



Ottava
Conferenza
Nazionale
delle Agenzie
Ambientali

Convegno
Internazionale
sull'Ambiente Marino
e Costiero nell'Area
Euro-Mediterranea

Settimana della Cultura Ambientale
Genova 5/9 Luglio 04

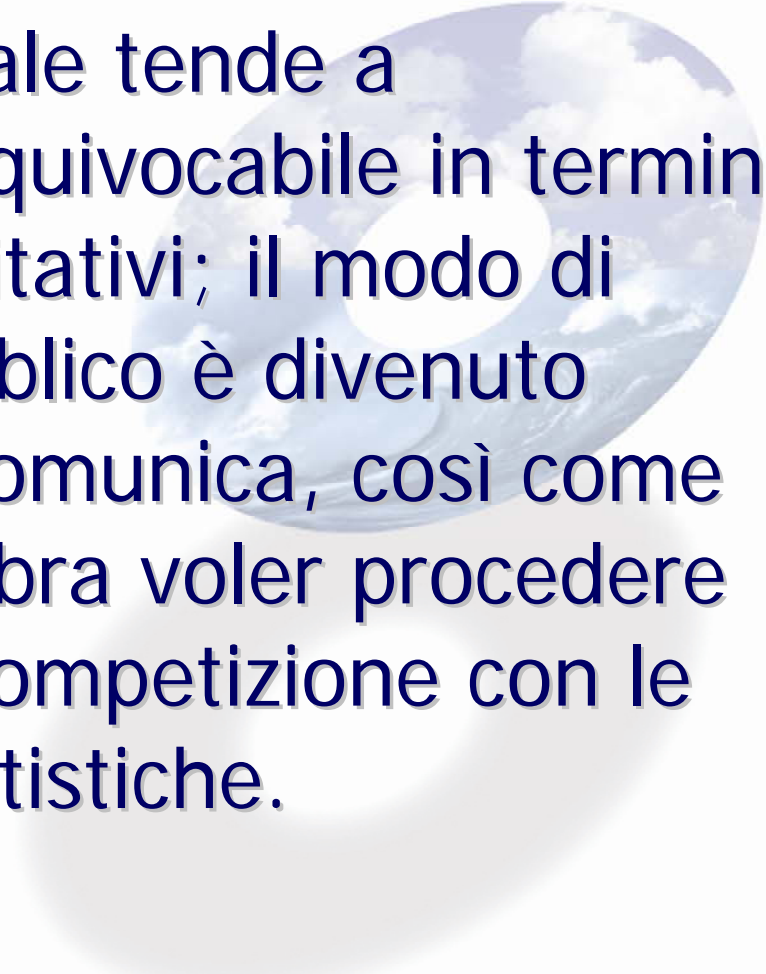
La comunicazione ambientale a sostegno della prevenzione

VIII Conferenza Nazionale delle Agenzie per la
Protezione dell'Ambiente (Genova 5-7/7/2004)

Giorgio Cesari

L'informazione ambientale

L'informazione ambientale tende a progredire in modo inequivocabile in termini sia quantitativi sia qualitativi; il modo di rapportarsi verso il pubblico è divenuto intenso, succinto: chi comunica, così come chi compone testi, sembra voler procedere per "quadri", quasi in competizione con le moderne espressioni artistiche.



