



di **STEFANO SCIOSCIA**
Consigliere FNOVI

La complessità del parlare facile

«Qualora venga accertata o anche soltanto sospettata l'esistenza di malattia infettiva o diffusiva contemplata negli articoli precedenti, il Sindaco, previa comunicazione all'Autorità sanitaria competente, dispone, all'uopo e ai sensi delle vigenti disposizioni, l'adozione dei provvedimenti di cui agli articoli 12, 13 e 14 del presente regolamento, nonché di ogni altra misura ritenuta necessaria ex lege, ivi comprese quelle relative all'isolamento, alla disinfezione e alla distruzione delle cose contaminate.»

È una frase autenticamente figlia del suo tempo, tratta dal Regolamento di Polizia Veterinaria del 1954, che per decenni ha rappresentato la "Bibbia" normativa per la sanità animale nel nostro Paese. Un intreccio di rimandi, formule impersonali, richiami ad articoli precedenti, locuzioni come "all'uopo", "ivi comprese", "ex lege" che oggi, se usate fuori dall'esclusivo registro normativo, fanno quasi sorridere.

Partiamo da un presupposto.

Negli anni in cui quel regolamento veniva scritto, il modello comunicativo era verticale: l'istituzione parlava e il destinatario ascoltava. Il pubblico era considerato sostanzialmente passivo, chiamato più a recepire che a interagire. Oggi lo scenario è radicalmente cambiato. Il pubblico infatti legge, commenta, condivide, prende posizione. Si informa, talvolta in modo approfondito, talvolta (ahinoi) in maniera rapida e superficiale, ma raramente resta in silenzio. In questo nuovo contesto, continuare a parlare con un linguaggio pensato per un ascoltatore passivo significa esporsi al rischio di non essere compresi o, peggio, di essere fraintesi.

È da qui che nasce una riflessione sull'importanza di farsi capire. Una riflessione che si intreccia con l'aggiornamento del sito di 30giorni.

Il nuovo design è infatti più essenziale, più leggibile, pensato per una fruizione agile anche da smartphone. Non è soltanto una scelta estetica: è un cambio di postura. In un mondo in cui l'informazione passa soprattutto dai social, in cui chiunque può esprimere opinioni anche su temi altamente scientifici, la forma

diventa sostanza. Un contenuto chiaro ha molta più facilità di essere diffuso. Un contenuto oscuro resta confinato.

La questione, però, non è solo grafica. È culturale.

Quando il linguaggio si irrigidisce in formule troppo vincolate e autoreferenziali, il rischio non è soltanto quello di risultare distanti dal cittadino o dal proprietario di un animale. Il rischio è di non capirci nemmeno tra noi. Non è raro che comunicazioni istituzionali o tecniche, rivolte alla stessa categoria, risultino così dense e stratificate da generare dubbi invece che chiarimenti. In questi casi non si crea solo confusione: si alimenta un senso di lontananza, talvolta di mancata appartenenza. Se il messaggio non arriva, anche la rappresentanza perde forza percepita.

Eppure la nostra è una professione ad altissima intensità scientifica e, allo stesso tempo, emotiva. Parliamo di

salute pubblica, di sicurezza alimentare, di benessere animale. Ma parliamo anche di relazioni, di fiducia, di responsabilità condivisa. In questo equilibrio delicato, la chiarezza non è un vezzo stilistico: è uno strumento professionale.

Comunicare in modo comprensibile non significa banalizzare. Significa scegliere con cura. Tagliare il superfluo. Preferire una frase lineare a una costruzione tortuosa. Esplicitare un passaggio invece di rimandare a un comma nascosto. È uno sforzo che riguarda le istituzioni, gli Ordini, le riviste, i singoli colleghi. Riguarda la circolare e il colloquio in ambulatorio o in allevamento, il documento tecnico e il post divulgativo sui social.

Il nuovo sito di 30giorni è un primo passo in questa direzione: contenuti più accessibili, struttura più intuitiva, lettura più agevole. Un tentativo concreto di aggiornare non solo la veste grafica, ma il registro complessivo della comunicazione. Perché l'autorevolezza oggi non si misura nella complessità della frase, ma nella capacità di essere chiari senza essere superficiali.

Potremmo dirlo così:

«La nuova sfida della comunicazione istituzionale consiste nell'adozione, all'uopo e in conformità ai principi di trasparenza e buon andamento, di modalità espressive atte a garantire autorevolezza scientifica senza pregiudizio per l'intelligibilità del dettato.»

Oppure potremmo provare a dirlo così:

La nuova sfida della comunicazione istituzionale è essere autorevoli senza essere difficili da capire.

Tra "all'uopo" e "al dunque", forse è tempo di scegliere.

