www.bollettinoadapt.it, 24 aprile 2013

"Litigation PR" e "Media Reputation" Una nuova frontiera per le relazioni industriali

di Francesco Nespoli

La collaborazione tra i professionisti del diritto e quelli delle relazioni pubbliche e della comunicazione si sta imponendo nel dibattito interno alle rispettive comunità professionali, negli Stati Uniti più che altrove. L'attività, che va sotto il nome di *litigation public relation (PR),* identifica la gestione a livello professionale delle attività di comunicazione sviluppate ed esercitate dalle parti coinvolte in una controversia legale (cfr. Haggerty 2003: 2).
I primi contributi che hanno inteso definire il quadro disciplinare e concettuale delle *litigation PR* sono comparsi sulla fine del secolo scorso (cfr. Fitzpatrick 1996, Gibson 1998). Lo sviluppo di un pensiero codificato ha preso avvio da alcuni casi giudiziari che avevano visto coinvolte alcune grandi aziende, guadagnando una particolare visibilità pubblica grazie all'attività di alcuni comunicatori. Tra questi si annoverano pionieri quali Alan Hilburg, rappresentante della U.S. Tobacco nel caso Marsee e, soprattutto, John Scanlon, che nel 1983 veniva definito dal *New York Times* "un nuovo attore del panorama dei procedimenti legali" (Kaplan, 1984). Per dirlo con le parole di Kaplan, mentre la battaglia legale tra la difesa della CBS e l'ex capo di stato maggiore Westmoreland si stava "combattendo in base ai principi generali del diritto" Scanlon, che non era un avvocato e neppure un giornalista, stava contribuendo a difendere il suo cliente (CBS) "con le regole non codificate delle relazioni pubbliche", per esempio distribuendo documenti all'esterno del tribunale dopo le udienze.
La collocazione "naturale" della riflessione sulle *litigation PR* è, quindi, interno al campo disciplinare delle relazioni pubbliche in genere. Da qui però la pratica si è sviluppata specificandosi in ragione sia della stretta interdipendenza con un procedimento giudiziario, fatto che riconduce la comunicazione della controversia alle teorie e alle tecniche della comunicazione di crisi, sia per la sistematica presenza della relazione con i *media* (cfr. Gibson 1998).
Gli obiettivi strategici della comunicazione delle controversie coprono quindi sia il campo del processo, tradizionalmente occupato dalle discipline legali, sia tutto il complesso di considerazioni e valutazioni esterne al perimetro delle aule di tribunale, che compongono quella entità di difficile definizione, normalmente rubricata come "opinione pubblica".
Allo stato attuale è sufficiente una breve ricerca per rendersi conto di quanto scarso sia il consenso attorno alla priorità da attribuire a queste due differenti sfere di interesse. Si possono probabilmente individuare due poli contrapposti: da un lato una linea di pensiero che assegna alla *litigation PR* il compito prevalente di difendere la reputazione del cliente, indipendentemente dagli esiti del processo, integrando così maggiormente la disciplina con l'ambito della *media reputation* (cfr. Fizpatrick 1996, Bruschi 2012, Sarto 2012); dall'altro una teoria che rivendica una specificità maggiore per la pratica della comunicazione della controversia, che mirerebbe soprattutto ad incidere sul risultato della sentenza per via della pressione mediatica prodotta su di esso, (cfr. Haggerty 2003: 2, Melnikov 2011).
La sola conclusione certa è che la materia è sensibile all'interazione tra la realtà processuale e quella extra-processuale, sia che si tenti di influenzare l'opinione pubblica per ottenere il miglior risultato da un processo, sia che si utilizzi un processo come pretesto per affermare le proprie

