



Comunicazione pubblica 2.0 e amministrazioni digitali

Alessandro Lovari
Università degli studi di Sassari
e-mail: alovari@uniss.it

**Comunicare bene, Comunicare web -
Cagliari, 10 Dicembre 2014**



Temi di cui parleremo

- Lo sviluppo della **comunicazione pubblica 2.0**
- **Amministrazioni Digitali** vs **Cittadini Digitali**
- Il processo di **adozione dei social media** da parte delle amministrazioni pubbliche
- Le ricerche: Social Media e Comuni Sardi
- Verso nuovi profili professionali?



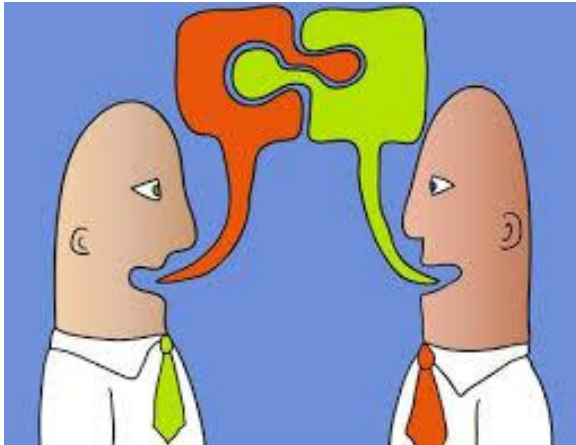
Come cambia la comunicazione pubblica

- L'introduzione di Internet e dei social media ha rinnovato e **messo in discussione anche le tradizionali modalità di fare comunicazione pubblica.**
- Negli ultimi anni si è sviluppato un articolato **flusso di comunicazione pubblica digitale** che ha trovato terreno fertile grazie alla “domesticazione” delle ICT nel settore pubblico, favorita da uno specifico **ricco corpus normativo**, e al crescente peso di Internet nei consumi mediatici degli italiani (Istat, 2013; Censis, 2013).
- **L'interfaccia comunicativa** e relazionale con l'utenza **si è arricchita, abilitando forme e pratiche di comunicazione pubblica multicanale.**



Da Lovari (2013), Networked Citizens, Franco Angeli

Verso nuovi (e vecchi) modelli



Da un modello generalmente top down della comunicazione pubblica si sperimentano forme e pratiche di **comunicazione pubblica per coinvolgere** i cittadini e i pubblici della PA.

In particolare si riattivano quelle forme di **bidirezionali di comunicazione** attraverso le quali i cittadini acquistano un ruolo attivo nel processo di comunicazione (Mancini, 2003).

Si riattualizzano concetti e teorizzazioni quali **amministrazione colloquiale** (Rugge, 1997) e **amministrazione condivisa** (Arena, 2001).



La comunicazione pubblica 2.0

L'accelerazione del Web 2.0 e dei media sociali, spinge **verso l'adozione di un paradigma della comunicazione pubblica in senso relazionale e conversazionale** (Ducci 2009; Lovari 2010, 2013).

Si tende ad etichettare questi cambiamenti con l'espressione **COMUNICAZIONE PUBBLICA 2.0:**

*“Significa pensare a un modo diverso di progettare, realizzare e gestire la comunicazione per le amministrazioni: non solo tramite **l'implementazione e l'uso di tecnologie informatiche**, ma anche attraverso un **processo di rinnovamento che metta al centro dell'agire pubblico la partecipazione attiva, nuove forme di ascolto, linguaggi e formati innovativi** per coinvolgere cittadini sempre più evoluti e consapevoli dei propri diritti” (Lovari, Masini, 2008, p.7).*



Traiettorie di innovazione per la CP

Prima del grande sviluppo dei social media la comunicazione pubblica ha **vissuto una stagione di downsizing delle sue funzioni** e di **colonizzazione da parte della comunicazione politica** e da altri settori dell'amministrazione.

I social media e il movimento per la trasparenza e l'open data rappresentano fattori di svolta e di **empowering per il comunicatore pubblico**

Occorre ricordarci che viviamo in quella che Papini (2014) chiama la **post comunicazione** cioè quell'insieme di **superfici comunicative e ambienti di interazione digitale** generati dalle nuove tecnologie, che sta oggi progressivamente diventando il **moderno paradigma relazionale** verso cui individui e società moderne adeguano comportamenti e stili di vita.





