



Comunicazione pubblica digitale: flussi, attori, pratiche

Alessandro Lovari

Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali

Università di Cagliari

alessandro.lovari@unica.it

Seminario MIMIT – 13 settembre 2023

Di cosa parliamo oggi

- Evoluzione della comunicazione pubblica istituzionale
- La comunicazione pubblica negli spazi digital
- L'articolazione dei flussi comunicativi
- La qualità: una sfida per i comunicatori e la ricerca



Definizione di comunicazione pubblica

- Che cos'è la comunicazione pubblica?

Riflessione che inizia nei primi anni Novanta – dopo Tangentopoli, necessità di ricostruire un rapporto di fiducia dei cittadini nei confronti delle istituzioni



Comunicazione di INTERESSE GENERALE
(Arena 1995, Faccioli 2000, Mancini 2002,
Rovinetti 2002, Grandi 2001, Rolando 2001)

- FUNZIONE istituzionalizzata con la legge 150/2000 (obiettivi, strutture, titoli di accesso)
- DISCIPLINA IN PROGRESS CHE SEGUE IL MUTAMENTO SOCIALE E ISTITUZIONALE

Una nuova definizione: la comunicazione pubblica istituzionale

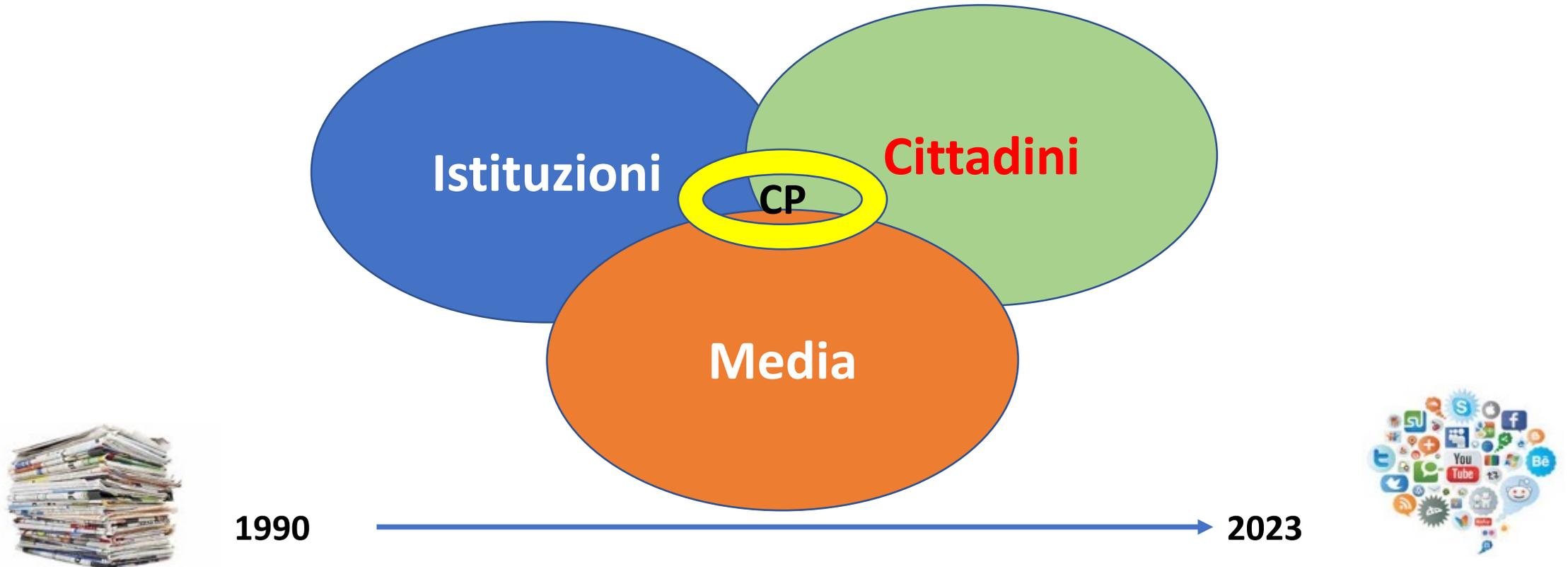
La comunicazione pubblica istituzionale è:

«la complessa, strategica e integrata attività di comunicazione riguardante i beni e i diritti pubblici e le tematiche di interesse generale da parte delle organizzazioni del settore pubblico, attraverso il ricorso a strategie e strumenti di informazione e relazione con cittadini, i media e altri stakeholder, basate su imparzialità e inclusività, per favorire la partecipazione alla vita democratica, per costruire e alimentare la fiducia, nell'interesse della collettività»

(Lovari & Ducci 2022)

Evoluzioni della comunicazione pubblica istituzionale

Negli anni la **comunicazione pubblica come funzione si è evoluta** anche rispetto al mutato rapporto tra **Stato e cittadini**, all'evoluzione del settore pubblico secondo modelli di management, alle trasformazioni del **sistema dei media**, alla rivoluzione digitale e alla diffusione di competenze digitali tra la popolazione



Come cambia la comunicazione pubblica: il quadro normativo

- La comunicazione è una **funzione strategica** per la PA di pari dignità con le altre (L.150/2000) che ha avuto fasi di grande sviluppo e momenti di stallo.
- Negli ultimi anni si è sviluppato un articolato **flusso di comunicazione pubblica digitale** che ha trovato terreno fertile grazie all'adozione delle ICT nel settore pubblico, favorita da un **ricco corpus normativo a livello italiano che ha recepito le indicazioni a livello di Unione Europea, attraverso specifici progetti per favorire la digitalizzazione, la trasparenza e la partecipazione (es. Next Generation EU e PNRR)**
- **Resistenza degli apparati burocratici, interferenze della politica e mancanza di sanzione** (Rolando 2014; Canel & Luoma-aho 2019; Ducci 2017)



Sistemi mediali ibridi e interconnessi

Le pubbliche amministrazioni operano oggi in un **contesto mediale ibrido e interconnesso, caratterizzato da un ruolo centrale delle tecnologie digitali**. Il riferimento principale è all'opera di Chadwick (2013) e alla sua analisi delle contemporanee sfere mediali.