istanze presso l'opinione pubblica, indipendentemente dalla stretta pertinenza rispetto ai contenuti del dibattimento cui ci si riferisce.
Se l'interdisciplinarità della questione è chiaramente espressa dai diversi orientamenti del dibattito ben avviato oltreoceano, non altrettanta consapevolezza può essere riscontrata in Italia, dove gli effetti di una collaborazione sinergica tra professioni forensi e attori delle relazioni pubbliche sono stati riconosciuti con notevole ritardo, mentre ancora manca una adeguata riflessione scientifica (vedi la nota bibliografica che segue).
Il caso che ha fatto scuola, innovando il confronto sui rapporti tra comunicazione e giustizia, è il c.d. "processo di Perugia" che ha visto Amanda Knox e Raffaele Sollecito imputati per l'omicidio della studentessa inglese Meredith Kercher, avvenuto il 2 novembre 2007. Le fasi salienti del processo erano state caratterizzate da una consistente copertura mediatica culminata con la sentenza di assoluzione degli imputati trasmessa in diretta tv il 3 ottobre 2011. Da più parti è stato evidenziato il fatto che la rappresentazione mediatica aveva incorporato l'effettiva vicenda processuale oscurandola e contribuendo ad alimentare un certo discredito del sistema giudiziario e investigativo italiano presso gli osservatori esteri (cfr. Ghiglione 2011), convinti che questo fosse incline ad assecondare proprio il ritratto degli imputati proposto dai *media*. Tanto che Claudio Pratillo Helman, presidente del Collegio che aveva assolto Knox e Sollecito, aveva tenuto a sottolineare che non c'era stata «nessuna influenza sulla Corte da parte dei media», fatto provato, secondo lui, dall'impopolarità della sentenza.
Nel panorama italiano i comunicatori, pochi e ricorrenti nomi, avevano tentato di innescare una collaborazione virtuosa con gli avvocati e i responsabili legali promuovendo con più convinzione i servizi offerti dalle proprie agenzie e sollecitando il confronto on-line. Con riferimento ai processi di Perugia è certamente da ricordare il convegno promosso dalla rivista *Reset* e dalla Federazione Italiana Relazioni Pubbliche (FERPI) che riunendo attorno a un tavolo il presidente dell'ANM Palamara, relatori pubblici professionisti e rappresentanti dell'ambasciata americana, si era proposta di "porre le basi per un'intesa comune tra i due processi [Knox e Sollecito F.N.] nell'interesse pubblico", non avendo però alcun seguito (Muzi Falconi 2012).
Dal canto loro i professionisti delle discipline giuridiche hanno raccolto le implicazioni di natura tecnica per lo svolgimento dei processi commentando anche la liceità delle nuove prassi giornalistiche e sottolineando implicitamente l'opportunità di un aggiornamento normativo (cfr. Bruti Liberati 2007, 2010; Giostra 2007). Proseguendo così le riflessioni avviate alla fine degli anni Ottanta (cfr. Giostra 1989), sono stati rilanciati gli studi intorno ai limiti della libertà di informazione, raccogliendo anche in Italia la questione deontologica, ben sintetizzata già dai quesiti che si poneva Kaplan nel sopracitato articolo: "possono le parti cercare l'approvazione del mondo esterno quando l'obiettivo di un contenzioso è quello di ottenere giustizia all'interno delle aule del tribunale? E quale può essere la correttezza della stampa se prende suggerimenti da un addetto all'informazione pagato per il processo?" (Kaplan 1984).
Diversi osservatori negli anni passati hanno sottolineato come anche le controversie sorte nel settore delle relazioni industriali e sindacali abbiano conosciuto un notevole incremento del loro interesse mediatico (cfr. Muzi falconi 2010, Gallino 2010, D'Antona 2013), probabilmente dovuto al fatto che la congiuntura socio-economica attuale sta comportando il moltiplicarsi di casi di esubero e di ristrutturazione aziendale. Sarebbe quindi opportuno osservare la vicenda che ha dato avvio a considerevoli modifiche interne alla contrattazione aziendale dalla prospettiva della comunicazione della controversia, in modo da evidenziare come i rapporti tra Stato, imprese, lavoratori e sindacati, possano sempre meno prescindere dalla comunicazione pubblica di sé stessi (cfr Muzi Falconi 2010), trovando quindi nelle relazioni pubbliche e nella *media reputation* una nuova frontiera.
Mi riferisco al c.d. caso Pomigliano, tornato all'attenzione dei *media* proprio in giorni recenti con le indagini della procura di Nola, che ha già dimostrato che "in un paese come il nostro, con un sistema giudiziario inefficiente e una normativa in materia di lavoro molto complicata, affidarsi solo alle norme contrattuali è molto rischioso" (Boeri/Schivardi 2011). Da questo caso di contrattazione sono risultate delegittimate sia la gran parte delle sigle sindacali, sia una grande azienda, decise

insieme a riformulare il sistema della flessibilità aziendale per aumentare la produttività e preservare l'occupazione. Frutto del fatto che laddove la vertenza, annunciata o in corso, coinvolga una materia già di per sé controversa dal punto di vista del diritto, come quella delle relazioni industriali, la cosiddetta "opinione pubblica" costituisce un terreno ben più consolidato nel quale esercitare l'influenza sui processi decisionali degli attori politici, della controparte e dei tribunali.

