

"Comunicami". Un premio per le amministrazioni milanesi.

Di Elisabeth Och
Lunedì 03 Luglio 2006 11:13



Lo presenta Angelo De Vivo, responsabile del Servizio per il Coordinamento della comunicazione istituzionale della Provincia di Milano, giornalista professionista e curatore dei volumi "Una amministrazione che pensa. Fare comunicazione e informazione istituzionale" e "Comunicare bene per amministrare meglio". Comunicami, Premio Isimbardi per la comunicazione pubblica e istituzionale in provincia di Milano. Come nasce e quali obiettivi si propone? L'idea mi frullava in testa già dal 2003. Veniva fuori dall'esperienza dei corsi di formazione realizzati, tra il 2002 e il 2003, dalla Provincia di Milano per i comuni del territorio sulla scorta del DPR 422/2001. Erano stati un successo e avevano evidenziato il bisogno di creare una rete di contatti tra gli enti pubblici nel campo della comunicazione. Da quella esperienza è nato anche un manuale che ha avuto un discreto successo "Una amministrazione che pensa. Fare comunicazione e informazione istituzionale" ed. Lupetti. Solo l'anno scorso siamo riusciti a concretizzare l'idea del Premio. Abbiamo allora messo insieme una giuria di esperti, tra i quali Annamaria Testa e Toni Muzi Falconi, con lo scopo di confermare il ruolo di un ente intermedio come la Provincia, di fare cioè da catalizzatore e da pilota in un campo, come quello della comunicazione, a volte difficile da navigare. L'obiettivo del Premio è presto detto: dare visibilità e riconoscimento alle azioni del territorio, da una parte; creare una rete dove si "parla" un linguaggio comune e diffondere una "cultura" di buone pratiche, dall'altra. Gareggiare vuol dire sempre mettersi alla prova e sottoporsi ad un giudizio aiuta a capire le proprie capacità e sprona a fare meglio, anche cercando di "copiare" dagli altri. È già possibile candidarsi all'edizione 2006? Sì. il nuovo bando è stato presentato il 3 maggio scorso con la novità di una nuova categoria: migliore rivista istituzionale, che si aggiunge alle tre della prima edizione: migliore campagna informativa, miglior progetto di comunicazione integrata, miglior progetto internet. Per candidarsi basta scaricare il bando dalla home page della Provincia o cliccare su www.provincia.milano.it/premio_comunicazione. Per info o chiarimenti si può scrivere a comunicazione@provincia.milano.it. Quali sono stati i vincitori della prima edizione del premio? Il Comune di Vimercate, come migliore campagna; il Comune di Cormano, come miglior progetto integrato di comunicazione; il Comune di Veduggio al Lambro, come miglior progetto internet. Ci sono state inoltre 6 menzioni speciali, due per ciascuna categoria, andate ai comuni di Legnano e Varedo per le campagne; a Cerro al Lambro e Rozzano per i progetti integrati; alla Camera di Commercio e al Polo culturale Insieme Groane per internet. Piuttosto che sulle singole motivazioni, che si possono leggere in rete, vorrei sottolineare che la giuria è rimasta colpita dalla capacità delle amministrazioni, sia piccole sia grandi, di fare comunicazione anche

"Comunicami". Un premio per le amministrazioni milanesi.

Di Elisabeth Och
Lunedì 03 Luglio 2006 11:13

con mezzi limitati e di cogliere con precisione gli aspetti particolari e peculiari della comunicazione pubblica. Abbiamo ricevuto 43 progetti e la selezione non è stata facile: erano tutti belli. La prima edizione del premio si è conclusa con la pubblicazione del volume "Comunicare bene per amministrare meglio" (ed. Lupetti, 2005). Nel libro, cita Mario Perniola, filosofo e studioso della modernità, che definisce la comunicazione come "nemica delle idee" e capace di "dissolvere tutti i contenuti". Cosa ne pensa? Il riflesso delle parole di Perniola mi segue da qualche tempo. Si tratta del riverbero di una idea diffusa della comunicazione. Tutto è diventato comunicazione, si è "dissolto" nella comunicazione direbbe Perniola, come se una "buona comunicazione" potesse in qualche modo "sostituire" i contenuti. Questa idea "mercantile", vicina a Goebbels, è forse in parte diffusa anche tra gli stessi operatori (sia politici sia dirigenti). Ma per la comunicazione pubblica il medium non è il messaggio, non basta la comunicazione se il suo oggetto è scadente (la bottiglia bella non basta se il vino è cattivo), perché la comunicazione pubblica è una parte della dimensione democratica dello Stato nelle sue articolazioni, è vicina a Voltaire, non può "ingannare" o "manipolare". Essa, come scrive Stefano Rolando, deve "rendere spiegabile" l'agire e le decisioni prese in ambito pubblico per facilitare la partecipazione e, per l'appunto, la comprensione. (Anche di fronte ai dubbi dei cittadini sul ruolo e l'importanza delle amministrazioni pubbliche, questa sì una emergenza di comunicazione, magari si poteva cogliere in questo senso la recente occasione referendaria). Oggi più che mai diventa centrale il ruolo delle amministrazioni di "prossimità", legate ai cittadini e al territorio in maniera diretta; è qui che la comunicazione pubblica può e deve agire con incisività.