

# STRUMENTI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DEL MINISTERO (siti web, call center, URP, ecc.)

## Principi essenziali

**Informare** significa “dare forma”, le informazioni fornite da un soggetto (attivo) ad un altro (passivo) hanno lo scopo di orientare il destinatario nella realtà che lo circonda senza che le stesse influiscano sulla sua attività.

**Comunicare** significa “mettere in comune” notizie, informazioni con l’obiettivo di modificare la visione del mondo dei destinatari e di produrre di conseguenza la modifica del loro comportamento. Nell’informazione c’è un soggetto attivo (la fonte dell’informazione) e uno o più soggetti passivi (i destinatari) e il rapporto è unidirezionale, nella comunicazione tutti i soggetti sono attivi.

## La comunicazione pubblica

L’opera di modernizzazione della pubblica amministrazione finalizzata a realizzare una amministrazione meno costosa, ma anche più vicina ai cittadini, **assegna un ruolo importante alla comunicazione pubblica.**

- La comunicazione pubblica viene generalmente suddivisa in tre settori:
  - **la comunicazione politica:** propria dei partiti e dei movimenti politici è finalizzata all’organizzazione del consenso;
  - **la comunicazione sociale:** coincide con la massa di informazioni di varia provenienza (aziende private, P.A., associazioni no profit) che hanno come obiettivo scopi sociali;
  - **la comunicazione istituzionale:** propria delle P.A. a tutti i livelli (parlamentare, regionale, dell’ente locale, dell’università, delle A.s.l, ecc.), coincide con la comunicazione funzionale e di servizio delle istituzioni e amministrazioni pubbliche.

### **Ai nostri fini la comunicazione politica e quella istituzionale si equivalgono, perciò:**

- ⇒ La **comunicazione pubblica** è l’attività che la Pubblica Amministrazione svolge per informare i cittadini sulla sua attività, sui propri doveri, ma anche sui propri diritti e su tutto quello che può essere utile ad instaurare un buon rapporto tra Amministrazione e cittadino.
- ⇒ La comunicazione pubblica è uno strumento dell’Amministrazione. La P.A. per perseguire l’interesse generale non può più ordinare e/o costringere, ma deve convincere, confidare nella collaborazione dei cittadini convincendoli ad adottare un certo comportamento, quindi **lo scopo della comunicazione pubblica è quello di ottenere quei cambiamenti nel comportamento che l’Amministrazione ritiene necessari per realizzare l’interesse pubblico.**

## Riferimenti normativi

In Italia le innovazioni degli anni ’90 in materia di comunicazione pubblica, hanno visto lo Stato passare dalla cultura del “segreto d’ufficio” alla massima trasparenza.

Oltre ad una serie di leggi e/o regolamenti specifici per le amministrazioni locali, si possono individuare tre tappe fondamentali:

- ⇒ Prima tappa fondamentale è stata la **Legge 7 agosto 1990, n. 241** “*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto d’accesso ai documenti amministrativi*” che sancisce il diritto per un cittadino, che ha un interesse legittimo ad un dato procedimento, di conoscere cosa succede del procedimento stesso. La legge introduce all’articolo 1 tre criteri sostanziali: criteri di **economicità**, di **efficacia** e di **pubblicità**.

La legge 241 sancisce inoltre il principio del buon funzionamento della pubblica amministrazione con l'introduzione nell'ordinamento della **semplificazione dell'azione amministrativa** (da questo consegue che l'efficacia e l'efficienza della P.A. sono proporzionali al rapporto di comunicazione e di interscambio tra P.A. e cittadino).

⇒ Seconda tappa è stato il **Decreto Legislativo 3 febbraio 1993, n. 29** "*Razionalizzazione dell'organizzazione delle amministrazioni pubbliche e revisione della disciplina in materia di pubblico impiego, a norma dell'articolo 2 della legge 23 ottobre 1992, n. 421*" che, oltre ad affrontare la materia del pubblico impiego e l'organizzazione degli uffici pubblici, avvia il processo di privatizzazione del pubblico impiego e la separazione tra politica e Amministrazione, attribuendo ai dirigenti poteri di gestione (prima attribuiti ai Ministri) e alla parte politica poteri di programmazione.

All'articolo 12 sancisce la nascita degli **Urp: Uffici per le relazioni con il pubblico**.

⇒ Terza tappa è la **Legge 7 giugno 2000, n. 150** "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*".

Con la legge 150, la comunicazione nelle pubbliche amministrazioni non solo viene definitivamente legittimata, ma diventa obbligo istituzionale e non più funzione aggiuntiva ed estranea ai processi organizzativi delle singole istituzioni. **La comunicazione diventa quindi un'attività al pari delle altre**, un vero e proprio servizio che, per le sue caratteristiche di trasversalità può influenzare positivamente l'intera organizzazione perché, rendendola pubblica la obbliga a funzionare meglio e a interagire anche al suo interno.