Francesco Nespoli
ADAPT Junior Fellow

Bibliografia

Bruschi, Paolo, Tu vuò fà l'americano, in diritto24.ilsole24ore.com, 27 Novembre 2011, **http://www.diritto24.ilsole24ore.com/avvocatoAffari/professioneLegale/2012/11/tu-vuo-fa-lamericano-.html**.
Id (2012), La sinergia tra studi legali e relazioni pubbliche, diritto24.ilsole24ore.it, 25 Settembre 2012, **http://www.diritto24.ilsole24ore.com/avvocatoAffari/professioneLegale/2012/09/la-sinergia-tra-studi-legali-e-relazioni-pubbliche.html**.
Bruti Liberati, Edmondo (2007), Mass media e (pre)giudizio, Consiglio Superiore Della Magistratura, 27 Marzo 2007, Bologna. **http://www.personaedanno.it/attachments/allegati_articoli/AA_011207_resource1_orig.pdf**.
Id (2010), La rappresentazione mass-mediatica della giustizia, Consiglio Superiore della Magistratura, 23 Marzo 2010, Roma. **http://www.personaedanno.it/attachments/allegati_articoli/AA_018347_resource1_orig.pdf**.
D'Antona, Rosanna (2013), Giuslavoritsie comunicatori: il ruolo dei media nelle vertenza sindacali, diritto24.ilsole24ore.it, **http://www.diritto24.ilsole24ore.com/avvocatoAffari/professioneLegale/2013/03/giuslavoristi-e-comunicatori-il-ruolo-dei-media-nelle-vertenze-sindacali.html**.
Fitzpatrick, Kathy (1996), Practice management: The court of public opinion. Texas Lawyer, P.30.
Gallino, Luciano (2010), I rischi del lingotto, repubblica.it, 29 luglio 2010, **http://www.repubblica.it/economia/2010/07/29/news/rischi_lingotto-5912486/?ref=HREC1-10** .
Ghiglione, Davide (2011), Amanda Knox secondo i media anglosassoni, Il Secolo XIX, 19 maggio 2011, **http://www.ilsecoloxix.it/p/mondo/2011/05/19/AOB5gOV-amanda_anglosassoni_secondo.shtml**.
Gibson, Kevin (1998), Litigation public relations: Fundamental assumption. in Public Relations Quarterly, 43, 19-23.
Giostra, Glauco (1989), Processo penale e informazione, Giuffrè, Milano.
Id (2007), Processo penale e mass-media, in Criminalia, 2/2007, 57-69, ETS, Pisa.
Grandi, Roberto (2007), La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi, Carocci, Roma.
Haggerty, James (2003), In the court of public opinion: Winning your case with public relations. Hoboken, NJ: Wiley.
Haywood, Roger. (2002), Managing your reputation: How to plan public relations to build and protect the organization's most powerful asset. Hogan Page, London.
Kaplan, P. V., Public relations. A facet of Westomoreland trial, New York Times, 23 ottobre 1984,
Melnikov V. (2011), Litigation pr is different, **http://nl.grayling.com/GraylingBlog/2011/08/Litigation-PR-is-different/**.
Muzi Falconi, (2010), Le relazioni industriali, ferpi.it, 27 ottobre 2010.
Sarto, Andrea (2012), Processo ethernit: una sentenza storica e un emblematico caso di litigation PR, diritto24.ilsole24ore.it, 15 marzo 2012, **http://www.diritto24.ilsole24ore.com/avvocatoAffari/professioneLegale/2012/03/processo-eternit-una-sentenza-storica-e-un-emblematico-caso-di-litigation-pr.html**.