**Intervento CARLO BARTOLI, presidente Consiglio Nazionale Ordine dei Giornalisti**

UNI-URBINO Incontro internazionale sulla Comunicazione Pubblica

Questo appuntamento ricade in una fase nella quale la pandemia continua ad occupare un ruolo rilevante sulla scena, non solo per gli aspetti sanitari e socio-economici, ma anche per quanto riguarda la comunicazione. Il Covid ha travolto il mondo e proprio nel fuoco della pandemia è emerso il valore e l’importanza di un’informazione professionale seria, rigorosa, responsabile e quanto essa sia decisiva non solo per garantire una corretta informazione, ma anche per contrastare fake news e leggende metropolitane che colpiscono la salute e la vita quotidiana dei cittadini. Un compito che non riguarda più solo e soltanto le testate mainstream, ma coinvolge anche la comunicazione pubblica, l’informazione pubblica nella sua accezione più ampia, il flusso comunicativo incessante di cui siamo protagonisti, spettatori e, talvolta “vittime”.

Del resto, la trasformazione dei flussi comunicativi in cui siamo immersi è ed è stata rapidissima: sono cambiati i profili, i ruoli, l’impatto e le dinamiche sociali, si sono trasformati gli strumenti comunicativi non solo per effetto della tecnologia, ma sulla spinta della straordinaria capacità di innovazione dettata dai nostri comportamenti comunicativi quotidiani. Questa continua ridefinizione di ruoli e comportamenti ha rimesso in discussioni vecchi dogmi e antichi steccati ed ha, allo stesso tempo, fuso, sovrapposto e confuso vecchie categorie, ruoli e pratiche comunicative, tanto che le frontiere tra informazione e comunicazione sono diventate, allo stesso modo, labili e mobili. Questo impone un radicale ripensamento di vecchie categorie non più utilizzabili. Tutto è divenuto comunicazione, tutti sono diventati comunicatori e di conseguenza anche le vecchie definizioni degli ambiti professionali sono diventate inadeguate. Quella tipologia di comunicazione che più era votata alla produzione di contenuti grezzi da mettere a disposizione del giornalismo tradizionale è divenuta sempre più residuale e sempre meno interessante, mentre sono cresciute ed hanno assunto rilievo quelle pratiche comunicative in grado di svolgere un ruolo autonomo e da protagonista sulla scena comunicativa.

Per venire alla situazione di fatto, nel nostro paese la professione giornalistica è regolamentata dalla legge 69 del 1963, che ne ha definito modalità e ambito di svolgimento dotando l’Ordine dei Giornalisti di ampi poteri di autogoverno sugli iscritti proprio per marcare la differenza rispetto a quanto accadeva nell’era fascista, quando l’Albo dei giornalisti era sotto la stretta sorveglianza del regime.

Oggi abbiamo circa 30mila iscritti nell’elenco professionisti e 75mila in quello dei pubblicisti. Sono professionisti coloro che esercitano in modo esclusivo e continuativo la professione di giornalista; sono pubblicisti coloro che svolgono attività giornalistica non occasionale e retribuita anche se esercitano altre professioni o impieghi. Non possiamo non notare che concetti fondamentali come l’esclusività professionale e la sua cristallizzazione in una carriera lineare e omogenea sono sempre meno saldi.

Tra i compiti primari dell’Ordine vi è la gestione dei canali di accesso alla professione che, per i professionisti, prevede un esame di Stato. Inoltre vi sono i compiti della formazione continua e della disciplina, che viene gestita in autonomia dai Consigli di Disciplina al fine di vigilare sul rispetto dei principi deontologici del giornalismo e sul corretto operato dei giornalisti.

Noi riteniamo che, oggi ancor più di ieri, l’Italia, e l’Europa - di cui siamo parte integrante ed inscindibile - abbia bisogno non solo di un giornalismo che contribuisca ad illuminare le zone d’ombra, che guardi dentro le criticità, che metta in evidenza le contraddizioni, ma anche che sappia contribuire alla costruzione di una società informata, consapevole. Che aiuti a costruire corrette dinamiche informative o, quantomeno, a limitare e contrastare disinformazione e fenomeni distorsivi e manipolatori. Un passo ulteriore rispetto alla storica definizione di “cane da guardia” della cittadinanza nei confronti del potere.

E quando parliamo di giornalismo non facciamo riferimento solo alle attività delle redazioni, delle grandi testate, dell’online, delle emittenti radiotelevisive, dei freelance. Ci riferiamo anche a quell’ampia fascia di giornalisti impegnati a produrre una buona informazione per conto della Pubblica Amministrazione, per le società partecipate, per gli enti locali, ed anche dei tantissimi colleghi che operano negli uffici stampa e nella comunicazione digitale, pubblica o privata. Un comparto in profonda trasformazione, così come lo è tutto il mondo del giornalismo.