(Quali) Amministrazioni Digitali

- **Ricco corpus normativo** che rappresenta la base sui cui costruire l'Amministrazione Digitale
- Dati a livello internazionale mettono in luce miglioramenti verso la digitalizzazione dei servizi (Digital Agenda Scoreboard, 2012; ONU, 2014) e della struttura amministrativa ma siamo sempre a **livelli molto bassi** rispetto almeno ai Paesi EU
- **Difficoltà di accesso alle reti** e scarsa copertura della banda larga
- **Determinismo normativo** e creazione dell'Amministrazione Digitale
- **Resistenza al cambiamento** ed tipicità dell'Assembled Mix
- Uso delle ICT **come strumento di promozione d'Immagine** (Faccioli, 20013), favorisce lo sviluppo di innovazioni da convegno e di forme di **retorica dell'innovazione tecnologica** (Lovari, 2013)



(Quali) Cittadini Digitali

- L'Italia è al **terz'ultimo posto per accesso regolare di Internet**, e al **quarto assoluto (34%) per non utilizzo della Rete** (M.EU= 20%). Il divario non si è ridotto in maniera significativa dal 2005 al 2013.
- Nel 2013 in Italia il **56% della popolazione** in età 16-74 anni ha usato Internet **regolarmente a fronte di una media Europea del 72%**. Sotto l'Italia solo la Bulgaria e la Romania
- Il fattore determinante è l'età, seguita dal titolo di studio e occupazione.
- In Italia le **differenze territoriali discriminano l'uso della Rete**: nel Nord e Centro il 36% è utente quotidiano, nel Sud e Isole solo il 27,6%, con un 55,5% di non uso e uso sporadico

Internet @Italia2013 - Istat



Cittadini Digitali

- Tra le **attività svolte**: invio e-mail (40,7%), **partecipazione ai social network (26,5%)**, esprimere opinioni su temi sociali su blog (10,4%), **cercare informazioni su PA (10%)**, scaricare moduli (8,2%), inviare moduli alla PA (5,4%).
- E' un problema di **Competenze Digitali** che fa sì che in Italia prevalgano ancora le figure di **“Primitivi Digitali”** (29%), e **“Digitali per diletto”** (29%) piuttosto che **“Cittadini Digitali”** (14%) che usano la Rete per ogni occasione e task.
- Tra le difficoltà nel contatto con la PA, la **presenza di informazioni poco chiare**, insufficienti e poco aggiornate (36,2%) e problemi tecnici (27,6%).



Altre ricerche (Pew 2010; Lovari-Parisi, 2014) mettono in luce come i **social network sites siano sempre più utilizzati per connettersi con organizzazioni complesse** come amministrazioni pubbliche e imprese creando nuove forme di informazione, relazionalità e partecipazione.



Ma allora i social media?



Quali pratiche stanno emergendo?



Mix della comunicazione pubblica social

- I social media stanno modificando e innovando il modo di fare **comunicazione pubblica digitale**.
- In particolare negli ultimi anni le amministrazioni pubbliche, in particolare modo gli enti locali, hanno cominciato a colonizzare i social network site per le attività di **comunicazione pubblica e per attivare forme di ascolto, partecipazione ed engagement dei cittadini**.
- Molti di questi usi sono stati **progettati sulle esigenze degli utenti e secondo una strategia (oltre che un piano editoriale)**, altri invece mettono in luce improvvisazioni e sperimentazioni 2.0 solamente nella scelta dello strumento.
- Siamo ancora in molti casi in **situazioni di sperimentazione intraprendente** ben lontani da forme di istituzionalizzazione della presenza pubblica.

Fasi di inserimento dei SM nella PA

Ci sono 3 fasi dell'inserimento dei social nel settore pubblico

**Sperimentazione
Intraprendente**

**Ordine
dal caos**

**ISTITUZIONA
LIZZAZIONE**



Tra ricerca e ricerche...

- Sviluppo a **macchia di leopardo** della presenza social network sites nel nostro Paese
- Rilevazioni su base nazionale e con prevalenza di metodi e strumenti quantitativi
- **Poca attenzione** alla percezione dei **cittadini** e alla figura del comunicatore/gestore della presenza istituzionale social

Importanza della Ricerca su specifiche aree del Paese.

