



COMUNICAZIONE PUBBLICA
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA
E ISTITUZIONALE

www.compublica.it

Linked in



Comunicare bene, comunicare web Il ruolo del comunicatore pubblico oggi

Cagliari, 10 Dicembre 2014

Pier Carlo Sommo

Segretario Generale dell'Associazione
Comunicazione Pubblica

E-mail: pisommo@gmail.com



Linked in

twitter



Argomenti di oggi

- ✓ **Il Comunicatore pubblico oggi**
- ✓ **La legge 150/2000 oggi**
- ✓ **Evoluzione normativa e professionale**
- ✓ **L'attestazione professionale legge 4/2013 e l'Associazione Comunicazione Pubblica**



Il Comunicatore pubblico oggi

- La professione del comunicatore come quella del giornalista hanno subito una rapidissima e pressoché sconvolgente evoluzione sulla spinta tecnologica.
- Vi sono principalmente necessità di evoluzione e formazione professionale specifica e continua.
- **MA non bisogna confondere strumenti e professione.**
- Come non esiste una professione diversa del giornalista non esiste una professione diversa da quella del comunicatore pubblico.
- **ESISTONO SOLO professionisti e professionalità che si adeguano ai nuovi strumenti e si specializzano ai vari settori**



La legge 150/2000 Oggi

- Dall'anno dopo in cui è stata emanata avvoltoi, cassandre e lobbysti hanno ciclicamente dato la legge per vecchia, è stata definita da qualcuno addirittura famigerata, chiedendo modifiche o soppressioni.
- Purtroppo in Italia la cultura giuridica, un tempo fiorente e valida lentamente è andata in crisi. *Si parla di leggi senza conoscerle o saperle interpretare.*
- Nonostante lo strano acronimo URP, il servizio che esso svolge è di comunicazione a 360°, le norme a partire dalla istituzione (D. lgs 29/1993) ad oggi sono chiarissime.



Le leggi

- In Italia ci sono troppe norme e spesso superate e malfatte.
- La legge 150/2000 è una delle poche che furono abbastanza ben fatte e con una proiezione verso il futuro: è attuale ancora oggi.
- La circolare «Frattini» del 2002 ne è naturale e validissimo corollario, anch'essa ancora attualissima.
- Le figure professionali previste dalla legge 150/2000 e i profili che ne derivano, sono contenitori ampi, dove possono essere collocate tutte le sfumature e specializzazioni della comunicazione pubblica.



Chiarezza di identità

- Gli strumenti informatici, la gestione dei new media sono oggi parte integrante della professione del comunicatore.
- Cercare di distinguere in molte sfumature, in nicchie di professionalità, spesso dai nomi stranieri ed astrusi, è rischioso per la politica di riconoscimento contrattuale pubblico.
- **Bisogna concentrarsi su pochi profili di vasto contenuto, inoltre l'attuale situazione esclude particolarità a carattere economico nei contratti di lavoro pubblici**
- Una cosa sono i contratti professionali degli enti pubblici e cosa diversa sono i contratti privatistici.



Legge 150/2000 (art. 8)

L'ufficio per le relazioni con il pubblico

Le pubbliche amministrazioni, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, provvedono, nell'esercizio della propria potestà regolamentare, alla ridefinizione dei compiti e alla riorganizzazione degli uffici per le relazioni con il pubblico secondo i seguenti criteri

1. **garantire** l'esercizio dei **diritti di informazione**, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni;
2. **agevolare** l'utilizzazione dei **servizi** offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'**informazione** sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;
3. **promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;**
4. **attuare**, mediante l'ascolto dei cittadini e la **comunicazione interna**, i **processi di verifica** della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;
5. **garantire** la **reciproca informazione** fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni

D. lgs 165/2001

(art. 11 comma 2 e 3)

Il D. Lgs. 165/2001 – come corollario alla 241 in tema di responsabile del procedimento – al fine di **eliminare la situazione di anonimato** che rendeva impermeabili i pubblici uffici, sottolinea **l'indispensabilità di un rapporto diretto tra cittadino e pubblico**

2. Gli uffici per le relazioni con il pubblico provvedono, anche mediante l'utilizzo di tecnologie informatiche:

- a. al servizio all'utenza per i diritti di partecipazione di cui al capo III della legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni ed integrazioni;
- b. all'informazione all'utenza relativa agli atti e allo stato dei procedimenti;
- c. alla ricerca ed analisi finalizzate alla formulazione di proposte alla propria amministrazione sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza.

