

Recensioni

Gea Ducci, *Relazionalità consapevole. La comunicazione pubblica nella società connessa*, FrancoAngeli, Milano 2017.

Come cambia la comunicazione pubblica in una società connessa, caratterizzata da un generale clima di sfiducia nelle istituzioni? Perché è importante che le amministrazioni pubbliche siano presenti negli ambienti del web sociale con consapevolezza e competenza? Quali sfide attendono oggi i comunicatori pubblici nel gestire l'interfaccia comunicativa della PA nelle nuove ecologie mediali? Attorno a queste e altre domande si snoda il nuovo volume di Gea Ducci.

Si tratta di un libro che rappresenta un punto di arrivo, un momento importante di sintesi di un percorso di ricerca, approfondito e articolato, che la docente urbinata ha intrapreso oltre dieci anni fa con la pubblicazione del volume «Pubblica Amministrazione e cittadini. Una relazionalità consapevole». È proprio il tema della relazionalità che rappresenta lo snodo centrale e originale del libro di Ducci, ma che funge anche da filo conduttore della produzione della studiosa sui temi della comunicazione pubblica in questo arco temporale.

Il volume svolge una duplice funzione. In primis di manuale di comunicazione pubblica, sistematizzando teorie, strutture e strumenti della comunicazione delle istituzioni pubbliche, dalla fase di preparazione di questa funzione nell'alveo amministrativo italiano, fino alla fase dell'open government (Faccioli 2013), dedicando grande attenzione alle trasformazioni abilitate dalle tecnologie digitali e dai social media sui modelli comunicativi della PA nel rapporto con i cittadini e il sistema dei media. Allo stesso tempo si tratta di un volume che identifica originali traiettorie di approfondimento e sviluppo della disciplina, che danno ancora più valore al libro, sia in chiave monografica come strumento di ricerca per chi studia l'evoluzione della comunicazione istituzionale nelle contemporanee ecologie comunicative, sia per gli operatori che lavorano nella comunicazione nelle amministrazioni pubbliche del nostro Paese, e che si trovano oggi a fronteggiare un grande rinnovamento delle strutture e dei profili professionali.

Uno dei principali tratti distintivi del volume è il rimando e il dialogo continuo tra i modelli della comunicazione pubblica e le teorie della tradizione sociologica e dei processi comunicativi. Sono soprattutto i primi due capitoli del libro ad adempiere a questa funzione, mettendo il lettore nelle condizioni di inquadrare la funzione

Sociologia della Comunicazione 55.2018 ISSN 1121-1733 ISSN_e 1972-4926 Doi 10.3280/SC2018-055010

Copyright © FrancoAngeli

N.B: Copia ad uso personale. È vietata la riproduzione (totale o parziale) dell'opera con qualsiasi mezzo effettuata e la sua messa a disposizione di terzi, sia in forma gratuita sia a pagamento.

e identificarne perimetri concettuali e snodi operativi. Quello scelto da Ducci è un approccio che tende a sistematizzare e inquadrare la disciplina all'interno del più generale dibattito scientifico di tipo sociologico, ma che valorizza anche la dimensione della comunicazione pubblica come disciplina in progress tra diversi saperi (Faccioli 2000), attingendo criticamente e sistematicamente dai domini concettuali del diritto, dagli studi politici e organizzativi, fino ai *media studies*. In tale prospettiva Ducci ribadisce la necessità per la comunicazione pubblica di continuare ad adempiere ad una funzione di servizio al cittadino, non solo in chiave di comunicazione funzionale, ma di integrazione simbolica (Mancini 2003), attraverso la valorizzazione della dimensione della relazionalità, chiave di volta per l'attivazione di percorsi di partecipazione, cittadinanza e *public engagement* nella società tardo moderna (Bartoletti, Faccioli 2013). È in questo contesto che l'autrice afferma l'importanza di adottare un «modello di comunicazione che resta relazionale ma che nel nuovo ecosistema mediale deve essere ottimisticamente orientato a favorire percorsi di condivisione» (p. 80). Per fare questo occorre che le amministrazioni pubbliche diventino sempre più consapevoli dell'ambiente comunicativo in cui sono immerse e che sviluppino «una relazionalità consapevole, coltivando quella credibilità, competenza e spirito di servizio necessari per superare la crisi di legittimazione che conoscono ormai da troppi anni» (p. 81).