L’ecosistema digitale in cui siamo immersi necessita di più giornalismo, non di meno. La disintermediazione è il contrario di una informazione responsabile e le minacce per una informazione libera, autonoma e plurale, anche per quanto riguarda la comunicazione pubblica, non sono solo le aggressioni verbali e fisiche, cui centinaia di colleghe e colleghi sono sottoposti ogni giorno (ricordiamoci che in Italia abbiamo oltre venti giornalisti sotto scorta armata e una unità di monitoraggio attiva presso il Ministero degli Interni).

Per avere un giornalismo al passo con i tempi, in grado di affrontare le nuove sfide anche nella sfera della comunicazione pubblica, occorre essere dotati di un quadro normativo adeguato. La legge professionale risale al 1963 e purtroppo alcuni aspetti fondamentali, come quelli dell’accesso e dell’Albo, sono rimasti sostanzialmente immutati. Questo crea una situazione non facile in un contesto ove le innovazioni tecnologiche si succedono a ritmo serrato. Pensiamo a quanto ha inciso l’avvento del web e, ancora di più, l’impatto enorme dei social media sul mondo dell’informazione e della comunicazione. E mentre facciamo ancora i conti con questi processi, oggi dobbiamo gestire le opportunità e rischi che ci arrivano all’intelligenza artificiale, dalla comunicazione gestita dagli algoritmi, da nuove forme di marketing digitale che, grazie alle profilazioni sempre più accurate e segmentate, tende a trasformare ogni potenziale lettore/utente in un cliente cui vendere un bene o un servizio.

**Noi riteniamo che ci sia bisogno di più giornalisti nell’informazione e nella comunicazione pubblica. Parliamo di giornalisti che devono essere qualificati, attrezzati con le digital skills necessarie per gestire i nuovi processi di comunicazione.** Al tempo stesso, però, riteniamo che i giornalisti possano portare un valore aggiunto fondamentale, valore fatto di deontologia, di formazione, di responsabilità, di consapevolezza: aspetti che oggi sono ancora più importanti a fronte del moltiplicarsi all’infinito delle fonti di informazione e dove spesso il problema delle fake news non è solo la gravità della “falsa notizia” ma anche la sua capacità, abilmente pilotata dalle sorgenti, di trasformarla in messaggi virali e oggetto di condivisioni esponenziali. Sono problematiche che influenzano anche il comparto della comunicazione pubblica.

Nell’approcciare quindi ad una riflessione sulla eventuale riforma della legge 150 che definisce e tenta di regolare le differenti tipologie di flussi informativi, distinguendo tra comunicazione politica e comunicazione istituzionale, occorre rendersi conto che non possiamo considerare i giornalisti come meri “amanuensi” di comunicati stampa. **Oggi gli uffici stampa fanno ben altro, interagiscono con i social e con tutta la filiera della comunicazione digitale. Vale per il privato e vale per il pubblico. Questa professione deve essere in grado di continuare ad offrire, anche nel settore pubblico, un valore aggiunto di primaria importanza che oltrepassa il mero possesso di competenze tecniche digitali**. La “*cassetta degli attrezzi etica e deontologica*” – caratteristica centrale dei giornalisti - è uno strumento prezioso per evitare di avere una comunicazione pubblica che tende a trasformarsi sempre più in marketing, a scapito della necessaria trasparenza, completezza e imparzialità dei processi di diffusione delle notizie che riguardano il soggetto, l’ente o l’istituzione di cui ci si occupa.

Quando parliamo di “comunicazione pubblica”, inoltre, riteniamo vada sempre allargato lo scenario, uscendo del perimetro in senso stretto della Pubblica Amministrazione. Mi riferisco alle necessità di considerare in questa categoria anche le società partecipate, gli enti locali, le agenzie governative nazionali e internazionali, i tanti soggetti che operano con fondi prevalentemente pubblici.

Stiamo vivendo una fase ove, grazie alle istituzioni europee, sono state messe a disposizione ingenti risorse finanziarie per la ripartenza dell’economia a seguito della crisi economica generata dalla pandemia. **Sarebbe importate prevedere, nell’ambito della realizzazione dei principali interventi legati al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), la presenza di giornalisti nelle attività di informazione e comunicazione inerenti lo sviluppo dei progetti. Sarebbe un contributo attivo per una maggiore trasparenza dei processi che dovrebbero sostenere la ripartenza della nostra economia all’insegna dell’equità e della sostenibilità.**

Carlo Bartoli

Roma, 27 Gennaio 2022