La comunicazione ambientale 1

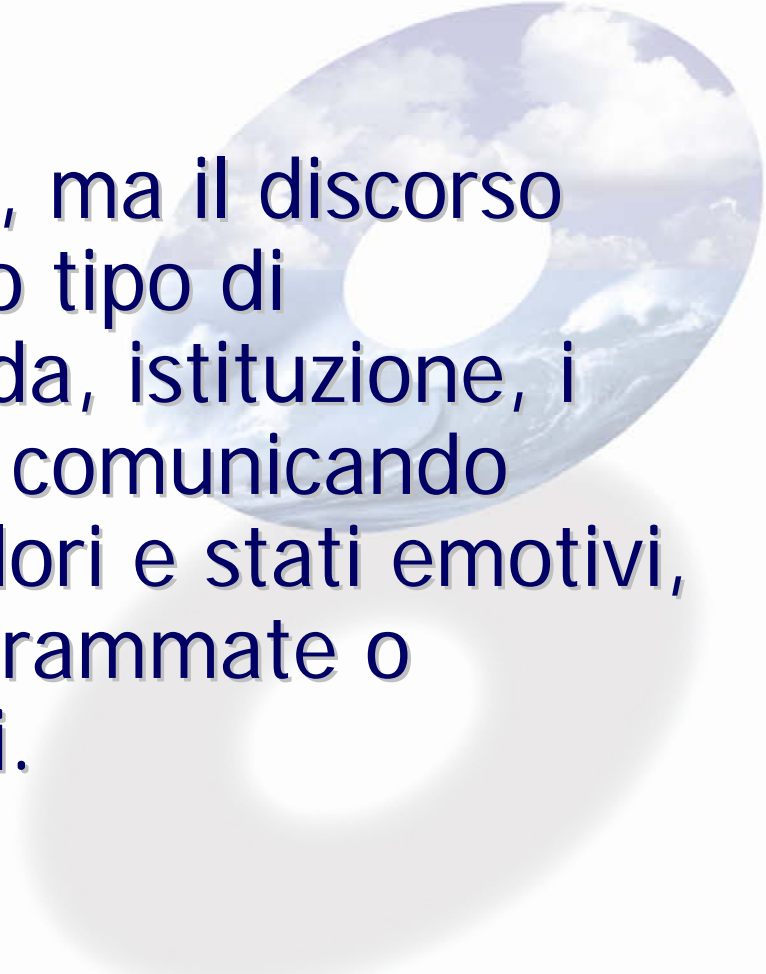
La comunicazione ambientale è diffusa oggi da una sorta di industria culturale che, anche nei soggetti più preparati, privilegia il prodotto comunicativo ad effetto, vendibile nel mercato, competitivo se non conflittuale con altri, soprattutto grazie alla presenza di un pubblico certamente distratto da messaggi facili anche se di minore qualità, ma soprattutto non adeguatamente formato, a cominciare dalla scuola.

La comunicazione ambientale 2

La comunicazione ambientale, e più in generale quella pubblica, deve invece essere alla base di una sana crescita della società e, in particolare, delle nuove generazioni, sapendo però coniugare il dato tecnico con l'espressione più idonea a raggiungere il pubblico, destinatario per eccellenza della informazione, ed i decisori politici, strumento per l'applicazione della sana politica ambientale.

La comunicazione nella moderna società 1

Nella società moderna, ma il discorso vale per qualsiasi altro tipo di organizzazione, azienda, istituzione, i soggetti si esprimono comunicando informazioni, idee, valori e stati emotivi, attraverso azioni programmate o meccanismi spontanei.