- **“Social media e Comuni della Sardegna: istituzionalizzazione, qualità della comunicazione e nuove figure professionali”**

(a cura di Cioni, Lovari, Pecorari, Piredda 2014)





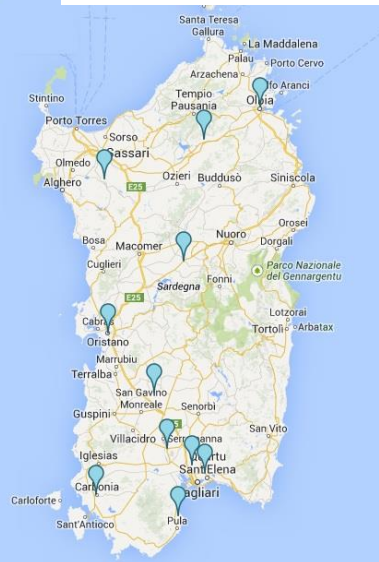
Presenze ufficiali dei Comuni sardi su Facebook



Sul totale dei 377 Comuni della Sardegna:

- **17%** ufficialmente presenti su Facebook, pari ad un Comune ogni sei
- **Distribuzione disomogenea** sul territorio
- Incidenza del fenomeno: **38% Nord Sardegna** – 17% Sud Sardegna

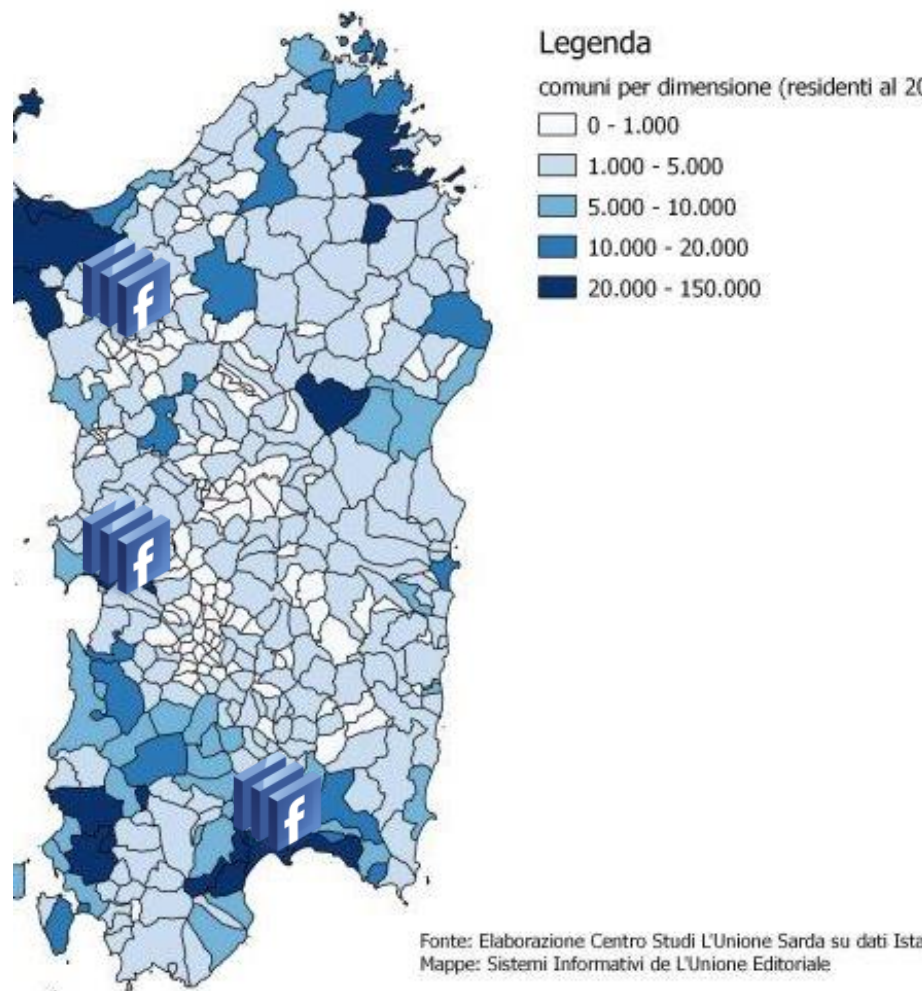
Presenze ufficiali dei Comuni sardi sui social




