

COMUNICAZIONE PUBBLICA, PROFESSIONALITÀ, FAKE NEWS

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA SVOLGE UN RUOLO FONDAMENTALE NEL RAPPORTO TRA GLI ENTI E I CITTADINI. LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI DEVE NECESSARIAMENTE BASARSI SU PROFESSIONALITÀ CONSOLIDATE E AGGIORNATE PER STARE AL PASSO CON I TEMPI. L'IMPEGNO DI PA SOCIAL PER ORGANIZZARE AL MEGLIO UN SERVIZIO PUBBLICO ESSENZIALE.

Ci ha da poco lasciati Alessandro Rovinetti, che possiamo considerare il papà della legge 150/2000 che ancora regola le attività di comunicazione e informazione nella pubblica amministrazione. Fu infatti grazie a lui e al lavoro fatto negli anni Novanta che venne introdotta nell'ordinamento quella legge che, sulla carta, riconosceva il ruolo dei comunicatori e dei giornalisti pubblici, ma che in più di 20 anni è stata attuata in modo molto limitato.

Allora la comunicazione era ancora in gran parte analogica, spesso negli enti i principali mezzi di comunicazione utilizzata erano i manifesti per l'affissione comunale, i volantini. Il contatto con il pubblico era gestito attraverso sportelli fisici e con l'uso del telefono. Il web doveva ancora affermarsi davvero, e non a caso nella legge 150/2000 non è mai citato. I social media erano ancora da venire. I media erano ancora caratterizzati dai giornali stampati e dalla televisione.

Nuovi strumenti per un nuovo contesto comunicativo

In venti anni la situazione è completamente cambiata. Il web, i social media, le chat hanno pervaso la nostra vita quotidiana e hanno assunto una centralità dalla quale non è possibile prescindere. Ormai non è più possibile una comunicazione unidirezionale *top-down*, non esiste più il monopolio dei mezzi di comunicazione di massa, ormai la comunicazione è un terreno aperto a tutti, dove tutti si relazionano con tutti, senza limiti di spazio e in modo istantaneo. Ormai quella legge che ancora disciplina la comunicazione nella Pa è abbondantemente superata dagli eventi, dagli strumenti, dal lavoro quotidiano. È stata sicuramente un buon compromesso e un'importante conquista ai tempi, ma oggi le necessità sono altre e non si può



restare fermi a schemi del passato come la divisione per "compartimenti stagni" tra comunicazione e informazione. Compartimenti stagni ai quali corrispondevano professionalità diverse: giornalisti per gli uffici stampa, comunicatori per gli uffici relazioni con il pubblico e portavoce con requisiti solo fiduciari rispetto ai vertici delle amministrazioni.

In particolare va sottolineato come la separazione fra ruolo del portavoce e uffici (stampa e relazioni con il pubblico) costituisca un'importante intuizione di quella legge. È fondamentale mantenere separata la comunicazione pubblica "politica" che fa riferimento agli organi politici veicolata da figure fiduciarie come i portavoce, dalla comunicazione pubblica "istituzionale e di servizio" dell'ente – che non deve rientrare nello *spoils system* – e assicurare la continuità nell'attività dell'ente. Un aspetto essenziale per garantire

la credibilità e l'attendibilità è che gli addetti alla comunicazione "istituzionale e di servizio" possiedano requisiti professionali e debbano rispondere a un codice deontologico.

I social network, le chat, gli strumenti del web in generale hanno portato in questi anni una rivoluzione anche nel rapporto tra Pa, aziende pubbliche e cittadini.

Una rivoluzione in corso, positiva, che fa crescere il numero di servizi, di informazioni, di possibilità di un dialogo diretto.

Un'amministrazione pubblica ha il dovere di essere un punto di riferimento anche sugli strumenti di nuova comunicazione, un riferimento affidabile, costante e di qualità. Per farlo servono professionalità, formazione, scambio di buone pratiche, conoscenza dei linguaggi e degli strumenti, una nuova organizzazione della comunicazione pubblica. Come cittadini, ci aspettiamo che la Pa,

l'ente o l'azienda di cui abbiamo bisogno, non solo sia presente, ma che lo faccia anche con qualità. La comunicazione digitale rende possibile un dialogo diretto e istantaneo fra il cittadino e l'amministrazione pubblica, e a questa opportunità non è possibile sottrarsi. Come Pa Social, la prima associazione italiana per la comunicazione e informazione digitale, abbiamo proposto un nuovo modello organizzativo per la comunicazione pubblica (l'ufficio Comunicazione, stampa e servizi al cittadino) con la consapevolezza che i nuovi strumenti toccano ormai la totalità degli uffici che hanno a che fare con comunicazione, informazione, rapporti con il pubblico, rapporti con la stampa, *citizen satisfaction*, partecipazione, trasparenza, accesso civico, campagne di comunicazione, organizzazione di eventi e comunicazione interna.