Con «sistema ibrido dei media» (*hybrid media system*), Chadwick (2011, 2013) sottolinea che le **arene e gli attori della comunicazione digitale non sono separate da quelle dei mass media tradizionali, ma devono essere «considerati come parte di un unico sistema** che non può essere compreso se non nelle relazioni tra media e attori 'più vecchi' e 'più nuovi'» (Valeriani 2021, p. 81).

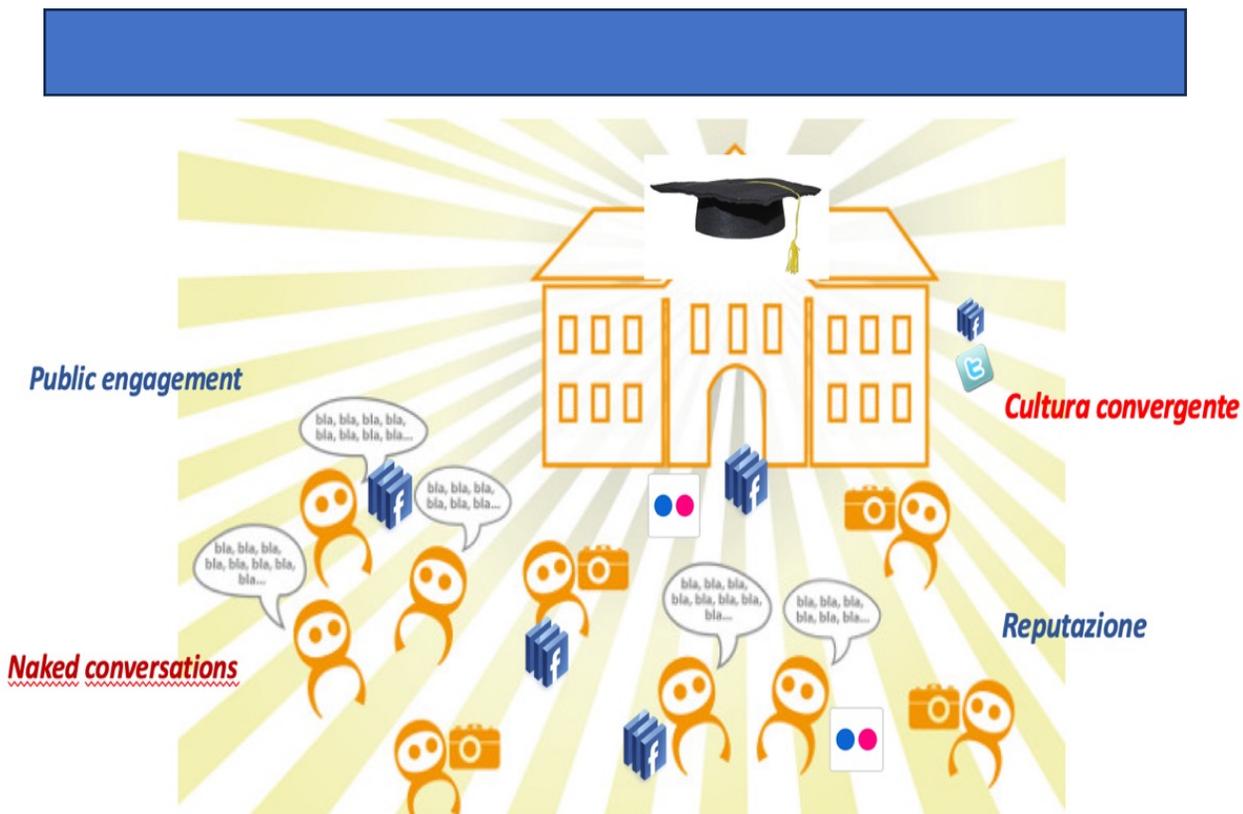


L'ibridazione è un processo non lineare di simultanea integrazione e frammentazione di elementi, caratterizzato **da pratiche di assemblaggio di generi, attori e tecnologie che, attraverso molteplici spazi mediali, spesso interconnessi, contribuiscono a creare un ciclo dell'informazione intrinsecamente ibrido**.

Questo flusso rappresenta il tratto distintivo dell'attuale contesto all'interno del quale operano la politica e le istituzioni.

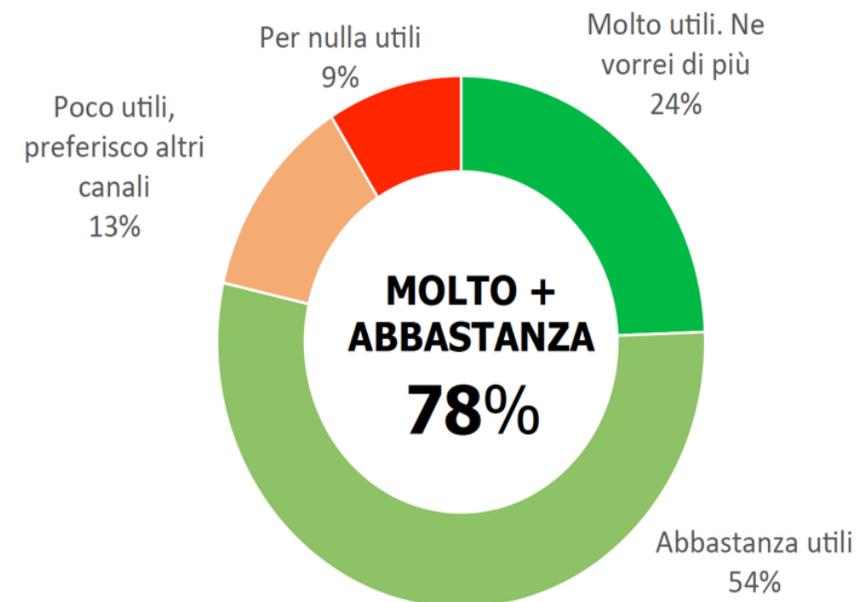
La comunicazione pubblica negli ambienti digitali: gli attori

