



Reggio Emilia, 18/01/2021

Al Sindaco di Reggio Emilia;
Alla Giunta Comunale;
Al Presidente del Consiglio Comunale;
Al Consiglio Comunale

Mozione: Adesione al “Manifesto della comunicazione non ostile”

Premesso che:

Negli ultimi anni si è registrato un importante incremento del numero di persone che ricorrono alla Rete Internet per accedere all'informazione, grazie ai siti web e ai profili *social network* delle testate giornalistiche stampate;

già all'inizio del 2018, Agcom rileva che il 55% degli italiani usa *social network* (o *social media*) e motori di ricerca per informarsi;

come i media tradizionali, anche i *social network* acquisiscono grande rilevanza sociale in quanto sono in grado di influire su aspetti fondamentali della vita delle persone e contribuiscono a condizionarne le opinioni e le scelte;

oltre a questo, hanno una funzionalità precisa: permettere di interagire con qualsiasi persona in qualsiasi parte del mondo, in ogni momento e luogo;

una rilevazione di maggio 2020 di “Blogmeter”, azienda di analisi dati e consulente in ambito di *social network*, riporta che i *social media* più utilizzati dalla popolazione italiana sono Facebook, Youtube, Instagram e Twitter.

una ricerca del 2019 di digitali.it, rileva che il 92% della popolazione italiana ha accesso alla Rete Internet e il 59% della popolazione italiana risulta attiva sui *social network* (circa 35 milioni di persone).

Questi dati permettono di affermare che la comunicazione virtuale stia acquisendo sempre più spazio nelle relazioni sociali e nella vita personale, dunque la medesima importanza della comunicazione cosiddetta reale;

Ciò detto:

Si può riscontrare come molti comuni italiani si siano adeguati a queste nuove tendenze. L'apertura di profili istituzionali comunali sui *social network* dimostra l'attenzione degli enti locali alla comunicazione verso i cittadini, attraverso la Rete Internet, della propria attività amministrativa;

il Comune di Reggio Emilia dispone di profili istituzionali sui *social media* più diffusi, è infatti presente su Facebook, Instagram, Twitter, YouTube.

Oltre a quello principale del Comune, vi sono i profili degli enti strumentali e alcuni dedicati a precisi progetti amministrativi in cui è possibile trovare informazioni specifiche;

i principali profili *social* del nostro Comune veicolano informazioni utili ai cittadini, espongono l'attività amministrativa ed evidenziano i principali progetti del Municipio; oltre a questo, gli uffici preposti si impegnano a rispondere ai quesiti che emergono dai cittadini rispetto ai contenuti informativi veicolati, fornendo anche ulteriori indicazioni utili per l'accesso ai servizi comunali e non, creando una vera e propria interazione dialogica.

Considerato che:

I *social media* sopracitati permettono svariate modalità di interazione tra gli utenti utilizzatori.

Tale interazione è facilitata dalla possibilità di scambiarsi commenti, link e materiali multimediali in tempo reale e potenzialmente all'infinito;

tale forma di comunicazione crea una sorta di "piazza virtuale" (o rete di persone, un *network*) un luogo di incontro, in cui ogni utente ha la facoltà di esprimere le proprie idee, confrontarsi con altre persone e conoscerne nuove.

Rilevato che:

Se da una parte i *social network* hanno favorito occasioni di discussione, possibilità di approfondimento, arricchimento e confronto costruttivo, dall'altra parte si è assistito all'aumento della comunicazione politica e relativi contenuti su queste piattaforme.

Rispetto alla comunicazione politica, si evidenzia il proliferarsi, spesso incontrollato, di contenuti veicolanti odio, calunnie e mistificazione della realtà, allo scopo di denigrare gli avversari politici, o categorie specifiche di persone.

È emerso in modo consistente il fenomeno delle *fake news*, notizie false o ingannevoli, ricostruzioni distorte della realtà, elaborate allo scopo di creare disinformazione. Nel 2017 il dizionario Collins indica "*fake news*" come l'espressione dell'anno, in seguito alla larghissima diffusione del fenomeno sui *social network*, esploso con le presidenziali americane dell'anno prima.

Queste notizie false risultano convincenti perché adatte a soddisfare esigenze psicologiche degli interlocutori, in quanto confermate di pregiudizi, o apparentemente appropriate all'interpretazione di avvenimenti.

Ciò ha favorito l'insorgere nel *web* dello "*hate speech*" - in italiano parole d'odio, incitamento all'odio - che indica un particolare tipo di comunicazione che ha la funzione di esprimere odio e intolleranza e incitare al pregiudizio e alla paura verso una persona o un gruppo di persone, accomunate da etnia, orientamento sessuale, politico o religioso. Si tratta di un linguaggio utilizzato che non permette di raggiungere una conclusione costruttiva di un discorso, ma solo un tumulto di insulti non utili al ritrovamento di un'interazione ideologica funzionale;

un report di Avaaz di maggio 2020 riporta come le *fake news* sul Coronavirus siano state circa quattro volte più condivise delle informazioni e contenuti scientifici diffusi da soggetti istituzionali come l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) o l'Istituto Superiore di Sanità.

