

## TESTO DELL'INTERROGAZIONE

### Promozione delle attività dello Stato: si può migliorare?

Premesso che:

- i mezzi d'azione dello Stato, le sue varie politiche si fondano su molteplici tipologie di strumenti (quali ad es. leggi, regolamenti, ordinanze, decisioni, direttive, circolari, sussidi, aiuti, raccomandazioni, ecc..);
- le istituzioni provvedono alla pubblicazione delle leggi federali e cantonali in via cartacea o informatica (cfr. ad es. siti Internet admin.ch e ti.ch). Su questi siti si trovano oggi molte informazioni circa le attività dello Stato (procedure, modulistica, domande frequenti,...);
- esse informano mediante conferenze e comunicati stampa, rendiconti, ...
- i lavori parlamentari sono ripresi in TV;
- messaggi e rapporti sono pubblicati e pubblici;
- è stata varata una legge sulla trasparenza delle attività statali;
- le amministrazioni federali, cantonali e comunali sono, di regola, prossime al cittadino che vi si rivolge e pronte a fornire le informazioni del caso;
- nelle scuole si vuol migliorare la conoscenza della civica;
- ...

Insomma, non si può certo dire che manchi il materiale pubblicato per chi volesse cercare delle informazioni su quanto lo Stato fa per la cittadinanza. Tuttavia, il fatto di pubblicare tutto ciò non sta ancora a significare che la cittadinanza, che è un'entità ben più ampia degli "utenti" - spesso solo addetti ai lavori, professionisti -, sappia o capisca o semplicemente si renda davvero conto di tutte le prestazioni e servizi erogati dalla Stato. A titolo d'esempio: quanti giovani, ma anche imprenditori e artigiani sono davvero a conoscenza di tutte le misure e incentivi all'assunzione o alla riqualifica professionale? Quanti sanno, o hanno almeno un'infarinatura, dell'esistenza degli sportelli LAPS e di tutto l'apparato e delle procedure per ottenere aiuti, borse di studio ed assegni a favore di persone in difficoltà? Quanti sono al corrente dei servizi di orientamento professionale, in cosa consista il sistema duale, quali le possibilità di corsi passerella? Quanti sanno, da noi e all'estero, cosa offre il Ticino turistico?

Ultimamente tutti hanno sentito parlare di abolire le notifiche online per il noto problema dei padroncini, ma altrimenti v'è da chiedersi quanti concittadini sapessero di tale possibilità e quindi delle molte altre informazioni positive e utili che si possono trovare online.

Pubblicare, anche tanto, non equivale a comunicare e ancor meno ad interagire o guidare (in modo didattico, pedagogico) il cittadino nei meandri dell'amministrazione, delle leggi o anche solo di un sito internet.

Per quanto i mezzi informatici e i media elettronici abbiano aumentato le potenzialità di trasmettere informazioni, probabilmente la televisione e/o la radio rimangono dei mezzi che raggiungono più facilmente le case di ogni cittadino. In alcuni Paesi vi sono canali TV, soprattutto legati alle TV di Stato, che si occupano di educazione (Rai.edu, BBC Learning,...) oppure enti pubblici e/o privati che realizzano da decenni delle "Pubblicità progresso" (in Italia vi è una Fondazione che porta tale nome e di cui fa parte quale socio fondatore la Rai, sulla falsariga dell'organizzazione statunitense "Advertising Council") dedicate alla soluzione di problemi morali, civili ed educativi riguardanti l'intera comunità. Vi sono poi Stati o regioni che realizzano spot televisivi per promuovere le proprie bellezze turistiche a livello nazionale e internazionale.

Ciò premesso chiedo al Consiglio di Stato:

1. se non ritiene possibile instaurare un rapporto con la nostra RSI quale ente di servizio pubblico, o anche con Teleticino (che comunque beneficia di parte dei canoni ed è partecipata parzialmente da BSCT), per promuovere anche un piccolo format di 5 minuti (da passare in TV, radio o sui rispettivi portali) laddove con regolarità si presentino in modo didattico le varie prestazioni e servizi dello Stato? Ad esempio mediante una “visita guidata” al sito ufficiale del Cantone laddove si possa mostrare dove andare a reperire le informazioni necessarie e al contempo far comprendere (di fatto valorizzandolo) quanto lo Stato fa e offre?
2. Se ritiene che l’idea di proporre delle “Pubblicità progresso” sia utile, attuabile e opportuna anche nella nostra realtà?
3. Se, tramite Ticino turismo (qualora non fosse già previsto, magari in vista di Expo 2015), non ritenga ipotizzabile la realizzazione di uno spot pubblicitario con il meglio delle attrazioni e bellezze del nostro Cantone da diffondere sui canali TV nazionali e internazionali?
4. Per meglio veicolare il messaggio e renderlo accessibile, non si ritiene possa essere interessante che queste iniziative (format) di promozione vengano presentate non solo, o non tanto dai politici o funzionari, ma piuttosto da persone comuni che hanno utilizzato queste prestazioni? Ad esempio un giovane imprenditore potrebbe descrivere l’iter seguito e gli aiuti ottenuti per la sua start-up, oppure uno studente o ex studente della Scuola superiore del settore turistico (SSAT) potrebbe spiegare quanto offre il Cantone Ticino come strutture alberghiere, turistiche, quali e quante opportunità di lavoro.

Matteo Quadranti