



Uno dei temi più delicati e controversi nelle pubbliche amministrazioni è quello relativo alla comunicazione: da ancella del potere ne è diventata prima consigliera. La comunicazione non è più considerata un megafono, che si limita a ripetere ed amplificare una notizia, la comunicazione ad oggi diventa la notizia. Negli ultimi anni, la comunicazione si sta lentamente sganciando da un ruolo che per troppo tempo l'ha relegata a parente povera del giornalismo, così oggi comunicare per un ente pubblico significa promuovere, fidelizzare, sponsorizzare, significa diventare trasparenti, aperti, accessibili, significa innovare, pianificare, valutare. Il ruolo strategico che riveste pone la comunicazione in una posizione assolutamente nuova: non è più il potere centrale che valuta e pianifica in un assolutismo amministrativo le scelte operative, ormai la comunicazione interviene sempre più efficacemente nelle decisioni. Le competenze di marketing e di analisi degli scenari, la conoscenza della citizen satisfaction, la capacità di valutare i feed back e ricalibrare le attività future per ottimizzare costi e risultati, tutto ciò rende il comunicatore uno stratega indispensabile per enti ed aziende. Il suo ruolo non è quindi di semplice cronista o pubblicitario, ma di esperto che può aiutare a compiere le scelte più consone e corrispondenti alla mission dell'ente. Tutto questo perché la comunicazione è cresciuta, è diventata evento, atto, notizia. All'inizio il comunicatore doveva produrre visibilità intorno alle attività intraprese, oggi il comunicatore suggerisce le attività strategiche da intraprendere, per poi curarne la visibilità. Il risultato in termini di pregnanza, efficacia, utilità è sorprendente, i risultati non solo a livello comunicativo, ma amministrativo sono senza paragoni. Tutto ciò non perché il comunicatore sia un tuttologo o uno scienziato, ma perché sa cogliere gli spunti e sa intuire le soluzioni che a volte sfuggono a dirigenti e amministrativi, irrigiditi su procedure e standard collaudati e poco inclini a qualsiasi sperimentazione. In conclusione, per qualunque ente pubblico o azienda, il comunicatore, quello bravo, è indispensabile come il bilancio. A questo punto che la caccia (al migliore) sia aperta.