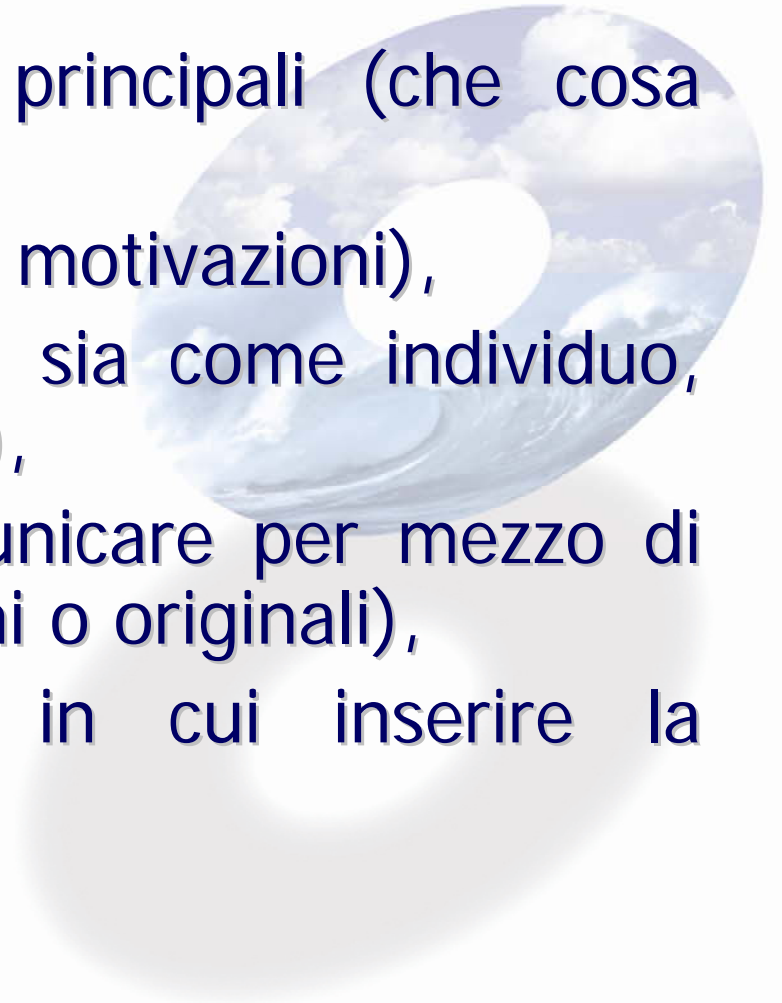


Principali concetti nella comunicazione


- La totalità, poiché il comportamento di ogni individuo è in rapporto con il comportamento di tutti gli altri membri.
- La non-sommatività; l'analisi del pubblico non è la somma dell'analisi degli individui, ma esistono, in altre parole, caratteristiche che sono proprie del sistema.
- L'omeostasi che esprime la tendenza alla stabilità da parte del sistema "pubblico", al pari di ogni altro sistema organico.
- La calibrazione: è la messa a punto, quindi, del sistema (equivale al concetto di regola) che trascina con sé un effetto stabilizzatore.
- Le funzioni a gradino, per un approccio corretto e strategico di comunicazione, graduale ma al tempo stesso completa.

Principi semplici

- Gli elementi costitutivi principali (che cosa comunicare),
- gli obiettivi (le finalità, le motivazioni),
- gli attori (chi comunica, sia come individuo, sia come organizzazione),
- le modalità (come comunicare per mezzo di strumenti e mezzi comuni o originali),
- il piano (lo scenario in cui inserire la comunicazione).



La relazione o l'interazione

- Sia per la comunicazione verso l'esterno come per quella interna, tutte le attività vanno correttamente presidiate al fine di massimizzare il coinvolgimento e l'informazione dei diversi attori.
 - Ad ogni comunicazione corrisponde un messaggio, alla cui comprensione fa seguito un analogo messaggio di risposta od un comportamento conseguente.
- 

Il significato

La comunicazione verbale, incentrata sulla parola e sul linguaggio, si distingue da quella non verbale che fa impiego di molti altri modi di comunicazione, come gli sguardi, la postura del corpo, i cenni del capo, finanche la mimica facciale e la gestualità.

L'uso strategico della comunicazione umana

- La comunicazione è uno scambio di informazioni tra le persone e, facendo riferimento alla Teoria dei Sistemi, è l'insieme delle relazioni che si interpongono e si approfondiscono tra gli individui e tra questi ultimi e il loro ambiente naturale. La comunicazione è lo strumento privilegiato per manifestare e osservare i comportamenti fra i soggetti.
- Ogni sistema relazionale è caratterizzato da continue trasformazioni nei rapporti tra i componenti il sistema medesimo.

La comunicazione umana: un definito procedimento di studio

La sintassi, che fa riferimento alla trasmissione dell'informazione, ovvero ai canali, alla capacità, alla ridondanza ed altre proprietà statistiche del linguaggio, senza considerare l'analisi dei significati insiti nelle singole parti della comunicazione;


la semantica, che analizza il significato dei simboli, trasmessi da un individuo all'altro;

la pragmatica, poiché la comunicazione influenza il comportamento, il quale, a sua volta, è comunicazione. Quindi si prendono in considerazione non solo le parole, ma anche le loro strutture, i loro significati, la mimica del corpo e i diversi segnali di comunicazione.

La funzione pragmatica della comunicazione 1

- E' la capacità di provocare situazioni mediante la pratica comunicativa, sia verbale sia non-verbale
- In un sistema interpersonale (una coppia, una famiglia, un gruppo di lavoro, un ambito sociale), ogni soggetto condiziona gli altri con il proprio comportamento, essendo, a sua volta, suggestionato dal comportamento altrui

La funzione pragmatica della comunicazione 2

- Non essendoci trasferimento di energia nei rapporti umani, bensì comunicazione, l'interesse si concentra nel settore dell'informazione.
 - Diviene importante agire sulla comunicazione, cioè comunicare sulla comunicazione, dando luogo alla metacomunicazione.
- 

Cinque concetti essenziali

L'impossibilità di non comunicare

I livelli comunicativi di contenuto e relazione

La punteggiatura della sequenza di eventi

Comunicazione numerica e analogica

L'interazione complementare e simmetrica

Primo concetto essenziale

L'impossibilità di non comunicare

Non esiste il non-comportamento e non esiste la non-comunicazione. Ognuno assume atteggiamenti che sono portatori di significato per gli altri, con una evidente efficacia di messaggio. L'indifferenza reciproca è uno scambio di comunicazione come può esserlo una discussione animata. Si può parlare di comunicazione intenzionale o non-intenzionale, consapevole o inconsapevole, efficace o inefficace.

