

# La comunicazione nella pubblica amministrazione

- Comunicare significa interagire, mettere in comune, mettere in relazione.
- La legge 150/2000 individua nell'**Ufficio Relazioni con il Pubblico** uno dei principali strumenti organizzativi attraverso cui le amministrazioni pubbliche possano assolvere ai loro compiti di comunicazione e relazione con il pubblico.
- Tuttavia nella pubblica amministrazione sono rilevanti sia la **comunicazione esterna**, sia la **comunicazione interna**

# Ufficio per le Relazioni con il Pubblico

All'URP sono assegnate funzioni di:

- · Informazione sulle disposizioni normative, su temi di rilevante interesse pubblico e sociale, sulle attività e i servizi della Amministrazione di appartenenza;
- · Comunicazione Esterna;
- · Accesso agli atti;
- · Comunicazione Istituzionale on line, essenzialmente attraverso la promozione dell'adozione di sistemi di interconnessione telematica e il coordinamento delle reti civiche;
- · Ascolto e misurazione della qualità dei servizi;
- · Comunicazione interna
- · Comunicazione interistituzionale, attraverso l'istituzione di flussi informativi tra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni.

# *Comunicazione Esterna*

- E' una connotazione della comunicazione organizzativa
- E' rivolta all'utenza, alle altre amministrazioni o enti, imprese o associazioni
- Si avvale del linguaggio scritto e parlato, così come della comunicazione visiva e di quella mediata da tecnologie.
- Ha lo scopo di
  - far conoscere l'Amministrazione, i servizi e i progetti dell'ente;
  - facilitare l'accesso ai servizi e agli atti dell'Amministrazione;
  - conoscere e rilevare i bisogni dell'utenza;
  - migliorare l'efficacia e l'efficienza dei servizi;
  - favorire i processi di sviluppo sociale, economico e culturale;
  - accelerare la modernizzazione di apparati e servizi;
  - svolgere azioni di sensibilizzazione e policy making

# *Comunicazione interna*

- E' un processo complesso di comunicazione, utilizzata per la diffusione di informazioni, comunicati, dati, compiti all'interno di un'organizzazione (pubblico interno)
- Per essere efficace, la rete di comunicazione interna deve essere pianificata con un coordinamento delle funzioni della comunicazione.
- Rafforza il senso di appartenenza e partecipazione all'ente utilizzandolo nella diffusione e promozione di quegli aspetti che riguardano direttamente la *vision* dell'ente
- I flussi delle informazioni avvengono con diverse modalità:
  - *top-down* (dall'alto verso il basso)
  - *Bottom-up* (dalla base agli altri livelli)
  - *a rete* (informazione diffusa per centri nevralgici)

# Comunicazione scritta

- Una notizia va costruita avendo presente le cinque seguenti domande: Chi?, Che cosa?, Dove?, Quando?, Perché?

.....

- *Nel lavoro di semplificazione - scrive Annamaria Testa - entrano in campo tutte le vostre migliori competenze: quelle linguistiche, ma anche, per esempio, la vostra capacità di strutturare e organizzare per gerarchie, e la creatività che vi permette di individuare alternative. C'entrano, e molto, anche le vostre emozioni: semplificare non è solo un fatto di talento, ma anche una questione di gentilezza e di empatia. C'entra la vostra capacità di osservare il testo con gli occhi di un altro, che non necessariamente conosce la lingua o l'argomento quanto voi ma che, se gli offrite gli strumenti adeguati, è in grado di comprendere proprio come voi.*

# *La comunicazione pubblica e la valorizzazione delle risorse*

- La comunicazione pubblica è la “comunicazione istituzionale” che serve al soggetto pubblico per l’esercizio della sua attività, sia normativa che di governo
- Negli uffici pubblici, dove gran parte dell’attività viene svolta a livello di front-office, sono gli operatori (gli “impiegati”) che danno quotidianamente l’immagine dell’ente attraverso il modo in cui entrano in rapporto con il pubblico, interpretandone le esigenze e soddisfacendone le richieste
- La comunicazione interna, pertanto, gioca un ruolo fondamentale nei processi di cambiamento in quanto:
  - a) rafforza il sentimento di appartenenza, il processo di identificazione con l’ente, la motivazione e favorisce quindi la cultura aziendale;
  - b) attiva e sostiene processi di apprendimento organizzativo, lo sviluppo delle professionalità individuali e collettive;
  - c) migliora le capacità relazionali dei membri dell’organizzazione e gli atteggiamenti attraverso i quali si manifesta l’azione dell’ente (orientamento al cliente).

# *La comunicazione interpersonale*

Esistono diverse forme di comunicazione:

- a) La **comunicazione verbale**: linguaggio fatto di simboli verbali, con parole e frasi semplici basate sulla doppia articolazione.
- b) La **comunicazione non verbale**: linguaggio che si manifesta attraverso i segnali del corpo che comunicano le emozioni, i sentimenti e gli stati d'animo; altre forme sono la danza, la musica e le arti più propriamente rappresentative e imitative. Una forma particolare è invece costituito da 3 linguaggi formali sviluppati dall'uomo: la logica, la matematica e la statistica.
- c) La **comunicazione mediata**: comunicazione che avviene tramite un medium. Essa può essere condotta da rappresentanti dei soggetti individuali più o meno formalmente nominati o eletti (es: avvocati o diplomatici), o può avvenire tramite i mass media.

# *La comunicazione organizzativa*

Possiamo distinguere **4 livelli di comunicazione organizzativa**:

- 1. *La comunicazione funzionale*, tratta le informazioni di tipo operativo per i processi produttivi e decisionali interni ( le istruzioni che i capi forniscono ai loro collaboratori; le informazioni che si scambiano persone che lavorano in settori diversi ma interdipendenti. Gli strumenti sono: colloqui, riunioni, lettere, circolari, bacheche, manuali, ecc)...
- 2. *La comunicazione strategica*, riguarda le informazioni necessarie a far conoscere l'impresa nel suo complesso, (la missione aziendale, le strategie, e le attività principali svolte dall'organizzazione. Gli strumenti utilizzati sono: riviste aziendali, brochure,..)
- 3. *La comunicazione formativa*, riguarda l'attività formativa vera e propria su temi comunicazionali;
- 4. *La comunicazione creativa*, è quella che si attua al fine di realizzare occasioni di scambio e di dialogo sia verticale che orizzontale,all'interno della struttura organizzativa;

# *Un nuovo stile di leadership*

- Le caratteristiche di un *empowering* leader attento agli aspetti motivazionali, è identificabile con uno stile partecipativo, una sorta di allenatore (coach) il cui profilo è dato dalle seguenti capacità:
  - la capacità di saper influenzare positivamente i propri collaboratori,
  - instaurando relazioni collaborative e non conflittuali;
  - la capacità di saper motivarli per il raggiungimento di determinati obiettivi;
  - la capacità di saper comunicare all'interno e all'esterno dell'organizzazione;
  - la capacità di saper diffondere a tutti i livelli dell'organizzazione una "visione strategica" del cambiamento;