismele procesului, domeniile influențate de către acesta și direcțiile și gradele de Europeanizare. Pornind de la aceste cunoștințe, definesc Europeanizarea și identific legătura și diferențele dintre Europeanizare și alte procese paralele precum globalizarea și integrarea Europeană.

Capitolul IV ține de cercetarea personală, în care aplic cunoștințele teoretice pe cercetarea empirică. În prima parte a acestui capitol demonstrez că Europeanizarea este o nouă realitate socială, iar în a doua parte analizez cum aceasta s-a instalat, mecanismele care au contribuit la stabilirea acestei realități, și importanța și rolul Uniunii Europene în formularea și menținerea acestei realități. Tot aici încerc să înțeleg în ce măsură adaptarea Consiliului Concurenței din România la această realitate a contribuit la instalarea Europeanizării ca o nouă realitate socială în societatea Românească.

Lucrarea se încheie cu concluzii și recomandări pentru viitoare cercetări.

Structura tezei a pornit de la următorul plan de cercetare:

- Identificarea problemei de cercetare
- Propunerea unui fel diferit de a aborda și studia problema.
- Sublinierea ipotezelor de cercetare
- Analiza conceptelor de bază și sublinierea definițiilor de lucru
- Alegerea unui studiu de caz
- Descrierea metodologiei de cercetare
- Conturarea teoriei în baza căreia procesul este studiat

- Elaborarea unui chestionar și interviu pe care să le adresez angajaților Consiliului Concurenței din România
- Construirea unui sistem de măsurare a rezultatelor de pe urma stabilirii Europeanizării ca o nouă realitate socială ținând cont de paradigmele alese pentru cercetare. Respectiv construcția și aplicarea modelului de măsurare a rezultatelor Europeanizării.
- Studierea rolului comunicării și învățării instituționale în Europeanizarea instituțională și socială.
- Descrierea evoluției relației dintre Consiliul Concurenței din România și UE, precum și a rolului UE în schimbarea felurilor și stabilirea direcțiilor de lucru ale CCR.
- Sublinierea mijloacelor de comunicare dintre Consiliu și UE apoi dintre Consiliu și societate precum și rolul acestei comunicări în stabilirea Europeanizării ca o nouă realitate socială.
- Descrierea rolului Consiliului Concurenței în transmiterea valorilor, ideilor, principiilor și ‘modului de viață’ formulat la nivelul UE către societate.
- Stabilirea concluziilor tezei și conturarea unor noi direcții de cercetare.

Urmărind acest plan de cercetare, reușesc prin intermediul acestei teze să aduc o contribuție specială la studiile Europene, cele ale integrării Europene, sociale și filosofice.

Așa cum intenția mea a fost de la bun început să aduc o nouă abordare Europeanizării, lucrarea de față are o contribuție majoră la studiile Europeanizării și integrării Europene. Cu toate acestea, abordarea teoretică aleasă de mine a făcut ca întreaga lucrare să reprezinte și un studiu al realității societății Europene în secolul XXI, reprezentând o piesă importantă din puzzle-ul studiilor sociale și filosofice concentrate pe a înțelege ființa și realitatea umană în diferite ipostaze istorice.

Pentru a putea contribui la aceste domenii, a trebuit să aleg o metodologie de cercetare care să mă ajute să colectez informațiile necesare pentru a atinge scopul lucrării.

Ținând cont de alegerea teoretică, am hotărât să folosesc o metodologie mixtă, cu metode atât calitative cât și cantitative. Cele cantitative au scopul de a mă ajuta să adun date care pot fi cuantificate, numerate și măsurate, iar cele calitative să mă ajute să umplu golurile lăsate în urmă de incapacitatea metodologiei cantitative de a explica cum s-a instalat Europeanizarea ca realitate socială.

Principala metodă de cercetare este studiul de caz. Am ales România ca teritoriu de analiză a Europeanizării, cu atenție specială asupra politicii de concurență și Consiliului Concurenței. Am

făcut această alegere a studiului de caz din câteva motive: apartenența la această țară îmi dă posibilitatea să observ îndeaproape efectele instalării Europeanizării atât asupra Consiliului Concurenței cât și asupra politicii pe care acesta se străduie să o aplice. Mai apoi, am ales să mă concentrez pe studierea impactului Europeanizării asupra Consiliului Concurenței pentru că acesta este o instituție relativ nouă, care are o relație apropiată cu Uniunea Europeană și instituțiile sale. Acest lucru m-a făcut să cred că există un grad mai înalt de transparentă instituțională, respectiv acces liber la informații care mă pot ajuta în elaborarea tezei de față. Așadar, studiul de caz m-a ajutat să urmăresc felul în care Europeanizarea a schimbat modul de funcționare, principiile de lucru și organizarea internă a Consiliului Concurenței. În egală măsură m-a făcut să înțeleg implicarea Consiliului în Europeanizarea societății românești, să observ mecanismele de bază care au ajutat la instalarea Europeanizării ca o nouă realitate socială și să identific rolul UE și al Consiliului în transformarea Europeanizării în normalitate, într-un mod de viață.

Pe lângă studiul de caz, am considerat survey-ul ca metodă la fel de importantă în cercetare. Am utilizat ambele instrumente pe care acesta le pune la dispoziție, atât interviul cât și chestionarul. Chestionarul m-a ajutat să adun date pe care le-am folosit pentru măsurarea rezultatelor de pe urma instalării Europeanizării pentru a verifica dacă aceasta este o nouă realitate socială, iar interviul împreună cu întrebările deschise din chestionar le-am folosit pentru cercetarea și înțelegerea modului în care această realitate a ajuns să înlocuiască vechea realitate socială în România.

În completare, pentru a garanta obiectivitate în cercetare, am folosit atât munca de teren cât și observația. Deși sunt în tabere diametral opuse din punct de vedere al obiectivității pe care o poate avea cercetătorul, am hotărât să le folosesc pe ambele pentru a avea perspective diferite asupra subiectului și pentru a obține un oarecare grad de detașare și a cunoaște îndeaproape subiectul cercetării.

În aceeași măsură am folosit și analiza documentelor, urmărirea procesului, a contrario, grila de analiză și logica *black box*.

Ținând cont de metodologia de lucru, de abordarea teoretică, de cunoștințele mele din viața de zi cu zi, încă de la începutul lucrării am avut câteva așteptări în privința rezultatelor cercetării. Luând în considerare faptul că România este membră a Uniunii Europene, gradul său de integrare în comunitate și observațiile personale din viața de zi cu zi, m-am așteptat încă de la bun început ca ipotezele mele să fie valide.

