



## Giustizia e Comunicazione

# **Giustizia e comunicazione. 9) I protagonisti della giustizia di Claudia Morelli**

di [Claudia Morelli](#)

22 luglio 2021

---

Sommario:

---

## **Giustizia e comunicazione. 9) I protagonisti della giustizia**

**di Claudia Morelli\***

Sommario: 1. Comunicazione e coesione sociale - 2. Comunicazione Legale e Giuridica: il punto di vista del Comunicatore - 3. Il Processo di Comunicazione - 4. Gli obiettivi di Comunicazione della e nella Giustizia - 5. I protagonisti della Giustizia - 6. I Canali di Comunicazione - 7. Il Linguaggio della Giustizia - 8. Legal design: una prospettiva inclusiva - 9. Comunicare l'innovazione nella Giustizia - 10. Le professionalità - 11. Post Scriptum.

### **1. Comunicazione e coesione sociale**

All'inizio del XX secolo uno zoologo austriaco, Karl von Frisch, scoprì che le api comunicano. Non fu creduto per lunghi anni; ma dopo essere riuscito a dimostrarlo, per questa scoperta nel 1973 fu insignito del premio Nobel per la fisiologia e la medicina. “Da quel momento anche le api sono assurte a quella categoria di animali sociali che Edward O. Wilson chiama “super organismo”: ovvero in grado di sviluppare una serie di relazioni e comunicazioni il cui scopo è quello di mantenere coesa e duratura la loro struttura sociale”. Quando ho letto, su la Repubblica, questa storia, ne sono rimasta affascinata, perché in poche righe richiama una costellazione di concetti non solo a me cari, quanto oggi collettivamente e cumulativamente insistenti: comunicazione, struttura sociale, sostenibilità. Sin dalla pubblicazione dell'editoriale di Giustizia Insieme, che annunciava l'apertura di uno spazio dedicato al tema Comunicazione e Giustizia, ho seguito con interesse il dipanarsi dei diversi interventi, ciascuno dei quali tocca specifici aspetti di un macro tema. D'altra parte, il tema del linguaggio e della comunicazione è spesso oggetto di articoli in Avvocato4.0, la rubrica dedicata alla innovazione in ambito giuridico che curo settimanalmente per Altalex. In nota i link. Riducendo all'essenziale il dibattito finora ospitato in Giustizia Insieme, i punti che tutti gli autori paiono considerare cardinali sono: - l'esigenza sempre più sentita di comunicare la Giustizia in maniera trasparente e comprensibile; - l'esigenza di ricercare linguaggi chiari, precisi e sintetici e sviluppare argomentazioni ferree nel processo; - il restituire alla fase delle indagini il ruolo interlocutorio all'interno del processo penale, anche tramite la informazione mediatica; - l'interruzione della spirale perversa procure-media; - l'avvicinare i cittadini e tutti gli stakeholder alla Giurisdizione sotto il duplice profilo: a) delle ragioni alla base dello *iudicare* nei casi specifici; b) dell'accessibilità al servizio. Aggiungo a questa lista di obiettivi che sono assegnati implicitamente all'ampio concetto di Comunicazione, uno ulteriore, che non mi pare sia specificatamente emerso: quello di recuperare alla Giurisdizione ed ai suoi operatori un credito reputazionale, che oggi appare appannato, anche solo a leggere l'ultimo Eu Justice scoreboard della Commissione europea. Ove non fosse un obiettivo隐含的, sarebbe comunque una auspicabile conseguenza di una comunicazione più efficace, e dunque inclusiva. Responsabilità sociale, reputazione e autorevolezza sono come vibrazioni (gli asset immateriali) da cui dipende, infatti, la percezione sociale e collettiva di un servizio. Figurarsi se il servizio ha rilevanza costituzionale (per il quale le aspettative sono certamente più alte). Quanto gli asset immateriali costituiscono valore reale per l'ente che li esprime, i comunicatori di professione lo sanno molto bene. Sono fiduciosa nell'apprendere che in molti uffici giudiziari si redige il Bilancio sociale che fa dell'accountability (cioè della responsabilità collettiva in capo ad un centro di funzioni/servizio rispetto ad un certo risultato) un metro di misurazione (anche interna) dell'efficacia del servizio Giustizia.

