

## **RELAZIONE DI FINE STAGE**

ANNO 2007 – Ufficio relazioni con il Pubblico

**dott. ssa Serena Ambriola**

# **“FORMAZIONE E COMPETENZE PER I PROFESSIONISTI DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA”**

Con l'entrata in vigore della legge n. 150/2000 e l'emanazione del Regolamento di attuazione del 21 settembre 2001, n. 422, le pubbliche amministrazioni dispongono di un nuovo indispensabile strumento per sviluppare le loro relazioni con i cittadini, potenziare e armonizzare i flussi di informazioni al loro interno e concorrere ad affermare il diritto dei cittadini ad un'efficace comunicazione.

Inoltre, con la Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002, le pubbliche amministrazioni perseguono le seguenti 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 e pieno coinvolgimento nel processo di cambiamento nelle rinnovate missioni istituzionali delle pubbliche amministrazioni;
- formazione e valorizzazione del personale impegnato nelle attività di informazione e comunicazione;
- ottimizzare, attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di informazione e comunicazione, l'impiego delle risorse finanziarie.

Dunque, attraverso gli Uffici Stampa, i Portavoce e gli URP, le P. A.:

- garantiscono un'informazione trasparente ed esauriente sul loro operato;
- pubblicizzano e consentono l'accesso ai servizi promuovendo nuove relazioni con i cittadini;
- ottimizzano l'efficienza e l'efficacia dei prodotti-servizi attraverso un adeguato sistema di comunicazione interna.

Inoltre, nella creazione dei nuovi profili professionali e delle nuove forme di organizzazione del lavoro pubblico, le amministrazioni pubbliche favoriscono la definizione di adeguati interventi formativi e di aggiornamento che promuovano operatori dell'informazione e comunicazione competenti e motivati.

Per questo, si stabilisce che le attività di informazione (art. 6) devono essere realizzate attraverso:

- l'Ufficio del Portavoce (art. 7), che collabora e coadiuva l'organo di vertice nell'intrattenere rapporti politico-istituzionali con gli organi di informazione. Il portavoce è una figura che deve godere di stima e autorevolezza tali da accreditarlo come fonte primaria per comunicare decisioni assunte o programmi da realizzare e per essere la voce dell'istituzione nel rapporto quotidiano con i media e le varie espressioni della società. Per tutta la durata del relativo incarico egli non può esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche. Inoltre, egli deve essere in grado di interpretare quel bisogno di identità che sempre ci viene sollecitato nelle diverse istituzioni e a cui si risponde, troppo spesso, con meccanismi di identificazione con realtà e sistemi che non appartengono alla nostra storia e alla nostra cultura. Una figura, dunque, indispensabile in un quadro di grandi cambiamenti e di modernizzazione degli apparati quali quelli che sta tentando di prefigurare con tutti i provvedimenti legislativi necessari;
- l'Ufficio Stampa, che cura i collegamenti con gli organi di informazione assicurando trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni. Questo (art. 9), ha il compito di gestire le attività di informazione rivolte ai mezzi di informazione di massa. Gli uffici stampa sono costituiti da personale iscritto all'albo nazionale dei giornalisti; tale dotazione di personale è costituita da dipendenti delle amministrazioni pubbliche, anche in posizione di comando o fuori ruolo, o da personale estraneo alla P.A. in possesso dei titoli individuati dal regolamento di cui

all'art. 5, utilizzato con le modalità di cui all'art. 7, comma 6, D. Lgs. 3 febbraio 1993 n. 29, e successive modificazioni, nei limiti delle risorse disponibili nei bilanci di ciascuna amministrazione per le medesime finalità. L'ufficio stampa è, inoltre, diretto da un coordinatore, che assume la qualifica di Capo Ufficio Stampa, il quale, sulla base delle direttive impartite dall'organo di vertice dell'amministrazione, cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione. I coordinatori e i componenti dell'Ufficio stampa non possono esercitare, per tutta la durata dei relativi incarichi, attività professionali nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche. Eventuali deroghe possono essere previste dalla contrattazione collettiva di cui al comma 5.