- Lo sviluppo della **comunicazione pubblica digitale** è stata spinto anche dal crescente peso di internet e dei social media nei **consumi mediali** degli italiani (Agcom 2020; Censis 2022; We are Social 2022) che sempre più usano gli spazi digitali non solo per cercare informazioni ma servizi e **occasioni di interazione e relazionalità anche con la PA.**



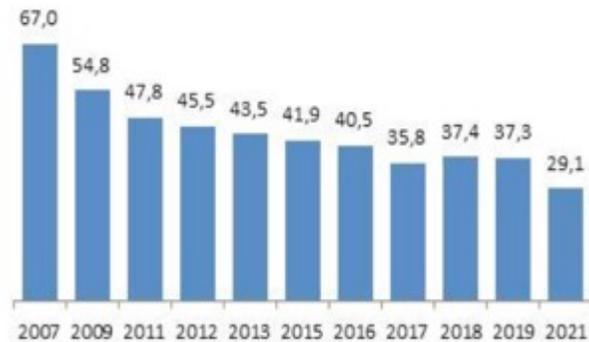
8 ITALIANI SU 10 RITENGONO UTILE CHE LA PA DIA INFORMAZIONI E SERVIZI TRAMITE I SOCIAL

QUANTO PENSI CHE SIANO UTILI INFORMAZIONI E SERVIZI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE SU SOCIAL NETWORK E CHAT?