## 2. Comunicazione Legale e Giuridica: il punto di vista del Comunicatore

Se il mio intervento in questo autorevole contesto avrà una qualche utilità, allora, sarà perché qui porto il punto di vista di comunicatrice, specializzata nell'ambito legale e del diritto. Un punto di vista...diverso. Per (in)competenza non toccherò il tema del linguaggio nei provvedimenti giudiziari, se non in un sintetico passaggio sul linguaggio e per segnalare l'esplorazione di linguaggi innovativi che, al riparo da semplificazioni o strumentalizzazioni, possono aiutare nella comprensibilità del diritto. E non mi occuperò del rapporto procure-media, che è un epifenomeno e non esaurisce affatto, a mio avviso, il tema complesso e strategico della Comunicazione della Giustizia in una società democratica e digitale. Ed, in ogni caso, richiama aspetti normativi e deontologici che esulano da questo contributo specifico.

## 3. Il Processo di Comunicazione

Basta consultare il vocabolario Treccani <https://www.treccani.it/vocabolario/comunicazione/> per perdersi tra le diverse accezioni – generiche e specifiche- nel verbo Comunicare. Alcune di esse però colgono nel segno del significato che qui vorrei sottolineare, a partire dalla etimologia *lat. communicare, der. di communis «comune»*: 1. Rendere comune, far conoscere, far sapere; per lo più di cose non materiali; 2. Quindi anche divulgare, rendere noto ai più; 3. In meccanica, di energia o moto trasmessi da un corpo all'altro; 4. Essere in relazione verbale o scritta con qualcuno per lettera, per e-mail, per sms, per cenni, per segni convenzionali; entrare in comunicazione con altri, istituendo un rapporto di comprensione e partecipazione. La comunicazione, dunque, è un “processo” volto a “rendere comune” qualcosa in un rapporto di comprensione e partecipazione. Per garantire che la comunicazione sia efficace, occorre focalizzare quel “mettere in comune”, in una relazione di comprensione e partecipazione. Ma con chi? Per comunicare ci si serve per lo più di lingua e parole (ma non solo): cioè di codici condivisi che osservano regole precise. Se la comunicazione è partecipazione, non esiste un processo di comunicazione “unico”; ma tanti processi di comunicazione quanti sono i contesti, gli interlocutori, i messaggi, il contenuto e l'obiettivo a cui si ambisce. Si comunica secondo “registri diversi”, in relazione al contesto in cui ci si trova. Nella comunicazione che ambisce ad essere efficace occorre seguire un metodo; ma sarebbe errato pretendere di avere un processo di comunicazione valido per sempre e in ogni contesto.

Questa “relatività” è ben nota ai comunicatori che, nei piani strategici, sono abituati a distinguere in:

- a) obiettivi;

- b) interlocutori (target);
- c) canali;
- d) linguaggi;

consapevoli, peraltro, che la comunicazione “si misura all’arrivo”. Per misurare, occorre introdurre un altro elemento spesso trascurato nel processo di comunicazione: il feedback, che è dato dall’ascolto. Venendo al nostro tema, è importante fare una premessa: è necessario distinguere ancora tra la comunicazione “nel processo”, tra le parti e tra le parti e il giudice; e la comunicazione della Giustizia al pubblico, secondo i diversi canali: media, web, social, relazioni istituzionali. Altrimenti si rischia il caos.

#### **4. Gli obiettivi di Comunicazione della e nella Giustizia**

Perché occorre Comunicare la Giustizia? Qui non mi riferisco al “perché” filosofico-costituzionale-sociologico-etico, ma più banalmente alla ragione sottostante la singola attività di comunicazione nella Giustizia: un provvedimento, una sentenza, una circolare, una informazione sul web, un post social. Qual è la ragione ultima di ciascun “atto” di comunicazione nella Giustizia? Aver ben chiaro l’obiettivo che si vuole raggiungere rispetto al proprio interlocutore, per i comunicatori è come un faro nella nebbia dell’autoreferenzialità. Proseguendo nella lettura, il concetto sarà più chiaro.

