

Nona lettera del governatore

APRILE MESE DELLA RIVISTA ROTARIANA

Karl Kraus, discendente della ricca famiglia Jacob Kruas, nacque a Jicin, nella Repubblica Ceca, il 28 aprile 1874 e morì a Vienna 62 anni dopo. Scrittore giornalista, poeta, commediografo, arguto aforista, ottenne il Premio Nobel per la letteratura. Kraus viene generalmente considerato uno dei principali autori satirici di lingua tedesca del XX secolo, ed è noto specialmente per le sue critiche altamente ironiche e taglienti alla cultura, alla società, ai politici tedeschi e ai mass media.

“Il giornalista” ebbe modo di osservare “è stimolato dalla scadenza, scrive peggio se ha tempo”.

Il mese di aprile, che i Greci attribuivano al culto di Afrodite, è tradizionalmente dedicato dal Rotary International alla Rivista rotariana e, più in generale, alla comunicazione, in particolare alla sua principale “voce” del mondo, l’originaria The Rotarian. La rivista nacque nel gennaio 1911 a opera proprio del nostro fondatore; il suo primo titolo fu The National Rotarian, pochi anni dopo, contestualmente allo sviluppo del Rotary e all’affermazione della sua connotazione globale, avrebbe assunto il definitivo titolo di The Rotarian. La rivista nel tempo è stata affiancata da altre collaterali testate a tiratura nazionale che in buona parte ne riportano i contenuti tradotti; questa la ragione per cui, nell’ambito dei Distretti italiani, siamo in pochi a ricevere l’originale. La necessità di comunicare è sempre stata, dunque, una priorità per la nostra associazione. Uno dei doveri del Governatore è, dunque, quello di comunicare costantemente nell’ambito del proprio Distretto, di comunicare al di fuori del perimetro rotariano e di farlo verso la dimensione globale del Rotary International. Comunicare correttamente è anche una alta forma di servizio, Anna Politkovskaja, mia sfortunata coetanea moscovita, ebbe modo di affermare: “Voglio fare qualcosa per altre persone usando il giornalismo”. Tradizionalmente sottotraccia l’atteggiamento tenuto da una buona parte del Rotary italiano dalla sua originale genesi a pochissimi anni fa, una sorta di italico low profile che trova ancora qualche sparuto snobistico seguace ai nostri giorni; è, questo, l’atteggiamento di chi butta la moneta nel cappello del mendicante guardandosi intorno quasi furtivamente, senza generare, perciò, virtuose contaminazioni. Oggi l’informazione è ovunque e comunque, abbiamo dedicato una rilevante parte del nostro Seminario sulla Leadership per prendere consapevolezza di ciò, oggi ci siamo anche se non vogliamo esserci ergo vale la pena di esserci bene. Il Rotary International comunica tanto e bene, dal 2011 la nostra Associazione ha nominato il signor David Jensen Responsabile Comunicazione del Rotary, prima di lavorare per il Rotary International Jensen ha lavorato presso GE, Boeing, Raytheon ed Ampex. Il nostro COO è deputato a dirigere tutte le operazioni di comunicazione, interna ed esterna; è responsabile di 115 professionisti, attivi nelle pubbliche relazioni, servizi editoriali, telecomunicazioni, sito web, servizi linguistici ed è il responsabile di The Rotarian, a Jensen si deve il rebranding del Rotary. Come comunichiamo noi? Nel rispetto delle regole emanate dalla casa madre, ogni Club è autonomo, quindi comunicare a livello locale rappresenta una grossa responsabilità. Noi siamo un Distretto territoriale, attraverso le nostre fotografie pubblicate sulla stampa locale raccontiamo le nostre abitudini o evidenziamo il nostro impegno, avviciniamo o allontaniamo in base a ciò che diciamo e alle espressioni che utilizziamo, spesso riconoscibili solo da noi Rotariani. Dall’1 luglio di quest’anno abbiamo affiancato alla Newsletter distrettuale una costante presenza su Facebook e Twitter, personalmente non sono né sull’uno né sull’altro, non già per il piacere dell’asincrono snobismo quanto, mutuando l’aforisma di Kraus, per le motivazioni per cui sarei un buon giornalista. Allorquando assunti la responsabilità di Governatore, compresi che era mio dovere portare il sistema che rappresento nel mondo social poiché tramite esso possiamo raggiungere tante e tante persone che, diversamente, non ci conoscerebbero non entrerebbero mai in contatto con noi. In questi otto mesi abbiamo notato una dinamica davvero incoraggiante, ancorché probabilmente prevedibile: allorquando postiamo notizie riconducibili alle nostre consuetudini e alle

nostre liturgie registriamo un numero relativamente contenuto di followers, presenza che arriva a toccare picchi anche di quattro volte superiore quando documentiamo il nostro impegno di servizio; dunque, il mondo social può anche rappresentare un attendibile termometro della nostra efficacia comunicativa. Spesso affermiamo che a prescindere da ciò che si dice l'importante è far parlare di sé, il Rotary non può far suo questo assunto poiché, con i suoi 110 anni di storia, la nostra Associazione ha una reputazione da difendere, ma anche le informazioni scontate e ripetitive possono arrecare danno alla nostra immagine, sempre Kraus affermava: "Il giornalista è uno che, dopo, sapeva tutto prima" ho come la sensazione che talvolta il pubblico di lettori della stampa locale osservando le nostre immagini connotate da convivialità, abbia conferma, per quanto talvolta errata, di aver intuito tutto prima. Richiamo allora in chiusura l'auspicio che Anna Politkovskaja ha potuto realizzare con il suo estremo sacrificio, il mio auspicio è che le persone, apprezzando la nostra Associazione e le sue finalità attraverso la nostra capacità di comunicarle, pensino al Rotary nel momento di bisogno.

Alberto Ganna