



FORUM ROTARY - ROTARACT

La Comunicazione: good news e fake news

Sabato 10 marzo 2018

Bologna – Fondazione Golinelli

*La (dis)informazione in ambito economico:
tra divulgazione e volgarizzazione. E il Rotary?*

Vincenzo Zarone

Rotary Club Cascina

vincenzo.zarone@unipi.it

Dipartimento di Economia e Management - Università di Pisa



Dal dato all'informazione: i processi di diffusione

E le fake news?

DATO GREZZO → *informazione*

Connotato tecnico ineludibile

Diffusione
dell'informazione

Trasmissione e preservazione
del connotato tecnico

Semplificazione per la
DIVULGAZIONE

BANALIZZAZIONE /
VOLGARIZZAZIONE

TRECCANI

divulgazione

Vocabolario on line

Crea un ebook con questa voce | Scaricalo ora (0)

Condividi    

divulgazione s. f. [dal lat. tardo *divulgatio* -onis]. – L'azione, il fatto di divulgare, d'essere divulgato: *d. di notizie false o tendenziose*, reato punito dalla legge; *d. di segreti d'ufficio, di notizie o informazioni riservate*. In partic., diffusione di teorie o dottrine scientifiche, filosofiche, politiche, economiche, ecc., attraverso esposizioni piane e compendiose, senza tecnicismi, e insieme sufficientemente sistematiche, sia come fine a sé stessa, sia con lo scopo di interessare un sempre più largo strato sociale alle nuove scoperte, al progresso del pensiero e della scienza e di contribuire all'elevazione politico-culturale delle masse: *fare opera di d.; libri di d. scientifica* (talora con leggero senso spreg.: *è un'opera di d.*, volendo significare che ha scarsa originalità e scarso valore scientifico).

volgarizzazione

Vocabolario on line

Crea un ebook con questa voce | Scaricalo ora (0)

Condividi    

volgarizzazione s. f. [der. di *volgarizzare*]. – Il fatto di volgarizzare o di esser volgarizzato, soprattutto nel sign. di divulgare, diffondere tra larghi strati di persone: *una buona o una pessima v. di una scienza, di un principio ideologico*. Con sign. concreto, opera tradotta in volgare (in questo senso più com. *volgarizzamento*).

banalizzazione

Vocabolario on line

Crea un ebook con questa voce | Scaricalo ora (0)

Condividi    

banalizzazione s. f. [der. di *banalizzare*]. – Il banalizzare, il banalizzarsi: *b. di un'espressione poetica*; anche nella partic. accezione tecnica del verbo: *b. di una linea ferroviaria a doppio binario*.

La propagazione delle informazioni: attori, oggetto, finalità

DATO GREZZO → *informazione*

Connotato tecnico ineludibile

Incroci pericolosi:

«Finta» comunicazione
istituzionale, in realtà pubblicità
diffusa da azienda (ingannevole!)

E le fake news?

Che tipo di
dato/informazione?

Dati «macro»,
sul sistema economico

Dati «meso»
(settore, aggregati)

Dati «micro»
(azienda, organizzazione)

A chi si rivolge?

«Addetti ai lavori»

Pubblico indistinto

Da chi è prodotta?

Dato istituzionale,
da fonti «ufficiali»

Dato prodotto da azienda
(o gruppi di aziende)

A quale scopo?

informare

volontario/obbligatorio

promuovere

*La dichiarazione forte:
«La corruzione in Italia costa
ogni anno 60 miliardi di euro»*



Il dato di
partenza

*World Bank (Kauffmann,
2004): stima **tangenti**
pagate ogni anno nel
mondo; **1000 miliardi** di
dollari americani,
circa il 3%
dell'economia mondiale
(alta variabilità tra i diversi
Paesi)*

*«il costo della corruzione in Italia ammonta a
60 miliardi di euro»*

*Dipartimento della Funzione Pubblica
(attraverso il S.AeT), Rapporto al Parlamento (2009):
applica la percentuale della World Bank*

*La Corte dei Conti italiana
(2012) riprende e cita la stima*

*Corte dei Conti, Sezioni Riunite,
Cerimonia di Inaugurazione dell'Anno
Giudiziario 2012, Relazione Scritta Del
Procuratore Generale, febbraio 2012*

E le fake news?

*«the Italian Court of Audit pointed out that the total direct costs of corruption amount to EUR 60 billion each year
(equivalent to approximately 4% of GDP)».*

Commissione Europea, relazione sulla lotta alla corruzione del 2014

La propagazione del messaggio di fondo

E le fake news?

*Il messaggio di fondo:
«c'è la crisi»*

La crisi delle banche italiane.

- Stress test BCE
- crediti in sofferenza VS crediti incagliati

La crisi economica del 2008 (...)

*Subprime, Lehman brothers,
finanziarizzazione economia, spread*

«Ma chi paga la crisi?»

