

Una Rivista vestita di Nuovo

Giovanni Casiraghi

Cari Colleghi, cercherò di sintetizzare un poco i pensieri che mi hanno solleticato nel ipotizzare la nostra rivista, a come farla più interessante, più coinvolgente, in una parola più bella. L' aforisma che mi riecheggia costantemente nella mente è "il parlare fa l'uomo interessante, lo scrivere lo fa completo" che è una citazione rubata (e dovuta) al nostro maestro che per me lo è due volte, uno come fondatore della Società l'altro come fondatore della Rivista. Ma quale è lo scopo di una rivista? Beh, sicuramente di farsi leggere di stimolare le persone che perdono un poco del loro tempo nel leggere gli articoli e gli scritti che vi si trovano. Perché si possa considerare raggiunto l'obiettivo bisogna che il lettore, ogni lettore, riesca ad avere almeno una notizia da ciò che legge che lo interessi o che addirittura lo porti a cambiare un atteggiamento, una procedura, un modo di lavorare o di pensare. In una parola che gli sia costantemente utile, che rappresenti una costante fonte di interesse e premio. Quindi l'obiettivo, pretenzioso ma indispensabile, è di fare una rivista interessante. Ma oggi possiamo parlare solo della rivista tradizionale? Sicuramente no, nell'era dell'informatica è certamente riduttivo parlare solo ed esclusivamente di carta stampata, pur se sicuramente è il primo amore. Più corretto è il trattare l'argomento come un sottoinsieme dell'area più vasta che si identifica come "Media e Communications", cioè la gestione integrata dell'informazione e della notizia nelle diverse forme di comunicazione. Già, perché il problema è comunicare e oggi, nell'era di internet, pensare a forme non integrate di comunicazione è sicuramente perdente. Non per nulla la nostra Società ha imboccato la strada della comunicazione virtuale con delle basi estremamente solide come il portale recentemente realizzato e messo a disposizione di ciascuno di noi (www.simel.it). Del resto la strada ci è stata indicata dal Comitato Regionale dell'OMS per l'Europa, che nell'aggiornamento Salute 21 (approvato il settembre 1998, che fissa tra l'altro l'agenda fino al 2005) agli obiettivi 19 e 20, legati alle azioni strategiche per gestire il cambiamento per la salute, fornisce i seguenti consigli.

Obiettivo 19: "ricerca e conoscenza per la salute" viene riconosciuto un maggior potere collettivo alla popolazione nel disegnare il futuro. L'applicare le

nuove conoscenze prevede un rafforzamento della comunicazione, con una cooperazione tra comunità scientifica e decisori.

Obiettivo 20: la comunicazione è identificata come potente mezzo per gestire il "cambiamento per la salute" come strategia di informazione e consenso. Tra i target quello di mobilitare partner per la salute. Viene consolidato il fatto che i sistemi di informazione sanitaria, siano essi locali o nazionali sono un prerequisito per lo sviluppo ed il monitoraggio di una politica sanitaria efficace, efficiente ed equa. La raccomandazione dell'OMS è di considerare che l'impegno delle risorse e dell'esperienza dei mezzi di comunicazione di massa e dell'intero settore della comunicazione, in particolare di internet e della televisione, è una grande opportunità per informare, educare, persuadere tutta la gente dell'importanza individuale e collettiva della Salute.

Ma la comunicazione è presente anche in aspetti che sicuramente non ci affascinano a prima vista. Alcuni di voi conoscono uno dei miei pallini, la legislazione, che cerco di rendere più abbordabile ricorrendo proprio a dei "trucchi di comunicazione". Per una volta sfrutterò la legislazione (sperando di non spazientirvi o annoiarvi troppo) per chiarire cosa vuol dire comunicare in Italia (anche con le leggi) e quali sono i punti fermi per me, che spero diventeranno anche vostri. Già perché sono convinto che noi non conosciamo bene le nostre leggi (e la loro evoluzione), e che queste qualche valore aggiunto ce lo danno: vediamo. E' infatti diritto del cittadino di "accedere, in generale, alle informazioni di cui è in possesso l'amministrazione - prevedendo l'accesso anche - alle organizzazioni di volontariato ed alle associazioni" (Art.7 Legge 142/90 - Riforma delle autonomie locali). Un altro passo avanti viene fatto con la necessità di curare "le comunicazioni, le pubblicazioni e le notificazioni previste dalle leggi e regolamenti ... ai documenti amministrativi - per chiunque vi abbia interesse - ... ogni rappresentazione grafica, fotocinematografica, elettromagnetica o di qualunque altra specie e contenuto di atti anche interni, formati dalle pubbliche amministrazioni o ai fini dell'attività amministrativa" (Legge 241/90 - Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e diritto di accesso a documenti amministrativi). Il respiro europeo si fa vivo con la necessità di