Mai apoi, deoarece Consiliul Concurenței este o autoritate națională și puterea sa de intervenție a fost relativ mică pe toată dura existenței sale (doar după 2004 a căpătat mai multe drepturi de acțiune și ulterior după 2018), nu m-am așteptat ca gradul de adaptare la Europeanizare să fie la cel mai înalt nivel; m-am așteptat ca acesta să aibă un grad relativ înalt de Europeanizare și să fie activ în diseminarea noii realități către societatea Românească.

Trecând peste așteptări, în timpul derulării studiului am întâlnit câteva limite în cercetare. Printre acestea pot numi lipsa clarității în definirea paradigmatelor de cercetare. Așa cum fiecare paradigmă a fost luată de fiecare cercetător și prezentată din perspectivele lucrărilor lor, am întâlnit neclaritate și abordare diferită atât a ideilor paradigmatelor cât și a numelor acestora (ex: constructivism, social construcționism, social constructivism).

O altă limită în cercetare a fost accesul limitat la informațiile oficiale. Spre exemplu, deși Consiliul Concurenței și-a început activitatea la un an de la formarea legii concurenței în România, găsesc rapoartele activității sale doar după 2003. Mai apoi, chiar dacă aceste rapoarte sunt disponibile, ele nu prezintă aceeași informație în fiecare an, fapt pentru care nu am putut urmări evoluția bugetului instituției pe toată durata activității sale, numărul de angajați, organizarea internă și altele.

Una dintre limitele mari ale cercetării a fost indisponibilitatea angajaților Consiliului de a participa la chestionarul și interviul meu, din diferite motive precum programul de muncă încărcat, frica de interpretare a răspunsurilor, lipsa de cunoștințe, etc.

Cea mai mare limită în cercetarea mea a fost pandemia COVID- 19 și toate îngrădirile aduse de aceasta, care m-au împiedicat să iau interviurile. Acestea au fost luate de către angajații serviciului de dezvoltare instituțională a Consiliului.

Partea II

Această parte a tezei este una teoretică în care încerc să identific paradigma de cercetare și să definesc conceptele cheie. Așadar, totul începe cu căutarea unei paradigme. În această direcție, analizez câteva dintre cele mai folosite paradigme în cercetare, precum: pozitivismul, constructivismul, social construcționismul, post-pozitivismul, realismul critic și postmodernismul. Pentru a înțelege care din ele se potrivește lucrării de față și felurile în care acestea mă pot ajuta să aduc o nouă abordare Europeanizării, mă concentrez pe analiza următoarelor aspecte: ontologia, epistemologia și metodologia paradigmatelor pentru a vedea ideile care stau la baza paradigmatelor și mai apoi, pe: obiectul cercetat, validitatea și fiabilitatea

paradigmelor pentru a înțelege în ce măsură o paradigmă sau alta mă poate ajuta mai mult sau mai puțin, ținând cont de resursele limitate pe care le am pentru cercetare.

În urma acestei analize am ajuns la concluzia ca trebuie sa dezvolt o cercetare mixtă atât din punct de vedere teoretic cât și metodologic, în care să folosesc pozitivismul și social construcționismul ca paradigme de cercetare.

Pozitivismul mă ajută să verific dacă Europeanizarea este sau nu o nouă realitate socială în România. Pornind de la felul în care pozitivismul abordează realitatea, găsesc că acesta mă ajută să demonstrez obiectivitatea Europeanizării ca o nouă realitate socială prin numărarea și măsurarea rezultatelor schimbărilor făcute de pe urma instalării acesteia. Mai apoi, ținând cont de relația cauză efect promovată de pozitiviști, și că instalarea unei realități sociale implică declanșarea schimbărilor în toate domeniile implicate în gestionarea și dezvoltarea vieții de zi cu zi, ajung să înțeleg că o realitate socială ar avea influențe asupra tuturor domeniilor activităților sociale și că respectiv Europeanizarea ca o nouă realitate socială ar justifica prezența schimbărilor la nivel național conforme cu ideile, valorile, politicile UE în toate domeniile legate de activitatea societății. Așadar, Europeanizarea ar fi cauza unor schimbări naționale constante pentru conformare la cerințele UE.

În continuare, urmărind aceste idei ajung la concluzia că pentru a demonstra că Europeanizarea este o nouă realitate socială în România ar trebui să număr rezultatele schimbărilor naționale, ca urmare a Europeanizării, într-un anumit domeniu sau într-o anumită instituție, și anume: politica de concurență și Consiliul Concurenței din România. Numărarea rezultatelor îmi permite în același timp atât verificarea obiectivității acestei realități cât și gradul de adaptare la aceasta în raport cu celelalte schimbări naționale neinspirate din și neraportate la ideile UE.

Pornind de la concluziile teoretice, decid să abordez teoretic Europeanizarea în așa fel încât să pot testa primele două ipoteze pornind de la pozitivism și metodologia sa cantitativă.

Data fiind subiectivitatea umană și lipsa oricaror informații care să îmi permită să calculez cu exactitate gradul de adaptare la noua realitate, concluzionez că metodologia calitativă deține suficiente instrumente care să îmi permită colectarea datelor și ulterior interpretarea cantitativă a acestora. În acest fel stabilesc că prima măsurătoare va fi una cantitativă care se bazează pe evaluări calitative, ce vor contribui la măsurarea gradului de adaptare la Europeanizare a Consiliului Concurenței.

Pentru a face față așteptărilor metodologiei pozitivistice, subliniez nevoia construirii unui sistem bazat pe numărarea actelor normative în domeniul concurenței din România care decurg din legislația UE. Toate acestea pentru a prezenta un alt mod de măsurare și pentru a demonstra prezența Europeanizării în politica de concurență, Consiliul Concurenței și în societatea Românească.

Pornind de la ideea că acestea ar fi suficiente pentru a dezvolta sistemele de măsurătoare și pentru a verifica primele două ipoteze, mă îndepărtez de pozitivismul lui Comte și mă concentrez pe ideile social construcționiste ale lui Berger și Luckmann pentru a înțelege cum Europeanizarea a ajuns să fie o nouă realitate socială în România.

Așa cum comunicarea, socializarea și învățarea sunt văzute în construcționismul social ca elemente cheie în realitățile sociale, încerc să stabilesc mai întâi ce înseamnă realitatea de zi cu zi și ce ar însemna ca Europeanizarea să fie o realitate de zi cu zi. Tot aici, identific limbajul ca un instrument principal în transmiterea unei realități. În continuare studiez importanța prezenței UE, a ideilor și valorilor sale, în discursurile publice precum și în comunicarea dintre UE și instituții și dintre instituții și societate.

În tot acest timp, comunicarea este considerată mecanismul principal de transmitere a unei realități, construcție de cunoștințe, negociere de sensuri și înrădăcinare a unor norme comune care să contureze un comportament specific unei realități. Mai apoi, observ comunicarea ca fiind irelevantă dacă nu este acompaniată de învățare, care reprezintă încorporarea cunoștințelor și a modelelor de comportament aferente modelului de realitate.

