



Occorreva una ricerca dall'eloquente titolo "Semplificazione amministrativa e cittadini. La soddisfazione, le attese, le proposte" curata dal Formez in collaborazione con il Movimento difesa del cittadino e CittadinanzAttiva per far (ri)scoprire l'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico. Una delle poche strutture che si salva dall'abituale valanga di valutazioni negative (inefficienza, farraginosità, lentezza, prepotenza), che sempre più qualificano molte, troppe Amministrazioni. Gli intervistati invece apprezzano gli URP, di cui lamentano, a volte, la scarsa formazione degli operatori. Tutto questo conferma alcuni elementi decisivi quanto trascurati per costruire una reale relazione con i cittadini e le imprese. Innanzitutto che è stata una scelta miope e fallimentare quella di non aver sviluppato in tutta la P.A. gli URP, ma di aver preferito cavalcare l'intero armamentario anglosassone di processi e metodi di un'innovazione più letteraria che pratica. Trovo del tutto inutile continuare a parlare e straparlare dell'esigenza di realizzare "reti" che alimenta poi progettualità senza capo né coda, quando la soluzione era sotto gli occhi di tutti. Se ieri il D.Lgs 29 del 1993 fosse stato rispettato così come oggi si dovrebbe rispettare la legge 150, la Pubblica Amministrazione disporrebbe della più grande rete locale, regionale e nazionale. Su questa immensa ragnatela si muoverebbero informazioni e servizi in grado di annullare molti dei gap che impediscono un'equità di comportamento del sistema pubblico. Ad esempio quello di fornire in tempo reale certificati e documenti. Anche perchè se la comunicazione vuole davvero essere un elemento di cambiamento non può ricorrere agli strumenti della propaganda, ma deve saper stabilire una relazione concreta con la gente. Questa relazione diventa credibile a molte condizioni: la principale rimane quella di poter disporre di personale preparato e formato. Dopo le più incredibili "pensate" degli ultimi anni: dai supermarket della comunicazione alle soap-opera televisive sui dipendenti pubblici, forse si sta recuperando un principio di sano realismo o, più semplicemente, di corretto uso delle risorse umane e finanziarie. Rilanciare e potenziare gli URP è oggi la strada maestra e la più rapida, al centro come in periferia, per recuperare non una "immagine" che va lasciata ai prodotti commerciali ma quel valore di servizio che contraddistingue la comunicazione pubblica dalla propaganda. Come farlo la ricerca non lo dice ma lo diciamo in tanti e da molti anni. Occorre

Urp: ultima chiamata?

Di Alessandro Rovinetti
Lunedì 02 Luglio 2007 11:49

aprire una nuova stagione per la comunicazione pubblica. Un tempo in cui non sia più possibile risolvere con consulenze sempre meno credibili la creazione di sistemi diffusi di comunicazione. Un tempo in cui gli URP da semplici uffici assumono, così come prevede la legge 150, il ruolo e la funzione di grandi sistemi di comunicazione pubblica. Sistemi guidati e gestiti da professionisti pubblici della comunicazione. Questo tempo non può essere scandito dagli orologi della politica e del clientelismo. Questo tempo è adesso. Ultima chiamata per gli URP dunque? Non vorremmo sembrare oltre che di parte anche pessimisti. Forse non è ancora l'ultima chiamata ma certamente potrebbe essere una delle ultime possibilità per recuperare un rapporto con i nostri cittadini che non si può continuare a cercare nei soli manuali della pubblicità e del marketing.