

La responsabilità dei comunicatori e dei relatori pubblici ai tempi dell'Infodemia



In fasi di emergenza collettiva e in una società iperconnessa e comunicativa, ai comunicatori e ai relatori pubblici tocca una parte non secondaria. Non siamo soli e possiamo confrontarci.

Scoppia l'emergenza e come cittadini siamo immersi nell'**infodemia**, la pandemia informativa che caratterizza ormai tutte le crisi della nostra epoca globalizzata e della nostra società iperconnessa. Dove le **reazioni** tendono a schiacciare le **informazioni**, diventando esse stesse le principali fonti informative su cui si sviluppa il dibattito pubblico collettivo. Un dibattito pubblico schizofrenico, caratterizzato da un insopportabile rumore di fondo, da spiegazioni che non spiegano, da esperti che si contraddicono

e si attaccano l'uno con l'altro. Sullo sfondo, mentre infuria la pandemia via cavo e wi-fi, ci sono istituzioni e operatori sanitari impegnati ad affrontare l'emergenza sanitaria, sociale ed economica. Ma emergenza e infodemia si fondono, complicano pericolosamente il quadro e richiedono uno sforzo ulteriore e competenze nuove e integrate.

Ebbene, nell'emergenza, oltre ad essere cittadini siamo anche comunicatori e siamo chiamati a offrire le nostre competenze e la nostra professionalità tenendo presente un aspetto cruciale: il dovere di agire in maniera responsabile verso i nostri stakeholder, interni ed esterni, ascoltando le loro aspettative e mettendo in condizione le organizzazioni di gestire al meglio le relazioni e la comunicazione. Saremo soli o avremo a fianco la comunità dei colleghi? Ferpi, come associazione professionale dei professionisti di relazioni pubbliche e della comunicazione, è una comunità che può darci supporto, opportunità di confronto con i colleghi e anche risorse intellettuali per riflettere sulle scelte che dovremo compiere.

Senza star a girare troppo attorno al tema – peraltro non ne abbiamo il tempo – cerchiamo di identificare immediatamente **quali sono le nostre responsabilità**.

In questi casi è utile cercare un orientamento nei documenti condivisi dalla comunità delle relazioni pubbliche a livello internazionale, per evitare di reinventare la ruota e per orientarci con una bussola precisa. Abbiamo quattro diverse tipologie di responsabilità (cfr. [il testo integrale del punto 3 del Melbourne Mandate](#)):

1. **sociale**, nei confronti delle comunità, territoriali e virtuali di cui facciamo parte;
2. **organizzativa**, nei confronti delle organizzazioni per le quali lavoriamo;
3. **professionale**, nei confronti dei colleghi e della comunità professionale;

4. **individuale**, nei confronti dei nostri amici, cari, followers

In ogni nostro comportamento comunicativo e in ogni nostra scelta professionale dovremo tenere presente che ciò che facciamo ha un impatto su questi quattro livelli e che possiamo influenzarli in maniera proattiva.

Sappiamo già ora che si tratta di una sfida che si esaurirà nel breve periodo: come in tutte le grandi crisi, alla fase acuta seguirà un lungo periodo di recupero. In entrambe queste fasi siamo chiamati a svolgere il nostro dovere cercando di portare valore aggiunto a stakeholder, comunità e colleghi.

Negli anni e nei mesi scorsi abbiamo lavorato su temi simili negli incontri e nelle riflessioni relative alla [Carta di Rieti](#) dove sono stati individuati [9 comportamenti responsabili da utilizzare in contesti di crisi naturali](#). Crediamo che questi possano essere ribaditi e riadattati anche nel contesto dell'attuale crisi, soprattutto nel confronto con i colleghi giornalisti, gli stakeholder più prossimi come i pubblici interni e gli interlocutori primari delle organizzazioni di cui facciamo parte:

- Agire con responsabilità
- Ascoltare gli stakeholder
- Promuovere (per tempo) la cultura della prevenzione
- Comunicare (con) la scienza
- Formare alla comunicazione
- Valorizzare le identità locali
- Valorizzare il linguaggio
- Stimolare credibilità e autorevolezza
- Tutelare le comunità
- Come comportarci da domani con le comunità in cui siamo insediati? Come comportarci con dipendenti e collaboratori? Come aiutare i nostri leader in azienda?