Ținând cont de aceste observații, înțeleg că atât comunicarea cât și învățarea trebuie să fie mecanismele principale care să fi contribuit la instalarea Europeanizării ca o nouă realitate socială. Așa că îmi propun să testez această idee în studiul de caz.

Pornind de la conceptele de bază ale acestei teze, urmăresc în continuare definirea lor, începând cu cel de Europeanizare. Luând în considerare că acest termen este deseori confundat cu cel de integrare Europeană și cu altele precum cel de modernizare, globalizare și americanizare, am decis să definesc acest concept folosind metoda ‘a contrario’, și anume prin sublinierea a ceea ce Europeanizarea nu este. În acest fel, am reușit să clarific diferențele dintre Europeanizare și alți termeni astfel încât de-a lungul lucrării să nu apară confuzii. În completare vin cu o analiză a definițiilor date Europeanizării și aleg definiția dată de Radaelli pentru a contura ce presupune acest proces pe care îl identific cu o realitate socială.

În continuare mă aplec asupra noțiunii de realitate socială, care mai este numită realitate de zi cu zi sau realitatea bunului simț. Teoria social construcționistă mă ajută să identific elementele definitorii ale acestei realități încât ulterior să pot clarifica ce ar însemna ca Europeanizarea să fie o realitate socială.

Caracterizată de un proces permanent de schimbare și adaptare socială la reguli, norme, valori și idei ale Uniunii Europene, Europeanizarea pare să fie o realitate care să invadeze toate domeniile sociale, ghidând activitatea constructelor sociale. Această realitate este atașată de existența Uniunii Europene ca un construct supranational, capabil să formuleze, reformuleze și mențină realitatea socială. Aici apare întrebarea: cum a ajuns Europeanizarea să înlocuiască vechea realitate socială?

Pentru a da răspuns acestei întrebări urmăresc ideile paradigmei social construcționiste care subliniază că deși societatea are mai degrabă tendința să reformuleze o realitate socială decât să construiască una de la zero, sunt situații în care unii factori pot influența societatea și stimula dezvoltarea unei noi realități care să facă față nevoilor sociale. În această ordine de idei susțin că Europeanizarea a apărut ca o nouă realitate socială după ce cele Două Războaie Mondiale au subliniat nevoia reformulării valorilor, ideilor și principiilor care stăteau la baza politicilor, politicului și tuturor activităților sociale care au dus spre distrugere întreaga lume.

Din acest motiv s-au pus bazele Comunităților Europene ca și constructe noi care să urmărească dezvoltarea societății în baza altor valori decât precedentele.

Ținând cont de toate aceste lucruri, mă aplec asupra studiilor Europeanizării pentru analiza stadiului în care a ajuns cercetarea în acest domeniu și pentru identificarea principalelor descoperiri care mă pot ajuta să dezvolt acest studiu.

Partea III

Europeanizarea a fost cercetată din multiple perspective, însă dat fiind că fiecare dintre acestea s-au concentrat pe anumite aspecte ale procesului, s-a ajuns ca Europeanizarea să fie văzută în diferite feluri. Această abundență de perspective este motivul pentru care în ziua de astăzi nu avem încă o definiție unică pentru acest concept. Concentrarea studiilor pe teoriile integrării Europene și diferitele lor descoperiri au făcut ca Europeanizarea să aibă definiții variate ce decurg din fiecare abordare.

Așadar, încep acest capitol cu analiza teoriilor Europeanizării, direcțiile lor de cercetare precum și contribuțiile aduse la studiile Europeanizării. Printre aceste teorii se regăsesc:

federalismul, neofuncționalismul, funcționalismul, interguvernamentalismul și interguvernamentalismul liberal, guvernanta multilevel și constructivismul. Fiecare dintre acestea au ajutat la identificarea diferitelor aspecte în privința Europeanizării precum domeniile pe care le influențează aceasta, mecanismele care contribuie la stimularea schimbării locale, profunzimea procesului și gradele aferente de schimbare, tipurile și dimensiunile Europeanizării precum și legătura cu alte procese.

O atenție deosebită acord profunzimii și gradelor Europeanizării. Acest lucru mă ajută să identific nivelurile generale de adaptare la noua realitate, și anume: reafirmare, retragere, inerție, absorbție, acomodare și transformare. Fiecare dintre acestea ilustrează starea de adaptare la Europeanizare. Reafirmarea reprezintă lipsa Europeanizării; retragerea poate reprezenta atât cel mai mic grad de Europeanizare cât și starea în care un stat întreprinde schimbări în direcții opuse Europeanizării; inerția ilustrează un anumit grad de compatibilitate, care conform autorilor, este deja prezent în multe state fără să se facă vreun efort pentru schimbare (aplicarea statului de drept, drepturilor omului, etc.); absorbția este starea activă de schimbare în Europeanizare, caracterizată de încorporarea *en gros* de legi, idei și politici formulate și promovate de UE; acomodarea este starea de adaptare la Europeanizare ce caracterizează eforturile de armonizare a tuturor aspectelor vieții cu noile idei și valori recent absorbite, iar transformarea este acea stare de schimbare pentru acomodarea permanentă la schimbările continue ale Uniunii și caracterizează cel mai înalt nivel de adaptare la Europeanizare.

Înțelegerea și clasificarea acestor direcții și caracteristici ale Europeanizării sunt importante în teza mea deoarece mă ajută să construiesc un chestionar care să îmi permită să transform rezultatele primite, aferente fiecărui nivel de schimbare, în date cantitative. În acest fel reușesc să adun date cu referire la impactul schimbărilor de pe urma instalării Europeanizării, ca o nouă realitate, asupra Consiliului Concurenței și politicii de concurență din România. Am folosit rezultatele obținute pentru a verifica ipotezele și pentru a măsura Europeanizarea Consiliului.

O atenție deosebită acord dimensiunilor Europeanizării. Acestea mă ajută să înțeleg felul în care Europeanizarea se instalează și se menține ca o realitate socială. Ulterior, am împrumutat de la abordarea guvernantei modelul circular al dimensiunilor Europeanizării în analiza rolului comunicării și modelul consumatorilor în aplicarea, reformularea și menținerea Europeanizării ca realitate socială.

Mai apoi mă concentrez pe mecanismele Europeanizării, care conform studiilor din domeniul Europeanizării sunt: legile naționale, cooperarea, concurența, gestionarea conflictului (Laegrid și Stenby, 2010), imitarea, selectarea competitivă și încadrarea (Borzel, 2003), socializarea (de Flers și Muller, 2010), externalizarea negativă, impactul obligatoriu, conformarea, comunicarea, învățarea social - interguvernamentală, impactul constructiv, învățarea transnațională (Shimmelfening, 2012).