“Accrescere l’efficienza delle amministrazioni in relazione a quella dei corrispondenti uffici e servizi dei Paesi della Comunità Europea, anche mediante il coordinato sviluppo dei servizi pubblici. – di realizzare - Collegamento delle attività degli uffici, adeguandosi al dovere di comunicazione interna ed esterna ed interconnessione mediante sistemi informatici e statistici pubblici. – di creare – gli Uffici Relazioni con il Pubblico (URP)” (Decreto Legislativo 29/93 – Razionalizzazione dell’organizzazione delle amministrazioni pubbliche e revisione della disciplina in materia di pubblico impiego). Tra i compiti dei Direttori Generali troviamo la convocazione della Conferenza dei Servizi “per verificare l’andamento dei servizi anche in relazione all’attuazione degli indicatori di qualità e per individuare ulteriori iniziative tese al miglioramento delle prestazioni” (D.Lgs 502/92 e 517/93 – Normativa di riforma del Servizio Sanitario Nazionale). Prevedere “strumenti grafici, editoriali, audiovisivi, radiotelevisivi, telematici, multimediali e pubblicitari, al fine di assicurare la conoscenza di normative, strutture e servizi nonché di informare sui diritti dell’utenza nei rapporti con le amministrazioni pubbliche” (Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 11 ottobre 1994 – Direttiva sui principi per le relazioni con il pubblico) è un obiettivo degli URP, ma che può tranquillamente essere di esempio anche per noi. Come ritorna prepotentemente d’attualità quanto contenuto nella direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 19 maggio 1995 (Schema generale della carta dei servizi pubblici sanitari), visto che nelle linee Guida del Ministro dell’Innovazione (giugno 2002), si parla di Carta d’Identità Elettronica e quest’ultima è anche Carta Nazionale dei Servizi). A proposito visitate il Sito ([\[stroinnovazione.it\]\(http://www.stroinnovazione.it\)\) che è parte del portale dello stato \(\[www.italia.gov.it\]\(http://www.italia.gov.it\)\): sicuramente il salto di qualità nel presentare le leggi ma a mio parere la comunicazione con tutti noi ha fatto passi da gigante. Quello che considero accattivante è proprio che si parla di Società dell’innovazione e di Comunicazione, che lo stato italiano abbia finalmente un portale dove vengono dichiarati gli obiettivi e dove le leggi sono un po’ meno ostiche per il cittadino, con la presentazione di nuovi scenari affascinanti per i loro possibili sviluppi per ciascuno di noi. Mi accorgo che vi sto raccontando una fiaba, ma a me questa fiaba piace molto... e poi il miglior comunicatore del XXI secolo è stato Walt Disney, oramai i libri per i ragazzi \(e non solo loro\) sono conosciuti da questi ultimi più per merito dello zio Walt che non perché letti dai genitori o dai parenti. La capacità di apprendimento è ciò che invidio ai ragazzi, e lo siamo tutti un poco quando giocando impariamo.](http://www.mini-</p></div><div data-bbox=)

Oggi comunicare vuol dire quindi anche attrezzarsi per affrontare una sfida culturale che consente di rinnovare anche profondamente i colleghi, il loro modo di pensare ed i rapporti con la gente. Vuol dire riflettere, ripensare procedure e processi organizzativi, riorganizzare ruoli e competenze, individuare nuovi modi, nuove forme, nuovi scenari per progredire. Comunicare vuol dire anche “essere trasparenti” : la comunicazione va pensata strategicamente, pianificata ed eseguita per arrivare (o ritornare) ad una medicina della responsabilità. E questo mi impegno a fare con la Rivista e con tutti gli altri mezzi, portale in primis, che mi e ci vengono messi a disposizione, coadiuvato da tutti i colleghi che sono entrati e entreranno nella redazione per rendere la rivista (ma anche la nostra Società) sempre più bella.