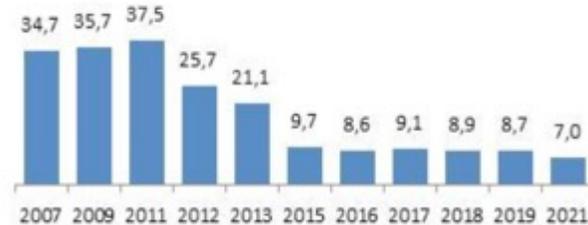


Evoluzione dei consumi medi

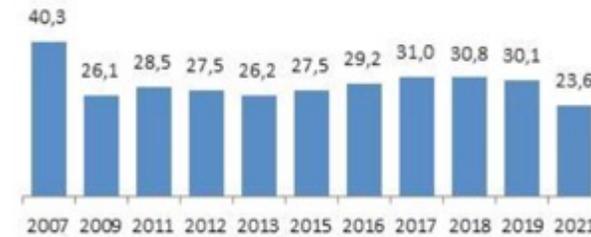
Quotidiani cartacei



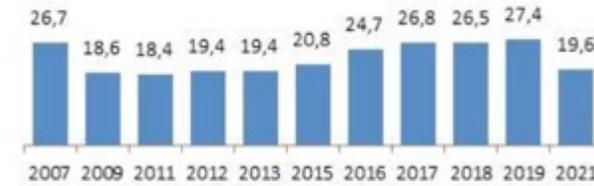
Free press



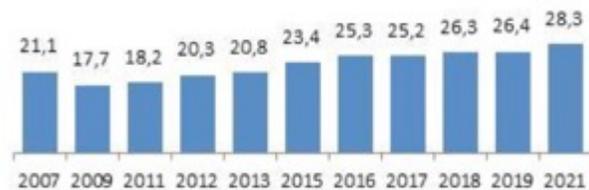
Settimanali



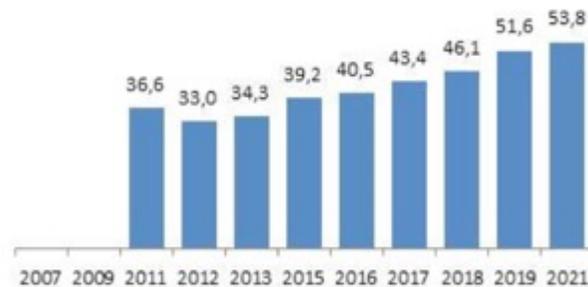
Mensili



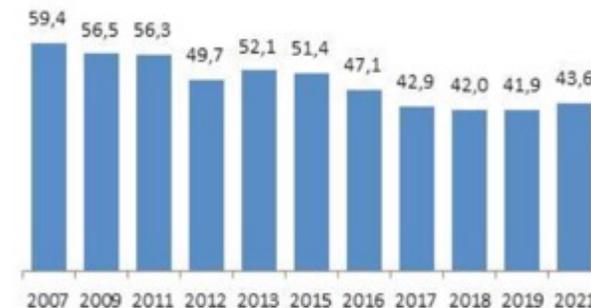
Quotidiani online



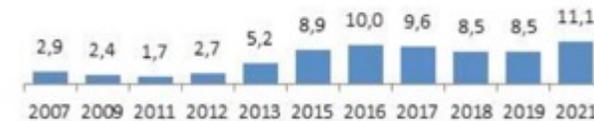
Siti web di informazione



Libri

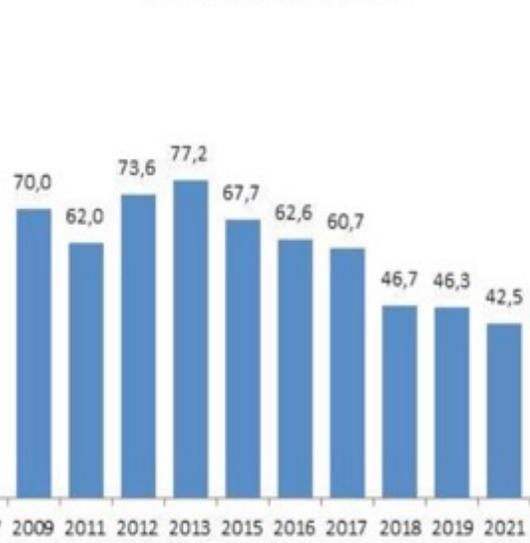


E-book

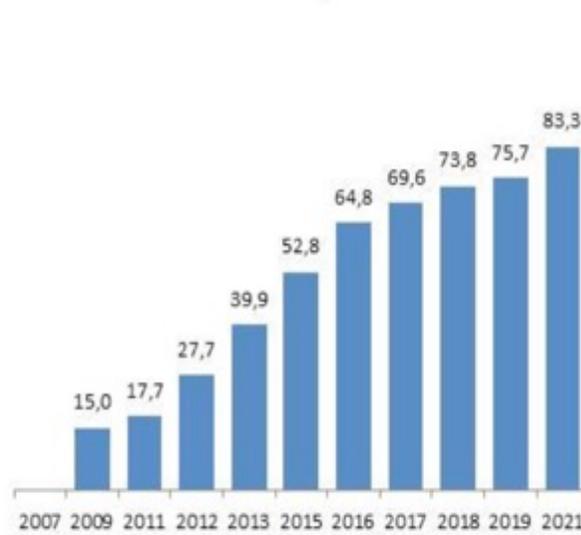


Media digitali sono in crescita costante

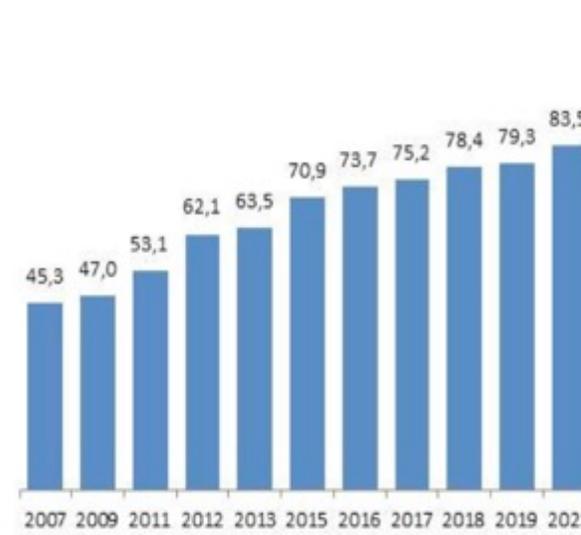
Telefono cellulare basic



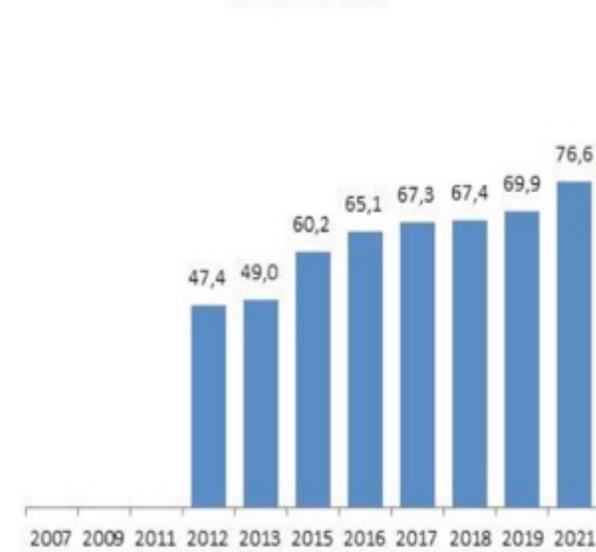
Smartphone