Observ că toate aceste mecanisme au în comun câteva lucruri și anume comunicarea și învățarea, fie ea de pe urma unui model negativ, pozitiv, mimetism sau concurență. Prin urmare propun o altă abordare a mecanismelor Europeanizării unde comunicarea și învățarea sunt mecanismele centrale care participă la transmiterea unei realități. În această discuție țin cont de argumentele social construcționiste referitoare la comunicarea socială, construcția socială a realității, respectiv importanța comunicării și învățării pentru posibilitatea diseminării în societate a unui construct subiectiv. Aceste mecanisme contribuie la conturarea unui comportament unic, în cazul meu, cel de conformare la cerințele UE, care să transforme realitatea subiectivă în una care să definească viața de zi cu zi. Această abordare mă ajută să înțeleg că aceste mecanisme sunt și cele responsabile de înlocuirea vechilor realități, și anume că prin comunicare se transmite informația și se asigură înprospătarea permanentă a informațiilor privind această realitate. Mai apoi, învățarea este mecanismul care ajută la înlocuirea cunoștințelor despre rutina zilnică precedentă cu cunoștințe noi care reprezintă stilul de viață European.

Prin urmare, înțeleg că fără comunicare și învățare ar fi imposibil ca o realitate socială, construită artificial, să se instaleze, întrucât ideile, cunoștințele și sensurile referitoare la această realitate ar fi imposibil de transmis sau gândite individual în același fel de către toți membrii societății.

Din acest motiv m-am concentrat pe instrumentele de muncă ale UE și atenția specială pe care o acordă digitalizării, transparenței, comunicării și interacțiunii dintre instituțiile naționale. Ținând cont de abordarea teoretică ajung la concluzia că învățarea și comunicarea sunt mecanismele principale de transmitere și înrădăcinare a Europeanizării ca o realitate socială. Am ajuns la această concluzie uitându-mă la impactul digitalizării și transparenței asupra comunicării. Această analiză mi-a aratat că digitalizarea și transparența susțin comunicare, iar comunicarea este mecanismul de bază care face posibilă diseminarea ideilor ce stau la baza

Europeanizării. Împreună, digitalizarea, transparența și comunicarea au făcut posibil ca informațiile despre această realitate să fie ușor accesibile societății.

Partea IV

Pentru a testa ipotezele lucrării și asumțiile teoretice, pornesc în această parte a tezei de la studiul de caz, Consiliul Concurenței din România, care mă ajută mai întâi de toate să verific dacă într-adevăr Europeanizarea este o nouă realitate socială în România.

Încep studiul prin analiza politicii de concurență și importanța sa în asigurarea bunăstării sociale, respectiv rolul Consiliului Concurenței în aplicarea politicii de concurență și impactul ulterior al acțiunilor sale asupra bunăstării sociale. În această parte a lucrării subliniez evoluția politicii de concurență în Europa și importanța tratatelor pentru împuternicirea acesteia. Tot aici fac referire și la importanța politicii de concurență în apărarea drepturilor omului care sunt protejate într-o oarecare măsură prin aplicarea corectă a politicii de concurență.

Mai apoi, luând în considerare că politica de concurență are ca scop principal gestionarea pieței, observ că impactul său este de fapt mult mai larg. Începând cu gestionarea pieței, politica de concurență ajunge să influențeze creșterea economică, dezvoltarea tehnologică și ulterior prin toate acestea să contribuie la bunăstarea socială.

Luând în considerare toate aceste lucruri, definesc Europeanizarea prin perspectiva paradigmei pozitivistice, și anume ca pe o realitate obiectivă care prezintă schimbări observabile, numărabile și măsurabile. Deoarece Europeanizarea este o realitate creată artificial, există posibilitatea ca aceasta să fie doar în mințile noastre. Pentru a afla acest lucru, pornesc spre construcția unui sistem de măsurare a rezultatelor Europeanizării care să verifice adaptarea locală la această realitate. Ținând cont de nevoile sociale și de concluziile teoretice, conchid că pentru ca această realitate să fie obiectivă trebuie ca schimbările să fie observabile și măsurabile. În tot acest context țin cont și de faptul că toate impulsurile de schimbare și modelele care stârnesc schimbarea locală trebuie să vină de la Uniunea Europeană ca formulator al realității și ca organism împuternicit să mențină această realitate adaptand-o la nevoile sociale.

Dacă Europeanizarea ca realitate socială este obiectivă și descrie viața de zi cu zi, atunci ar trebui ca impactul acesteia să fie găsit cu ușurință în fiecare domeniu de activitate al societății. Așadar, pentru a demonstra că Europeanizarea este o nouă realitate socială în România ar fi suficient să număr și să măsurăm rezultatele de pe urma instalării acestei realități într-un singur domeniu - cel al concurenței.

În acesta direcție am construit două sisteme de măsurare a rezultatelor Europeanizării. Am făcut acest lucru deoarece primul sistem pornește de la măsurarea evaluărilor generale a rezultatelor Europeanizării asupra Consiliului Concurenței. Deoarece aceste evaluări au fost făcute de către angajații Consiliului, având doar 5 opțiuni de evaluare a schimbărilor întreprinse de Consiliu pentru adaptare la noua realitate, această măsurare implică un grad de subiectivitate a respondenților și prin urmare nu satisface în totalitate cerințele metodologice ale paradigmei pozitivistice. Ținând cont de acest lucru, am elaborat un al doilea sistem de măsurare a rezultatelor de pe urma instalării Europeanizării, de această dată însă numărând și măsurând modificările normative în domeniul concurenței, ca modificări cheie în conturarea comportamentului social. Trebuie să menționez că pentru colectarea datelor a fost nevoie de folosirea unei metode de cercetare care aparține paradigmei social construcționiste, și anume analiza textului, în urma căruia am ajuns să identific actele normative cu referire la UE și legislația sa în domeniul concurenței.

În continuare am reușit să număr și să calculez gradul de adaptare a politicii de concurență din România, și respectiv a Consiliului Concurenței, la Europeanizare. Această măsurătoare a fost posibil de realizat doar pentru perioada 2007-2018 întrucât nu am găsit informații complete pentru schimbările normative din anii precedenți. Cu toate acestea, măsurătoarea a fost suficientă pentru a demonstra că Europeanizarea este o nouă realitate socială în România, că se regăsește în domeniul concurenței și că pentru cel puțin 11 ani aceasta a influențat politica de concurență și Consiliul să se adapteze în permanență la cererile UE.

Îmi îndrept apoi atenția asupra celei de-a doua ipoteze. Pentru a o testa, am adresat în chestionar mai multe întrebări care să mă ajute să observ dacă această realitate este văzută în același fel de către angajații Consiliului. La întrebarea legată de apariția Consiliului ca urmare a Europeanizării, 72% din respondenți au răspuns cu “da”, în timp ce 28% recunosc impactul Europeanizării asupra instituției, dar nu și asupra formării acesteia.

