

La nuova figura professionale che avanza nell'universo tecnologico segnando la svolta nel settore della comunicazione pubblica

Annalisa D'Errico, Gianluigi Bonanomi

#PA BRAND EXPERT

Competenze e strumenti per i comunicatori della pubblica amministrazione



Un mix (esplosivo) di diversi profili professionali

ste a Livio Gigliuto, vicepresidente dell'Istituto Piepoli, e a Francesco Di Costanzo, presidente di PA Social, gli autori definiscono le competenze del PA brand expert, partendo dal presupposto che "secondo i dati del Sistema informativo Excelsior 'Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine 2019-2023' di Unioncamere e Anpal - si legge nel libro -, la digital transformation e l'ecosostenibilità avranno un peso determinante nel caratterizzare i fabbisogni occupazionali dei diversi settori economici, arrivando a coinvolgere circa il 30% dei lavoratori di cui imprese e Pubblica Amministrazione avranno bisogno nei prossimi cinque anni. In particolare, si stima che imprese e PA ricercheranno tra i 270mila e i 300mila lavoratori con specifiche competenze matematiche e informatiche, digitali o connesse all'Industria 4.0". Si volta pagina, dunque, puntando al superamento della legge n. 150/2000, entrata in vigore quando "questa professione non esisteva ancora - spiegano gli autori -. Così come i suoi strumenti". Un provvedimento che prevedeva in sostanza le tre figure del portavoce, dell'ufficio stampa e dell'Ufficio relazioni col pubblico. Ma adesso, "soprattutto con l'irruzione delle nuove tecnologie e dei social nella so-

cietà contemporanea, i confini di queste tre rigide catalogazioni sono andati via via sfumando, le competenze si sono allargate e gli strumenti sono stati stravolti. I ruoli si sono allargati, in base alle singole realtà della PA, alle loro risorse umane ed economiche". Spazio quindi nel mercato del lavoro a social media manager, webmaster, digital strategist, esperti di tecniche giornalistiche e a data analyst, cloud computing expert, cyber security expert e altri, perché "il futuro è dietro l'angolo - scrivono D'Errico e Bonanomi - o, meglio, è già tra noi. Quello che oggi manca è il riconoscimento ufficiale nella PA di questa nuova figura multidisciplinare, con competenze variegata sia tecniche sia personali e con un bagaglio culturale fatto di vari elementi che si completano a vicenda. Il PA brand expert è infatti un mix (esplosivo) di diversi profili professionali". Un mondo che è cambiato. E ora c'è da colmare un lungo ritardo. In attesa della nuova legge, la n. 151, che possa porre fine agli "errori compiuti dopo la n. 150", sostiene Sergio Talamo, dirigente di Formez PA e coordinatore del Gruppo di lavoro per la riforma della comunicazione pubblica e la social media policy nazionale, i quali "hanno riportato la comunicazione pubblica nella terra di nesso-

no da cui aveva cercato di emanciparsi. Oggi, però, la rivoluzione digitale permette maggiore ottimismo. Il percorso che rimette la comunicazione al centro delle policy pubbliche è irreversibile, e si inserisce bene nel disegno di un'Amministrazione che ha imparato nell'emergenza una regola molto semplice: il digitale non è un metodo come gli altri, ma la spina dorsale di tutte le riforme". Un testo, questo di D'Errico e Bonanomi, che parla di innovazione, rivolto essenzialmente a conoscitori del settore ma anche a chiunque voglia capire quali sono le nuove frontiere della tecnologia e le sue possibili ricadute occupazionali. Un vademecum che riassume le regole da seguire per rendere più efficace la comunicazione della PA e un documento ricco di spunti interessanti, a cominciare dall'ormai fondamentale utilizzo dei social network, che racchiude in sé elementi utili allo svolgimento della professione e passi del percorso storico e sociologico che hanno portato alla situazione attuale.

Annalisa D'Errico e Gianluigi Bonanomi, #Pa brand expert, FrancoAngeli, 2021, pp. 208, euro 22,50

Fabio Ranu cci

PA brand expert è la nuova figura professionale che avanza nell'universo tecnologico a velocissima evoluzione segnando l'attesa svolta in un settore, quello della comunicazione pubblica, in costante crescita esponenziale negli ultimi anni ma che, per guardare al futuro, necessita di un profondo rinnovamento non solo organizzativo. Un ruolo difficile, da affrontare con bravura e

originalità, come dimostra il libro di Annalisa D'Errico, esperta di comunicazione istituzionale, e del giornalista Gianluigi Bonanomi. Che sono partiti dalla consapevolezza che il settore Ict (Information and Communications Technology) con le professioni digitali è uno dei comparti chiave dell'economia globale e il nostro sistema-Paese, se vuole continuare a essere competitivo a livello internazionale, è chiamato a investire con convinzione e

costanza sulle professionalità che operano in questo ambito. E a legiferare al più presto ridefinendo anche priorità e strategie della Pubblica Amministrazione. Nel testo, che ha la prefazione dell'ex ministra per la PA, Fabiana Dado-ne, ed è suddiviso in sei parti, dallo scenario generale al linguaggio e agli strumenti innovativi fino all'appendice con gli interventi e le testimonianze tra gli altri di Sergio Talamo, Claudia Cichetti e le intervisti