- Presenza di Comuni con presenze ufficiali **solamente** su Facebook, altri solo su Twitter
- Numero limitato di Comuni con **più di una presenza social**: generalmente Facebook + Twitter, seguito da Facebook + YouTube
- **Scarsa presenza di altre piattaforme** come Flickr, Pinterest, ecc

Presenza su Facebook e dimensione dei comuni

- **Grande attivismo** dei Comuni tra 5.001 e 15.000 abitanti (1 su 3 ha presenza su Facebook)
- Presenza forte di **Cagliari e Sassari**
- **Scarso uso** istituzionale di Facebook da parte dei piccolissimi comuni (< 5000 abitanti) e di quelli tra i 30.000 e i 100.000 abitanti
- Alcuni comuni piccolissimi sono però molto attivi



Tipologie di presenze: tra pagine e profili

- **70%** delle presenze totali sono **likepage**
- Il 100% dei comuni di grandi dimensioni ha scelto la modalità pagina
- Il maggiore numero di **profili personali** si ha nei piccoli comuni **tra 1500 e 5000 abitanti**
- Legami comunitari 

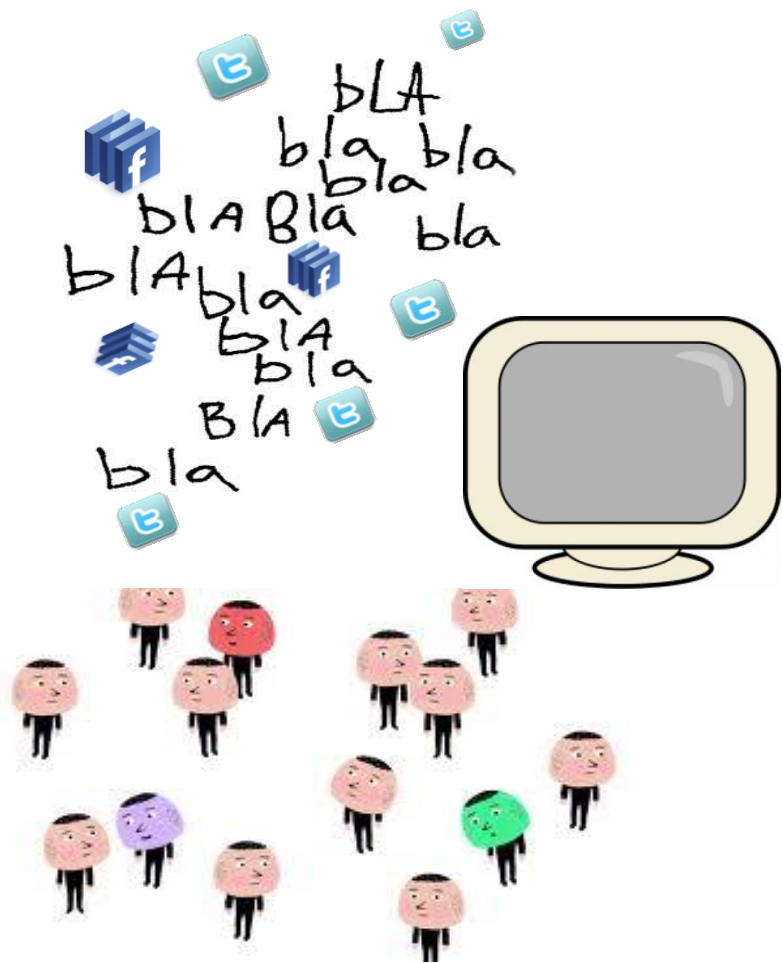


Quando sono state create?

- Il maggior numero delle presenze su Facebook (**74%**) è stato aperto **nell'ultimo triennio**.
- Ci sono stati alcuni comuni **early adopters** (<2009)
- Trend in forte **crescita nel biennio 2011/2012** con un rallentamento di nuove presenze nel 2013



Abilitare la voce dei cittadini



- Il **93% delle presenze** su Facebook consente ai cittadini di **commentare i post del Comune**
- **75% delle presenze** ha abilitato la possibilità ai cittadini di **postare messaggi sulle bacheche/timeline**
- Maggiore **cautela** nell'apertura alla voce dei cittadini si registra nei comuni sopra 30.000 abitanti

Quanto pubblicano?