În cadrul unei alte întrebări, respondenții au fost rugați să evalueze în ce măsură definiția Europeanizării se aplică societății Românești. 55% din respondenți au susținut că aceasta se aplică “sufficient” și “în mare măsură”, însă nici unul dintre ei nu a ales răspunsul care spune că Europeanizarea nu descrie societatea românească.

Răspunsurile la aceste întrebări mă fac să înțeleg că majoritatea respondenților văd impactul realității le fel, și totodată că societatea Românească trăiește această realitate numită

Europeanizare într-o măsură mai mică decât o trăiește Consiliul. Pentru a verifica acest lucru mă concentrez asupra primului sistem de măsurare a Europeanizării ca să văd gradul de adaptare a Consiliului la noua realitate.

În această direcție, uitându-mă la politica de concurență a UE și la influențele sale asupra autorităților de concurență naționale, înțeleg că atunci când Europeanizarea este o nouă realitate socială, UE stabilește Consiliului scopul de a aplica și promova politica de concurență la cel mai înalt nivel posibil. Luând în considerare că angajații Consiliului au posibilitatea de a observa îndeaproape schimbările care au loc în instituție și rolul acesteia în aplicarea politicii de concurență, le adresez o întrebare în chestionar care le permite evaluarea gradului de implicare a Consiliului în promovarea politicii de concurență în România.

Din răspunsurile primite (39), deși nerepresentative, am hotărât totuși să continui să măsoz gradul de adaptare a Consiliului la schimbările aduse de Europeanizare atât pentru a obține câteva rezultate indicative cât și pentru a testa sistemul de măsurare.

Pornind de la direcțiile Europeanizării și gradele aferente de schimbare, am construit un tabel unde fiecărui nivel de Europeanizare îi atribui un scor de la 2 la 5. Deși în tabelul meu sunt indicate și valorile negative și lipsa Europeanizării, pentru că România este țară membră a UE este imposibil pentru Consiliul Concurenței să nu se fi adaptat la schimbările aduse de Europeanizare în contextul în care aceasta este o realitate inclusă și în Constituția României unde se subliniază nevoia de conformare la ideile, valorile și politicile Europene. Fiecărui scor îi atribui un cuvânt care să ilustreze gradul de schimbare precum: acceptabil, satisfăcător, mare și foarte mare. Mai apoi, ținând cont de subiectivismul uman și de posibilitatea variației răspunsului între opțiunile propuse, am calculat, pe lângă Europeanizare, și o marjă de eroare care se aplică rezultatului final.

Formula de calcul a Europeanizării este media aritmetică a scorurilor maxime și minime obținute în chestionar. După punerea datelor în formulă am obținut rezultatul de 87,5%, care ilustrează gradul adaptării Consiliului Concurenței din România la Europeanizare ca o nouă realitate socială și care i-a stabilit încă de la bun început direcțiile de acțiune, scopul și obiectivele de muncă. Acest rezultat are o marjă de eroare de $\pm 6,28\%$.

Cea de-a doua metodă de măsurare a gradului de adaptare a Consiliului și politicii românești de concurență la Europeanizare este prin numărarea tuturor actelor normative în domeniul concurenței într-un an și identificarea celor cu referire directă la legislația Europeană, la UE sau construite pentru completarea și armonizarea legislației existente la cea Europeană. Tot aici

număr și cazurile României de încălcare a legislației în domeniul concurenței în urma cărora Comisia Europeană a inițiat cazuri de infringement. Aceste cazuri sunt o dovadă a lipsei de adaptare la legislația Europeană în materie de concurență și non conformare la realitatea numită Europenizare care de fapt este despre conformare permanentă la impulsurile UE de schimbare.

Accesul limitat la tehnologie în perioada anilor 1990 împreună cu diferitele tradiții administrative ale instituțiilor naționale mi-au pus problema accesului la informații și mi-au permis calcularea Europenizării CCR și politicii de concurență doar după 2007. Acest lucru ține și de transparența informațiilor, de comunicare și instrumentele pe care le aveau la dispoziție în acea perioadă pentru a transparentiza acțiunile. Asta nu înseamnă că Consiliul nu a publicat și alte rapoarte, până în 2007. Doar că acestea nu fac referire la totalitatea actelor normative modificate până în 2007.

Deși numărarea schimbărilor din 2007 până în 2018 este suficientă pentru a demonstra că Europenizarea este o nouă realitate socială în România și că influențează politica de concurență ca domeniu cheie în asigurarea creșterii economice și bunăstării sociale, am hotărât să caut în Aquis-ul comunitar și în cercetările existente nivelul de conformare pe care un stat trebuie să îl fi atins deja în momentul aderării la Uniune. Am ajuns așadar la concluzia că un stat în momentul aderării trebuie să fie într-o stare avansată de acomodare, ceea ce înseamnă o adaptare la noua realitate de 65 - 75%.

După colectarea și prelucrarea datelor, le-am aplicat în formula de calcul care face suma dintre nivelul aproximativ pe care un stat îl poate avea în momentul aderării și schimbările întreprinse ulterior pentru continuă conformare la impulsurile de schimbare aduse de noua realitate socială.

În urma calculelor ajung la un rezultat care ilustrează gradul de adaptare a CCR și a politicii române de concurență la Europenizare între 78,03% - 88,03%.

Rezultatele pe care le-am obținut în cadrul celor două măsurători sunt apropiate. Acest lucru arată că metodele de măsurare a adaptării la Europenizare sunt eficiente întrucât au dus la rezultate relativ similare. Mai apoi, rezultatele arată că politica de concurență Românească și RCC au un grad ridicat de adaptare la noua realitate și că Europenizarea este o realitate obiectivă. Totuși, am decis să folosesc metoda reducerii la absurd pentru a verifica și pe o altă cale rezultatele obținute și valabilitatea ipotezei mele.

În această direcție, îmi stabilesc câteva asumptii cu care încerc să demonstrez că Europeanizarea nu este o realitate socială în România, precum: în România există o altă realitate socială decât cea generată de către Uniunea Europeană (ceea ce implică existența unui alt construct social care să formuleze și mențină această realitate și căruia România să i se conformeze); sau, Uniunea Europeană nu este un generator de idei, valori, principii și politici, ceea ce implică absența unei realități pe care aceasta să o transmită, etc.

După o cercetare minuțioasă a afirmațiilor, am ajuns să confirm că Europeanizarea este de fapt o nouă realitate socială în România, respectiv că aceasta poate fi identificată în discursurile publice, în constituția României, că ghidează parcursul relațiilor comerciale dintre România și UE, etc.

