



La condanna mediatica prima del processo e il ruolo cruciale della comunicazione legale

DI MARIANNA VALLETTA *

Nel tempo che separa l'iscrizione nel registro degli indagati dalla conclusione del processo, c'è un altro tempo, spesso infinito, in cui si consuma già una condanna: quella dell'opinione pubblica. È lì che si gioca, oggi, la prima vera battaglia.

«Qualora si dovesse risolvere tutto, tra cinque anni vi voglio qui anche quando le acque si saranno calmate e si saranno chiarite molte cose».

Nell'appello rivolto ai cronisti dell'ex Presidente della Commissione Urbanistica al Comune di Milano, Giuseppe Marioni, al centro dell'inchiesta milanese, c'è tutto il senso di quanto il processo mediatico sia al centro delle preoccupazioni degli indagati, ancora prima del procedimento stesso.

Nel nostro ordinamento, la lentezza della giustizia rappresenta una fragilità sistemica, mentre le conseguenze di un'accusa si manifestano in modo immediato, tangibile, spesso irreversibile: imprese travolte dalla perdita di fiducia, reputazioni annientate, individui sottoposti a un vero e proprio supplizio mediatico ancora prima dell'apertura del dibattimento.

I dati sulla durata dei processi penali in Italia parlano chiaro: tre anni per i procedimenti in primo grado, due per quelli in appello e uno per la Cassazione.

Dal punto di vista reputazionale è particolarmente delicata la fase delle indagini preliminari: il processo mediatico, infatti, parte sempre dal sospetto.

È in questo contesto che si impone una riflessione non più differibile sul ruolo dell'avvocato di fronte all'opinione pubblica. Perché se è vero che la difesa si esercita nelle aule di giustizia, è altrettanto vero che, oggi, in una società ipermediatizzata, quella stessa difesa de-

ve estendersi anche allo spazio pubblico, dove si gioca una partita altrettanto rilevante: quella della reputazione, dell'onorabilità e, non in ultima istanza, della dignità delle persone coinvolte.

La comunicazione non è una deviazione spettacolarizzante

del ruolo dell'avvocato, ma un'estensione necessaria e strategica della sua funzione. La gestione professionale della comunicazione in ambito giudiziale non si configura come un'operazione cosmetica o manipolatoria, ma come uno strumento di tutela, da utilizzare con consapevolezza, rigore e senso della misura. Essa si pone in stretta continuità con l'obiettivo fondamentale della difesa: proteggere gli interessi dell'assistito, riequilibrando la narrazione sui media.

Non si tratta di "usare" i media, ma di gestire responsabilmente l'impatto che l'informazione — e la disinformazione — può avere sul corso di una vicenda giudiziaria e sulla vita di chi ne è coinvolto, sia persona fisica che impresa. La comunicazione strategica, se condotta con

metodo, consente di prevenire derive dannose, arginare letture parziali o distorte dei fatti e preservare, almeno in parte, l'equilibrio tra accusa, difesa e diritto all'informazione.

La collaborazione tra studi legali e professionisti esperti in comunicazione dei contenziosi non rappresenta un rischio, ma una garanzia: quella di affidare la gestione dell'informazione a figu-

re capaci di operare in sin-
nergia con i legali, sen-
za interferire nel merito e senza cedere
alla tentazione di "pubblicizzare" il caso
per ottenere visibilità.

Contribuire, cioè, esclusivamente alla
protezione della sfera reputazionale e
della corretta narrazione dei fatti.

Occorre, oggi più che mai, superare l'i-
dea che il silenzio o l'autogestione delle
dichiarazioni sia sempre la scelta più
prudente. In alcuni casi lo è. In altri, è
una rinuncia colpevole alla tutela dell'as-
sistito su un fronte essenziale.

****Fondatore e amministratore unico
di Valletta PR Advisory***

© Riproduzione riservata



Marianna Valletta



Rassegna Stampa