- 1 luglio – 31 dicembre 2013:
5.449 post (media di 87 post per presenza attiva)
- Cagliari e Sassari sono i più attivi
- Oltre 2/3 dei post (**66,9%**) sono pubblicati dai **Comuni medio-piccoli** (5.000/15.000 abitanti)
- Il **15% delle presenze è inattivo**



Seconda fase della ricerca: alla ricerca dei contenuti social

Tassonomia dei **contenuti postati su Facebook** dalle pubbliche amministrazioni nel secondo semestre 2013

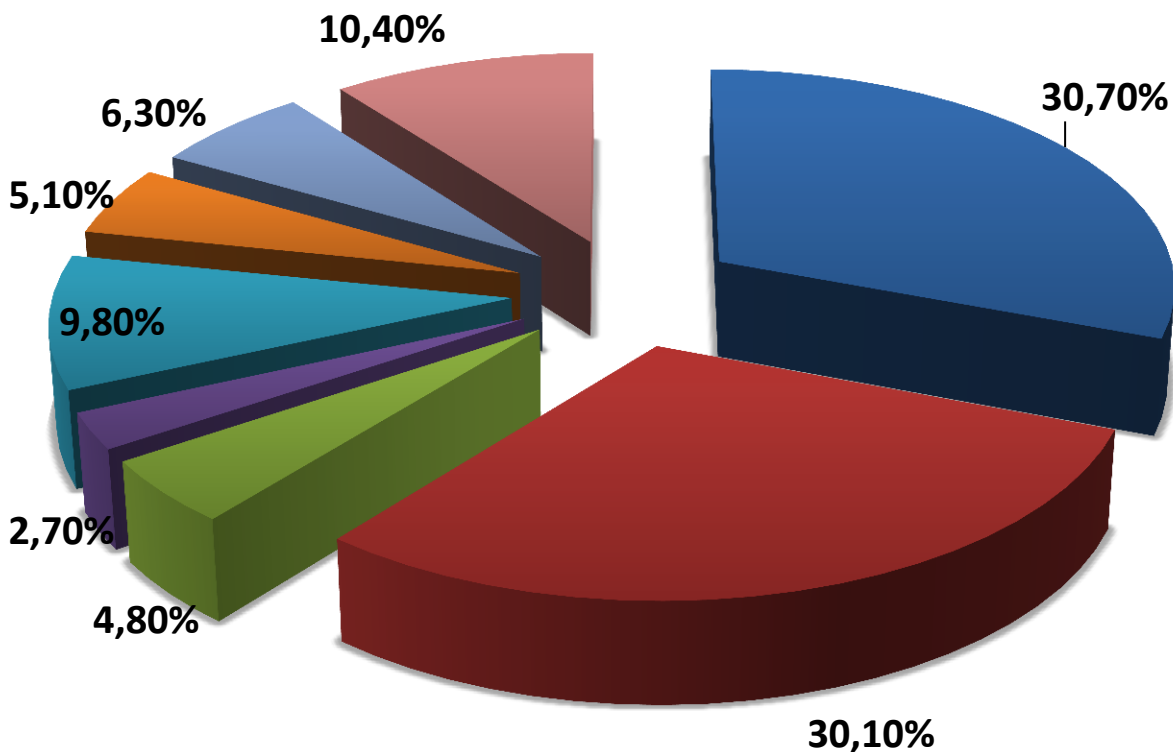
- Informazioni di pubblica utilità
- Promozione di eventi
- Allerta riguardo emergenze e disservizi
- Chiamata per la partecipazione civica
- Notizie relative alla vita del Comune
- Scoperta della cultura e del patrimonio civico
- Comunicazione on line e self promotion
- Altro



da Lovari-Parisi 2012



Cosa postano i Comuni?