Așa cum în această parte a capitolului am ajuns să confirm primele două ipoteze, în cea de-a doua parte am studiat și subliniat cum această realitate s-a instalat.

Pentru ca o realitate subiectivă să devină realitate ‘prin excelență’ este nevoie de normalizarea unei idei și de înrădăcinarea acesteia în conștientul social. Pentru acest lucru este nevoie de comunicare pentru negocierea, discutarea și promovarea sensurilor ideilor, valorilor și politicilor care fac subiectul acestei realități și care ne-au fost transmise pentru a ne conforma. În primul rând aceste idei, valori și politici sunt inițial diseminate către instituțiile naționale pentru a fi transpuse în legislația națională care ulterior ne va constrânge comportamentele pentru a ne adapta la această realitate.

Comunicarea, spun Berger și Luckmann (1991), este ceea ce permite transformarea unui construct subiectiv într-o realitate obiectivă, ea permite menținerea, modificarea sau reconstruirea unei realități sociale.

Deși comunicarea este mecanismul cel mai important care permite instalarea Europeanizării ca o nouă realitate socială, înțeleg că este nevoie în egală măsură de învățare astfel încât cunoștințele transmise, odată negociate prin comunicare, să poată fi încorporate în logica acțiunilor sociale (Berger și Luckmann, 1996). Așadar, pentru a înțelege cum s-a instalat Europeanizarea ca o nouă realitate socială în România am urmărit rolul comunicării și învățării în Europeanizarea Consiliului Concurenței, care după cum am arătat mai înainte, a reușit să se adapteze foarte bine acestei realități.

Comunicarea are loc la diferite niveluri, însă ca o idee să ajungă la societate aceasta trebuie să treacă prin anumite straturi de comunicare. Pentru că Uniunea Europeană nu a avut niciodată o

comunicare directă cu cetățenii unui stat înainte ca acesta să fie membru al comunității, elementele ce constituie Europeanizarea ca o nouă realitate socială au trebuit să fie transferate mai întâi instituțiilor naționale. Printre acestea este și Consiliul Concurenței, o instituție construită ca rezultat al adaptării României la Europeanizare și încercării sale de integrare în Uniune. Așa cum piața unică era punctul central de interes atât pentru conducătorii politici cât și pentru societate, metoda de a face societatea Românească se îmbrățișeze o noua realitate socială este prin impunerea de condiții de schimbare legate de piața unică pentru a schimba aspecte legate de viața de zi cu zi a oamenilor.

Comunicarea dintre Consiliul Concurenței și UE a fost încă de la bun început, și încă este la un nivel foarte înalt. Fiecare caz de încălcare a legislației Europene de concurență la nivel național este soluționat împreună cu Comisia Europeană. În această direcție Uniunea Europeană încurajează comunicarea prin diferite mijloace și instrumente pentru a ajuta autoritățile naționale să se conformeze cât de bine posibil la cerințele sale în materie de concurență.

Un pas al UE spre susținerea comunicării și schimbului de informații, a fost încurajarea schimburilor de experiență și formarea profesională în cadrul Comisiei Europene. Aici au loc seminarii, schimburi de experiență împreună cu comunicarea prin intermediul rețelei europene de concurență pentru împărtășirea bunelor practici pentru conformarea la cerințele UE. Comunicarea cu Comisia Europeană reprezintă un element important în activitatea Consiliului întrucât toate modificările în materie de concurență la nivel național trebuie raportate Comisiei Europene pentru ca aceasta să observe conformarea sau abaterea de la normele Europene.

Comunicarea dintre UE și CCR a dus la multe schimbări în cadrul Consiliului. Acest lucru este confirmat de către angajații Consiliului care au participat la interviul meu. La întrebarea dacă au observat o schimbare în activitatea Consiliului în urma colaborării cu instituțiile UE toți participanții au susținut că această colaborare a adus o mulțime de schimbări în instituție și a influențat pozitiv eficiența CCR.

Observ o scădere a numărului de cazuri anticoncurențiale inițiate și finalizate în perioada 2001-2018. Această scădere este un semn că promovarea culturii concurențiale a avut un efect pozitiv asupra actorilor pieței. Mai apoi, tendința de echilibrare a curbilor care indică numărul de cazuri deschise și închise anual arată cum comunicarea dintre Consiliu și UE a dus la o cunoaștere mai bună a legislației UE în materie de concurență, a unor practici mai eficiente, etc, care într-un final au dus la reducerea perioadei de rezolvare a cazurilor anticoncurențiale. Acest aspect este

confirmat de participanții la interviu și de datele oficiale din rapoartele Consiliului care subliniază că durata medie de rezolvare a unui caz anticoncurențial a scăzut de la 4,5 la 1,7 ani (Consiliul Concurenței, 2016).

Pe lângă eficiența instituției, Europeanizarea a influențat și structura Consiliului (UE nu a fost singura care să facă recomandări în acest sens, un alt exemplu este Banca Mondială). Structura Consiliului a fost modificată odată ce UE s-a concentrat pe anumite aspecte ale concurenței precum concentrările economice sau abuzul de poziție dominantă, transparența acțiunilor, digitalizarea activității pentru ușurarea muncii și transferul rapid de informații, etc. Presiunile UE de îmbunătățire a unei direcții specifice în activitatea Consiliului a dus la nenumărate schimbări în structura sa organizațională. Drept simplă dovadă în acest sens poate servi organigrama Consiliului din 2008 și cea din 2020 (de la 10 direcții în 2008 se ajunge la 12 direcții în 2020, etc.).

O atenție specială din perspectiva comunicării o acord procesului de formare profesională pentru care Consiliul alocă părți mari din bugetul său, de la ~50.000 RON în 2005 până la ~237.500 RON în 2018. Pentru a înțelege importanța pregătirii personalului pentru adaptarea la Europeanizare, am întrebat angajații CCR, în cadrul interviului, despre importanța training-ului în activitatea Consiliului. Aceștia spun că pregătirea profesională îi ajută să își dezvolte cunoștințele atât despre legislația Europeană cât și despre procedurile și practicile cele mai eficiente în rezolvarea cazurilor anticoncurențiale. De asemenea, respondenții susțin că pregătirea profesională a îmbunătățit capacitatea de comunicare în instituție care a dus ulterior la creșterea eficienței acțiunilor sale, la îmbunătățirea organizării interne și a capacității CCR de a transmite cunoștințele UE către societate.

Acest aspect mi-a atras atenția și m-a făcut să mă concentrez pe comunicarea Consiliului cu societatea și rolul acesteia în diseminarea Europeanizării ca o nouă realitate socială în România.

