



Quando si parla di comunicazione pubblica si è costretti ad abbandonare il senso generale delle cose per passare a quello particolare. Si scopre così che molti esperti e amministratori tendono a praticare questa disciplina in modo eccessivamente personale. Da qui nasce uno dei problemi che impediscono al mondo pubblico di pensare ed agire, su questioni fondamentali, in modo unitario. Questo significa ridurre di fatto la sua capacità di azione e far venire meno quel principio di equità (trattare tutti allo stesso modo) che è uno dei pilastri del rinnovamento della pubblica amministrazione. Per cui, a seconda di dove si trova, un cittadino riceve una comunicazione che è solo informazione, un altro riceve un'informazione che è solo propaganda e un altro ancora non riceve nulla di tutto ciò. Pochi, invece, ricevono un vero e proprio servizio.

Sarebbe come se una grande azienda nazionale lasciasse le proprie filiali libere di decidere se, come e quando fare comunicazione. Questo accade alla comunicazione pubblica ma anche all'innovazione amministrativa e all'introduzione di nuove tecnologie. Per non parlare della qualità dei servizi. La potenzialità sinergica di migliaia di Enti e decine di migliaia di uffici finisce così per frantumarsi in mille rivoli, ciascuno dei quali ritiene di avere buoni motivi per procedere, in modo difforme, sulla via maestra di una pubblica amministrazione moderna ed europea.

Adesso si tratta davvero di voltare pagina. Per quanto riguarda la comunicazione pubblica sono assolutamente condivisibili le parole che il ministro Luigi Nicolais ha pronunciato di fronte alla prima Commissione del Senato il 4 luglio 2006: "occorre costruire una nuova idea di comunicazione istituzionale che dovrebbe presentarsi come lo strumento, il luogo e la funzione che promuove e produce coinvolgimento, partecipazione e sussidiarietà su cui vanno fatti opportuni investimenti in termini sia di risorse strumentali sia professionali". I comunicatori pubblici e tutti coloro che pensano alla comunicazione come ad una grande opportunità per migliorare la pubblica amministrazione e far crescere le nostre comunità sapranno, come sempre, stare dalla parte giusta. Qualcuno anni fa sperava che l'Italia diventasse un Paese "normale", un recente libro ci ha definito il Paese del "pressappoco". Un luogo dove la prassi e il sentito dire dominano incontrastati e la regola è che tutti sanno fare benissimo il mestiere degli altri. Tra questi due Paesi ci deve stare quello che, anche con la comunicazione pubblica, vogliamo costruire. Per farlo non esiste una sola ricetta ma esiste certamente una sola coerenza di pensiero e di comportamenti. Bisogna fare sempre le cose in cui si crede. Con semplicità, onestà e coerenza. Allora la gente ti capisce, ti apprezza e ti segue. Occorre ridare un'anima alla politica e una dignità alla pubblica amministrazione. Con quali parole farlo è ormai

Comunicazione Pubblica: è tempo di concretezza.

Di Alessandro Rovinetti

Martedì 27 Febbraio 2007 16:02

chiaro: con il linguaggio della verità, del servizio, della credibilità. Come dirle è quasi secondario. Spesso un bel parlare serve più per convincere gli altri di cose di cui non si è nemmeno convinti noi stessi.