

Rivista italiana di comunicazione pubblica

Nuova serie

di Stefano Rolando

Cari lettori e cari abbonati, abbiamo avuto un anno di *stand by*. Lo avevamo annunciato – sia pure senza conoscere l’approdo esatto – perché si sono incrociati tre motivi forti per fare “un punto” culturale, gestionale e quindi anche editoriale.

Il primo punto costituito dalla crisi in sé delle riviste culturali e scientifiche. Il secondo punto rappresentato dal ciclo esaurito degli interventi di chi ha sostenuto (un po’) pubblicità e abbonamenti per una decina di anni. Il terzo punto tutto nel “cantiere” – di metodo, di perimetro, di senso – della comunicazione pubblica in Italia e in Europa.

PARTO DA QUESTO TERZO PROFILO, CHE È PER NOI QUELLO CENTRALE —————

La rivista nasce alla fine degli anni Novanta. Esprime il portato di chi, al tempo già da quindici anni (ora si deve dire “da venticinque anni”), sperimentava il *fare* e provava a teorizzare il *come*. Un portato prevalentemente interno al sistema pubblico (PA e servizi) in dialogo con le professioni, la politica, il sistema della formazione. La tensione ad una regola-quadro legittimante era forte. La tensione a dare dignità ai profili disciplinari e professionali altrettanto forte. La sensazione di doversi misurare in modo più attrezzato con i soggetti forti del sistema (quelli cioè con un mercato alle spalle e quindi con risorse), quindi *comunicazione di impresa* e anche *comunicazione politica*. Insomma, la *fase due* – dopo quella lunga del cantiere sperimentale – centrata sulla legittimazione e sulla “rivoluzione” culturale interna alla PA.

Questi dieci anni hanno avuto a disposizione una legge. Ma essa – da un lato

troppo *regolando* e dall'altro poco *prevedendo* (attorno a scenari più ampi del rapporto sportello-cittadino) – si è dimostrata una pre-condizione (sempre necessaria) ma non una soluzione per accompagnare la *crescita* e in certi casi anche la *crisi* del settore.

A fine di questo decennio sentiamo queste esigenze:

- collocare il punto di vista generale non tanto all'interno del contesto specifico professionale ma guardando – con gli occhi della società e del cittadino – il senso di una funzione complessa che deve soprattutto accompagnare la relazione, costruire nuove politiche di diritti, creare confronto di sistema (istituzioni, impresa, soggetti sociali);
- guardare con più attenzione ai settori applicativi in cui i problemi sul tappeto comportano capacità di spiegazione e di accompagnamento e quindi di nuove convergenze tra soggetti pubblici e privati attorno a ciò che andiamo chiamando (perimetro più vasto) “*pubblica utilità*”;
- creare condizioni formative più robuste sia nelle basi culturali che reggono questa professione diciamo da “*architetto sociale*” e più capace di padroneggiare il portato della rivoluzione tecnologica che accompagna la comunicazione del nostro tempo;
- alzare infine il tasso di analisi critica attorno allo stravolgimento, alla manipolazione, alla propaganda che accompagnano in molti contesti l'uso della comunicazione.

Ecco perché – per lavorare attorno a questi “punti di vista” – abbiamo dovuto impiegare un certo tempo, sperimentare alcune elaborazioni (per esempio nuovi approcci in sede formativa e nella predisposizione di una nuova manualistica), confrontarci con altri contesti internazionali (nell'ultimo anno non solo in Europa ma anche in America e in Brasile), preparare un approccio anche giornalistico e anche professionale. Il ripensamento della nostra redazione – Roma, Milano, Bruxelles e mondo; e soprattutto con innesti più professionali che istituzionali – è giunto a produrre soluzioni convincenti.

I PRIMI DUE ASPETTI (CRISI GESTIONALE E RUOLO DELLE RIVISTE), _____ ALLA LUCE DI QUESTA SINTETICA ANALISI SI AFFRONTANO MEGLIO

Abbiamo collocato la rivista più al centro dell'attività che *Civicom* (una rete professionale che agisce sul campo della comunicazione di pubblica utilità, con esperienze che connettono anche impresa, politica, istituzioni, servizi, quadro associativo), pur nella fragilità dell'assoluta indipendenza e anche di un certo rigore scientifico, alimenta in molti modi una rivista che deve pensare in modo più largo di ciò che la sua testata potrebbe far credere. Abbiamo naturalmente cercato di immaginare la superficie della carta come una realtà non declinata. Ma il sito che la deve accompagnare non potrà essere solo una vetrinetta. Dovrà essere un vero integratore. E abbiamo cercato una

partnership televisiva per creare, a partire da ciò che la rivista catalizza, un appuntamento più frequente con gli utenti e una modalità diversa di fare prodotto con linguaggi differenziati. Stiamo perfezionando la partnership con *administra.it* per proporre mezzora alla settimana – a partire dal nostro vissuto culturale ed editoriale – su Sky e daremo presto l’annuncio. Abbiamo cercato di stringere di più i bulloni con il nostro stesso sistema universitario, guardando soprattutto all’area dei master. Connettendo intanto Milano e Roma ma essendo molto disponibili ad altre solide cooperazioni.

Pensiamo di presentare questo quadro di produzione più ripensata e più integrata a partner che possono interagire con noi, assicurando non solo un po’ di pubblicità e di sottoscrizione di abbonamenti ma anche partecipando all’elaborazione e ai risultati. Mantenendo ogni indipendenza, ma cercando punti di lavoro su cui il nostro affiancamento è un vero valore aggiunto. Anche qui non faccio anticipazioni. Sarà la Rivista ad esprimere queste intese.

IL FASCICOLO CHE FA DA PONTE TRA LA VECCHIA SERIE E LA NUOVA SERIE È MONOGRAFICO

Non sarà tendenzialmente monografica la serie stessa. Ma in questo caso abbiamo voluto dedicare al **tema della comunicazione di crisi e al terremoto** (nel caso oggetto di indagine e ricerca) un segnale forte di cosa vuol dire agire sui contenuti, sulla settorialità, sulla centralità del territorio, sugli interessi del cittadino.

Un fascicolo che intanto esprime la *nuova linea grafica* (Fulvio Ronchi ancora una volta ha dato un contributo generoso) ed esprime un’articolazione di strutture che vorrei non fosse cosa considerata presuntuosa per un trimestrale. È un trimestrale con una produzione quotidiana (newsletter), settimanale (tv), mensile (speciali per attività formativa) e periodica (affiancamento della collana di saggi e studi “*Comunicazione di pubblica utilità*” per FrancoAngeli). Queste rete si appoggia a figure che mi sollevano da un eccesso di carico che vi è stato in questi anni. Roberto Basso nel management generale; Margherita Drago sulla visione generale delle nostre attività editoriali; Sergio Talamo per ricordare meglio i contributi qualificati di studiosi e professionisti che agiscono nel comitato editoriale; Alessandro Papini (con Gianluca Spitella a Roma e Raffaella De Marte a Bruxelles) per stimolare contributi a misura per questi obiettivi.

Con un grazie che vorrei qui ancora ripetere a Giuseppe De Rita che presiede autorevolmente il comitato scientifico che resta formato da personalità vicine ma non interne alla materia, perché da quel Comitato ci aspettiamo più critiche che lodi.