

EDUCAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ

VERSO UNA CONVERGENZA COMUNICAZIONE-EDUCAZIONE

IL COMPITO DI SNPA NON È SOLO INFORMATIVO, MA ANCHE EDUCATIVO. PER RIVOLGERSI EFFICACEMENTE A UN TARGET NON PIÙ PASSIVO E INDIFFERENZIATO, CHE RICHIEDE NON SOLO INFORMAZIONI, MA ANCHE - E SEMPRE PIÙ - SERVIZI E PARTECIPAZIONE, SONO FONDAMENTALI STRATEGIA UNITARIA, METODI E AZIONI COMPLEMENTARI.

Nel mio contributo al seminario sull'educazione ambientale e alla sostenibilità nel Snpa del 17 gennaio 2019 ho sviluppato la tesi che "le strategie, i metodi e gli strumenti di comunicazione ed educazione sono in costante evoluzione e per molti aspetti sono coinvolti in un processo di convergenza e complementarità". Ho ragionato su cosa implica tutto questo per Snpa e le agenzie ambientali, per concludere con una proposta operativa di laboratorio trasversale.

I fondamentali argomenti a supporto del ragionamento sono stati i seguenti: sappiamo che la comunicazione istituzionale oggi non può più essere "a una via", il target non è più passivo né indifferenziato e non chiede solo informazioni, ma servizi e coinvolgimento. Cambiano le tecnologie e la domanda sociale. Per converso, l'educazione non può più essere solo trasmittiva e non è più solo la scuola il tramite. La campagna Unesco 2005-2014 ha indicato la necessità di intervenire in modo sinergico con l'educazione "formale" (la scuola e l'università), "non-formale" (le agenzie educative delle comunità) e "informale" (il ruolo dei vecchi e dei nuovi media).

I cambiamenti economici, ambientali, tecnologici, sociali e culturali, le aspettative di *stakeholder* e cittadini, la mission e le funzioni di Snpa richiedono Agenzie *open* e dialoganti all'interno e all'esterno. Nuovi interlocutori sono, oltre a tecnici e addetti ai lavori, i diversi segmenti degli *stakeholder* e dell'intera cittadinanza.

Le agenzie tecniche e scientifiche devono continuare a produrre conoscenza e corretta informazione, ma devono svolgere anche un ruolo educativo: aiutare i cittadini a capire e ad agire responsabilmente, operando in modo da unire e completare la filiera del Snpa (figura 1).

Alla luce di tutto questo segnalavo alcuni punti di attenzione e obiettivi:

- è necessario che le strutture tecnico-scientifiche si attrezzino all'ascolto



FOTO: FONDAZIONE VILLA GHIGI

FIG. 1
FILIERA SNPA

Produce conoscenza e informazione per educare.



attivo, alla comunicazione biunivoca, all'educazione permanente

- Ict e web sono imprescindibili, ma devono essere parte di un disegno e di un sistema di obiettivi, progettati *ad hoc* per corrispondere alla soluzione dei problemi e alle esigenze delle persone
- non esiste la bacchetta magica che trasforma le *informazioni* in *comportamenti*. I percorsi di apprendimento hanno tempi più lunghi della trasmissione di un'informazione e non sono percorsi lineari
- Snpa deve collegare *reporting*, comunicazione, formazione ed educazione, così come i sistemi educanti più evoluti integrano l'educazione formale, non formale e informale.

Concludevo infine con la proposta di un laboratorio denominato "leggere i dati e farne buon uso", per mettere in pratica nel sistema agenziale quella convergenza enunciata tra comunicazione

ed educazione (e altri metodi e strumenti trasversali).

Le aree agenziali da coinvolgere nell'iniziativa sono quelle che operano nei settori *reporting*, degli *open data*, dell'educazione, della formazione e della comunicazione, per attivare un percorso sperimentale, partecipativo, di modellizzazione, verifica, alfabetizzazione e disseminazione. Il processo, da sviluppare attraverso una ricerca-azione, ha come focus le competenze relative a:

- leggere i dati (interpretarli, contestualizzarli, compararli, rielaborarli, gestirli)
- comunicarli (renderli più fruibili con infografiche, *visual data*, *storytelling*, nuovi media e linguaggi, laboratori aperti ecc.)
- farne buon uso (facilitare nuovi comportamenti con metodi educativi, formativi e partecipativi, l'*empowerment* sociale di singoli e comunità, migliorare le politiche e prevenire i rischi).