➤ La legge, integrata da un regolamento attuativo (D.P.R. 21 settembre 2001, n. 422, e dalla Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica 7 febbraio 2002) individua i titoli ed i requisiti necessari per le attività di Informazione e Comunicazione ed i relativi percorsi formativi. Definisce:

1. **le aree operative** dell'attività di informazione e comunicazione;
2. **gli scopi dell'attività** di informazione e comunicazione;
3. **le strutture preposte** all'attività di informazione e comunicazione.

## Publicità, Trasparenza, Efficacia, Efficienza

Sono i principi introdotti dalla Legge 241/90 ai quali si deve uniformare l'azione della Pubblica Amministrazione.

**PUBBLICITÀ:** informazione più ampia possibile sull'azione della P.A. ed è vista come strumento per raggiungere una migliore efficacia dell'attività della P.A.

**TRASPARENZA:** al posto del segreto d'ufficio viene introdotto il diritto d'accesso agli atti amministrativi per permettere il controllo da parte della comunità su tutti gli atti della P.A. e quindi garantisce l'efficacia dell'azione amministrativa.

**EFFICACIA:** misura la qualità del risultato e la sua rispondenza alla richiesta, cioè la prestazione ha soddisfatto gli scopi e le esigenze per le quali è stata attuata.

**EFFICIENZA:** misura quantitativamente il rapporto tra i risultati ottenuti e le risorse impiegate per ottenerli (risorse umane, finanziarie, strumentali).

## I prodotti, le forme e gli strumenti di comunicazione

⇒ I **prodotti di comunicazione** per le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni si esplicano, oltre che per mezzo di programmi previsti per la comunicazione istituzionale non pubblicitaria, anche attraverso la **publicità**, le **distribuzioni o vendite promozionali**, le **affissioni**, l'**organizzazione di manifestazioni** e la **partecipazione a rassegne specialistiche, fiere e congressi**.

- ⇒ Le modalità delle **forme di comunicazione pubblicitaria** dovranno essere stabilite con regolamento delle stesse Pubbliche Amministrazioni in attuazione delle norme vigenti in materia.  
( Secondo l'interpretazione data dal Garante per l'informazione e l'editoria, per **pubblicità** si intende “qualsunque avviso o messaggio a pagamento di ampia diffusione, effettuato allo scopo di promuovere e diffondere l'immagine o l'attività di un soggetto utilizzando i mezzi di comunicazione di massa” ).
- ⇒ **La comunicazione delle pubbliche amministrazioni deve soddisfare i requisiti della chiarezza, semplicità e sinteticità** e, nel contempo, garantire completezza e correttezza dell'informazione.
- ⇒ Prendono il nome di **strumenti di comunicazione** tutti i mezzi idonei ad assicurare la necessaria diffusione di messaggi, ed in particolare gli strumenti grafico-editoriali, le strutture informatiche, le funzioni di sportello, le reti civiche, le iniziative di comunicazione integrata ed i sistemi telematici multimediali.

## Piano e programmi di comunicazione

Le amministrazioni statali elaborano annualmente il programma delle iniziative di comunicazione che intendono realizzare nell'anno successivo, sulla base delle indicazioni metodologiche del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Il programma è trasmesso entro il mese di novembre di ogni anno allo stesso Dipartimento.

- ⇒ Le iniziative di comunicazione non previste dal programma possono essere promosse e realizzate soltanto per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso dell'anno e sono tempestivamente comunicate al Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

## Gli scopi dell'attività di informazione e comunicazione istituzionale sono finalizzate a:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative;
- illustrare le attività delle istituzioni ed il loro funzionamento;
- favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- favorire processi interni di semplificazione delle procedure, di modernizzazione degli apparati e la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- promuovere l'immagine delle amministrazioni e dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

## Le aree operative dell'attività di informazione e comunicazione

Le Pubbliche Amministrazioni pongono in essere le attività di Informazione e Comunicazione istituzionale, che tendono a conseguire:

- l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- la comunicazione esterna, rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti;
- la comunicazione interna, realizzata nell'ambito di ciascun ente.

**Pertanto, si stabilisce:**

- ⇒ **un'attività di informazione**, quando le amministrazioni si relazionano con i media;
- ⇒ **un'attività di comunicazione esterna**, quando le amministrazioni relazionano con i cittadini;
- ⇒ **un'attività di comunicazione interna**, quando le amministrazioni relazionano con i dipendenti.