#### **5. I protagonisti della Giustizia**

Ma chi sono i protagonisti della Giustizia? Il comunicatore sa bene che il protagonista - nel processo di comunicazione - non è il *promotore* ma è il *recettore*. E’ la qualità del recettore che costringe il promotore a fare scelte comunicative diverse. Da qui la liceità di registri e canali diversi, senza che questo comprometta di per sé il valore del messaggio e del contenuto. Un principio giuridico è una cosa; le modalità di accesso al servizio giustizia sono altra. Un conto è il ricorso alla Corte Costituzionale; altro è spiegare all’opinione pubblica le ragioni di quel ricorso. Se si sposa il punto di vista dell’interlocutore, sarà più facile collocarsi nel registro giusto. Non citerò ulteriormente Italo Calvino o Umberto Eco o anche Einstein, a sostegno della tesi che semplicità non è sinonimo di semplificazione. I protagonisti della Giustizia, dunque, non sono (solo) gli operatori della Giustizia. Ma tutti i cittadini “nel nome dei quali” la Giustizia è amministrata. Collegando l’obiettivo della singola comunicazione all’interlocutore destinatario, sarà più facile accedere al registro giusto.

#### **6. I Canali di Comunicazione**

Conosciamo tutti, i canali tradizionali, istituzionali, formali e informali, attraverso i quali fino ad oggi si è consumata la comunicazione della Giustizia. Sono efficaci ai fini di un avvicinamento dei cittadini alla Giustizia in un processo democratico di coinvolgimento collettivo sui valori? La risposta è scontata, anche se ovviamente stiamo generalizzando. A voler trascurare obiettivi a volte inconfessabili, molto spesso è banale incompetenza comunicativa a rendere la Comunicazione efficace della Giustizia, come sistema di valori condivisi, una utopia. Interventi precedenti si sono soffermati sul canale web degli uffici giudiziari, come best practice per avvicinare i cittadini alla Giustizia. Senz'altro vero, a patto di applicare il metodo e di fare della user experience, del design e del content elementi strategici di trasparenza, chiarezza e semplicità. I comunicatori non escludono per principio nessun tipo di canale (nel digitale poi ce ne sono tantissimi), a condizione che se ne rispetti il linguaggio e si abbia ben presente il messaggio, il perché, e il pubblico a cui è destinato. Lo stesso Cepej non esclude influencer e social, per dire!

## 7. Il Linguaggio della Giustizia

La giustizia e il diritto sono domini che i linguisti chiamano tecnici. La marca che contrassegna i termini di uno specifico settore è TS (termini tecnico-specialistici). E' senz'altro vero, dunque, che nel processo in Tribunale (e nei vari gradi giudizio), il registro della comunicazione sarà doverosamente tecnico. Ma potrà essere non pedantemente tecnico. In alcune recenti interviste che ho realizzato ad eminenti linguisti, i professori Michele Cortelazzo e Federigo Bambi, proprio al fine di chiarire in quale rapporto *reciproco* sono i principi di chiarezza, specificità e sinteticità, è emerso come il linguaggio "tecnico- giuridico", sia sotto il profilo linguistico che in quello sintattico, può (e dovrebbe) scrostarsi da pedanterie, latinismi, brocardi, costruzioni sintattiche oscure, mera reminiscenza di una realtà sociale - e dunque giuridica - oggi inesistente. La lingua, per fortuna, è qualcosa di vivo che evolve con l'evolvere dei tempi. Mantenere registri linguistici falsamente aulici negli atti processuali e nei provvedimenti giudiziari trasmette, nel migliore dei casi, anacronismo. Nel peggiore, compromette la difesa dei diritti delle persone e impedisce la reale comprensione della logica, ancorché giuridica, del provvedimento. Se usciamo dall'aula del tribunale, meno "doverosamente" tecnica e anzi auspicabilmente colloquiale, dovrà essere la comunicazione volta all'opinione pubblica, per spiegare sulla base di quali dati normativi e giuridici, di quali prove inconfutabili e di quali argomentazioni, è stata assunta una determinata decisione. La "spettacolarizzazione" delle conferenze stampa potrebbe essere calmierata solo applicando questa regola di...buon senso. Ma altra ancora dovrà essere la comunicazione (linguaggio e canali) utilizzata per la comunicazione del servizio Giustizia.

## 8. Legal design: una prospettiva inclusiva

In tema di linguaggio, pur non potendo soffermarmi approfonditamente, voglio evocare il tema del legal design (vedi note), un movimento innovativo che applica il metodo del design thinking e coinvolge nella comunicazione della prescrittività giuridica l'utilizzo di icone, immagini e grafici. Anche in questo caso, il pericolo da sventare è la superficialità e l'approssimazione. Eppure intravedo grandi potenzialità comunicative in questo nuovo linguaggio, soprattutto sotto il profilo dell'accessibilità al servizio Giustizia.