Non esiste un'unica risposta, ma sicuramente tante diverse

soluzioni per casi specifici, che comunque dovranno cercare di tenere a mente la responsabilità che abbiamo nei confronti dei livelli indicati nel Merlbourne Mandate e delle aree di criticità della Carta di Rieti.

Come Ferpi, ad esempio, potremmo cominciare a confrontarci, in maniera costruttiva, attivando un forum sulla nostra intranet con suggerimenti e scambi di best practice.

Non esistono scorciatoie. Proviamo a fare del nostro meglio. Insieme.

Il terzo punto del Melbourne Mandate

Promuovere la responsabilità sociale, organizzativa, individuale e professionale.

L'organizzazione comunicativa comprende che la responsabilità scaturisce da due principi fondamentali:

1. La licenza di operare dell'organizzazione scaturisce dal valore che essa crea per tutti i suoi stakeholder e per la società in senso più ampio.
2. Il valore di un'organizzazione è legato direttamente alla sua reputazione, che a sua volta dipende dalla creazione di fiducia, dall'azione integra e dall'essere trasparenti circa la strategia dell'organizzazione, il suo funzionamento, l'utilizzo delle risorse e i risultati.

Le Relazioni Pubbliche e i professionisti della comunicazione hanno il mandato di:

– Dimostrare responsabilità sociale:

1. Creando e sostenendo processi trasparenti – aperti, onesti e accessibili – e una comunicazione credibile che considerino sia l'interesse pubblico, sia i bisogni organizzativi
2. Sostenendo le strategie di sostenibilità delle comunità da

cui l'organizzazione trae le risorse e la licenza di operare.

3. Garantendo che la comunicazione per conto dei datori di lavoro, dei clienti e dei marchi non sopravvaluti il valore dei prodotti e dei servizi, tali da falsare le aspettative dei consumatori e delle altre parti interessate.

4. Definendo i parametri rispetto ai quali il contributo alla società può essere misurato e migliorato. Copyright

- Dimostrare responsabilità organizzativa:

1. Fornendo ai leader consulenza strategica nell'ambito delle relazioni pubbliche e della comunicazione per assicurare decisioni e azioni responsabili.

2. Cercando di allineare gli interessi degli stakeholder interni ed esterni, nonché di garantire che i valori e le azioni dell'organizzazione soddisfino le aspettative della società.

3. Influenzando e dando un contributo alle strategie di sostenibilità dell'organizzazione.

4. Rafforzando una cultura organizzativa di miglioramento tramite il coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni per un dialogo significativo e un cambiamento positivo.

5. Definendo parametri rispetto ai quali valutare e migliorare il contributo delle strategie di relazione e di comunicazione al raggiungimento degli obiettivi organizzativi.

- Dimostrare responsabilità professionale:

1. Conoscendo, rispettando e operando in conformità ai relativi codici di etica professionale

2. Comunicando gli standard professionali che guidano le relazioni pubbliche e la comunicazione agli stakeholder interni ed esterni

3. Assicurando la conservazione e lo sviluppo di competenze tramite iniziative di apprendimento continuo per svolgere il proprio compito in modo responsabile ed efficace.

- Dimostrare responsabilità personale:

1. Assicurando che la propria comunicazione personale sia sempre veritiera e che le azioni personali riflettano l'impegno alla correttezza e la creazione di benefici reciproci anche nel lungo termine.
2. Identificando e apprezzando le differenze tra i propri valori personali e quelli degli stakeholder e delle comunità dell'organizzazione, in linea con le aspettative della società.
3. Assumendosi la responsabilità per gli standard professionali che guidano decisioni e azioni nel quotidiano.
4. Essendo disposti a prendere decisioni difficili – comprendendone le conseguenze – quando le circostanze, la società o l'organizzazione creino le condizioni che impediscono o contraddicono i propri standard professionali individuali.
5. Essendo responsabili delle proprie decisioni e azioni.