ISEA ONLUS
CREATIVITA' IN AZIONE

COMUNICARE CON PASSIONE

COMUNICARE CONPASSIONE

CREATIVITÀ IN AZIONE

ISEA Onlus

ISEA ONLUS – PONTECAGNANO FAIANO

ISEA ONLUS

Informazione e comunicazione sono leve determinanti nei processi di "cambiamento".

Il ruolo della comunicazione è spesso subordinato ad altre necessità e si presta poca attenzione a **creare un terreno fertile** di consapevolezza e condivisione che è fondamentale per facilitare l'adesione ad un progetto e a far crescere il cambiamento.

La comunicazione

(a differenza dell'informazione che è movimento unidirezionale da un soggetto emittente ad uno o più riceventi)

è un cerchio, ci dicono i maestri, che presuppone uno scambio attivo tra mittente e destinatario.

Presuppone l'elaborazione e la interiorizzazione del messaggio, fino alla sua evoluzione in qualcosa di diverso e di comune alle parti.

La comunicazione è il cuore di qualsiasi processo di condivisione: è cruciale quando riguarda gli interventi sul territorio, perché determina un cambiamento reale, impatta sulla quotidianità degli individui.

Sulle tematiche ambientali, informazione e comunicazione hanno una responsabilità che significa **potere e capacità di influire e determinare gli eventi**.

I confini di questa responsabilità sono disegnati dal livello di consapevolezza di chi produce comunicazione e da quello che appartiene a chi la riceve.

Cultura ed educazione ambientale

ISEA ONLUS – PONTECAGNANO FAIANO

Il problema della conservazione della natura è un problema con sfaccettature di tipo tecnico-scientifico ma è fondamentalmente un problema di carattere culturale, in quanto coinvolge appunto la sfera del comportamento.

Stili di vita diversi, più sostenibili, non si improvvisano, sono frutto di scelte maturate attraverso un processo di informazione, di sensibilizzazione e soprattutto di educazione.

C'è bisogno di agire sui modelli culturali di riferimento, sugli approcci di pensiero alla realtà, sui valori, sull'etica per diffondere consapevolezza e stimolare il maggior numero di persone a prendersi cura della propria comunità (e della Terra in generale) e a sviluppare sensibilità, fornire competenze, aiutare ad acquisire disponibilità verso l'ambiente e motivazione per partecipare attivamente, aiutare ad acquisire capacità di valutazione e sviluppare desiderio di partecipazione e senso di responsabilità.

La divisione tra obiettivi ispirati ai valori più elevati e la povertà delle pratiche, delle realizzazioni, delle prese di decisioni concrete è una delle contraddizioni degli interventi per l'ambiente.

Il cambiamento necessario per fare diventare "vissuti" i valori solamente "esibiti" è radicale, perché non si tratta di sostituire un concetto con un altro, di imparare una tecnica o cambiare una legge, ma si tratta di modificare nel profondo la nostra immagine implicita della natura, in altre parole la nostra *cultura ambientale*.



ISEA ONLUS – PONTECAGNANO FAIANO

ISEA ONLUS

Il primo obiettivo è quello di individuare i contenuti necessari ad una strategia di comunicazione efficace in un settore delicato ed importante, nel quale gioca un ruolo cruciale la partecipazione attiva del cittadino-utente alla buona riuscita del servizio.

Il secondo obiettivo è quello di fornire linee ed indirizzi utili per integrare le attività di comunicazione all'interno della progettazione dei servizi al fine di orientare le scelte strategiche ed ottimizzare il rapporto tra costo dei servizi e risultati.

La comunicazione pubblica, soprattutto nei suoi aspetti sociali ed ambientali, è una disciplina relativamente nuova in costante evoluzione ed è alla ricerca di una sua identità teorica.

La considerazione di partenza, che si pone a fondamento di qualunque attività di comunicazione, è costituita dalla presa di coscienza che la comunicazione è necessaria, che non si può non comunicare sia perché dal punto di vista psicologico l'assenza di comunicazione è spesso percepita come l'affermazione della volontà di non comunicare, sia perché la più recente produzione normativa nel garantire l'informazione e la trasparenza nell'azione amministrativa definisce le stesse condizioni di base per il processo di comunicazione tra Ente e cittadini.

In questo senso è importante "saper comunicare" per evitare di confondersi con il "rumore di fondo" della ingente comunicazione che raggiunge quotidianamente il cittadino-consumatore e di vanificare così sforzi a volte ingenti che finiscono per non ottenere alcuna modificazione degli atteggiamenti e dei comportamenti individuali e collettivi.

Ed è proprio il cambiamento degli atteggiamenti un'altra delle considerazioni a fondamento della comunicazione ambientale, e questo perché il suo obiettivo non è la promozione di un bene o di un servizio di mercato ma qualcosa di più complesso come l'intervento mirato ad orientare o modificare atteggiamenti e comportamenti verso l'ambiente stesso, con i suoi coinvolgimenti, bisogni e servizi.

In tal senso diventa determinante pensare alla comunicazione come allo strumento per rendere percettibile l'ambiente, per ridurre le discordanze tra la percezione soggettiva dei rischi ambientali ed il loro valore oggettivo, per mutare nel profondo un comportamento collettivo.

IN QUANTO STRUMENTO, LA COMUNICAZIONE IN AMBITO SOCIALE ED AMBIENTALE DEVE ASSIMILARE ALCUNI CONCETTI CHIAVE COME:

trasparenza, che sottintende sia la necessità di portare a conoscenza il tema nella sua completezza che l'assunzione di responsabilità

IN QUANTO STRUMENTO, LA COMUNICAZIONE IN AMBITO SOCIALE ED AMBIENTALE DEVE ASSIMILARE ALCUNI CONCETTI CHIAVE COME:

ascolto dei cittadini-utenti con riguardo alle loro necessità, preferenze ed aspettative

IN QUANTO STRUMENTO, LA COMUNICAZIONE IN AMBITO SOCIALE ED AMBIENTALE DEVE ASSIMILARE ALCUNI CONCETTI CHIAVE COME:

semplificazione, necessaria per facilitare la comprensione da parte di un pubblico che si presenta quanto mai eterogeneo dal punto di vista sociale e culturale

IN QUANTO STRUMENTO, LA COMUNICAZIONE IN AMBITO SOCIALE ED AMBIENTALE DEVE ASSIMILARE ALCUNI CONCETTI CHIAVE COME:

partecipazione, in quanto è importante l'interazione e la comunicazione tra più soggetti che concorrono, con la propria competenza e la propria responsabilità, alla realizzazione di un obiettivo d'interesse collettivo

La condivisone di obiettivi fa pensare alla comunicazione come ad un rapporto unidirezionale di creazione del sociale, ma in realtà è nella conflittualità ambientale, cioè in quella situazione che pone la tutela dell'ambiente o della salute dei cittadini al centro del confronto sociale, politico e istituzionale, che la comunicazione acquista la sua vera identità.

Queste considerazioni generali conducono a sottolineare come la comunicazione ambientale sia passata da essere una forma di "seduzione" dalle caratteristiche fondamentalmente pubblicitarie ad essere un momento di "informazione" a due vie.

I concetti espressi costituiscono le premesse metodologiche e sono al tempo stesso chiavi per la lettura dell'attività comunicativa corrente e indirizzi utili alla progettazione.

ISEA ONLUS – CREATIVITA' IN AZIONE

COMUNICARE CON PASSIONE

GRAZIE

PER

L'ATTENZIONE