Il tavolo Ambiente e sostenibilità

Pa Social, fra l'altro, ha recentemente costituito un tavolo "Ambiente e sostenibilità" al quale già aderiscono una quarantina di colleghe e colleghi di varia estrazione, dalle agenzie ambientali, ai ministeri, agli enti locali, al mondo delle imprese e dell'associazionismo. Tavolo aperto non solo ai soci dell'associazione ma anche a tutte e tutti coloro che siano interessati (è sufficiente scrivere ad ambiente@pasocial.info). In tale sede approfondiremo le specificità della comunicazione ambientale, a partire proprio dalle "parole" da utilizzare e da questioni come il "dibattito pubblico".

Professionalità e deontologia per i comunicatori pubblici

In tutti questi anni la comunicazione è certamente diventata importante nella pubblica amministrazione, è anche cambiata profondamente, ma c'è ancora davvero molto da fare perché a questa professione sia riconosciuta pari dignità rispetto ad altre professionalità tecniche o amministrative che operano nella pubblica amministrazione. Comunicazione e informazione non possono più prescindere dalle competenze digitali: servono professionalità dedicate, aggiornamento e formazione costante, scambio di buone pratiche, attenzione continua alla qualità, capacità di gestione del dialogo, dell'interazione, di analisi e comunicazione dei dati. Un ruolo che non può e non deve

essere ancillare del politico di turno, ma incardinarsi a pieno titolo fra le strutture portanti di qualsiasi ente pubblico, nella convinzione che la comunicazione "di servizio" è indispensabile, doverosa e fondamentale, anche per riconquistare la fiducia perduta da parte dei cittadini nella amministrazione pubblica. E che per una comunicazione del genere occorre professionalità e deontologia.

Come Pa Social abbiamo proposto un percorso per arrivare al profilo unico del giornalista e comunicatore pubblico, superando gli steccati del passato, in vista di una redazione unica che gestisca tutte le attività di comunicazione e informazione. Oggi serve un salto di qualità, un passaggio strutturale che non può non tenere conto del riconoscimento delle nuove professionalità.

Professionalità significa formazione, aggiornamento continuo, deontologia e riconoscimento attraverso modalità stabilite dalla legge. Deve aprirsi una riflessione che coinvolga l'ordine dei giornalisti che, alla luce della rivoluzione digitale, dovrebbe includere in esso la figura del giornalista e comunicatore pubblico, un professionista capace di utilizzare tutti gli strumenti (analogici e digitali) disponibili per comunicare con modalità conformi alla deontologia giornalistica.

In questo modo sarebbe possibile individuare con chiarezza i requisiti degli addetti ai servizi di comunicazione e informazione della pubblica amministrazione, assicurando certezza, e rendendo quindi non più possibile assegnare a tali funzioni addetti che non abbiano questi requisiti professionali, ma magari siano solamente "vicini" politicamente ai vertici dell'ente.

Non basta una legge, non basta un contratto, non basta una riorganizzazione degli uffici, servono tutti questi elementi e il lavoro quotidiano (straordinario in molte realtà italiane) di tanti professionisti che hanno già fatto un grande salto culturale e sanno che il riferimento



principale della loro attività è il cittadino. Il ricambio e l'inserimento delle giuste competenze è fondamentale perché la nuova comunicazione sia sempre più la "normalità" e l'evoluzione dei rapporti tra enti, aziende pubbliche e cittadini. La gestione quotidiana della comunicazione utilizzando tutte le modalità date dal digitale richiede professionalità adeguate, in grado quindi anche di contrastare le *fake news*. Un fenomeno sempre più diffuso e importante, che comprende diversi tipi di disinformazione (la condivisione involontaria di informazioni false) e disinformazione (la deliberata creazione e condivisione di informazioni note per essere false).

Chiara Bianchini, Marco Sicbaldi, Marco Talluri

Coordinatori tavolo "Ambiente e sostenibilità", Pa Social

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Facile dire fake news. Guida alla disinformazione, www.valigiablu.it/fakenews-disinformazione

Unesco, 2018, *Journalism, 'fake news' and disinformation. Handbook for journalism education and training*, <https://en.unesco.org/fightfakenews>.

PA SOCIAL



Il sito è all'indirizzo www.pasocial.info

PA Social è la prima associazione italiana dedicata alla comunicazione e informazione digitale. Divulgazione, buone pratiche, formazione, ricerca, pubblicazioni, ricerche, scambio di idee e dibattito aperto: questi gli obiettivi della rete che riunisce professionisti, giornalisti, comunicatori, nuove professioni del digitale, amministratori, manager, enti e aziende pubbliche, associazioni, imprese e cittadini. L'associazione PA Social ha l'obiettivo di proseguire e rafforzare il percorso di crescita di una rete nazionale della nuova comunicazione.