

Bandi per gli Ets

COMUNICAZIONE STRATEGICA IN 5 MOSSE

di IVANO MAIORELLA*

La riforma si muove in senso "orizzontale" (Luca Gori su Corriere Buone Notizie di due settimane fa) e la comunicazione sociale può spingerla in avanti. La strategia dei due tempi non paga, il fare e il comunicare sono la stessa cosa, si comunica facendo e viceversa. Le organizzazioni di Terzo settore (numero record di 359.574, dice l'ultimo aggiornamento Istat); le reti di comunicazione e le pubbliche amministrazioni sono collegati dal co-programmare e co-progettare: la comunicazione non viene dopo, ma fa parte della strategia di riuscita di questa missione. La comunicazione è trasparenza, memoria, attualità, futuro. Inoltre il Terzo settore rappresenta un'economia in espansione, come dimostra ad esempio l'aumento degli occupati con 853.476 dipendenti (sempre secondo i recenti dati Istat).

Un mondo che cresce ha bisogno di creare connessioni, infittire i canali, favorire l'interazione e arricchire il racconto. Il Terzo settore è anche un'occasione di impegno civile e di occupazione in ambito comunicativo ed editoriale, settore in forte crisi da tempo. Ha bisogno di affermare i ferri del mestiere mutuati dal giornalismo, dei quali il comunicatore deve appropriarsi. E non sono solo strumenti tecnici ed informatici. Ad esempio: verifica e incrocio delle fonti, rispetto delle regole deontologiche, utilizzo di linguaggio corretto, ricerca della verità, distinzione tra contenuti pubblicitari e redazionali, lotta senza quartiere a fake news e hate speech, il linguaggio dell'odio diffuso on line.

Come favorire questo percorso? 1) Introdurre nei bandi delle pubbliche amministrazioni, un'attenzione specifica alla comunicazione, intesa come informazione e servizio ai cittadini, con il vincolo che sia oggetto di valutazione. 2) Introdurre nei bandi delle Fondazioni, così importanti con i loro contributi per il Terzo settore, un prerequisito di partecipazione: accanto ai responsabili di progetto e amministrativi, inserire anche i responsabili di comunicazione ovviamente in possesso dei requisiti professionali. La **Fondazione con il Sud** ha incominciato a praticare questa strada. 3) In ambito europeo e nella relativa progettazione, chiedere una maggiore attenzione al ruolo educativo, trasversale ed inclusivo della comunicazione, anche in relazione all'obiettivo 4 dell'Agenda 2030 (quello a proposito di «Istruzione di qualità») Information Literacy, ovvero dell'alfabetizzazione e per far crescere la consapevolezza dei cittadini europei. 4) Chiedere al legislatore nuove modalità di sostegno all'editoria e all'informazione, quelle tradizionali non fotografano la nuova realtà del terzo settore. Serve un sostegno diretto e sostanziale all'editoria non profit e cooperativa, ormai prevalentemente digitale. 5) Riformare l'Ordine dei giornalisti: ci sono "giornalisti di fatto", detti comunicatori, che svolgono funzioni innovative e delicate nelle attuali filiere editoriali che non sono gratificati, né valutati e accreditati professionalmente.

*Direttore Giornale Radio Sociale

© RIPRODUZIONE RISERVATA