## ➤ **Comunicazione interna e comunicazione esterna**

- ⇒ La **comunicazione interna** cura la circolazione delle informazioni all'interno dello stesso ente o tra enti diversi anche tramite l'informatizzazione della P.A.; ha quindi lo scopo di trasmettere i messaggi nel modo più chiaro e più rapido possibile a tutti gli organi interni. E' condizione indispensabile per realizzare il processo di modernizzazione e di adeguamento delle strutture pubbliche che tenga conto delle esigenze dell'utenza.
  - I mezzi che attualmente vengono usati per raggiungere la comunicazione interna, sono la Posta elettronica e la rete Intranet..
- ⇒ La **comunicazione esterna** si rivolge al cittadino e si occupa di diffondere le informazioni di pubblica utilità, di agevolare l'accesso degli utenti alle istituzioni e ai servizi e di sollecitare la loro partecipazione alle scelte che orientano le politiche pubbliche. Il fine ultimo è quello di diminuire la distanza fra i cittadini e le istituzioni.
- ⇒ La **comunicazione esterna** rivolta ai mass media ha lo scopo di far conoscere come operano le istituzioni e, in particolare, quali risultati queste siano in grado di ottenere

## ➤ **Back-office e Front-office**

- ⇒ **Back-office** è il settore dove vengono eseguite tutte le operazioni di vario genere, non visibili dall'utente, ma essenziali per lo svolgimento del servizio.
- ⇒ **Front-office** è il settore dove si determina il contatto fisico tra l'utente e la Pubblica Amministrazione.

Il legame che unisce le due strutture è di tipo bidirezionale, il back-office fornisce al front-office tutte le informazioni e gli strumenti necessari per rappresentare al meglio l'amministrazione nei rapporti con l'utente, da parte sua il front-office fornisce, attraverso il contatto con l'utenza, informazioni utili allo snellimento delle procedure e al miglioramento dei servizi.

- Le tre regole del front-office
  - lo stesso servizio deve poter essere erogato da ogni punto del territorio
  - l'utente non è obbligato a conoscere l'organizzazione interna dell'amministrazione
  - l'utente deve comunicare le variazioni informative che lo riguardano una sola volta

## **Le strutture preposte all'attività di informazione e comunicazione istituzionale**

- ⇒ Le **ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE** si svolgono attraverso:
  - il **portavoce** (art. 7)
  - l' **Ufficio stampa** (art. 9)
- ⇒ Le **ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE** si attuano attraverso:
  - **l'Ufficio per le relazioni con il pubblico - Urp** (art. 8)
 ⇒ nonché, attraverso analoghe strutture, quali:
  - **gli sportelli per il cittadino**
  - **gli sportelli unici della pubblica amministrazione**
  - **gli sportelli polifunzionali**
  - **gli sportelli per le imprese**
  - **le reti civiche**

## ➤ **Portavoce**

L'organo di vertice dell'amministrazione pubblica può essere coadiuvato da un portavoce, anche esterno all'amministrazione, con compiti di diretta collaborazione ai fini dei rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organismi di informazione. Svolge funzioni di promozione dell'operato degli organi di vertice degli enti (sindaco, ministro...).

## ➤ Ufficio stampa

Le amministrazioni pubbliche possono dotarsi, anche in forma associata, di un ufficio stampa, la cui attività è in via prioritaria indirizzata ai mezzi di informazione di massa, 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.

## ➤ Ufficio per le relazioni con il pubblico ( Urp )

Gli Uffici per le relazioni con il pubblico, previsti dall'art.12 del D.Lgs.29/93, costituiscono uno dei soggetti principali del processo di cambiamento in atto nei rapporti tra amministrazione e cittadino.

**La missione degli Urp** si è evoluta per soddisfare una duplice esigenza:

- in primo luogo, per dare veste istituzionale alla emergente cultura della trasparenza amministrativa e della qualità dei servizi – di cui le leggi 241/90 e 142/90 erano state i primi capisaldi,
- in secondo luogo, per **fornire uno strumento organizzativo** ad una accresciuta sensibilità nel campo della comunicazione istituzionale e del rapporto tra amministrazioni pubbliche e cittadini.

I compiti di informazione, di garanzia di accesso, di ascolto delle esigenze degli utenti e di verifica della loro soddisfazione, di promozione, di innovazione e semplificazione, affidati dal legislatore a questi uffici, sono stati al contempo il completamento di un percorso istituzionale ed un rinnovato impulso a strategie più avanzate nel campo della comunicazione pubblica.

⇒ **Il ruolo strategico degli Urp è stato rafforzato dalla legge 150/2000 che prevede di:**

- **garantire** l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione dei cittadini e delle loro associazioni;
- **agevolare** l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni;
- **promuovere** l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;
- **attuare**, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;
- **garantire** la reciproca informazione fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni.

## Sportelli

Sono strutture attraverso le quali la P.A. viene incontro alle esigenze dei cittadini o delle aziende di avere accesso contemporaneamente ad informazioni di varia origine, offrendo un servizio polifunzionale, con notevole risparmio di tempi e costi per l'utenza.

