



Docente di comunicazione pubblica all'Università di Padova e libera professionista, Carla Bertolo risponde a cinque domande sulla comunicazione pubblica. Dalla sua opinione sul mestiere del comunicatore pubblico alla sua visione del rapporto tra comunicazione e democrazia, attraverso una riflessione sullo stato di sviluppo della comunicazione istituzionale, emergono i segni distintivi di una professione ancora da riconoscere. Cosa significa per lei fare comunicazione pubblica? BERTOLO: Una risposta sintetica potrebbe essere data sostituendo il verbo "fare" con quello di "produrre" e assegnando al termine una complessità di senso, cioè al di là del senso comune con cui lo utilizziamo. L'idea di produzione contiene diversi livelli, che per la comunicazione pubblica si sostanziano in alcune qualità: - capacità di essere orecchio e voce degli interessi e dei fini dei tanti pubblici, per consentire che siano riletti e accolti di volta in volta nella loro espressione di interesse generale; - costruzione, quindi, di reti e di luoghi/spazi, nei tempi necessari, per la formazione delle opinioni ragionate e consapevoli utili ai processi decisionali; - traduzione dei contenuti provenienti dalle istituzioni (temi, problemi, servizi, prodotti) in strumenti ed azioni adeguate alle finalità contingenti ma integrate nel quadro di valori generali di servizio pubblico. Riassumendo: il fare comunicazione come interpretazione e realizzazione dell'essenza della comunicazione, processo con tante polarità. Nel suo libro "L'interfaccia e il cittadino" (Guerini Studio, 2005) parla del luogo di intesa, ovvero del luogo dove le decisioni sono pubbliche in quanto vincolanti per tutti i membri della comunità, ma anche prese nell'interesse comune, sotto il controllo e con la partecipazione collettiva. Qual è secondo lei il rapporto tra comunicazione pubblica e democrazia? BERTOLO: È un rapporto ben delineato nella normativa del nostro Paese, riguardo all'innovazione della pubblica amministrazione, che indica due macro direzioni. Da un lato la modernizzazione di un sistema pubblico che deve essere in grado di assumere e realizzare la propria ragion d'essere (la mission) nell'attuale complessità del contesto sociale ed economico, prevedendone gli sviluppi e progettandone il futuro. Dall'altro lato l'assunzione di responsabilità degli attori di questo stesso sistema, quali interpreti e realizzatori delle domande e delle progettualità che riguardano i diversi ambiti di vita dei cittadini. Alla comunicazione il compito di essere lo strumento di

questo scambio/verifica sempre rinnovato nel tempo. In un'epoca in cui l'interesse per la politica ma anche per le battaglie sociali va scemando, come testimoniano i recenti referendum, è diffuso tra i giovani il senso di appartenenza a una comunità in base alla sua esperienza di docente? Direi che il senso civico si conferma essere una qualità poco valorizzata e valorizzante. A mio parere ciò è dovuto, spesso, alla scarsità di iniziative e alla parzialità dei linguaggi comunicativi che non aiutano a rendere vivo il sentimento dell'essere cittadino. All'inizio del corso di Comunicazione pubblica, ogni anno, gli studenti sembrano scoprire un mondo nuovo, quando in realtà si tratta di imparare a riconoscere il mondo in cui realizziamo la nostra quotidianità, troviamo risposta ai nostri bisogni e gli strumenti per realizzare i nostri progetti. E, insieme, scopriamo che, per mantenere adeguato e vivo tutto ciò, dobbiamo dare il nostro personale contributo in termini di partecipazione e di condivisione. In fondo basta cambiare la prospettiva da cui siamo abituati a guardarci e a guardare. Quali consigli darebbe a chi si appresta ad entrare nel mondo della comunicazione pubblica? Essere, innanzitutto, consapevoli degli effetti della nostra azione professionale. Siamo degli strumenti utili nella realizzazione di diritti di cittadinanza, nella produzione di solidarietà organizzativa e di legami sociali nel rispetto delle differenze; siamo strumenti della qualità della vita democratica. Ciò significa semplicemente, a mio avviso, imparare ed utilizzare al meglio quanto i saperi e le tecnologie ci offrono senza cadere in semplificazioni o protagonismi, o diventare costruttori di specchietti per le allodole. Osservare la nostra produzione ed azione professionale con il semplice punto di riferimento del civic servant, che Stefano Rolando ha posto diversi anni fa. Quanto è sviluppata la comunicazione pubblica in Veneto, regione in cui insegna e opera prevalentemente? Partiamo da una realtà di servizi esistenti, tuttavia c'è molto lavoro da fare. L'abito non fa il monaco, ci ha insegnato la saggezza popolare, e riscontro la necessità, anzi l'urgenza, di investire in maggiore professionalità. Quindi formazione, valutazione e riflessività permanenti, progettualità condivise e dibattute. Ci stiamo accontentando dei corsi ex legge 150; non può bastare. Ogni anno propongo agli studenti che frequentano il corso di mettere il naso in un servizio di comunicazione pubblica e di farne un'osservazione tenendo conto delle finalità e dei processi previsti dalla normativa e dalla letteratura in tema. Il quadro generale non è molto migliorato dal '99 ad oggi. Non basta "fare" perché la comunicazione pubblica è espressione di complessità organizzativa e progettuale, è per definizione una comunicazione totale. Allora forse abbiamo bisogno di un po' di umiltà per osservarci, cogliere dove siamo e comprendere dove e come vogliamo andare.