

## ALESSANDRO ROVINETTI

*Segretario Generale*

*ASSOCIAZIONE ITALIANA DELLA COMUNICAZIONE  
PUBBLICA E ISTITUZIONALE*



INTRODUZIONE



ASSOCIATIVO ISTITUZIONALE

### MACRO AREA: TERRENO ASSOCIATIVO / ISTITUZIONALE

Il 2007 sarà l'anno della comunicazione pubblica?

L'anno in cui la Legge 150 verrà sottratta alle più assurde interpretazioni e restituita, con tutto il suo significato innovativo, a quel percorso che porterà alla legittimazione di strutture e professionisti nell'intero sistema pubblico?

L'anno in cui cesserà quella sorta di schizofrenia che fa dire a certi amministratori e dirigenti quanto sia importante comunicare per poi abbandonare una disciplina così strategica al più incredibile pressappochismo?

L'anno in cui nasceranno i primi professionisti pubblici destinati a garantire una nuova relazione e nuovi servizi ai cittadini e alle imprese?

L'anno in cui i neo-laureati in scienze della comunicazione avranno qualche certezza in più sulla possibilità che la pubblica amministrazione, che è e rimane la più grande azienda italiana, si dia le regole indicate nella Legge 150 e garantisca percorsi certi e possibilità concrete a chi intende impegnarsi nel grande processo di cambiamento e innovazione del settore pubblico?

Molti sono i segnali che vanno in questa direzione. Il più importante è certamente rappresentato dal documento con il quale i sindacati nazionali del pubblico impiego riconoscono che i tempi sono maturi per affrontare, nel prossimo contratto di lavoro, strutture, profili e professioni degli operatori della comunicazione pubblica.

Questo risultato premia la coerenza e la costanza dell'impegno dell'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale che si è sempre rifiutata di indicare ai propri iscritti e, più in generale, all'intero movimento della comunicazione pubblica, fuorvianti scorciatoie e anacronistiche rivendicazioni.

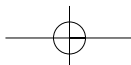
La stessa fermezza con la quale abbiamo lavorato per ottenere la Legge 150 l'abbiamo impiegata per chiederne l'attuazione. Denunciando incongruenze, pratiche poco chiare e veri e propri eccessi di potere. Questo è stato possibile perché non abbiamo difeso una lobby ma un principio che è alla base della nostra Repubblica: le leggi, una volta approvate, vanno attuate.

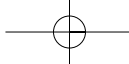
Non è stato e non è facile restare coerenti tra le idee e i fatti in un Paese che qualcuno ha recentemente definito del "pressappoco". Ma se oggi si apre una possibilità nuova per tutti i comunicatori pubblici molto lo si deve a questa nostra capacità.

Lo stesso ministro Luigi Nicolais, aprendo la tredicesima edizione del Salone Europeo della Comunicazione Pubblica, ha riconosciuto che il tempo è maturo per "porre mano a limiti e incongruenze emersi nell'applicazione della Legge 150".

D'altro canto il processo di cambiamento della pubblica amministrazione che colloca il cittadino al centro di ogni scelta rende non più rinviabile una nuova organizzazione e un nuovo ruolo per la comunicazione.

ASSOCIATIVO ISTITUZIONALE





## INTRODUZIONE



Come nella società la crescente centralità della comunicazione è la logica conseguenza di processi e dinamiche destinate a far sempre più interagire la vita sociale e culturale, così nella pubblica amministrazione la comunicazione è diventata indispensabile per ogni percorso di riorganizzazione interna e per creare e mantenere efficaci relazioni con l'esterno.

La comunicazione, da leva del cambiamento si è trasformata in elemento indispensabile per realizzare quella equità di comportamenti e quei rapporti di parità e di scambio tra amministrazioni e cittadini ormai indispensabili per un nuovo modello di amministrazione condivisa. Un'amministrazione in cui i cittadini amministrati diventano sempre più alleati e collaborativi con le Istituzioni per contribuire alla soluzione delle questioni di interesse generale.

Per fare questo occorrono amministrazioni trasparenti e cittadini consapevoli e ciò si ottiene grazie

e soprattutto alla comunicazione.

In questa nuova strategia che non è più e solo "fare" ma "fare insieme", la comunicazione pubblica diventa punto di equilibrio tra organizzazione e cittadini, strumento d'innovazione, risorsa per la partecipazione. Cambiano strumenti e professioni (URP e Reti Civiche), si modificano gli elementi tradizionali (sempre più decisivo diventa il comunicare rispetto all'informare), scompaiono antiche certezze (non è più importante come comunicare ma cosa comunicare).

Le nuove tecnologie consentono una grande accelerazione e diffusione di questi processi ma rappresentano anche nuove opportunità di riorganizzazione (e-governance), di miglioramento dei servizi (e-government) e di partecipazione (e-democracy).

Basterebbe tutto questo per dimostrare come la comunicazione pubblica sia oggi indispensabile e

come indispensabili siano professionisti preparati e consapevoli.

Finito il tempo della propaganda, esaurita la fase dell'immagine, si apre una nuova sfida: quella di fare della comunicazione e dei comunicatori pubblici i battistrada e gli innovatori di una pubblica amministrazione moderna ed europea.

In questa direzione si muove già l'Europa che, con il recente Libro bianco sulla comunicazione, ha deciso di parlare non più e solo agli Stati e ai media ma ai cittadini. La comunicazione pubblica o sarà capace di fare questo o dovrà rassegnarsi a diventare una delle tante pseudo-discipline che galleggiano sui problemi senza mai incidere nel cambiamento. Una simile comunicazione richiede la ricerca di percorsi nuovi, di modalità e di approcci diversi ma ha nel suo stesso esistere la ragione vera per cui, in questi anni, non ci siamo limitati a pretendere un pur importante

diritto di parola. Ottenuto questo diritto, siamo impegnati a trasformarlo in un dialogo costruttivo e paritario, impedendo che diventi uno fra i tanti "rumori" comunicativi e cercando di farne un servizio per le nostre amministrazioni e per i cittadini.

Non esiste comunicatore pubblico o neo laureato in scienze della comunicazione che non sappia che "il mezzo è il messaggio". Sintesi felice di un concetto molto più articolato formulato da McLuhan, uno dei padri storici della comunicazione. Il tempo che stiamo vivendo ci ha insegnato che "il messaggio è il mezzo" per avviare quel complesso meccanismo che chiamiamo comunicazione pubblica. Il 2007 sarà dunque l'anno della svolta?

Se è vero che le cose non basta volerle ma occorre impegnarsi perché avvengano, i comunicatori pubblici italiani sono certamente sulla buona strada.

