

TESTO DELL'INTERROGAZIONE

Quando la comunicazione è compito del Consiglio di Stato e quando spetta ai suoi Dipartimenti? Non varrebbe la pena coinvolgere l'USI?

Una chiara delimitazione delle competenze nella comunicazione tra Consiglio di Stato e Dipartimenti non può che giovare alla credibilità e all'efficacia lavorativa dell'Esecutivo

Quante persone assunte presso l'Amministrazione cantonale (escluso chiaramente lo staff di direzione) siano essi nominati o incaricati hanno una formazione di giornalismo? Quanti interventi nei media escono a nome di un Dipartimento e/o del suo Direttore? A quanti eventi coperti dai media partecipa un Consigliere di Stato?

Talvolta sembra di vedere un grande sgomitare nella comunicazione ai livelli superiori dell'esecutivo. Un grande sgomitare tra i Dipartimenti e il Consiglio di Stato. Anche le notizie più banali riguardanti attività ricorrenti dello Stato, se positive, si cerca di farle identificare con un Dipartimento e dietro al Dipartimento con il suo Direttore. Ma si tratta di attività che se sono svolte è grazie al contribuente e a un apparato statale che se negli anni, nel tempo, funziona è per l'impegno profuso a più livelli politici! Qualcuno vuole fare suo il merito di tanti?

Questi comunicati costano in modo diretto e indiretto. Diretto in quanto qualcuno deve prepararli e indiretto in quanto potrebbero sottrarre tempo ai Direttori dei Dipartimenti ai quali di compiti prioritari da svolgere nell'interesse del cittadino non dovrebbe mancare.

Insomma si tratta di non offrire ai nostri Consiglieri di Stato la tangenziale molto allettante dell'apparire al posto dell'essere e soprattutto fare. E si tratta di non creare sfiducia nei nostri cittadini.

Un tempo i nostri Consiglieri di Stato prendevano carta e penna e scrivevano sui giornali il loro pensiero e poi basta.

Negli ultimi decenni l'immagine delle nostre autorità viene curata in altro modo. Oggi è più che mai importante apparire il più possibile sui media, farsi citare per temi gettonati e non apparire su temi non gettonati. Oggi è importante avere visibilità positiva. E di eventi creati ad hoc non ne mancano. Innumerevoli sono le cerimonie per qualsivoglia risultato che il contribuente e l'apparato statale funzionante realizzano e finanziano. Sono in crescita gli articoli firmati dove si inneggia all'attività di un Consigliere di Stato. Un'evoluzione preoccupante.

A livello di esecutivi i compiti fondamentali da svolgere affinché i soldi dei contribuenti siano utilizzati in modo efficiente, i compiti di un Consigliere di Stato o di un Sindaco, sono tanti. Il loro tempo andrebbe utilizzato per seguire e motivare il numeroso personale, per rendersi conto di persona di come sta operando l'Amministrazione al fronte nei confronti del cittadino, per costruire legami con Uffici e Dipartimenti federali dove siamo estremamente carenti, per coordinarsi tra Dipartimenti e per coordinare Sezioni e Uffici. Insomma a un Direttore che ha nell'organico parecchie centinaia di dipendenti, di lavori da svolgere non ne mancano. È un Direttore a tutti gli effetti!

Da più parti si sente dire che oggi i Consiglieri di Stato, chi più chi meno, sono in campagna elettorale non solo nel periodo elettorale ma tutti i giorni dell'anno per quattro anni. A malignare allora si potrebbe giungere alla conclusione che il tempo che il contribuente paga al Consigliere di

Stato per svolgere le importanti attività di cui è insignito, viene usato in misura importante, per non dire eccessiva, anche per fare campagna elettorale, per curare la propria immagine all'esterno, per apparire sui media. Tempo che viene quindi sottratto dall'attività principale a favore del paese e del contribuente e questo su tutto l'arco della legislatura.

Si ci troviamo in un campo in cui l'equilibrio tra apparire e essere è piuttosto delicato.

Oggi il malcontento dei cittadini spesso deriva dalla distanza che si sta creando fra le esigenze dell'Amministrazione e quelle del cittadino. Dell'ingerenza dello Stato in tutti gli ambiti complicandoli all'inverosimile. Dallo sfiduciare le capacità del cittadino con pesanti regolamentazioni. E poi parliamoci chiaro lo Stato costa e pretendere che sia efficiente è naturale. Ma se i Direttori li vediamo un giorno sì e un giorno no sui giornali, pian piano la credibilità del sistema potrebbe venire a meno.

Il tempo dedicato alla comunicazione è tempo prezioso e viene sottratto dai veri importanti compiti di un direttore?

Il pericolo esiste in quanto questi importanti compiti chiaramente danno meno visibilità al Consigliere di Stato (Capodipartimento, Direttore) ma sono estremamente importanti affinché l'immensa macchina dell'Amministrazione funzioni correttamente e con la dovuta sensibilità nei confronti dei cittadini contribuenti, lavoratori anch'essi. È altrettanto importante che le nostre problematiche siano comprese e recepite anche ai livelli superiori federali. Questi legami però non si costruiscono solo in occasionali incontri ma vanno coltivate in modo duraturo e prendono tempo.