Data la presenza rilevante delle *fake news* sui *social media* e la funzione di canale informativo che queste piattaforme rivestono, si può affermare che le notizie false contribuiscono, seppur in parte, alla formazione delle opinioni delle persone.

Ritenuto che:

La comunicazione che si contraddistingue per l'utilizzo di parole di odio, di discriminazione e di falsità abilmente mascherate, non crea i presupposti della vivibilità e coesione sociale tra le persone all'interno della società;

l'utilizzo di termini discriminatori e parole d'odio impedisce una comunicazione costruttiva e pacifica tra individui con opinioni differenti, creando un ambiente ostile in cui risulta disagevole esprimere una nuova e diversa posizione rispetto a quelle degli altri utenti;

in assenza di una regolamentazione specifica da parte dei gestori dei principali *social media*, a titolo d'esempio Facebook, per le azioni degli utenti propaganti odio e in assenza di una legislazione nazionale che regoli l'opportuno utilizzo dei *social network*, risulta urgente affrontare tale situazione, anche a livello locale;

Si evidenzia che:

L'associazione no-profit Parole O_Stili colloca la propria attività nel campo della comunicazione in Rete con l'obiettivo di responsabilizzare ed educare gli utenti di Internet a scegliere forme di comunicazione non ostili, ma costruttive.

A tal fine l'associazione Parole O_Stili ha predisposto il "Manifesto della comunicazione non ostile", un decalogo di principi utile all'adozione pragmatica di toni, stile e linguaggio improntati al confronto civile tra posizioni e contenuti divergenti, favorendo l'instaurazione di un dialogo "non ostile", primo vero presupposto per la partecipazione civica e orientato al bene comune.

Nella consapevolezza che l'ostilità in Rete ha conseguenze concrete, gravi e permanenti nella vita delle persone, Parole O_Stili promuove momenti di formazione con le scuole, le università, le imprese, le associazioni e le Istituzioni, al fine di diffondere le pratiche virtuose della comunicazione *online*.

Ritenuto pertanto:

Necessario adottare forme di contrasto e prevenzione della diffusione di *fake news*, dell'incitamento all'odio, dell'intolleranza che danneggiano il tessuto sociale e comunitario, anche reggiano;

necessario costruire una cultura del rispetto e il corretto uso della comunicazione volto alla convivenza pacifica reciproca, attraverso la promozione dell'ascolto, la mediazione, generando di conseguenza integrazione sociale, in modo non violento;

necessario agire per il miglioramento della comunicazione verbale e di quella in Rete, quindi nei contesti di vita quotidiana, tenendo in considerazione che chi scrive online è una persona reale e le sue azioni in Internet hanno conseguenze reali;

doveroso dotarsi di linee guida per una buona comunicazione e diffonderle.

Tanto esposto, il Consiglio Comunale

Per le motivazioni sopra riportate, aderisce al “Manifesto della comunicazione non ostile” allegato al presente atto.

Contestualmente, impegna il Sindaco e la Giunta a prevedere la diffusione dei suddetti contenuti attraverso progetti educativi e di sensibilizzazione rivolti alla cittadinanza, sia agli adulti che ai più giovani, anche ricorrendo all’esperienza maturata dal gruppo degli studenti del Laboratorio Avanzato di Cittadinanza Attiva.

Inoltre, si invita a prevedere, nei prossimi momenti di formazione per il personale del Comune direttamente coinvolto nella comunicazione all’esterno dell’Ente, un aggiornamento sui contenuti del Manifesto redatto per la Pubblica Amministrazione.

I consiglieri comunali:

Riccardo Ghidoni (PD)
Gianluca Cantergiani (PD)
Claudia Aguzzoli (PD)
Matteo Braghiroli (PD)
Fabiana Montanari (PD)
Christian Vergalli (PD)
Paolo Burani (Immagina Reggio)
Palmina Perri (Reggio È)
Marwa Mahmoud (PD)
Davide Corradi (PD)
Giuliano Ferrari (PD)
Cinzia Ruozi (PD)
Paola Ferretti (PD)
Lucia Piacentini (PD)
Giacomo Benassi (+Europa)
Paolo Genta (PD)

Il Manifesto

della comunicazione non ostile

- 1. Virtuale è reale**
Dico e scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.
- 2. Si è ciò che si comunica**
Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.
- 3. Le parole danno forma al pensiero**
Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.
- 4. Prima di parlare bisogna ascoltare**
Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.
- 5. Le parole sono un ponte**
Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.
- 6. Le parole hanno conseguenze**
So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.
- 7. Condividere è una responsabilità**
Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.
- 8. Le idee si possono discutere.
Le persone si devono rispettare**
Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.
- 9. Gli insulti non sono argomenti**
Non accetto insulti e aggressività, nemmeno a favore della mia tesi.
- 10. Anche il silenzio comunica**
Quando la scelta migliore è tacere, taccio.