

Se ne è discusso all'Aicun, l'associazione che riunisce i pr degli Istituti

Atenei, la comunicazione scopre la forza dell'etica

DI MICHELA DI CARLO

«Il comunicatore pubblico è chiamato a rappresentare la coscienza etica dell'organizzazione». Esordisce così il presidente dell'Aicun (l'associazione che riunisce i comunicatori degli atenei italiani), **Alessandro Chiaro**, in apertura del seminario «Etica e qualità nella comunicazione delle università», organizzato a Roma dall'Aicun. La sempre più crescente competizione fra le università, manifestata anche con l'aumento verticale degli investimenti pubblicitari, ha messo sempre più in risalto il problema dell'etica nella comunicazione. «Gestire in modo responsabile un'organizzazione», secondo **Edoardo Teodoro Brioschi**, presidente onorario Aicun, «significa comunicare tenendo fede a tre principi basilari: onestà, veridicità, correttezza».

Per **Claudio Baccarani**, dell'università degli studi di Verona, «è sempre più importante per gli atenei agire dal lato dell'informazione e non della persuasione. Bisogna rendere gli studenti protagonisti del processo di apprendimento in un contesto culturale di ampio respiro, avviando con loro sempre più intense collaborazioni sulla base del principio che il

servizio di formazione universitario è il risultato dell'interazione tra strutture, docenti, e studenti».

Il cambiamento passa dunque attraverso l'ascolto, uno dei valori fondamentali attraverso cui costruire la legittimazione sociale delle università italiane, ma anche attraverso una formazione specifica degli stessi comunicatori pubblici.

«Presso la Crui (la commissione comunicazione della conferenza dei rettori delle università italiane) è stata costituita un'apposita commissione per la comunicazione composta da docenti di scienze della comunicazione e addetti ai lavori con l'obiettivo di definire un quadro di sistema dei comunicatori pubblici italiani», ha dichiarato **Maurizio Boldrini**, coordinatore della Crui: «Organizzeremo, nei prossimi mesi, assieme ad Aicun, dei corsi di formazione al fine di creare e certificare competenze univoche di base». Secondo **Marco Tomasi**, dell'università degli studi di Trento, la qualità della comunicazione universitaria passa anche attraverso un buon assetto organizzativo: «Mancanza di coordinamento interno, assenza di una chiara struttura di riferimento e una

rispetto ai pubblici di riferimento, non permettono l'individuazione di una visione organica d'insieme e quindi la focalizzazione di quegli ambiti strategici presso cui intervenire per una comunicazione più efficace». Comunicare significa dunque anche fornire un quadro omogeneo, completo e trasparente circa l'interdipendenza tra fattori economici e sociali derivanti dalle scelte dell'organizzazione. Anche secondo **Stefano Rolando**, dell'università Iulm, etica e qualità nella comunicazione universitaria, sono sinonimo di trasparenza e responsabilità di una istituzione in grado di formare, secondo la felice definizione di **Donatella Pacelli**, responsabile del coordinamento corsi di laurea in scienze della comunicazione, un nuovo tipo di professionisti del domani, «i comunicatori con l'anima». **Giampaolo Azzoni**, dell'università degli studi di Pavia: «L'università è chiamata a rispondere alla fiducia che la società in essa ripone mirando a un'immunità inviolabile e a una libertà incondizionata». L'università vista dunque come fine e mai come mezzo, come «luogo di ricerca autentica del vero». (riproduzione riservata)