- 1- Informazioni di pubblica utilità
- 2- Promozione eventi e territorio
- 3- Allerta riguardo emergenze e disservizi
- 4- Chiamata per la partecipazione civica (cosa faresti?)
- 5- Notizie relative alla vita del Comune (Municipalità)
- 6- Scoperta della cultura e del patrimonio civico
- 7- Comunicazione online e self promotion
- 8- Altro

Contenuti postati per provincia: le differenze

1. **Informazioni di pubblica utilità**: Comuni Prov. Cagliari (40%)



Comune Cagliari News

29 novembre 2013

Il prossimo mercoledì 4 dicembre, per dare la possibilità ai tecnici di installare sui pc i nuovi software operativi, gli uffici del Servizio Tributi resteranno chiusi al pubblico.

Mi piace - Commenta - Condividi

2. **Promozione di eventi** e del territorio:

Prov. Carbonia Iglesias (60%)

Prov. Sassari (31%)

Comune di Sassari
5 agosto 2013

L'Associazione culturale Abbi presenta la VI edizione della "Cloggghitta d'oro".
L'appuntamento è per domani sera in piazza Santa Caterina:
<https://www.facebook.com/events/52307367758510/>



ASSOCIAZIONE CULTURALE ABBI
presenta:
CIOGGHITTA D'ORO
"GARA DI SUCCIADDURA DI CIOGGA MINUDDA"
6ª EDIZIONE
6 Agosto 2013 - P.zza S. Caterina ore 19.00
INGRESSO GRATUITO

1 Agosto ore 19.30
Convegno Cortile Palazzo Ducale

dal 2 al 6 Agosto Inaugurazione Mostra ore 18.30
«La Cloggghitta nella Cultura sassarese
dal Medioevo all'età Contemporanea»
Palazzo dell'Insinuazione

PRESENTANO DANIELE CONI E LAURA GALVIA DI NOPOGGHITTA
ACCOMPAGNAMENTO MUSICALE A CURA DELLA DINO NURRA BAND
per info, 349.3327913

Contenuti postati per provincia: un focus

- 3. **Allerta riguardo emergenze e disservizi:**

Comuni delle Prov. Olbia Tempio e Medio Campidano (7%)



Comune di Bitti

21 novembre 2013

EMERGENZA ALLUVIONE: AGGIORNAMENTO IN TEMPO REALE.

Si comunica che per informazioni, notizie, richieste d'aiuto, offerte d'aiuto è possibile chiamare i numeri fissi: 0784418038/0784418035, e i numeri di cellulare:

- 4. Chiamata per la **partecipazione civica**: principalmente nei comuni della provincia di Medio Campidano (5%)

Contenuti postati per provincia: un focus_2

- 5. **Notizie relative alla vita del Comune**: Comuni delle Prov. Nuoro e Olbia Tempo (14%)
- 6. **Scoperta della cultura e del patrimonio civico**: Prov. Nuoro (12%)
- 7. **Comunicazione online** e self promotion: Prov. Cagliari (11%)



Terza fase (in progress) della ricerca: profili professionali legati all'uso dei social

Indagare attraverso una survey on line

- chi **sono e che ruolo** hanno coloro che gestiscono le presenze ufficiali dei Comuni su Facebook e Twitter
- **Motivazioni dell'apertura** e gestione manageriale (policy, monitoraggio, ecc.)
- Quali sono i **vantaggi/opportunità** e le **criticità** legate all'uso dei social in ambito pubblico

Ricerca sull'utilizzo dei social media nei Comuni sardi

Grazie per avere accettato di collaborare alla ricerca. Il tempo per la compilazione del questionario è di circa 10/15 minuti. Non ci sono risposte giuste o sbagliate, per cui si senta di rispondere liberamente rispetto alla situazione specifica del suo Comune. Se ritenesse di aggiungere informazioni alle domande, lo faccia pure nella casella "altro" (other) o nello spazio riservato in fondo alle eventuali considerazioni.

Le risposte da Lei fornite saranno utilizzate esclusivamente ai fini della ricerca e saranno analizzate in forma aggregata e anonima, nel rispetto della normativa in materia di tutela dei dati personali (d.lgs 196/2003).