## 9. Comunicare l'innovazione nella Giustizia

Il riferimento al legal design mi permette un rapido cenno al tema della innovazione in ambito giuridico e alla sua comunicazione. Anche qui il CEPEJ (vedi in nota) ha segnato una strada molto interessante che vale la pena di focalizzare. I processi e i progetti di innovazione, soprattutto quando incidono su realtà complesse e stratificate, rischiamo di essere vissuti come corpi estranei calati dal centro o dall'alto. Progetti di comunicazione dedicati specificatamente ai progetti di innovazione, hanno una carica inclusiva che vale la pena di liberare, sia all'interno degli uffici che nella collettività destinataria finale dei progetti. Invece questo aspetto è trascuratissimo, a iniziare dal Ministero della Giustizia. A voler tacer d'altro, mi limito a evidenziare che nella Giustizia si profila un nuovo campo "comunicativo": quello della "explainable AI". E' vero che qui siamo nel campo della programmazione...ma spero si sia compresa la necessità di scrutare il nuovo per arrivare preparati. Sarò facile profeta (osservatrice realistica) nell' evidenziare come l'incalzare delle tecnologie e, soprattutto, l'estendersi dei linguaggi di programmazione ad ogni area delle attività umana (vedi gli smart contracts), sottoporanno il diritto ad una nuova "rivoluzione grafica". Con esiti oggi imperscrutabili.

## 10. Le professionalità

Mi accingo a concludere evidenziando che, soprattutto nella infosfera, la comunicazione istituzionale anche nella Giustizia richiede professionalità dedicate, competenti, possibilmente specializzate nel settore del diritto. Questo tema evoca, da una parte, quello della organizzazione degli uffici giudiziari; e dall'altra quello delle risorse scarse. In una analisi S.W.O.T questi elementi sono "i punti di debolezza". Il punto è che non leggiamo mai dei "punti di forza". O meglio...non si fa una analisi S.W.O.T. La testata che spero pubblicherà queste riflessioni si chiama Giustizia Insieme: è nel rendere vivo e pulsante quell'avverbio che risiede oggi la sfida della Giustizia, a partire dalla risposta alla domanda: "insieme a chi?".

Grazie per l'ospitalità.

## 11. Post Scriptum

Tra la redazione di questo articolo e la sua pubblicazione su Giustizia Insieme, ho potuto leggere un nuovo documento adottato dal Cepej - "*FOR A BETTER INTEGRATION OF THE USER IN THE JUDICIAL SYSTEMS*": *Guidelines and comparative studies on the centrality of the user in legal proceedings in civil matters and on the simplification and clarification of language with users*", nel quale è ribadita la rilevanza strategica del linguaggio e della comunicazione efficace per la qualità della Giustizia, con conseguenti Linee guida molto utili.

\* giornalista - esperta di comunicazione legale- divulgatrice di innovazione legale.

- Ricorsi chiari, amicizia lunga <https://www.altalex.com/documents/news/2021/06/28/ricorsi-chiari-amicizia-lunga>
- HackTheDoc, i vincitori del primo hackathon italiano di Legal design <https://www.altalex.com/documents/news/2020/12/15/hackthedoc-chi-sono-i-vincitori>
- Modello start up per i progetti di innovazione nei Tribunali <https://www.altalex.com/documents/news/2020/11/23/modello-start-up-per-progetti-giustizia-predittiva-tribunali>
- Legal design: la rule of law è rock <https://www.altalex.com/documents/news/2020/10/26/legal-design-rule-of-law-rock>
- Giustizia digitale 5 tools con check list per guidare i progetti. Le parole d'ordine del Cepej <https://www.altalex.com/documents/news/2019/07/15/giustizia-digitale-5-tools-check-list-progetti>
- Guida pratica alla Comunicazione della Giustizia, social e influencer compresi <https://www.altalex.com/documents/news/2019/05/20/comunicazione-della-giustizia>
- Legal design, cos'è e come può essere utilizzato dai giuristi <https://www.altalex.com/documents/news/2018/04/09/legal-design-avvocati>