Anche per le attività di sensibilizzazione della popolazione bisognerebbe essere molto cauti ed evitare situazioni ambigue. Queste attività di sensibilizzazione sicuramente hanno maggiore effetto se dovessero partire dal basso e quindi se ad occuparsene fossero Associazioni, oppure appositi istituti incaricati a nome del Consiglio di Stato. Vanno assolutamente spersonalizzate dall'attività politica. Ad uscire in primis non dovrebbe essere il Consigliere di Stato e/o il Dipartimento identificato con il Direttore in quanto si potrebbe pensare che sia prioritariamente campagna elettorale fatta con i soldi dei cittadini e si finirebbe anche col sminuire la forza dell'attività di sensibilizzazione interpretandola come pretestuosa.

La serietà, la consistenza di un Consiglio di Stato la si recepisce anche su questi aspetti, altrimenti si fomentano le critiche facili del tipo: "Il Direttore è in giro a curarsi l'immagine e i dipendenti dell'Amministrazione fanno quello che vogliono."

"Sono in campagna 4 anni su 4 con i nostri soldi..."

Critiche che portano poi anche a disaffezione dal vitale sistema politico.

Chiaramente gli eventi legati alla visibilità non si creano da soli ma sono appositamente promossi e necessitano di risorse, oltre a quelle sottratte ai compiti di direzione.

Un ambito in cui si vede la serietà, consistenza e spessore dell'operare del Consiglio di Stato nell'interesse generale, nell'interesse pubblico dei cittadini e a difesa dei principi del modello democratico è quindi legato alla regolamentazione interna della comunicazione verso l'esterno. In che misura e quando la comunicazione va personalizzata e quando va spersonalizzata. Nella maggior parte delle comunicazioni dovrebbe essere esclusivamente il Consiglio di Stato ad uscire in primis in quanto molte delle attività eseguite avviene semplicemente per l'applicazione di leggi esistenti da parte dell'Amministrazione. Leggi create nel tempo grazie ai vari livelli operativi del nostro modello politico di milizia. Uscendo a monte della comunicazione la figura spersonificata del Consiglio di Stato e non il Capodipartimento, il singolo Direttore, si evita che la ricorrente attività dell'Amministrazione pagata dai contribuenti venga personalizzata e usata per avere visibilità e il prezioso tempo del Capodipartimento venga sottratto ad altre attività molto importanti.

Di regola i Cantoni svizzeri su questi principi sono piuttosto solidi a riconoscenza dei principi politici democratici che la loro carica ricopre.

Insomma l'ambito legato alla comunicazione è un ambito molto delicato negli esecutivi che potrebbe prestarsi sicuramente a malintesi e ledere alla credibilità dello Stato. Per contenere e limitare eccessi in tutte queste attività legate alla comunicazione, all'apparire e alla visibilità dei singoli membri dell'esecutivo, all'eccesso di personalizzazione, situazioni che sicuramente non gioverebbero all'interesse del cittadino e della credibilità dell'apparato statale, si pongono al Consiglio di Stato le seguenti domande di cui i cittadini sarebbe opportuno ricevessero risposta prima del 7 aprile 2019.

1. Per evitare eccessi un primo ambito in cui bisogna vegliare è legato alla presenza di giornalisti all'interno dei Dipartimenti. Non si sta parlando di Staff in quanto questi sono a disposizione dei Direttori di Dipartimento. No, si sta parlando di curriculum legati al giornalismo magari assunti anche per altri compiti e che siedono nell'Amministrazione, nominati o meno; Si chiede di indicare Dipartimento per Dipartimento il numero di questi profili presenti e di indicare a mo di paragone quanti giornalisti sono a disposizione del Consiglio di Stato e per esso della Cancelleria?
2. Come regola il CdS le modalità di comunicazione? Come si cerca di spersonalizzare l'attività svolta? Quando il comunicato, l'intervento è di competenza del CdS e quando di un Dipartimento?
3. Sicuramente i vari comunicati e interventi emessi dall'immensa macchina dello Stato vengono classificati. Si richiede una statistica di quanti comunicati all'anno escono nelle varie modalità a nome del Dipartimento e quanti a nome del Consiglio di Stato? Questo dato è molto utile per capire se si sta esagerando. Se il problema esiste o meno.
4. Si è valutato di affidare tramite mandati le attività di sensibilizzazione della popolazione a istituti esterni allo Stato? Non dimentichiamo che il Cantone Ticino si è dotato di una facoltà di comunicazione.
5. Non ritiene il CdS di affidare all'USI una valutazione delle attuali modalità di comunicare della macchina statale e valutare se non possa essere migliorata? Chiaramente una valutazione andrebbe fatta con criteri legati alla credibilità e volta a fare chiarezza quando va personalizzata e quando va affidata all'immagine generale dello Stato e per esso del Consiglio di Stato e/o della Cancelleria.

Cleto Ferrari e Paolo Pamini