Internet

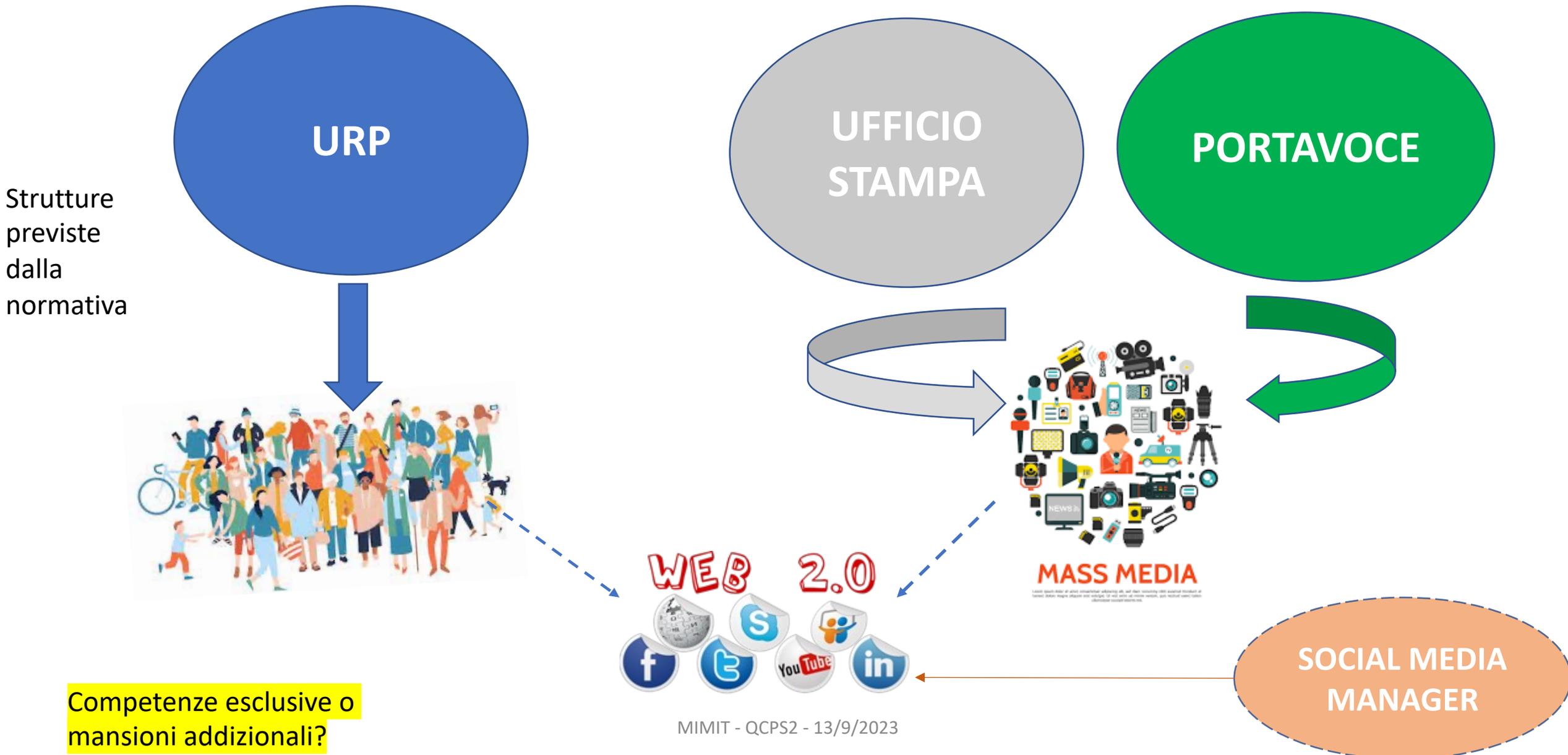


Social network



Fonte: indagini Censis, 2007-2021

Ibridazioni tra strutture e impatto del web 2.0



Strutture previste dalla normativa

Competenze esclusive o mansioni aggiuntive?

Tra molti contenitori e molti contenuti: un problema di qualità

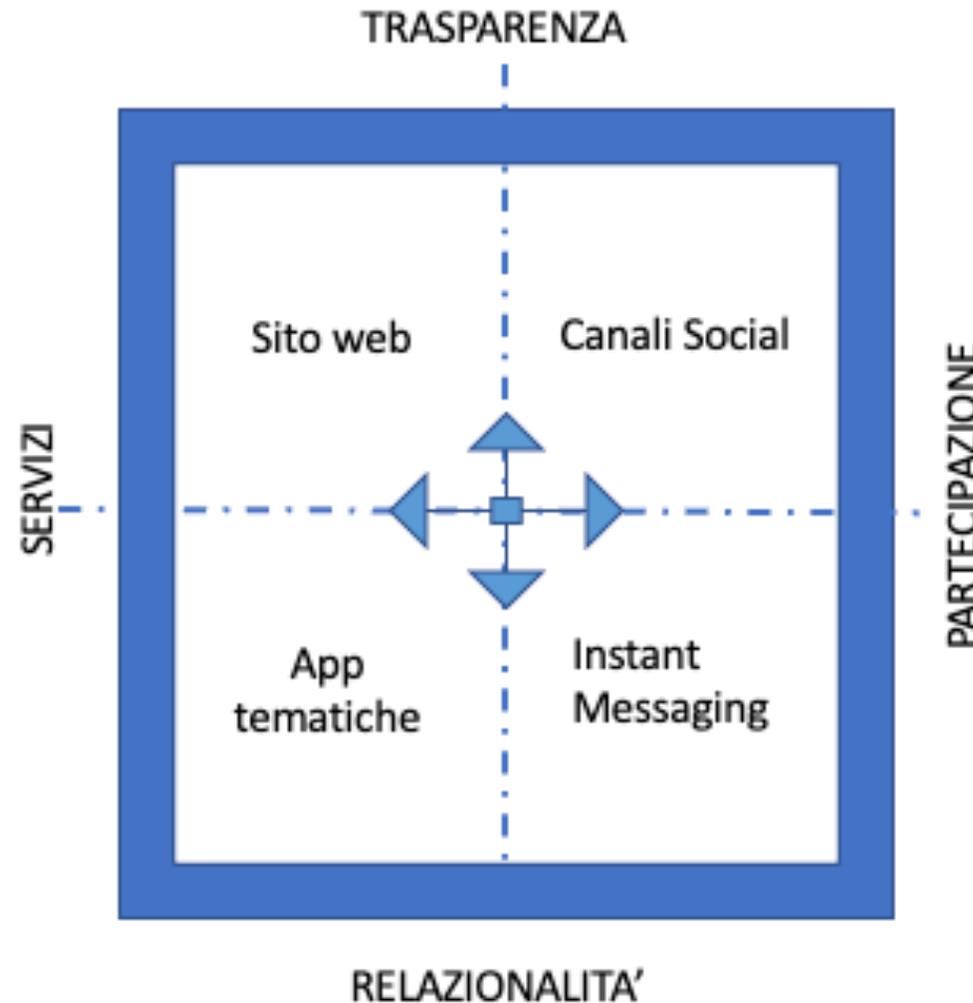


Il problema strategico è **selezionare i giusti contenuti da diffondere attraverso i canali a disposizione della Pubblica Amministrazione (contenitori).**

Il rischio è quello di avere “**contenitori**” di informazioni innovativi ma nessun **contenuto adeguato o utile per l’utenza o contenuti uguali da travasare in contenitori diversi.**

