



Buone notizie arrivano dal Consiglio dei Ministri del 19 gennaio 2006. È stato finalmente approvato un decreto legge a tutela dei viaggiatori che utilizzano il trasporto aereo. Sanzioni molto pesanti sono previste a carico di quelle compagnie aeree che non rispettano il Regolamento comunitario 261 del 2004 e continuano a trattare i passeggeri come merce. Alla faccia del marketing e delle teorie dell'utente/cliente. Ci occupiamo della questione perché tra i motivi di sanzione pecuniaria è indicata anche una mancata o carente attività di informazione. Sembra incredibile ma ci voleva un decreto legge per riconoscere che un conto è l'informazione e altro è la pubblicità commerciale. Che un conto sono gli opuscoli, le riviste, i manifesti e altro è garantire relazioni alla pari tra Compagnie e clienti. Non ci stancheremo di ripeterlo sino alla noia. Una cosa è il "rumore comunicativo" in cui tutti noi siamo perennemente immersi e un'altra è la comunicazione che ci serve perché è utile. Una comunicazione che negli aeroporti ma, per restare al tema dei trasporti, nelle stazioni, alle fermate degli autobus, nei porti ci dovrebbe dire quello che dobbiamo conoscere. Che non deve stupirci con effetti speciali ma trattarci come cittadini detentori di nuovi diritti che, nel caso specifico, sono quello di muoversi rapidamente ma anche quello di essere correttamente informati. È su questo tema che la comunicazione pubblica gioca una partita decisiva: o sarà davvero capace di svolgere una funzione sociale oggi non rappresentata da altre e più conosciute forme comunicative, oppure avremo sempre un rapporto squilibrato tra Istituzioni, grandi Enti pubblici, Aziende di Servizio e la gente. Il decreto del 19 gennaio va in questa direzione. Così come la legge 150 che è servita, molto più di tanti inutili convegni, per affermare l'obbligo di informare e comunicare nell'intera pubblica amministrazione. Ovviamente non è pensabile che l'importanza della comunicazione sociale o di pubblica utilità sia ribadita a suon di multe, ma è significativo che si cominci a capire, anche fuori dallo stretto cerchio degli addetti ai lavori, che sono necessarie nuove modalità comunicative. Oggi e ancor più domani comunicare significa dare più opportunità ai viaggiatori, agli ammalati, ai cittadini, agli interlocutori di qualsiasi pubblico servizio per poter conoscere, per potersi muovere nelle giungle burocratiche e organizzative, per pretendere di far valere i propri diritti. Pensare alla comunicazione in questo modo non richiede sempre e necessariamente investimenti giganteschi, non chiama in causa esperti internazionali, né sofisticati sistemi tecnologici. Richiede una volontà politica coerente con i principi di accesso,

Cliente? Utente? No, cittadino.

Di Alessandro Rovinetti

Lunedì 30 Gennaio 2006 12:15

trasparenza e partecipazione e la capacità per i comunicatori pubblici di ripensare aspetti importanti della propria professionalità. Questi ultimi saranno sempre più chiamati a praticare una comunicazione pubblica intesa come una disciplina originale e non come una sorta di riproduzione di tecniche acriticamente mutuate da altre forme di comunicazione. Tutto ciò significa, ad esempio, comportarsi come il Comune di Castel Maggiore, una cittadina alle porte di Bologna. In queste settimane, gli automobilisti non residenti o semplicemente distratti hanno trovato sui loro parabrezza un volantino del corpo vigili urbani così concepito: "Gentile automobilista, Lei ha parcheggiato in un'area di sosta che dal 1 dicembre 2005 è regolamentata da disco orario- Non ha esposto l'ora di inizio della sosta- Il periodo di sosta consentita è scadutoLa informiamo che prossimamente questo avviso sarà sostituito da una sanzione agli effetti del codice della strada"Non so se quel sindaco verrà rieleto, ma sono certo che a molti piacerebbe un'amministrazione che ti tratta in questo modo. Senza considerarti, a priori, un fuorilegge alieno.