## Reti civiche

La legge 150 promuove la creazione di sistemi di interconnessione telematica tra le P.A. sullo stesso territorio con il fine di distribuire informazioni e servizi on-line. L'obiettivo delle reti civiche è quello di avvicinare i cittadini all'amministrazione pubblica, enti, associazioni, aziende e cittadini hanno la possibilità di parlare tra loro, di sperimentare forme di collaborazione, di scambiarsi informazioni e servizi.

## Siti WEB

Il sito web è un "servizio" disponibile in rete, che può essere gestito da un privato, da un'azienda o da una pubblica amministrazione, e mette a disposizione un insieme di pagine – file digitali prevalentemente in formato HTML – reperibili a partire da un indirizzo (URL, del tipo: <http://www.beniculturali.it>).

Con l'introduzione delle nuove tecnologie hanno acquistato una grande importanza i siti web delle P.A. che sono diventati strumenti fondamentali sia per la diffusione delle informazioni che per l'accesso ai servizi.

Alcune circolari tecniche definiscono quali devono essere le caratteristiche dei siti:

1. **I siti devono essere usabili**, cioè le informazioni devono essere organizzate e strutturate in maniera da garantire la massima fruibilità.

2. **I siti devono essere accessibili**, cioè devono essere progettati in modo da garantire la loro consultazione anche da parte di individui affetti da disabilità fisiche o sensoriali, o condizionati dall'uso di strumenti con prestazioni limitate (es.: computer di vecchia generazione) o da condizioni ambientali sfavorevoli.
3. **L'informazione deve essere scritta in modo chiaro e con un linguaggio comune.**
4. **Non si deve usare** il colore come veicolo di informazione, vanno evitate le scritte lampeggianti o in movimento e le immagini si devono usare solo se realmente necessarie; tutte le immagini devono essere accompagnate da un breve testo identificativo.
5. **Si devono usare pagine scalabili**, cioè che possano essere ingrandite dall'utente. Tutti i **link** (collegamenti ad altre pagine del sito o ad altri siti) devono essere sempre funzionanti.

## Call Center

E' uno strumento per la gestione del traffico telefonico (il cosiddetto "numero verde") sia in entrata che in uscita, adottato per migliorare l'efficacia del rapporto con l'utente. E' un vero e proprio servizio di gestione dei contatti telefonici con i cittadini, che può prevedere diversi livelli di risposta e di approfondimento.

⇒ Sono servizi largamente diffusi nelle aziende private che si stanno diffondendo anche nella P.A. Si tratta di numeri telefonici ai quali ci si collega telefonicamente per ricevere informazioni o tipologie di servizi.

- **Nei periodi di chiusura dell'URP del Ministero** e nello specifico dalle 18.00 alle 20.00 dal lunedì al venerdì e dalle 9.00 alle 19.00 il sabato e i giorni festivi, è operante il numero verde del **Call Center: 800991199**.

## Intranet

Una Intranet è **una rete interna ad un'azienda**, basata però su tecnologia internet.

⇒ In tal modo è possibile rendere accessibili i dati aziendali ai propri lavoratori (**e solo ad essi**) in una maniera molto semplice ed intuitiva; essi appaiono infatti esattamente come se facessero parte della rete internet.

## Posta elettronica

La posta elettronica (*e-mail* : *electronic mail*) è un mezzo che consente di inviare e ricevere messaggi da un computer collegato ad internet ad un altro computer collegato alla rete. Serve quindi a comunicare per iscritto con gli altri utenti della rete.

- Una recente direttiva (27 novembre 2003, G.U. n. 8 del 12-01-2004) del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, al fine di aumentare l'efficienza e favorire notevoli risparmi di risorse, pone l'obbligo alle pubbliche amministrazioni dell'utilizzo della posta elettronica a tutte le comunicazioni interne di servizio. Di conseguenza, le pubbliche amministrazioni debbono provvedere a dotare tutti i dipendenti di una casella di posta elettronica (anche in assenza di un pc) e ad attivare apposite caselle istituzionali

## Formazione

La formazione professionale degli operatori della Comunicazione pubblica è obbligatoria.

Le relative attività di formazione saranno svolte dalla Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione (SSPA), dalla Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione Locale (SSPAL), dal Centro di Formazione e Studi (FORMEZ), dalla Scuola Superiore dell'Amministrazione dell'Interno, dalla Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze, dalle Università, con particolare riferimento ai Corsi di Laurea in Scienza delle Comunicazione e materie assimilate, nonché da strutture pubbliche e private con finalità formative.

⇒ Il regolamento prevede che la durata complessiva del percorso formativo sia differenziata in funzione del ruolo ricoperto all'interno dell'amministrazione (responsabile / non responsabile) e dell'esperienza di lavoro maturata all'interno del settore.