Per maggiori informazioni sulla ricerca potete scrivere all'indirizzo labcel@uniss.it

I responsabili della ricerca

Elisabetta Cioni

Alessandro Lovari

Dipartimento di Scienze Politiche, Scienze della Comunicazione e Ingegneria dell'Informazione

* Required



SEZ.A - MOTIVAZIONI E CIRCOSTANZE DELL'AVVIO DELL'UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA

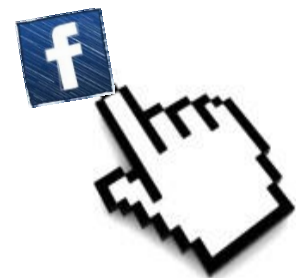
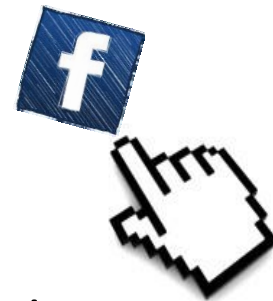
Comune di: *

Indicare il comune di riferimento

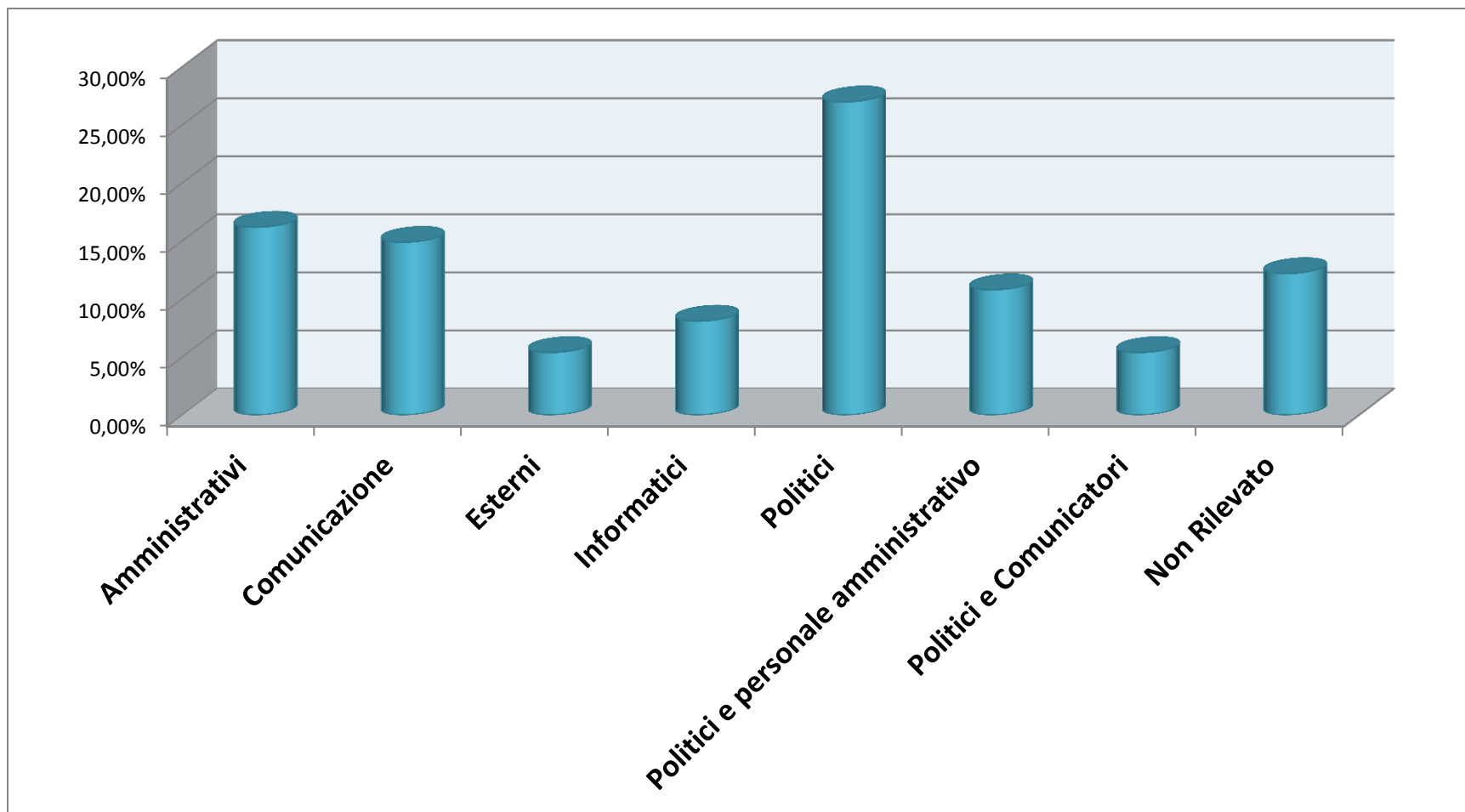


Problematiche organizzative per la PA

- La comunicazione pubblica sui social è **materia liquida** e non istituzionalizzata per legge per cui sono state **numerose le soluzioni organizzative** scelte dai vertici della PA per la loro gestione.
- Si sono affermati usi e prassi in cui, accanto al **naturale affidamento dei social alle strutture di comunicazione e informazione**, queste piattaforme sono state affidate o prese in carico da **uffici di ICT interni**, o da **consulenti esterni** per sopperire a **mancaanza di skill e competenze interne, o per opportunità politica**.



Chi gestisce le presenze sui social in Sardegna



#FacebookPA: Chi amministra e gestisce le pagine

Configurazione organizzativa	N° Assoluto	%
Strutture ad hoc	10	2,0
Staff sindaco	34	6,8
Volontario	9	1,8
Stagista	3	0,6
Ufficio sistemi informativi	18	3,6
Redazione web / Rete civica	9	1,8
Amministratore	176	35,4
Altro dipendente Amministrazione	23	4,6
URP	54	10,9
Ufficio stampa / comunicazione	132	26,6
Soggetto Esterno	27	5,4
Gestione distribuita	2	0,4
Totale	497	100

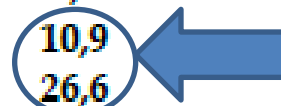


Fig. 9 - Unità responsabili della gestione di Facebook

C'è una **pluralizzazione dei ruoli**.

Source:

Giovanni Arata, #Facebook PA 2013

Analisi dei profili emergenti in relazione alla L. 150/2000 e profiles IWA



Non solo comuni...anche nelle ASL

- **La presenza isituzionale è gestita da Uffici stampa, URP** e uffici di comunicazione.
- Affiancamento di studenti universitari o laureati attraverso tirocinio nelle strutture di comunicazione ASL.
- Amministratori della ASL