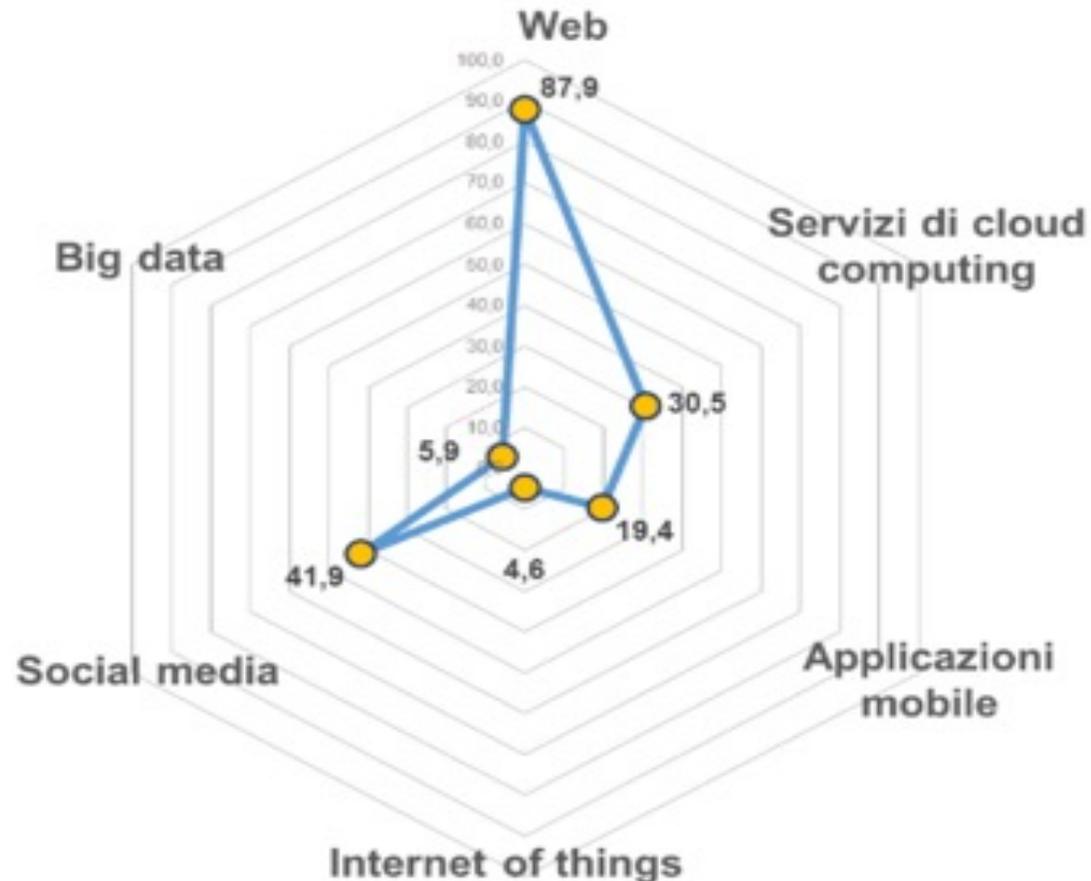
Usare i contenitori innovativi come vecchi contenitori con le stesse logiche

Il quadrante degli ambienti digital per la comunicazione istituzionale



Censimento permanente delle istituzioni pubbliche - ISTAT

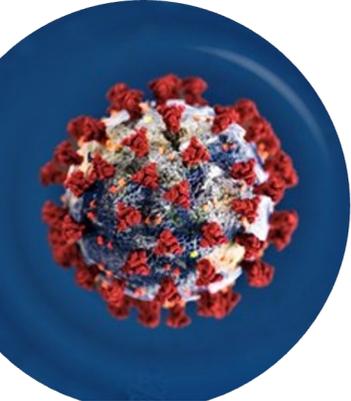
Istituzioni pubbliche



il «Censimento permanente delle istituzioni pubbliche» curato da ISTAT evidenzia come il **41,9% delle istituzioni italiane utilizzi i social media** nelle interazioni con gli utenti, un dato inferiore solamente a quello dei siti web ma superiore rispetto ai servizi di *cloud computing* e big data.

Un indicatore in netta crescita rispetto alle precedenti rilevazioni che riportavano come i social media fossero usati solamente dal 16,5% degli enti (ISTAT 2018).

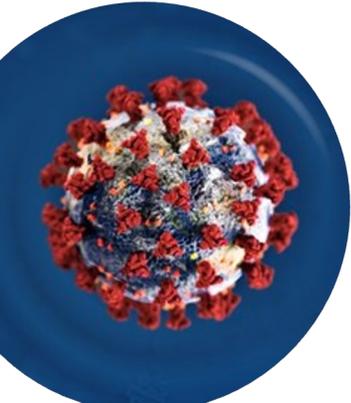
Fonte: Censimento permanente delle istituzioni pubbliche dati 2017 (ISTAT 2019).



Nuova centralità della Comunicazione Pubblica

L'emergenza e la pandemia da Covid-19 hanno rigenerato la comunicazione pubblica, le hanno dato una **nuova centralità, superando alcune delle resistenze al cambiamento** delle «amministrazioni di controllo» e della burocrazia difensiva (Ilardi 2020; Rolando 2014)

La visibilità si è espressa attraverso una **iper produzione di messaggi**, campagne, contenuti testuali, ma anche in un investimento di **corredi visuali inediti** soprattutto nel digitale (Faccioli et al 2020; Sala e Scaglioni 2020) con l'uso di tecniche di storytelling e **l'ibridazione con i linguaggi della comunicazione d'impresa e della comunicazione politica** (Lovari 2022).



