

di Eva Rigonat
Fnovi

A chiunque voglia comunicare si pongono diversi ordini di problemi strettamente correlati tra loro; come comunicare, a chi rivolgere la comunicazione e come farlo.

In questi anni lo sforzo comunicativo della Federazione per colmare il vuoto di conoscenze della professione e di percezione della società in merito alla mission del sistema ordinistico è stato enorme. Ad essere colmato non è stato solo un vuoto di rappresentanza che vede invece oggi una Federazione presente in tutte le strutture, istituzioni, enti ed organismi in cui si parla o si decide delle sorti della professione, ma anche una povertà di mezzi. Adesso la Federazione si qualifica quale utilizzatore di quasi tutti i mezzi della comunicazione disponibili anche se con evidenza, permanenza, continuità diverse. Oggi i veterinari comunicano grazie ad una rivista su carta ed una informatica, ad un supporto web arricchito da una community, alle app per la telefonia, a sezioni dedicate agli audiovisivi, ad interventi in TV e alla radio.

Il primo strumento della comunicazione è la sua progettazione. Fino ad ora la comunicazione è stata rivolta spesso, in via predominante, verso l'interno di una professione che doveva crescere in consapevolezza, mentre la comunicazione verso l'esterno è stata prioritariamente impostata sulla rivendicazione per un ruolo usurpato ancor prima che di informazione sul nostro ruolo. Diventa ora necessario ridurre gli spazi di rivendicazione a favore del progetto di informare i cittadini dei valori e delle conoscenze

della nostra professione.

In questa direzione, deve essere difeso il diritto dei cittadini, costituzionalmente tutelato, di potersi rivolgere ad una professione "degnata e capace", organizzata in un sistema ordinistico che non lavora né per gli iscritti (non è un sindacato), né per sé (non è una corporazione), ma per il Paese.

L'obiettivo della comunicazione non deve essere confuso con il suo mezzo ossia con il 'come' comunicare.

Sono impegni degli ordini promuovere ed assicurare l'indipendenza,

l'autonomia e la responsabilità dell'esercizio professionale, la qualità tecnico-professionale, la valorizzazione della funzione sociale, la salvaguardia dei principi etici indicati nel codice deontologico, l'intervenire nella programmazione dei fabbisogni di professionisti, nelle attività formative, all'esame di abilitazione all'esercizio professionale, il concorrere con le istituzioni alla promozione, organizzazione e valutazione delle attività formative e dei processi di aggiornamento, il gestire la vita ordinistica relativamente alla funzione disciplinare, o a quella amministrativa, ecc. Questi i mezzi e gli impegni utilizzati dagli ordini per perseguire l'obiettivo di rappresentare, come organismo di garanzia, il diritto dei cittadini a potersi rivolgere ad una professione di qualità. Questi i temi da comunicare ai cittadini, ma l'obiettivo è un altro.

La professione è stata investita negli ultimi 30 anni di un ruolo fondamentale nella tutela della salute pubblica intesa quale tutela dalle zoonosi e sicurezza alimentare. Il futuro non sembra smentire questo iter laddove allarga le competenze del veterinario anche verso le tematiche ambientali per arrivare al concetto di *One Health* tra medicina umana e veterinaria a tutela della società. Questo ruolo è per lo più sconosciuto al grande pubblico.

La Fnovi, anche mediante gli Ordini provinciali, è partner del Ministero della Salute, di associazioni culturali e professionali nella progettazione e divulgazione di campagne di informazione ed educazione dei proprietari di animali, del possesso responsabile e delle buone pratiche veterinarie, dell'uso responsabile dei farmaci. La



NUOVO STRUMENTO FNOVI

COME COMUNICARE AI CONSUMATORI

L'obiettivo è far conoscere il ruolo veterinario nei temi di tutela della salute e della sicurezza alimentare.

partnership con “associazioni culturali” è dunque una *mission* di Fnovi. Nasce su questi presupposti il progetto di comunicazione della Federazione verso i consumatori per il tramite delle loro associazioni.