Postare sui social media è **una delle numerose attività** svolte dai professionisti della comunicazione, insieme con la scrittura dei comunicati stampa, l'organizzazione degli eventi o l'aggiornamento del sito web.

Impatto degli smartphone: l'attività di aggiornamento delle pagine o dei profili viene fatta su dispositivi mobile al di fuori dall'orario di lavoro.

Non è una funzione specialistica e competenza esclusiva: strutture dedicate, come gli uffici di social media, devono ancora essere create e inserite all'interno degli organigrammi delle ASL.

Da Cioni & Lovari (2014), Social Media e pratiche digitali di engagement, Sociologia della Comunicazione

Alcuni esempi non virtuosi...



SocialPA è una cosa seria



Quali spunti per la discussione

La presenza della PA sui social rappresenta un **marker di identità per le pubbliche amministrazioni**

Esistono ancora molte resistenze all'uso dei social



Occorre adottare un **approccio strategico ai social media** coordinandoli e integrandoli con il generale approccio (e piano di) comunicazione multicanale dell'ente.

Usare i social media come **strumento di trasparenza** ma anche di **storytelling della vita civica**, innovando modalità di **relazione**, **ascolto** e di **recepimento della public voice**.

Attenzione ad alzare l'asticella dell'innovazione nei processi comunicativi senza deludere le aspettative e **innescare la retorica dell'innovazione tecnologica**



Quali figure professionali....

Nella società della post-comunicazione la **perdita di controllo** da parte delle istituzioni richiede sempre più una **nuova figura di comunicatore pubblico** con maggiori competenze e skills digitali

I social media non sono ambiti di gioco ma **learning playground** per il comunicatore pubblico e per le amministrazioni pubbliche.

Per concludere parafrasando il titolo di un saggio di Faccioli –Ciofalo (2014):

“Il comunicatore nel pubblico: una figura **multitasking tra attese, delusioni e innovazione**”



grazie 



Per ulteriori informazioni e commenti

email: alovari@uniss.it

Twitter: [@alelovari](https://twitter.com/alelovari)