Secondo concetto essenziale

I livelli comunicativi di contenuto e relazione

Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto ed uno di relazione, così che il secondo qualifica il primo ed è quindi metacomunicazione. Il contenuto è l'informazione, mentre la relazione è l'istruzione o metainformazione.

Ogni comunicazione non solo trasferisce una informazione, ma permette anche un obbligo tra i comunicanti, stabilendo la natura della relazione.

Terzo concetto essenziale

La punteggiatura della sequenza di eventi

I comunicanti per mezzo della punteggiatura, regolano gli scambi così che risultino disposti entro modelli più o meno convenzionali.

Le eventuali differenze nella punteggiatura possono preludere a distinte visioni della realtà.

I comunicanti devono metacomunicare al fine di essere coinvolti in una visione della realtà che comporti anche discordanti interpretazioni.

Quarto concetto essenziale

Comunicazione numerica e analogica

Ogni comunicazione ha un elemento di contenuto, trasmesso essenzialmente con un modulo digitale, ed uno di relazione, espresso con un modulo analogico. Analogica è la comunicazione per immagini (parte non verbale). La comunicazione verbale pratica il modulo digitale. I conflitti di relazione sono dovuti all'errata interpretazione digitale del messaggio analogico, se questo non osserva particolari rituali.

Quinto concetto essenziale

L'interazione complementare e simmetrica

Le relazioni possono essere suddivise in relazioni costruite sull'uguaglianza (simmetriche) oppure sulla differenza (complementari). Nella relazione complementare un comunicante prede su di sé la posizione one-up (superiore) e l'altro quella one-down (inferiore). La bontà di una relazione non è strettamente collegata alla simmetria (competitività) o alla complementarietà (possibile conflitto).

Il concetto di sistema

In un sistema aperto occorre conoscere anche il suo ambiente, ove i soggetti comunicanti posseggono relazioni orizzontali e verticali con altri soggetti e sistemi. Per il principio di totalità, che non significa sommatività, ogni parte di un sistema aperto è in rapporto con le altre; ogni cambiamento in una parte causa una modifica in tutte le parti e tutto il sistema.

Nella comunicazione si possono confondere gli aspetti di contenuto e di relazione e produrre casi di conflittualità a livello di contenuto o di relazione.

Tre differenti tipi di reazioni

- Conferma. Si deve comunicare per avere consapevolezza delle attività e dei risultati: se la comunicazione fosse uno strumento solo per informare a scopi utilitaristici, verrebbe meno la validità del messaggio.
- Rifiuto: è comunque il riconoscimento del comunicante e del suo messaggio.
- Disconferma: nega l'esistenza del messaggio che non raggiunge il ricevente, non per disaccordo, ma per fraintendimento.

Alcune comunicazioni ambientali

Dichiarazione ambientale (Regolamento EMAS)

Il "reporting" ambientale (Annuario, RSA, ecc)

La comunicazione nel settore delle ispezioni

Integrated Pollution Prevention and Control

Funzione e relazione

- Come il numero non è solamente espressione di grandezze variabili concrete bensì astratte, come è nell'esempio di un numero negativo, così l'informazione non riguarda, come detto, unicamente enunciati ma anche espressioni comportamentali.
- Se la informazione deve e vuole essere esauriente, non può non tradurre compiutamente l'osservabilità del sistema; anche, e soprattutto nel "sistema ambiente".

Conclusioni

La comunicazione per sostenere un'efficace prevenzione non può essere relegata ad una semplice esposizione delle informazioni ma deve essere ben collegata alle relazioni in corso ed alle percezioni del pubblico nel sistema ambientale. Essa non può prescindere dalla considerazione dell'importanza della relazione che si instaura tra i comunicanti: diventa così importante non solo il contenuto ma anche la relazione che si determina.