Comunicarea Consiliului cu societatea românească este în mare măsură influențată de Europeanizare. Acest lucru poate fi observat prin transparența instituției și conformarea sa la noile căi de comunicare. Spun că Europeanizarea a afectat comunicarea Consiliului cu societatea românească deoarece transparența și digitalizarea se regăsesc pe lista de priorități ale UE de multă vreme. O directivă care să pună presiune în această direcție a fost dată de către UE în 2004, pentru face transparente acțiunile statelor naționale. Ulterior, această directivă a fost

împuțernicită de o altă directivă din 2013 unde din nou observ că transparența rămâne o problemă dar și o aspirație în acțiunile instituțiilor.

Transparentizarea acțiunilor Consiliului a avut un impact major asupra societății românești întrucât a dus la creșterea încrederii sociale în CCR, care a transmis societății prin toate mijloacele disponibile ideile, valorile și principiile care stau la baza politicii de concurență și a altor politici Europene legate de concurență. Transparentizarea acțiunilor Consiliului a îmbunătățit comunicarea Consiliului cu societatea în contextul în care informațiile după care se ghidează activitatea CCR au fost făcute publice și ușor accesibile pentru cetățeni. Informațiile sunt permanent îmborspătate și adaptate la noile schimbări ale UE astfel încât societatea să poată vedea și să se raporteze la acestea în viața de zi cu zi.

În completarea transparenței vine digitalizarea ca un principiu de muncă care a apropiat și mai mult societatea de Consiliul Concurenței. Similar transparenței, digitalizarea este un principiu de lucru al UE pe care îl regăsim în strategia de digitalizare din 2018 și pe multe proiecte finanțate de UE încă din perioada 2014-2015¹.

Digitalizarea a permis transparentizarea acțiunilor și lărgirea căilor prin care societatea poate contacta CCR. În această direcție Consiliul pune la dispoziția cetățenilor diferite pagini online cu informații despre politica de clemență, monitorul oficial, pagina online de ajutor de stat, pagina oficială a Consiliului și modulul licitații truate. Consumatorilor li se dă posibilitatea de notifica posibilele cazuri anticoncurențiale care să fi dus la încălcarea drepturilor lor.

Observ din numărul de petiții cum comunicarea Consiliului cu societatea s-a îmbunătățit considerabil. Dacă în 2010 sunt înregistrate 100 de petiții, atunci în 2018 CCR a primit 380 de petiții. Este important de menționat faptul că numărul petițiilor direcționate către autoritățile competente scade de la 51% din totalul de petiții în 2010 la 2,69% în 2015. Acest lucru arată cum comunicarea Consiliului cu societatea a determinat consumatorii să-i afle competențele și să capete încredere într-o instituție ale cărei acțiuni sunt transparente și orientate spre protejarea consumatorului.

Așa cum am menționat mai sus, rolul de consumator al oamenilor face ca societatea să fie atrasă de Europeanizare.

¹ Pentru mai multe detalii despre proiectele pentru transformarea tehnologica si digitalizare ale UE accesati: Comisia Europeana, 2020. EU- funded projects on data. Disponibil pe: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/programme-and-projects/project-factsheets-data> (Accesat: 23 August 2020)

Uniunea Europeană a fost construită pornind de la câteva valori de bază pe care le promovează și respectă cu rigoare, una dintre ele ținând de drepturile omului. Odată cu evoluția pieței unice, drepturile omului au evoluat și ele în contextul unor noi provocări și nevoi.

Majoritatea autorilor care au urmărit îndeaproape drepturile omului și evoluția acestora, au observat că evoluția tehnologică și apariția dimensiunii online a pieței a stimulat UE să pledeze pentru dezvoltarea unui nou set de drepturi menite să completeze drepturile omului, și anume drepturile consumatorului.

Opiniile autorilor sunt împărțite în privința acestei generații de drepturi, unii spunând că sunt o extensie a drepturilor de solidaritate (pace, dezvoltare, mediu sănătos, etc.) iar alții clasificându-le ca pe o generație separată de drepturi. Pornind de la ideea că toate generațiile de drepturi ale omului sunt legate și completează într-o oarecare măsură o generație de drepturi anterioare, susțin că drepturile consumatorului sunt cele care constituie cea de-a patra generație de drepturi orientată spre protejarea unui actor vulnerabil în contextul interdependenței economice, globalizării și apariția e-pieței.

Consumatorul a căpătat protecție datorită UE, care încă din 1957 definește consumatorul nu doar ca beneficiar pasiv al comerțului liber, ci și ca persoană cu o viață socială care poate fi afectată de liberul schimb (Luczak, 2011). În acest context, drepturile consumatorului ajung să fie strâns legate de drepturile sociale (Birzea, 2005) și prin urmare sunt vitale societății.

Când spun că drepturile consumatorilor sunt importante și că acestea sunt strâns legate de drepturile sociale, fac referire la faptul că, în ziua de astăzi, totalitatea aspectelor ce țin de drepturile sociale se intersectează cu drepturile consumatorilor. Așa cum drepturile sociale țin de asigurarea nevoilor de bază și de principii precum egalitate și acces la bunurile și serviciile de bază care să permită supraviețuirea în perioada în care tehnologia este parte a vieții noastre de zi cu zi, drepturile consumatorilor sunt acelea care garantează că membrii societății nu vor avea de suferit în urma contactului cu piața. Drepturile consumatorilor au fost construite pentru a asigura egalitatea și corectitudinea pieței pentru a nu afecta consumatorul (Jacobs, Stoop și van Niekerk, 2010). În cele din urmă, consumatorul poate beneficia de rezultatele impactului tehnologiei asupra pieței, care înseamnă o varietate mai largă de produse, producție continuă, mai multe servicii, acces la diferite produse și servicii prin intermediul e-pieței, etc.

Deși pare că legislația UE este suficient de puternică în această direcție și că autoritățile naționale de protecție a consumatorului sunt active, politica de protecție a consumatorului a părut

să fie prea puțin pentru a garanta cea de-a patra generație de drepturi. Așadar, a fost necesar un instrument de prevenție a acțiunilor care ar fi putut duce la încălcarea drepturilor consumatorilor. În acest context politica de concurență este cea căreia i-a fost înmănată sarcina de a preveni încălcarea drepturilor consumatorilor prin urmărirea actorilor pieței care să se conformeze politicii de concurență formulată pentru a proteja consumatorul ca beneficiar final. Consiliul Concurenței din România a primit încă de la bun început sarcina de a urmări conformarea la politica de concurență la un nivel cât mai înalt posibil și înregistrarea unui nivel înalt de eficiență a acțiunilor sale în urma aplicării politicii de concurență. Deoarece eficiența sa se verifică prin calcularea impactului pe care îl are asupra consumatorilor, înțeleg că interesul său pentru protecția consumatorilor este mai presus de concurența însăși, ba mai mult, în unele situații a evitat sancționarea acțiunilor anticoncurențiale deoarece rezultatul asupra consumatorilor era unul pozitiv. Faptul că rezultatele acțiunilor Consiliului se măsoară prin analiza impactului pe care îl are asupra consumatorilor arată conștientizarea Consiliului de impactul pe care îl are asupra consumatorilor și întregii societăți.