Quelle di comunicazione, invece, attraverso:

- l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (art. 8), che nasce per facilitare, migliorare ed estendere l'accesso ai servizi nella varietà delle regole e dei contesti in cui avviene l'incontro tra sfera pubblica e società civile. L'introduzione degli URP avviene con il D. lgs 29/93, quale risposta ad una duplice esigenza: da un lato, dare veste istituzionale alla emergente cultura della trasparenza amministrativa e della qualità dei servizi; dall'altro fornire uno strumento organizzativo adeguato alle esigenze di attuazione delle funzioni di comunicazione istituzionale e contatto con i cittadini. Responsabili di tali uffici sono le due figure professionali, individuate nel gennaio 2003, dall' "Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale", vale a dire il comunicatore pubblico e l'addetto alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico. In particolare, il primo si occupa: dell'elaborazione dei progetti, dei piani di comunicazione e di marketing; del coordinamento delle attività di comunicazione interna ed esterna; dell'indirizzo e coordinamento delle attività di front e back office; della presentazione di progetti di riorganizzazione per il miglioramento delle procedure e processi interni ed esterni; del coordinamento delle procedure relative alle segnalazioni, reclami, proposte e suggerimenti nell'ambito dell'ascolto degli utenti; della garanzia dei diritti di accesso e partecipazione nonché della tutela della riservatezza dei dati (ai sensi delle Leggi 241/90 e 675/96) anche con interventi formativi ed informativi; della predisposizione di indagini sulla qualità percepita dai servizi, anche in collaborazione con le strutture qualità; della

promozione e sviluppo dei progetti e iniziative nel campo dei new media, per il miglioramento dei servizi agli utenti; della promozione e diffusione, nell'ambito dell'ente, della cultura della comunicazione. Il secondo, invece, è colui che presiede il front e il back office nelle strutture di comunicazione, e nello specifico, è responsabile: dei procedimenti per la concreta attuazione dei diritti all'accesso e partecipazione ai sensi della Legge 241/90; della realizzazione e implementazione delle banche dati informative sui servizi, prestazioni ed organizzazione dell'ente; della realizzazione del materiale informativo comunicazionale per la promozione dei servizi e le prestazioni dell'Ente; dell'attività di informazione, consulenza, orientamento e assistenza degli utenti; della rilevazione dei bisogni e delle attese degli utenti; della proposizione di soluzioni per eventuali disfunzioni organizzative e per la programmazione di nuovi servizi.

Inoltre, per soddisfare l'esigenza di raccordo operativo e d'integrazione tra le strutture di informazione e comunicazione, il Dipartimento della Funzione Pubblica ha attivato un'apposita "Struttura di missione", con l'incarico di:

1. integrare le proprie attività di comunicazione ed informazione (Ufficio stampa. Urp, sito web) coordinandole con l'ufficio del Portavoce;
2. supportare le amministrazioni nell'attuazione delle norme per sviluppare e sperimentare azioni e progetti di comunicazione pubblica integrata.

La struttura di missione, nello specifico, ha l'obiettivo di garantire l'attuazione della legge 150/2000, di monitorare l'attivazione di strutture di comunicazione integrata presso le amministrazioni, nonché di fornire consulenza alle amministrazioni anche per l'attività di formazione, limitatamente al settore della comunicazione.

Presso tale struttura operano gruppi di lavoro specializzati sull'applicazione della legge e sull'uso di un linguaggio chiaro e comprensibile da parte delle amministrazioni.

Nella tabella seguente, inoltre, sono riportate, le competenze fondamentali e quelle marginali delle tre figure professionali appena descritte.