Nel secondo capitolo Ducci descrive le diverse stagioni e i modelli della comunicazione pubblica. Una disciplina e una funzione in costante "rimediazione", che ha attraversato differenti fasi di visibilità e di ribalta, accanto a momenti critici e di retroscena che l'hanno vista spesso oggetto di cannibalizzazione da parte della politica, oppure vetrina per la promozione di immagine dei vertici amministrativi. Una funzione che, in seguito ai processi di innovazione tecnologica, spesso tende ad esondare dagli alvei istituzionali identificati dalla legge 150 del 2000 (Solito 2014), per divenire terreno di interesse e di attività di strutture non direttamente deputate alla gestione della comunicazione e dell'informazione. Questi processi sono visibili soprattutto nelle piattaforme social, canali e ambienti che sfidano le tradizionali forme e pratiche comunicative unidirezionali della PA, abilitando «un dialogo che non c'era», o che spesso rimaneva ostacolo di paludi burocratiche e retoriche istituzionali, come l'autrice evidenzia sagacemente nel terzo capitolo. Un capitolo molto interessante che si chiude con la descrizione dell'evoluzione delle strutture di informazione e comunicazione della PA, causa ed effetto dei nuovi scenari socio-tecnologici e dell'evoluzione dei consumi medialti degli Italiani. In tal senso l'Urp diviene «uno sportello polifunzionale 3.0» (p. 126), nel quale nonostante il consistente uso delle tecnologie digitali, il focus centrale deve essere rivolto alle competenze relazionali per gestire in modo ottimale il rapporto con i cittadini e i dipendenti. Mentre l'ufficio stampa si trasforma in ufficio stampa multimediale 2.0, che «deve sapere posizionare nelle sfere pubbliche plurali i propri contenuti, esprimendo il punto di vista dell'organizzazione, in modo da evitare facili distorsioni informative» (p. 115).

Il quarto capitolo affronta invece le nuove sfide del web partecipativo, spingendo la riflessione critica su territori di grande interesse e rilevanza per la comunicazione istituzionale come gli open data, le *smart cities* e soprattutto i social media. Alla SocialPA, come la definisce l'autrice (p. 146), sono dedicati numerosi passaggi in

questo capitolo, ma con ampi rimandi anche nei precedenti. Per Ducci occorre che le amministrazioni si aprano alla sperimentazione social per usi differenti e articolati che vanno dall'incremento della trasparenza alla comunicazione interna, dalla gestione delle emergenze, fino all'ascolto e al supporto ai processi partecipativi. Nonostante numerosi passi in avanti la PA è però ancora in una fase di sperimentazione nell'uso dei social media per la comunicazione istituzionale, con numerose presenze nate per imitazione ed isomorfismo mimetico (DiMaggio, Powell 1983), senza aver raggiunto un certo livello di consapevolezza nella gestione della propria presenza sui social network. Troppo spesso i flussi comunicativi sui social media sono, infatti, ancora di tipo unidirezionale, usati per la promozione d'immagine dell'ente, non abilitando percorsi di relazionalità consapevole e di *civic engagement*.

Per Ducci diviene allora necessario che le amministrazioni pubbliche siano coinvolte in un profondo rinnovamento culturale e non solo tecnologico, che passa dalla presa di coscienza della centralità della logica relazionale nel rapporto con i cittadini, per costruire flussi di comunicazione competenti e credibili in chiave multicanale. In questo contesto emerge con forza da questo capitolo, una seconda parola chiave che risulta comunque centrale in tutto il testo: la parola "cura". Cura da intendere nella duplice accezione di insieme di rimedi per guarire da una malattia, e cura come pensiero attento, costante e dedizione ad un'attività o progetto. Nel primo caso il riferimento è all'uso dei social media, spesso non consapevole e superficiale in molte amministrazioni, come cura alla scarsa partecipazione civica, come scorciatoia per riavvicinare i cittadini alla PA, come strumento taumaturgico per migliorare la comunicazione in un generale clima di sfiducia. Nel secondo caso, cura significa invece attenzione, consapevolezza e competenza nel gestire la relazione con i cittadini, anche in ambito social. Solo con questo secondo approccio la comunicazione pubblica può riacquistare centralità e valore all'interno delle amministrazioni e nel rapporto con i diversi pubblici.

In conclusione, quello che emerge dal libro di Ducci è un percorso di rinnovamento della comunicazione pubblica, abilitato dalla rivoluzione digitale e social ma che, allo stesso tempo, deve essere caratterizzato da una forte consapevolezza dell'importanza di erogare una comunicazione di qualità, in grado di attivare e gestire strategicamente le relazioni con i cittadini e il sistema dei media.

Alessandro Lovari