La proposta è quella di costituire un laboratorio di innovazione "Leggere i dati e farne buon uso", implementando le seguenti azioni:

1. analisi Swot dello stato dell'arte (tecnico, metodologico, organizzativo, strumenti, persone dedicate ecc.) nei diversi settori d'azione per formulare proposte di miglioramento e finalizzate a una gestione intersettoriale e integrata
2. coinvolgere reti e associazioni di esperti in ottica di *citizen science* (*data journalist*, comunità *open source*, comunicatori ed educatori ambientali ecc.) in percorsi di miglioramento e sviluppo (*focus group*, *hackathon* ecc.) sui processi e prodotti Snpa
3. un modulo formativo per i collaboratori di Snpa dei settori citati coinvolgendo esperti interni ed esterni per impostazione strategica e metodologica e analisi buone pratiche
4. la redazione di una linea guida di indirizzo interno per le strutture che



FOTO: ROBERTO BRANCOLINI - REGIONE ER

producono dati e report con avvertenze e indicazioni utili a poter gestire la rappresentazione dei dati nei modi più utili, appropriati ed efficaci

5. redigere e gestire un piano d'azione per l'educazione e alfabetizzazione della cittadinanza (specifici segmenti, ad esempio scuole, associazioni, professionisti

ecc.) all'interpretazione e utilizzo dei dati ambientali.

Paolo Tamburini

Arpa Emilia-Romagna
 Coordinatore gruppo di lavoro Educazione ambientale e alla sostenibilità, Snpa

LA COMUNICAZIONE INTEGRATA DEL SNPA

COMUNICAZIONE ED EDUCAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ, UNA DECLINAZIONE COMUNE PER FARE RETE

Da circa tre anni stiamo lavorando, come rete "Comunicazione e informazione" per realizzare strumenti di comunicazione integrata del Snpa, per affermare il carattere strategico per il Sistema di queste attività e per dar vita alle forme organizzative più opportune e adeguate in tutti gli enti che lo compongono.

L'italiano è una lingua molto ricca e piena di sfumature, per cui alla stessa parola possono essere attribuiti significati diversi. Fra gli aspetti che possono aiutare a fare rete c'è anche quello relativo al linguaggio da utilizzare. Condividere il significato da attribuire ad alcune parole chiave è sicuramente un lavoro necessario in tale direzione.

Provo qui ad esprimere il mio punto di vista sull'argomento, relativamente ad alcune parole chiave per il nostro lavoro:

- **ascolto**: prestare attenzione a quello che soggetti con i quali entriamo in contatto ci dicono, può essere un'attività occasionale, nell'ambito del lavoro dell'ufficio relazioni con il pubblico, dei commenti a notizie pubblicate sul web, post/ tweet e altre espressioni sui social media, ovvero attività progettate e realizzate in modo strutturato, ad esempio attraverso indagini di *customer satisfaction* o - nei confronti dei media - attraverso un'analisi della rassegna stampa quotidiana; è in qualche modo un'attività unilaterale da parte nostra, quando ascoltiamo, ma non avviamo un dialogo
- **informazione**: mettere a disposizione dati, notizie ecc., in modo "passivo" (ad esempio pubblicandoli su un sito web o su rapporti) o in modo proattivo, attraverso *newsletter*, comunicati stampa ecc. che vengono recapitati ai destinatari. In questo caso si tratta di un'azione unilaterale, che non comporta un *feedback* da parte dei destinatari (che peraltro si può avere, ad esempio, attraverso i commenti alle notizie pubblicate sul web)
- **comunicazione**: mettere in comune informazioni con i nostri interlocutori. Quando cioè le attività unilaterali di ascolto e/o informazione, diventano bilaterali (o multilaterali), nel senso che si avvia un dialogo con i nostri interlocutori, in tutte le forme possibili (via email, attraverso risposte ai commenti sul web, attraverso l'interazione sui social media ecc.)
- **relazione**: dar vita a un rapporto diretto, a un coinvolgimento

a partire da un'attività di comunicazione, si tratta cioè di un contatto che può essere di persona o mediato dal telefono ed è tipico dell'ufficio relazioni con il pubblico nei confronti del cittadino e dell'ufficio stampa nei confronti degli operatori dei media. Allo scambio di notizie e informazioni tipico della comunicazione si aggiunge l'aspetto dell'interlocuzione diretta fra persone, che mette in gioco gli aspetti non verbali derivanti dal rapporto che si instaura fra persone.

A queste parole chiave si aggiunge quella della **educazione**, che comporta un impegno che, utilizzando tutte le attività precedenti, sia rivolto a determinare modifiche nei comportamenti dei destinatari delle nostre attività. Ma su questo tema altri colleghi sono molto più competenti di me.

Marco Talluri

Arpa Toscana
 Coordinatore Rete "Comunicazione e informazione" Snpa