	PORTAVOCE	CAPO UFFICIO STAMPA	RESPONSABILE URP
COMPETENZE FONDAMENTALI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• comunicazione verbale e scritta</li> <li>• tatto e diplomazia</li> <li>• riservatezza e discrezione</li> <li>• autocontrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• comunicazione verbale e scritta</li> <li>• ricerca delle informazioni</li> <li>• sintesi</li> <li>• costruzione di reti relazionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• comunicazione verbale e scritta</li> <li>• creazione di clima e valori</li> <li>• capacità di motivarsi e motivare</li> <li>• capacità di rapportarsi con utenze e gruppi sociali differenti</li> </ul>
COMPETENZE MARGINALI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• strumenti di disegno delle procedure</li> <li>• tecniche di monitoraggio della qualità del servizio</li> <li>• tecniche statistiche</li> <li>• tecniche e metodologie di catalogazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tecniche e metodologie di catalogazione</li> <li>• strumenti di disegno delle procedure</li> <li>• tecniche di customer care</li> <li>• tecniche statistiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tecniche di customer care</li> <li>• strumenti di disegno delle procedure</li> <li>• tecniche e metodologie di catalogazione</li> <li>• tecniche statistiche</li> </ul>

Come si vede, il comunicatore pubblico “eccellente” sembra non potersi caratterizzare solamente in base ad un titolo di studio, ad un inquadramento formale, o ad un’anzianità di servizio. Anche le conoscenze tecnico-specialistiche sembrano costituire più una base di riferimento, da possedere personalmente o con il supporto di specialisti, dalle quali partire per acquisire e sviluppare le competenze distintive richieste per ricoprire il ruolo e per dare valore aggiunto alle strutture.

Il comunicatore pubblico deve pertanto risultare una realtà del mondo del lavoro italiano, con un proprio specifico profilo professionale ed un autonomo inquadramento contrattuale e sindacale.

Ed il punto imprescindibile di tale legittimazione, è senza dubbio, una formazione adeguata, senza la quale non è possibile cambiare le cose.

Oggi, si assiste ad un processo di virtualizzazione della comunicazione, che si pone come logica evoluita del sociale perché, se da un lato la comunicazione sembra perdere di concretezza, dall’altro si rende sempre più fruibile ed accessibile a tutti grazie all’azione dei nuovi media che generano un movimento connettivo e globale.

La Legge 150 del 2000 sembra essere stata applicata secondo un pericoloso principio di difformità. Molti ne hanno preso le parti considerate più funzionali al proprio concetto di comunicazione, altri l’hanno forzosamente adeguata alla propria realtà. E’ venuto così

meno non solo il principio giuridico e di equità della pubblica amministrazione ma anche quel processo di definizione e riorganizzazione che la legge si proponeva.

Non a caso le tre figure professionali che la normativa prevede (portavoce, capo ufficio stampa, comunicatore pubblico) rappresentano un tentativo importante per meglio definire aree e competenze.

Infatti, un'applicazione troppo discrezionale della legge 150 rischia di penalizzare proprio gli URP e gli uffici stampa a vantaggio di strutture e professioni spesso assimilate in maniera acritica dal mercato privato.

E' per questo che, se un URP non vuole ridursi ad un banale ufficio informazioni, o peggio, ad un ufficio reclami, deve attivare le proprie funzioni secondo le norme vigenti (D.lgs 29 del 1993 e Legge 150 del 2000); e per farlo occorre che l'intera organizzazione sia ripensata e resa funzionale per confrontarsi con la gente e garantire servizi di qualità.

Per cui il problema non è quanti URP non sono stati ancora realizzati, ma quanta volontà di dialogare alla pari, di conoscere e far conoscere, di ascoltare e interpretare attese e bisogni, le singole amministrazioni esprimono.

L'URP, in sintesi, è una struttura che non può vivere in modo autonomo o avulsa dal contesto politico amministrativo del proprio Ente; al contrario, grazie proprio alle sue caratteristiche di "cerniera" tra i cittadini, i dipendenti e i diversi attori dell'ente, esso risulta la struttura più idonea a sviluppare un sistema di comunicazione integrata, la quale permette di costruire solidi rapporti di fiducia con i cittadini ed una collaborazione costante con gli altri apparati interni.

E' l'URP, dunque, la vera cartina tornasole per verificare chi, nella pubblica amministrazione, parla di cambiare e chi cambia davvero.