
MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA IN CAMPO AMBIENTALE

Documento programmatico dell'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale

COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Informare ed essere informati. Doveri dell'Amministrazione, diritto del cittadino

Nel 1972, con l'adozione della Dichiarazione di Stoccolma, per la prima volta la comunità internazionale afferma l'importanza dell'educazione e dell'informazione ambientale quali strumenti essenziali per la tutela e la valorizzazione dell'ambiente. Bisognerà aspettare la Conferenza sulla Terra di Rio de Janeiro, vent'anni dopo, per avere due documenti ancora più puntuali, la Dichiarazione di Rio e l'Agenda XXI. Quest'ultimo, soprattutto, è stato adottato con successo da molte amministrazioni locali in Italia e fa della comunicazione ambientale uno dei suoi cardini. A livello europeo è il Trattato di Maastricht, con l'articolo 130, a trattare il diritto all'informazione ambientale, inquadrandolo nell'ambito del principio della necessaria azione preventiva per la tutela dell'ambiente.

La tutela dell'ambiente è sancita anche dalla nuova formulazione dell'articolo 9 della Costituzione, attualmente in discussione al Parlamento. La piena attuazione di questa previsione costituzionale chiama direttamente in causa la responsabilità pubblica. Spetta, infatti, ai soggetti che esercitano competenze in ambito ambientale ed operano per il perseguimento di tale finalità, garantire la tutela dell'ambiente che vuol dire godimento di un bene comune (parchi nazionali, repressione del bracconaggio, vigilanza antincendio...) e tutela della salute dei cittadini, se pensiamo all'inquinamento e al traffico dei rifiuti tossici.

La comunicazione ambientale, un diritto del cittadino

La comunicazione ambientale è un modo per promuovere comportamenti a favore della tutela dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile e si realizza grazie a campagne di comunicazione integrata che costruiscono una positiva adesione ai modelli di riferimento sul medio e sul lungo termine per favorire la gestione e la tutela del territorio. Trattandosi di messaggi che coinvolgono l'agire delle persone, evidenziano i vantaggi che l'assunzione di un determinato comportamento può garantire, incoraggiando la modifica di abitudini spesso consolidate.

L'informazione e la comunicazione rappresentano un risorsa preziosa per raggiungere simili, irrinunciabili obiettivi: ascoltare i cittadini per conoscerne i bisogni, favorirne la partecipazione quali protagonisti delle scelte in materia ambiente, rappresenta allo stesso tempo un diritto per il cittadino ed un dovere per l'amministrazione. L'ambiente riguarda tutti e nessun parco o nessun impianto per la produzione energetica può essere realizzato senza il dovuto coinvolgimento della comunità locale. La legge 349/86, poi, prevede il diritto d'accesso del cittadino all'informazione in campo ambientale, dando maggiore sostanza all'istituto del diritto di accesso già introdotto in via generale con riferimento ad ogni settore dell'attività amministrativa dalla Legge 241/90.

Perché la comunicazione sia davvero efficace è necessario che si arrivi ad un linguaggio comprensibile e condiviso tra gli operatori dell'informazione, siano essi pubblicitari, giornalisti degli Uffici Stampa o delle testate d'informazione e i target group di riferimento. Trattare l'ambiente significa affrontare un argomento scientifico, che richiede un linguaggio appropriato ma allo stesso tempo chiaro e immediatamente fruibile dal pubblico. Non si può rischiare di parlare solo agli addetti ai lavori o viceversa di "romanzare" la notizia allontanandoci dai canoni di rigosità che la scienza richiede. E' importante per chi fa comunicazione ambientale avere la possibilità di informarsi e aggiornarsi per poter meglio rispondere alle aspettative del cittadino.

L'aggiornamento va curato rivolgendosi sempre a quelle che sono le fonti della comunicazione in questo campo, ovvero gli enti pubblici, le istituzioni scientifiche accreditate e gli studi scientifici condotti dalle Ong. E' facile nel campo ambientale, se non ci si rivolge a queste fonti, imbattersi in lavori privi di consistenza scientifica divulgati per l'interesse economico di un soggetto privato.

L'ambiente, poi, è un tema fortemente trasversale, che interessa la salute come la cronaca, la politica come l'economia. Per questa ragione la conoscenza del tema non può essere appannaggio di una nicchia di operatori dell'informazione, ma deve costituire un patrimonio comune per offrire ai cittadini una corretta informazione. Appare paradossale che mentre i bambini iniziano ad affrontare i temi ecologici fin dai primi anni di scuola, non esista un'offerta formativa adeguata per chi si trova tutti i giorni ad operare nella comunicazione ambientale.

