



Numero 1 – giugno 2007

OPERAZIONE RINNOVAMENTO

RACCOGLIERE LA SFIDA

Raffaele Sirica

La comunicazione ha assunto ormai un ruolo di enorme importanza in ogni aspetto della società contemporanea. Anche una professione progettuale come quella dell'architetto deve fare i conti con questa realtà. L'architettura, per vivere pienamente il suo ruolo, deve stabilire un contatto profondo con chi ne farà uso, chi l'ha programmata, chi, a vari livelli, vi entra in contatto.

Oggi gli architetti sono consapevoli che la loro professione implica anche comunicare, e non in modo banale. La creazione progettuale si deve accompagnare alla capacità di cogliere tutte le implicazioni sociali connesse, il progettista deve fare comprendere il senso del suo agire e contemporaneamente captare le energie positive e i fenomeni che la società va esprimendo. Una dialettica feconda tra la disciplina che presiede alla trasformazione del territorio e tutti gli attori coinvolti in questo processo può portare un contributo affinché l'architettura e la qualità dell'ambiente diventino un diritto di tutti i cittadini in un mondo in rapida evoluzione.

Tutto ciò significa confrontarsi con le grandi sfide sociali, culturali e politiche oggi in primo piano nel nostro Paese, accanto ad altri temi di assoluta rilevanza: il futuro delle professioni, l'evoluzione legislativa a livello locale e nazionale, la complessità della trasformazione del territorio, la necessità di definire uno sviluppo sostenibile, la sicurezza nei cantieri.

Di fronte a un quadro così complesso il Consiglio nazionale, in rappresentanza degli oltre 125 mila architetti, pianificatori, paesaggisti e conservatori italiani, si pone l'obiettivo di contribuire alle strategie per lo sviluppo del Paese, comunicando la propria dimensione culturale e professionale. Rifuggendo da obsolete rivendicazioni corporative, il Consiglio Nazionale vuole valorizzare la propria funzione di stimolo e contributo alla definizione di nuovi scenari della professione e di tutto quanto interagisce con essa.

Per essere all'altezza di questi compiti sono indispensabili veicoli di comunicazione adeguati e da questa esigenza è nata la strategia di ripensamento e rinnovo degli strumenti di informazione a nostra disposizione. Se la sfida che ci viene proposta è trovare la chiave giusta per rispondere alle diverse specifiche esigenze che via via si manifestano, l'abbiamo raccolta, modulando i diversi mezzi di comunicazione per raggiungere tutti gli interlocutori con le parole appropriate.