3. Agli uffici per le relazioni con il pubblico viene assegnato, nell'ambito delle attuali dotazioni organiche delle singole amministrazioni, personale con idonea qualificazione e con elevata capacità di avere contatti con il pubblico, eventualmente assicurato da apposita formazione.

Direttiva 7 febbraio 2002

attività di comunicazione delle PA

Finalità

- sviluppo di una coerente politica di **comunicazione integrata** con i cittadini e le imprese
- **gestione professionale e sistematica** dei rapporti con tutti gli organi di informazione (mass media tradizionali e nuovi)
- **realizzazione di un sistema di flussi di comunicazione interna incentrato sull'intenso utilizzo di tecnologie informatiche e banche dati, sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per creare tra gli operatori del settore pubblico senso di appartenenza alla funzione svolta, pieno coinvolgimento nel processo di cambiamento e condivisione nelle rinnovate missioni istituzionali delle pubbliche amministrazioni**
- formazione e valorizzazione del personale impegnato nelle attività di informazione e comunicazione
- ottimizzazione, attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di informazione e comunicazione, dell'impiego delle risorse finanziarie

Direttiva 7 febbraio 2002

Gli obiettivi

Le pubbliche amministrazioni, attraverso gli Uffici Stampa, i Portavoce e gli Urp e le analoghe strutture, devono:

1. garantire un'informazione **trasparente** ed **esauriente** sul loro operato,
2. pubblicizzare e consentire l'accesso ai servizi promuovendo nuove relazioni con i cittadini,
3. ottimizzare l'**efficienza** e l'**efficacia** dei prodotti-servizi attraverso un adeguato sistema di **comunicazione interna**.

Per consentire il pieno raggiungimento di questi obiettivi, le pubbliche amministrazioni devono:

1. **dare avvio e sviluppo** alle strutture deputate alla realizzazione delle attività di informazione, Portavoce e Ufficio Stampa, e di comunicazione, Ufficio per le Relazioni con il Pubblico,
2. promuoverne il pieno raccordo operativo sotto forma di **coordinamento** e attraverso una **adeguata struttura organizzativa**

Il sistema pubblico

- Smartphone, tablet, notebook, personal computer, Internet, reti wifi, app e social media hanno oggi rapidamente mutato il significato relazionale dello spazio, del tempo e delle barriere fisiche per le persone.
- E-publicity, e-government, e-democracy, e-procurement, e-learning: la Democrazia Digitale.
- Tutto ciò si scontra con i vecchi burocrati e l'attitudine autoreferenziale del nostro sistema pubblico.
- Questione antica, anche per la scarsa attenzione alla formazione della classe dirigente pubblica, considerata lavoratori di serie b.
- ***Un sistema pubblico spesso ancora considerato e utilizzato per come un "deposito elettorale".***



La crisi di rapporto

- La crisi di rapporto è nata nel dopoguerra come reazione alla propaganda martellante del regime fascista , ha prodotto nella PA la regola del silenzio e segreto, lasciando ai partiti politici la funzione di comunicativa con i cittadini.
- **La crisi del sistema dei partiti ha generato un rapporto difficile, la crisi di partecipazione al voto ne è dimostrazione inoppugnabile.**



Il vero problema

- Quindi ciò che deve preoccupare i comunicatori è la tendenza, ormai ultra ventennale, a mescolare dispoticamente la comunicazione politica con quella istituzionale pubblica, disorientando il cittadino, trattandolo da consumatore da imbonire e non da soggetto di diritti e doveri.
- In troppe amministrazioni pubbliche nei bandi per comunicatori ci si "dimentica", della Legge 150/2000.
- E' quindi richiesto a tutti i comunicatori uno sforzo per difendere la professione e la sua imparzialità.
- **Solo i comunicatori pubblici possono comprendere nel dettaglio cosa vogliono i cittadini dalle Istituzioni locali e centrali**

ESISTE QUALCOSA DI PIÙ
STUPIDO E INUTILE
DELLA BUROCRAZIA ?



Cosa manca?