COMUNICAZIONE AMBIENTALE. Informare ed educare

La comunicazione ambientale ha proprie peculiarità e articolazioni che possiamo così inquadrare:

- **la comunicazione ambientale:** è l'attività istituzionale degli enti che operano in campo ambientale ed è contraddistinta dalla necessità di informare costantemente il cittadino sullo stato dell'ambiente. L'acqua, l'aria ed il suolo vengono monitorati ed i dati resi pubblici. Una nuova opera che avrà un impatto sull'ambiente va ugualmente portata all'attenzione del cittadino, così come l'istituzione di un'area protetta o di una pista ciclabile.

- **la comunicazione-educazione ambientale:** L'attenzione all'ambiente nasce nel nostro Paese non più di trent'anni fa, il processo di maturazione nella coscienza collettiva è quindi ancora in corso. L'informazione in questo campo deve quindi essere strettamente connotata da una chiave educativa. Spetta a tutti gli operatori comunicare in maniera appropriata la necessità di raccogliere i rifiuti in maniera differenziata, spiegandone le modalità o ancora come risparmiare energia contribuendo al rispetto dell'ambiente. Perché questo tipo di comunicazione sia efficace, occorre puntare al coinvolgimento della sfera affettiva e alla contestualizzazione delle problematiche ambientali rispetto al proprio vissuto, l'esperienza quotidiana.
- **la comunicazione emergenziale:** La comunicazione di crisi ed emergenza è quella che sperimentiamo costantemente, dall'incendio di una fabbrica al rogo boschivo. Bisogna intervenire in modo adeguato nelle situazioni improvvise di rischio per la salute, al fine di dare la giusta ed equilibrata risposta alle istanze dei cittadini e dei media. Niente allarmismo, ma neanche nessun tentativo di tenere nascosta ai cittadini la portata dell'evento registrato.

La comunicazione pubblica in campo ambientale viene dunque ad assumere un forte ruolo propulsivo nell'adozione di comportamenti volti alla tutela dell'ambiente che spesso portano anche al miglioramento della salute collettiva. Per raggiungere questi obiettivi è necessario che Comuni, Province e Regioni; i ministeri con le agenzie specializzate come l'Arpa, i corpi di polizia ambientale, i parchi e le aree protette; le associazioni ambientaliste e di tutela dei consumatori si ispirino a queste linee guida, che devono essere armonizzate con leggi, regolamenti interni e codici deontologici.

L'attenzione e la collaborazione senza riserve e senza competizione tra tutti coloro che operano nella comunicazione ambientale, pubblicitari, giornalisti, responsabili degli uffici stampa o funzionari della PA sono necessarie per assolvere un compito che viene portato avanti nell'interesse comune.

Ogni servizio o struttura deve avvalersi di competenze e professionalità adeguate, da coordinare attraverso la ricomposizione in un unico sistema. Accanto agli Urp e agli Uffici Stampa, previsti dalla legge 150/2000 quali strumenti essenziali per attuare informazione e comunicazione, vi sono ulteriori strutture che possono dare il loro apporto, quali ad esempio i centri visita ed i punti informazione dei parchi nazionali e delle altre aree protette. La comunicazione pubblica in campo ambientale ha conosciuto in questi anni un innegabile sviluppo, anche grazie all'impegno generoso di tanti operatori che attorno a servizi quali l'Urp e gli Uffici stampa hanno costruito esperienze importanti e nuove competenze; tuttavia tale sviluppo non è ancora omogeneo su tutto il territorio nazionale, né può ritenersi complessivamente adeguato.

I media tradizionali e i nuovi media, insieme allo sviluppo delle nuove tecnologie, rendono urgente e possibile informare i cittadini in maniera tempestiva sullo stato dell'ambiente e su eventuali situazioni di crisi. Basti pensare ai tabelloni elettronici, al web, agli sms o al televideo per fornire le ultime rilevazioni dell'inquinamento atmosferico.

Informare ed educare adeguatamente attraverso la comunicazione assolve tre funzioni: presentare l'impegno della Pubblica Amministrazione nei confronti del cittadino, prevenire le problematiche ambientali, assicurare un futuro migliore alla società.

Aprile 2007