



Come ogni novembre, anche quest'anno si rinnova il tradizionale appuntamento con il Salone Europeo della Comunicazione Pubblica, dei Servizi al Cittadino e alle Imprese (Com-pa). E, come per le precedenti edizioni, un tema-guida accompagnerà le tre giornate internazionali del 3,4 e 5 novembre. Il tema dell'edizione 2005, riguarda le "nuove frontiere della comunicazione pubblica". La nostra organizzazione sta ricevendo tante mail e tante telefonate per sapere su quali tecnologie Com-pa intenda aprire un dibattito e una verifica. Proprio queste richieste, numerosissime davvero, mi hanno suggerito alcune considerazioni che vorrei condividere con i lettori di questa rubrica. Sembra che nella pubblica amministrazione (ma non solo) sia invalsa l'abitudine a considerare come "nuovo" esclusivamente quanto ha a che fare con una tecnologia o con una o più applicazioni tecnologiche. Al contrario, nella definizione di "nuove frontiere" abbiamo voluto intendere qualcosa di più articolato e complesso. In un qualsiasi vocabolario della lingua italiana alla parola "nuovo" si può leggere: "tutto ciò che non è mai stato posto in uso". Una simile definizione ben esprime un aspetto che caratterizza il settore pubblico. Vale a dire una costante diffidenza e una certa ritrosia ad "esplorare" cose e questioni che, proprio perché "mai messe in uso", risultano del tutto nuove e quindi inattuato. Forse si tratta dell'antico male di ogni organizzazione burocratica per la quale la realtà deve essere prima di tutto filtrata e certificata da leggi e regolamenti o forse di una più recente assuefazione alla semplicistica equazione che nuovo è solo ciò che si riferisce a questioni tecniche. Comunque sia, per chi si occupa di comunicazione pubblica e, di fatto, appartiene alla sparuta schiera degli innovatori della pubblica amministrazione, tali limiti non possono valere. Questo non vuol dire che Com-pa 2005 non dedicherà un'attenzione particolare alla tecnologia che, da sempre, riteniamo l'alleato naturale della comunicazione e quindi del cambiamento della pubblica amministrazione. Ma quest'anno il Salone di Bologna accenderà le proprie luci anche su alcuni temi che i comunicatori pubblici ritengono non solo "nuovi" ma importanti e decisivi per il futuro della comunicazione pubblica. Se partiamo dall'idea che nella pubblica amministrazione non esistono questioni solo tecnologiche ma che, sempre e comunque, anche la tecnologia più assoluta prima di essere materia per addetti ai lavori è innanzitutto volontà di scelta, capacità di gestirla, contesto preparato e pronto ai cambiamenti, allora lo scenario che ci sta di fronte assume, nel significato delle parole e delle realizzazioni, una dimensione diversa. Allora è chiaro che le nuove frontiere che intendiamo esplorare non riguardano solo strumenti e non si riferiscono esclusivamente a tecniche ma che si tratta di tematiche sinora solo lambite dal dibattito teorico o da qualche applicazione pratica. A cominciare dalle numerose e complesse questioni relative alla partecipazione dei cittadini, ma anche dei dipendenti, alla gestione della

cosa pubblica. Questo chiama in causa i processi di e-democracy e la qualità della formazione: elementi centrali per avere nuovi cittadini, nuovi dipendenti e quindi nuove amministrazioni. Poi le questioni della centralità della comunicazione in settori pubblici sempre più strategici per il futuro delle nostre comunità e del nostro Paese. Penso, in particolare, alla sanità, all'ambiente e alle situazioni di crisi. Tre aspetti diversi che costituiscono, nel tempo che viviamo, questioni essenziali per tutti noi. Cosa, come e chi debba comunicare in questi settori sono ormai questioni che vanno al di là di qualche miserevole difesa corporativa e interessano invece la generalità della nostra società. Infine, ma l'elenco potrebbe continuare ben oltre lo spazio che mi è concesso la questione delle questioni: come comunicare l'Europa non più e solo in termini istituzionali e politici ma in termini di diritti come cittadini europei e di doveri che l'appartenenza europea ci impone. Come si vede le nuove frontiere della comunicazione pubblica forse hanno nomi conosciuti ma certamente meno scontate analisi. Che se ne parli a Com-pa è un'ulteriore conferma del ruolo che questa rassegna ha assunto in un panorama fieristico che contiene qualche rischio di ripetitività. Com-pa ha come propria finalità quella di analizzare e anticipare ad un tempo quanto si muove e si evolve nella comunicazione pubblica per essere in grado di guardare meglio e prima al futuro che ci attende. Per questo è un appuntamento da non mancare da parte di tutti coloro che, dentro e fuori le pubbliche amministrazioni, condividono un'idea di servizio e non mercantile della comunicazione pubblica. P.S. Qualcuno ci chiede perché continuiamo a definire Com-pa il più importante avvenimento fieristico e non il più grande. Il perché, al di là di una qualche diffidenza per certi numeri che ci capita di leggere, è presto detto. A volte diventare grandi è meno difficile di quanto possa sembrare (ad esempio basterebbe svendere gli spazi espositivi) più difficile è diventare importanti. Riconoscimento professionale che espositori e visitatori ci riconfermano anno dopo anno.