- La trasparenza è un valore strumentale al raggiungimento di fini superiori: il controllo democratico su responsabilità, buon andamento e imparzialità delle amministrazioni.
- Il **d.lgs. 33/2013**, usando la tecnologia ha portato la trasparenza sul WEB, **MA non sono stati mai completati alcuni processi che erano propedeutici.**
- Chiarezza e semplificazione dei linguaggi amministrativi dei testi dei siti e delle procedure è un processo avvenuto in minima parte, anche per la parziale attuazione della 150/2000.
- Inoltre, nonostante l'ottimo lavoro del Dipartimento della Funzione Pubblica sulle linee guida sui siti WEB pubblici, *non abbiamo omogeneità, languono usabilità ed accessibilità quando non anche la qualità generale.*



L'Agenda per la semplificazione

- il *Consiglio dei Ministri* del 1 dicembre 2014 ha approvato **L'Agenda per la semplificazione 2015-2017**.
- Il Governo, le Regioni e gli enti locali hanno assunto un impegno comune per l'effettiva realizzazione di obiettivi di semplificazione, indispensabili per il rilancio dell'Italia e cambiare realmente la vita dei cittadini e delle imprese.
- **L'Agenda punta su 5 settori strategici d'intervento: cittadinanza digitale, welfare e salute, fisco, edilizia e impresa.**
- Per ciascuno individua azioni, responsabilità, scadenze e risultati attesi.
- È garantito il controllo del raggiungimento dei risultati, con accessibilità online, coinvolgendo costantemente cittadini e imprese nella verifica dell'attuazione
- E' stato disposto e messo on line un "cronoprogramma".

Speriamo l'Agenda non sia così.....

DOBBIAMO
SEMPLIFICARE
LA BUROCRAZIA

GIUSTO.

TROVIAMO LE
UN BUON
NICKNAME



Che fare?



- L' **Associazione Comunicazione Pubblica** è l'**UNICA** Associazione formata esclusivamente da dipendenti pubblici che svolgono le professioni della comunicazione pubblica .
- È obiettivo primario l'approvazione di una piattaforma giuridico-professionale dei comunicatori pubblici, con precisi profili inseriti nei CCNL
- Primo passo è stata l'adesione ai criteri della legge 4/2013 che prevede anche iniziative di formazione permanente

Legge 14.01.2013 n° 4

Disposizioni in materia di professioni non organizzate

- Lo statuto delle professioni non regolamentate ovvero, «senza albo», che attua disposizioni europee sulla materia, è entrato in vigore il 10 febbraio 2013.
- La nuova normativa si propone, di dare un inquadramento all'attività di quei professionisti che non sono inquadrati in ordini o collegi consistenti nella prestazioni di servizi o di opere a favore di terzi, esercitate abitualmente e prevalentemente mediante lavoro intellettuale.
- L'iscrizione alle associazioni è opportuna, non obbligatoria
- **Tale sistema doveva sostituire gli «ordini», invece si è affiancato.**
- **L'Associazione Comunicazione Pubblica è stata ammessa negli elenchi degli enti che rilasciano attestazione il 1 agosto 2014**

La deontologia

- **Aspetti deontologici**

Le associazioni aderenti debbono principalmente garantire il rispetto dei **principi deontologici e la formazione** degli associati, nei cui confronti hanno anche potere sanzionatorio nel caso di violazione del codice di condotta adottato ai sensi dell'articolo 27-bis del Codice del consumo.

- Il **codice di condotta** deve essere noto al cliente e quindi accessibile anche per via telematica.

- **Lo sportello di riferimento**

I clienti dei professionisti devono poter contare su uno sportello di riferimento per il cittadino, a cui potersi rivolgere in caso di contenzioso e per ottenere informazioni relative all'attività professionale in generale e agli standard qualitativi che vengono richiesti agli iscritti.

Per evitare confusione la nuova normativa stabilisce che sono vietati l'adozione e l'uso di denominazioni professionali relative a professioni organizzate in ordini o collegi.

Le garanzie

- **Elementi da garantire**

Le associazioni professionali devono garantire, attraverso la pubblicazione sul loro sito internet:

1. la precisa identificazione delle attività professionali cui l'associazione si riferisce,
 2. i titoli di studio relativi alle attività professionali oggetto dell'associazione
 3. gli strumenti idonei ad accertare l'assolvimento dell'obbligo di formazione
 4. la presenza di una struttura tecnico-scientifica dedicata alla formazione permanente degli associati, in forma diretta o indiretta
 5. il codice di condotta
 6. l'elenco degli iscritti
 7. le sedi dell'associazione sul territorio nazionale
 8. le garanzie attivate a tutela degli utenti, tra cui la presenza, i recapiti e le modalità di accesso allo sportello
- **L'elenco delle associazioni professionali e delle loro aggregazioni è pubblicato dal ministero dello Sviluppo economico nel proprio sito internet.**
 - **La partecipazione dei professionisti alle associazioni comporta il pagamento di una quota associativa.**

A chi viene rilasciata l'attestazione?