Flussi accompagnati da un **diluvio di dati e dalla lotta alle fake news** divenute un problema pubblico (Gusfield 1984)

Flussi comunicativi pre-social

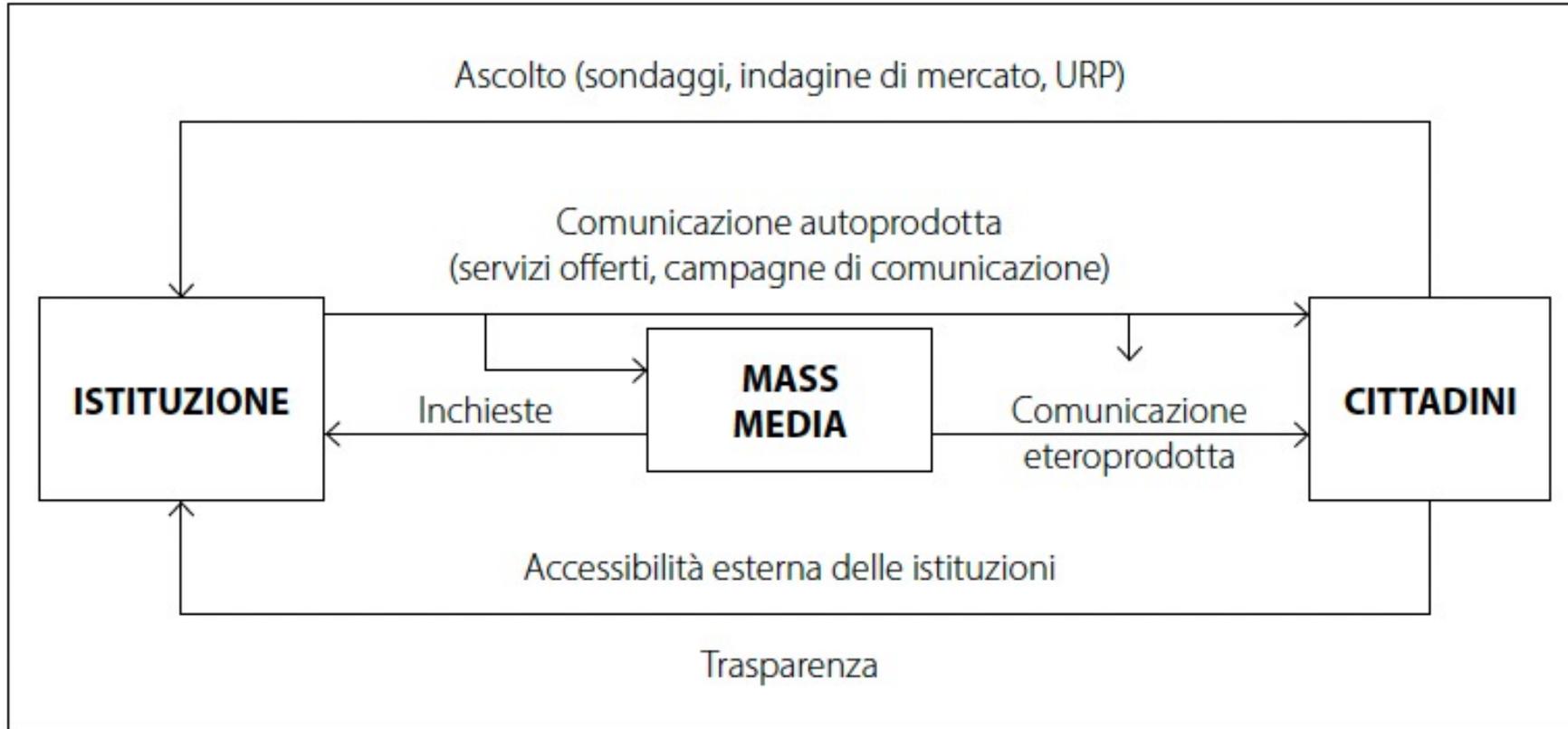
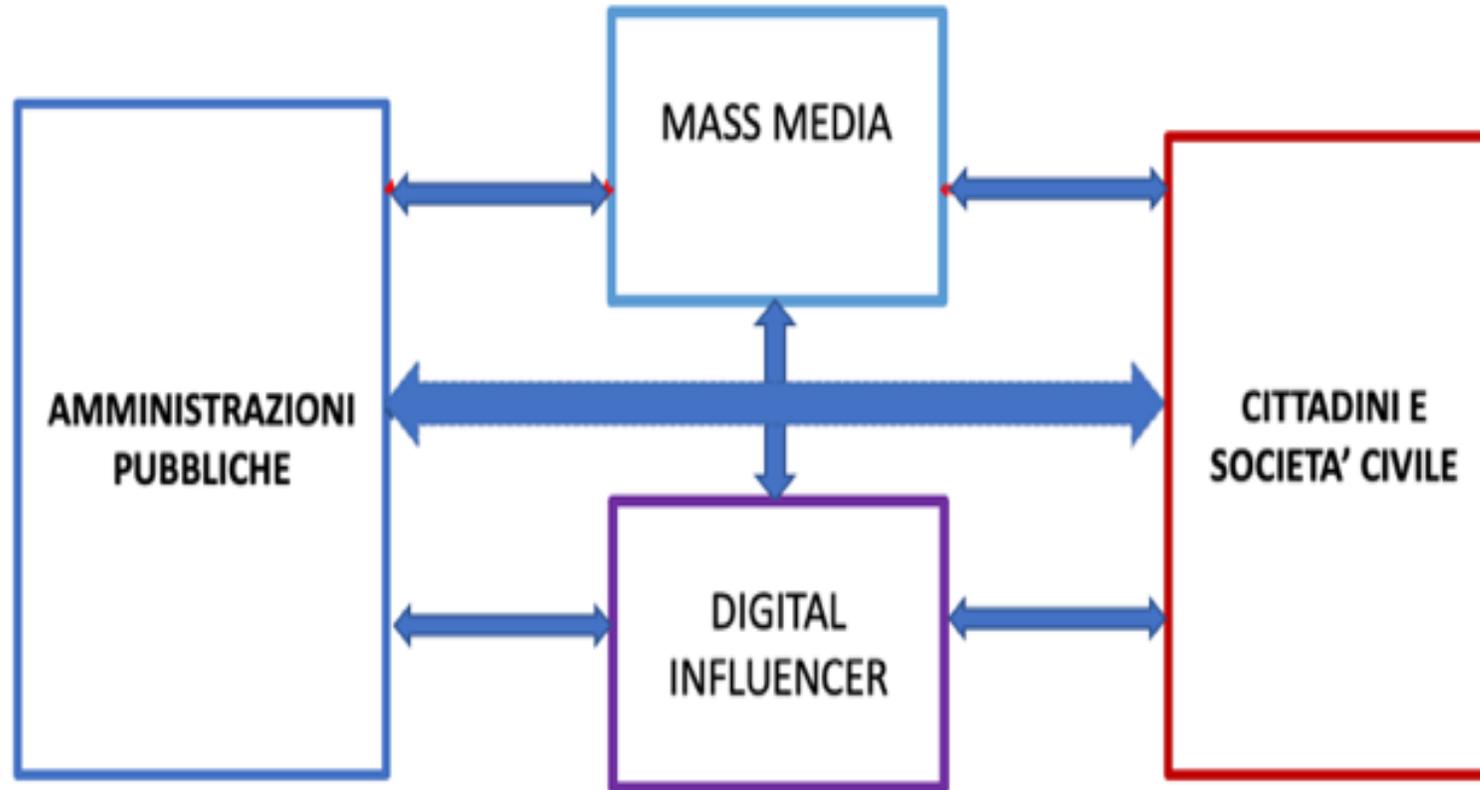