Bail in – bail out

L'azienda: comunica, informa, promuove



Forme di comunicazione «tipica»:

- Dati *economici, finanziari, patrimoniali* (intelleggibilità)
- Informazioni di *governance*
- Informazioni *obbligatorie – volontarie*
- Settori regolamentati, mercati borsistici, argomenti di pubblico interesse: corruzione, sostenibilità ambientale

l'azienda comunica se stessa (anche) attraverso il marchio

*Banalizzazione/ volgarizzazione del marchio
Scottex, Moka, Cellofan, Scotch, post-it...*

È un problema di ®!

*Problema paradossale:
diffusione ampia, perdita
capacità distintiva*

Comunicazione per il mercato (marketing)

Esempio:
Rischio GREENWASHING

E le fake news?



Nell'arena competitiva: La pubblicità comparativa



*You choose things that
change your life, choose well*

(PEPSI AD, 2004)



«È il mercato, bellezza» (semicit.)

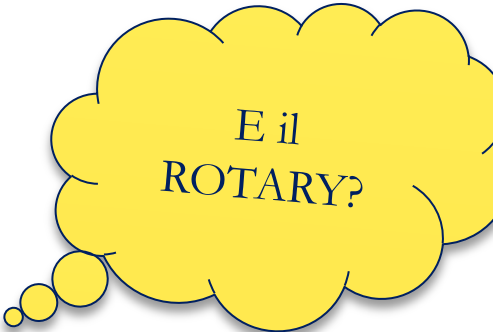


Contro la disinformazione

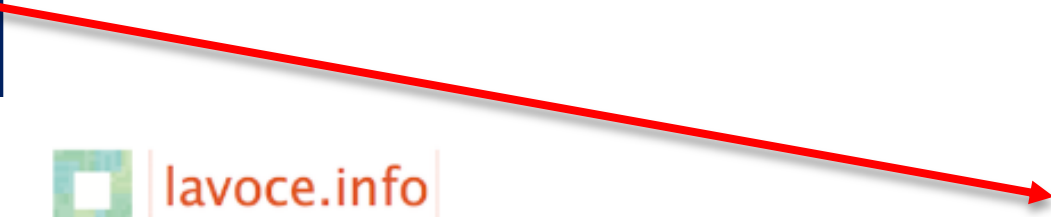


Iper-
tecnico!

Selezione delle fonti, verifica di fatti e informazioni:
portali istituzionali, «filtri», «indici»



Back to the basics:
«è questione di
credibilità»



COME FACCIAMO IL FACT-CHECKING



IAS Integral Ad Science | Brand Safe | Viewability | Ad Fraud Certificate | Fake news free | Impatto ADV

La diffusione di informazioni imprecise o inventate di sana pianta tra l'opinione pubblica è diventata così potente da influenzare in modo determinante il dibattito economico e politico. Per questo abbiamo deciso di dotarci di una rubrica permanente di controllo delle dichiarazioni. Nel *fact-checking* de lavoce.info ci proponiamo di valutare l'accuratezza delle dichiarazioni di personaggi pubblici e organizzazioni influenti nel dibattito pubblico nazionale.



Anzitutto, il Rotary «è»



Governance rotariana multilivello

- Rotary International (consiglio centrale, consiglio di legislazione), Fondazione Rotary
 - Distretto
 - Club
 - I soci rotariani
- 1,2 milioni di persone – 35mila club*

Persone, portatori di «sapere organizzato»

Il sistema di valori rotariani

complessità

Complessità strutturale e articolato sistema di valori rotariani: il ruolo della leadership

→ Leadership è uno dei *valori fondamentali* del piano strategico

→ Leadership per la *gestione della complessità*



Il Rotary «fa».

Conoscenza, competenza e «informazione»

Il contributo a diffondere conoscenza,
presupposto per «l'informazione corretta»

L'individuo:
il rotariano che agisce
in modo pro-attivo

Attitudini, capacità,
relazioni

*La competenza in
ambito rotariano.
Al servizio (anche)
dell'informazione*

- Attività di **service** e diffusione di messaggi rotariani
- Le riunioni **conviviali**: formazione attraverso l'**interazione** con gli altri
- Condivisione di informazioni: **per derivazione** dai campi di attività professionale

Il contesto in cui si sviluppa
l'azione rotariana,
in evoluzione

Opportunità, vincoli e resistenze

Il Rotary (il rotariano), COME FA?



Competenza:

attributo individuale, con valenza inter-personale

Competenza rotariana, come *facoltà* di

- Coordinare **reti** di attori molteplici e differenziati
- Condividere **domini di corresponsabilità**

Rischio



presidio egoista e
autoreferenziale della
conoscenza

VERSUS

Opportunità:

Conoscenza al servizio degli altri

Rotary International

ROTARY INTERNATIONAL IS A WORLDWIDE NETWORK OF INSPIRED INDIVIDUALS WHO TRANSLATE THEIR PASSIONS INTO RELEVANT SOCIAL CAUSES TO CHANGE LIVES IN COMMUNITIES. EST. 1905



La leadership rotariana, l'informazione e il cambiamento



La **competenza** come presupposto, la **leadership** come valore guida, il **cambiamento** come finalità:

Nuove (o vecchie?) sfide:
il Rotary informa

la ricchezza della tradizione, il coraggio di sperimentare

Leading the change:

Passo dopo passo,
ciascun rotariano,
ogni giorno



Rotary 
"Service Above Self"