I soci di comunicazione pubblica che possono richiedere l'attestazione

- 1. Dirigenti, funzionari e operatori** coordinano o svolgono direttamente compiti connessi alla comunicazione e all'informazione in Istituzioni; Regioni; Province; Comuni; Aziende municipalizzate o partecipate; istituti e aziende di servizio pubblico nel territorio; Enti pubblici, Enti pubblici economici e imprese a partecipazione statale di pubblico esercizio e servizio, Enti pubblici di servizio del territorio.
- 2. Funzionari e dirigenti** delle Amministrazioni pubbliche degli Stati appartenenti all'Unione Europea che svolgono compiti connessi alla comunicazione
- 3. Consulenti in materia di comunicazione pubblica e istituzionale** presso/per Amministrazioni Statali, Regionali o Locali, Enti pubblici, Enti pubblici economici, Enti morali, imprese e aziende a partecipazione pubblica.

I profili professionali

Dallo Statuto dell'Associazione Comunicazione Pubblica

Art. 6

SOCI EFFETTIVI

(omissis)

I soci Effettivi, che ne hanno titolo, possono richiedere l'attestazione prevista dalla legge 14 gennaio 2013, n. 4. Tali soci, secondo i requisiti, sono divisi in due profili professionali:

a) Comunicatore pubblico – Colui che è idoneo a dirigere le strutture di comunicazione a livello dirigenziale, ai sensi della Legge 150/2000. Deve essere in possesso di laurea di nuovo o vecchio ordinamento o specialistica tra quelle previste dal Dpr 422/2001.

b) Addetto alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico – Colui che è idoneo a presiedere il front e il back office nelle strutture di comunicazione. Ai sensi dell'art 2 co. 4 del Dpr 422/2001, deve essere in possesso di un diploma di scuola media superiore e di corso di formazione teorico-pratico.

I soci che richiedono l'attestazione pagano una quota che dovrà comprendere il rimborso spese per il rilascio degli attestati e sono tenuti a frequentare ogni due anni un corso di aggiornamento organizzato dall'Associazione, alla quale rimborseranno le spese organizzative.



Che valore ha l'attestazione?

- L' **Associazione Comunicazione Pubblica** esiste da **24 anni**, è l'**unica** Associazione formata **esclusivamente** da dipendenti pubblici che svolgono le professioni della comunicazione pubblica.
- Dalla sua fondazione svolge **attività di formazione** collaborando con molte Università Italiane
- Nello statuto approvato dal Ministero vi è diretto riferimento alla **L. 150/2000** e al **Dpr 422/2001**, i **profili derivano direttamente dalle norme specifiche sulla Comunicazione Pubblica** e le attestazioni sono **specifiche**.
- I **Magistrati del Lavoro** si sono pronunciati più volte sull'applicazione della **L. 150/2000**, l'attestazione, se inserita nel proprio fascicolo personale, **rafforza la posizione lavorativa**.
- Per i laureati in comunicazione è **ulteriore conferma della loro professionalità**.
- È **compatibile con l'iscrizione all' Ordine dei Giornalisti** come e costituisce titolo aggiuntivo.



Conclusioni

- Essere un comunicatore pubblico è una professione attualissima, proiettata da sempre verso il domani, orientata all'innovazione
- Solo attraverso la comunicazione pubblica professionale, imparziale ed efficace si può semplificare e rendere trasparente l'attività della **Pubblica Amministrazione**.
- Era ed è più importante e utile una comunicazione pubblica efficiente che norme, sanzioni e "rigidi" termini temporali troppe volte disattesi.

Con cattive leggi e buoni funzionari si può pur sempre governare. Ma con cattivi funzionari le buone leggi non servono a niente
Otto von Bismarck
Discorsi, 1862/66

Per concludere

Grazie dell'attenzione

“Le parole sono fatte, prima che per essere dette, per essere capite: proprio per questo, diceva un filosofo, gli dei ci hanno dato una lingua e due orecchie. Chi non si fa capire viola la libertà di parola dei suoi ascoltatori. È un maleducato, se parla in privato e da privato. È qualcosa di peggio se è un giornalista, un insegnante, un dipendente pubblico, un eletto dal popolo. Chi è al servizio di un pubblico ha il dovere costituzionale di farsi capire.”

(Tullio De Mauro)