Într-o altă ordine de idei, deoarece consumatorul este cel interesat de aplicarea cerințelor UE pentru garantarea drepturilor sale, consumatorul devine un potențial aliat al Consiliului în aplicarea politicii de concurență. Pornind de la acest lucru, de la presiunile UE pentru transparentizarea acțiunilor și de la beneficiile impactului tehnologic asupra întregii societăți, Consiliul Concurenței a extins căile de comunicare cu consumatorii diseminând valorile, principiile, ideile și felurile de a face ceva formulate și ulterior transmise de către UE pentru aplicare și diseminare în societate. Aceste mijloace de comunicare sunt despre cum Consiliul a pus la dispoziția consumatorilor: petițiile online, linie telefonică pentru consultanță sau feedback, aplicația “monitorul prețurilor” pentru a ajuta consumatorii să compare prețurile și să ia decizii informate, care ulterior impactează concurența pentru calitate, varietate și preț, sau procesul big data care este construit pentru identificarea încălcărilor în domeniul concurenței care afectează consumatorii pe piețele online.

În urma analizei relației Consiliului Concurenței cu consumatorii din România am ajuns la concluzia că actorii cheie care contribuie atât la conformarea Consiliului la Europeanizare cât și la instalarea Europeanizării ca o realitate socială în România sunt consumatorii. Având la dispoziție drepturile consumatorului și comunicarea cu instituțiile care au drept scop protejarea acestora, consumatorii sunt cei care au încurajat instalarea Europeanizării ca o nouă realitate socială

orientată spre protejarea lor, mai ales că aceste drepturi sunt legate de nevoile de bază ale oamenilor. Deoarece consumatorii nu au avut o comunicare directă cu instituțiile UE, diseminarea Europeanizării în societatea Românească s-a făcut prin intermediul instituțiilor naționale, mai ales a celor care au fost în legătură permanentă cu UE, precum Consiliul Concurenței.

Cu ajutorul analizei descrise mai sus am arătat în această teză că Consiliul Concurenței este un rezultat al Europeanizării societății Românești și totodată un instrument care a fost format în scopul ușurării adaptării societății la noua realitate și grăbirea procesului de integrare.

Misiunea Consiliului este de a disemina prin acțiunile sale ideile, valorile și principiile ce stau la baza Europeanizării. Pentru UE, autoritățile naționale de concurență și munca lor au fost, într-un fel, un proiect de exemplificare a rezultatelor Europeanizării pentru ca aceasta să fie mai ușor absorbită și susținută de societate.

Concluzii

În urma cercetării am ajuns să confirm toate ipotezele. Am demonstrat că Europeanizarea este o nouă realitate socială prin numărarea și măsurarea rezultatelor de pe urma instalării acestei realități atât în politica Românească de concurență cât și în Consiliului Concurenței. Am verificat rezultatele prin intermediul metodei de reducere la absurd, unde am arătat iarăși că Europeanizarea este o nouă realitate socială în România printr-o analiză a: discursurilor publice, folosite pentru a împrăști și disemina în societate ideile care țin de Europeanizare; relațiilor comerciale, ce indică relația statului cu autoritatea ce formulează realitatea; schimbărilor legislative din diferite domenii, care indică prezența acestei realități în domenii multiple cu impact asupra vieții de zi cu zi.

Mai apoi, am pornit în căutarea de răspunsuri pentru întrebări precum: cum s-a instalat Europeanizarea în societatea Românească și care au fost mecanismele principale de înrădăcinare a acestei realități? Care este rolul Consiliului Concurenței în acest proces? Este oare Consiliul conștient de rolul pe care îl are?

Cu ajutorul studiului de caz am confirmat și cea de-a doua ipoteză, și anume că majoritatea oamenilor care sunt impactați de Europeanizare zi de zi percep rezultatele acestei realități similar.

Cea de-a treia ipoteză ține de rolul Consiliului de catalizator în Europeanizarea societății românești. Aceasta este confirmată după ce analizez comunicarea dintre CCR și consumatori și

impactul acestei comunicări asupra societății din punct de vedere al diseminării ideilor, valorilor și principiilor în jurul cărora a fost construită Europeanizarea.

Continuând analiza importanței comunicării atât dintre UE și CCR cât și dintre CCR și societatea Românească, am înțeles că presiunile UE pentru transparență și digitalizare țin în principal de intenția UE de intensificare a comunicării și transmiterii permanente către instituțiile naționale și ulterior către societate a informațiilor despre noua realitate pentru menținere și reîmprospătare a ideilor și valorilor care stau la baza Europeanizării.

În concluzie, am aflat că Europeanizarea este într-adevăr o nouă realitate socială în România, instalată ca urmare a primului pas pe care societatea Românească l-a făcut pentru integrare în Uniune pentru a avea acces la beneficiile economice și piața unică. Pentru aderare, România a fost nevoită să se adapteze la realitatea țărilor care făceau parte din Uniune.

După aderare, România a fost presată de UE să se adapteze Europeanizării, cu care România a fost de acord încă din momentul aderării, ba chiar de mai devreme, de când aceasta a aplicat cererea de aderare, întrucât își dorea stilul de viață promovat în Comunitățile Europene.

Europeanizarea, ca realitate ce caracteriza un stil de viață al statelor din vestul Europei, s-a instalat treptat în societatea Românească cu ajutorul instituțiilor naționale și în special cu ajutorul Consiliului Concurenței prin intermediul comunicării și învățării. Rolul Consiliului în diseminarea Europeanizării în societate ține de importanța sa în gestionarea pieței și în procesul decizional de la nivel național în care susține aplicarea regulilor de concurență ce promovează respectarea principiilor și valorilor care reprezintă esența realității sociale Europene.

Ținând cont de drepturile consumatorilor și de dorința socială pentru protecție în această direcție, societatea a ajuns să fie aliatul Consiliului susținând aplicarea și conformarea la Europeanizare. Acest lucru a reprezentat un beneficiu atât pentru Consiliu, care are drept scop conformarea la cerințele UE, cât și pentru societate care a ajuns să traiască o realitate formulată în interesul omului de rând. În tot acest timp comunicarea și învățarea au fost mecanismele cheie care au dus atât la Europeanizarea societății Românești cât și la adaptarea Consiliului cât mai aproape de cerințele UE.

Deși studiul a fost făcut pe cazul României, atunci când vorbim despre Europeanizare ca o nouă realitate socială acest lucru se aplică întregii Uniuni. Într-o anumită măsură aș putea spune că Europeanizarea se aplică întregii Europe și caracterizează societatea Europeană a secolului XXI.