Il link con tali associazioni è evidentemente utile in sé, ma si pone anche come tramite ideale, dato l'indice di ascolto e partecipazione quale moltiplicatore dei valori della professione nei confronti di un pubblico allargato difficile da raggiungere direttamente.

Le associazioni dei consumatori vengono dunque individuate come target nei confronti del quale sviluppare un'azione finalizzata alla diffusione della referenzialità e dell'autorevolezza della Fnovi e della nostra professione, al suo accreditamento come riferimento relativamente alle tematiche della educazione e della salute alimentare e della salute dell'uomo e alla tutela dalle zoonosi

Data la partnership istituzionale della Federazione, le associazioni da contattare prioritariamente, previste dal progetto, sono state quelle riconosciute dalla nota del Ministero dello Sviluppo Economico del 17/12/2012 e tra queste quelle con aree di interesse attinenti.

Il progetto, che vede attivata la collaborazione con un'agenzia di comunicazione, si sviluppa per tappe iniziando da un invio regolare di comunicati stampa di interesse verso le associazioni al fine di far conoscere il ruolo veterinario nei temi di tutela individuati, proseguendo con una presa di contatto diretto, fino ad arrivare all'organizzazione di un evento comune con il quale superare la fase di semplice comunicazione e conoscenza per avviare una vera e propria collaborazione tra Fnovi e associazioni di consumatori.

All'interno del progetto è prevista anche, a seconda della disponibilità e della localizzazione geografica dell'associazione, una fase di coinvolgimento locale degli ordini provinciali. ■

IL MINISTERO DELLA SALUTE PUBBLICA UNA NUOVA COLLANA

IL TEATRO DELLA SALUTE

L'angolo della scienza, salute, sicurezza e prevenzione: dai laboratori degli Istituti zooprofilattici sperimentali ai palcoscenici delle scuole.



di Marina Bagni
Ministero della salute

La pubblicazione della collana di testi “Il teatro della salute” e relativo concorso nazionale per le scuole primarie è un’iniziativa coordinata dal dipartimento di Sanità Pubblica Veterinaria del Ministero della Salute e dal Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca, ed è la dimostrazione di una volontà di governo nella promozione di politiche per il raggiungimento di elevati standard di salute degli animali con la forte consapevolezza che questa ha un effetto positivo sulla salute e sul benessere dei cittadini.

Il Ministero della Salute continua a prodigarsi nella certezza che l’efficacia della comunicazione della scienza dipende da tanti fattori, non ultimo la fiducia fra tutti i protagonisti - cittadini, esperti, media e Istituzioni - che contribuisce, con azioni come questa, ad accrescere. Infatti, ci sono momenti, come la pubblicazione di questa collana, che permettono una divulgazione di corrette in-

formazioni scientifiche costituendo di fatto la prima risorsa per l’Autorità competente per riaffermare la propria autorevolezza fornendo, nel contempo, un servizio al cittadino.

Attraverso una sperimentazione triennale partita nel 2009, il Dipartimento della sanità pubblica veterinaria ha individuato una metodologia di comunicazione adatta a bambini e docenti e che favorisce il trasferimento di conoscenze scientifiche senza interrompere o interferire nel ruolo insegnante/discente, anzi fornendogli un adeguato supporto.

Sono stati valutati gli strumenti ‘classici’ di diffusione della conoscenza, dell’informazione e della formazione, come le riviste scientifiche, i libri, i portali internet e i blog al fianco di un diverso medium di comunicazione, recuperato dal passato: il ‘teatro’, primo e antico strumento di comunicazione di massa. Ora, forti dei risultati ottenuti, possiamo dire che rispolverando un medium di comunicazione desueto siamo riusciti ad ottenere risultati che hanno superato le aspettative.