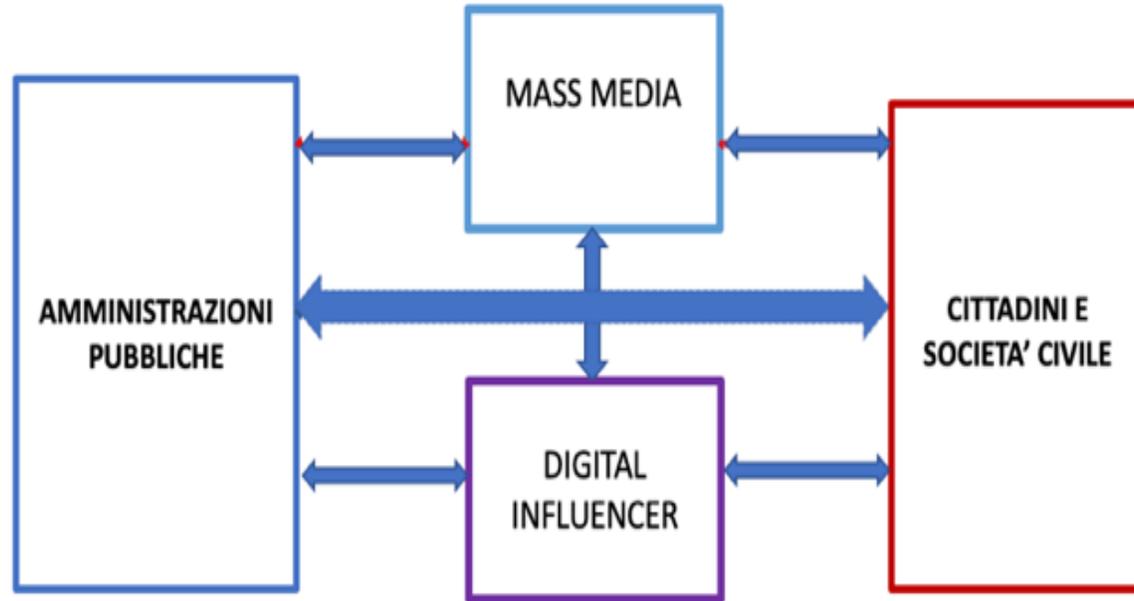
Figura 2.2

Modello di comunicazione pubblica proposto da Paolo Mancini (2002, p. 116).

I flussi della comunicazione pluridirezionale



I flussi comunicativi istituzionali possono:



- a) essere indirizzati **direttamente ai cittadini** attraverso il sito web, i canali ufficiali sui social media, le chat istituzionali o specifiche applicazioni create dagli enti;
- b) essere **diretti ai media e agli operatori dell'informazione**, attraverso comunicati stampa postati sul sito o su Twitter, note stampa trasmesse su Telegram o WhatsApp, così come con dirette Facebook o Instagram di eventi media e conferenze stampa;
- c) essere **identificati e ripubblicati da nuovi soggetti digitali che operano nel web sociale** che, senza avere competenze di tipo giornalistico secondo la legge italiana svolgono un ruolo chiave di visibilità dei temi di interesse generale e di (re)intermediazione per la cittadinanza connessa.

Traiettorie di cambiamento della comunicazione pubblica: QPCS

- Mettere al centro la **qualità della comunicazione** per permettere alla PA di distinguersi nell'overload comunicativo al fine di essere citizen-oriented, **garantire trasparenza e accountability** ed evitare di **deteriorare la qualità del dibattito pubblico** in un contesto caratterizzato da una crescente sfiducia verso le istituzioni (Edelman 2022).
- Crescente sviluppo della **comunicazione pubblica digitale** nelle piattaforme social e nelle chat, con sperimentazioni di intelligenza artificiale pone nuove sfide anche per le strutture di informazione e comunicazione delle PA.
- Comprendere che lo **spazio digital è abitato da giornalisti e nuovi intermediari online** con cui negoziare la visibilità dei temi di interesse generale, oltre che relazionarsi con i cittadini attraverso diversi tipi di testi.
- **Necessità di avere comunicatori/trici formati per comprendere, analizzare e gestire i diversi flussi comunicativi e informativi e la ingente mole di dati prodotti dalle piattaforme**