

Mariaeugenia Parito*

L'uso dei social media nella costruzione della sfera pubblica europea

Un'Europa per i cittadini?

La necessità di comunicare l'Europa ai cittadini e di europeizzare il dibattito pubblico è emersa in corrispondenza di tutte le tappe cruciali del processo d'integrazione ma è stata sottolineata con toni che oscillano tra la preoccupazione e l'allarme solo quando si sono chiaramente manifestate le gravi conseguenze della sua mancanza. La costruzione come *work in progress* dell'Unione ha aperto un nuovo spazio di organizzazione economica e giuridica, ma mentre il processo di istituzionalizzazione - nonostante difficoltà, contraddizioni, resistenze e periodiche messe in discussione - appare avviato, rimangono problematiche le questioni della formazione di un'identità europea e della possibilità di costruzione di una società europea, della condivisione di un sentimento di appartenenza che permetta di accettare decisioni prese a livello sovranazionale che risultano difficili sul piano nazionale.

Nel dibattito diventato negli anni tanto più serrato quanto più evidenti le problematiche e impegnative le questioni da affrontare, studiosi con prospettive disciplinari e teoriche differenti hanno utilizzato toni e argomentazioni molteplici e, seppur proponendo soluzioni divergenti, si sono mossi all'interno delle stesse coordinate: l'integrazione europea non può essere messa in discussione, ma per la sua realizzazione è necessario andare oltre la via fredda degli accordi inter-istituzionali e affrontare realmente i nodi del coinvolgimento dei cittadini, del deficit democratico (che è considerato il peccato d'origine dell'Europa organizzata), della formazione di una sfera pubblica e di un'identità europee. Come Jurgen Habermas continua instancabilmente a ripetere da anni, anche nel vortice della crisi economico-finanziaria che negli ultimi anni sta mettendo in discussione la tenuta dell'euro e il modello d'integrazione, è fondamentale sollecitare quella "solidarietà tra estranei" essenziale per fare in modo che i popoli degli Stati

*Ricercatrice di Sociologia dei Processi culturali e comunicativi, Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Messina

incorporino le prospettive degli altri¹.

Già la ratifica dal Trattato di Maastricht ha dovuto fare i conti con la diffidenza dei cittadini, manifestata in risultati referendari che hanno svelato la sfiducia degli elettori danesi e la tiepida accoglienza di quelli di un Paese, la Francia, tradizionalmente europeista. Inoltre, sin dal 1979, ogni tornata di elezioni del Parlamento Europeo ha riproposto, prima, la preoccupazione di portare i cittadini alle urne e, poi, la constatazione di un'affluenza che è risultata sempre in discesa, raggiungendo il minimo storico del 43% nel 2009. Le prime elezioni dell'Unione a 27, svolte durante il delicato processo di ratifica del Trattato di Lisbona, rappresentavano il banco di prova per testare l'adesione all'Europa allargata ed anche l'efficacia della nuova politica di comunicazione avviata dalla Commissione.

Il progetto di dotare l'Europa di una Costituzione e poi il suo naufragio nel 2005 hanno esasperato le preoccupazioni. Tanto più, che le bocciature referendarie da parte di Francia e Olanda, nelle analisi *Eurobarometro* ma anche in quelle indipendenti oltre che nei molti commenti a caldo, sono state considerate come il risultato di una commistione di insicurezze, incertezze per il futuro, scarsa conoscenza del ruolo e delle politiche dell'Unione, più che esplicito rifiuto del Trattato; in contesti in cui il dibattito pubblico è stato scarso e soprattutto incentrato sostanzialmente intorno a questioni di politica interna. Ne sono seguiti travagliati negoziati, che hanno condotto all'elaborazione di un nuovo Trattato, firmato a Lisbona il 13 dicembre 2007 ed entrato in vigore il 1 dicembre 2009, dopo essersi arenato in una nuova bocciatura referendaria, stavolta quella dell'Irlanda, paradossalmente uno dei Paesi che meglio hanno saputo utilizzare i finanziamenti comunitari. In questo percorso, il modello di unificazione dall'alto è stato messo palesemente in crisi, mostrando le contraddizioni e i pericoli di un processo gestito esclusivamente attraverso i negoziati tra i governi, senza il coinvolgimento dei popoli degli Stati in un esteso dibattito pubblico.

La crisi del debito, che dal 2010 al 2011 si è estesa dalla Grecia all'Irlanda, al Portogallo, alla Spagna, all'Italia ed è osservata con apprensione anche dall'esterno per le implicazioni nel sistema delle interconnessioni globali, ha riproposto la questione, in un crescendo perverso che vede ogni crisi

¹*L'Europa al bivio*, in "la Repubblica", 20.05.2010; *La politica senza qualità*, in "la Repubblica", 12.04.2011; J. Habermas and other 18, *The EU needs leadership to tackle this crisis, not repeated doses of austerity*, in "The Guardian", 22 giugno 2011. Quest'ultimo articolo è anche firmato, tra gli altri, da Zygmunt Bauman, Ulrich Beck, David Held, Bernard Henri Lévy. Le analisi di Habermas sulla crisi finanziaria degli ultimi anni, anticipate in articoli sui maggiori quotidiani europei sono contenute nel volume di *Zur Verfassung Europas*, Suhrkamp, 2011, in fase di pubblicazione in Italia per Laterza col titolo *Sulla Costituzione europea*.

configurarsi come peggiore della precedente. Ancora una volta, è emerso come lo scollamento tra istituzioni europee e cittadini insieme all'incapacità degli attori politici nazionali di uscire dalle logiche autoreferenziali della ricerca del consenso sul breve periodo, è diventato un freno non solo alla capacità dell'Unione di porsi efficacemente come *global player* ma anche di proporre una visione efficace dello sviluppo degli Stati. Con toni che sono diventati tanto più perentori quanto più le soluzioni alla crisi finanziaria si sono rivelate divergenti rispetto all'esigenza di rendere l'Unione più democratica, Habermas insiste:

“Dato il peso dei problemi, ci si aspetterebbe che i politici, senza rinvii e senza condizioni, mettano finalmente sul tavolo le carte europee, in modo da chiarire esplicitamente alle popolazioni la relazione fra costi a breve e utilità reale, vale a dire il significato storico del progetto europeo. Dovrebbero superare la loro paura dei sondaggi di opinione e affidarsi alla potenza persuasiva dei buoni argomenti. Invece strizzano l'occhio a un populismo che loro stessi hanno favorito occultando un tema complesso e impopolare”.²

Se lo Stato-nazione è il progetto dell'Europa della modernità, l'Unione Europea è il progetto del suo superamento, quella modernità “seconda” e “del rischio” (per Ulrich Beck), “radicale” e “riflessiva” (per Antony Giddens,) “liquida” e “dell'incertezza” (per Zigmunt Bauman), “cosmopolita” (per Ulrich Beck e per Jurgen Habermas), “reticolare” (per Manuel Castells), che assume i caratteri variamente concettualizzati di ciò che è in divenire. L'unificazione è un processo che difficilmente si riesce a mettere in discussione, anche quando viene minacciato dal dilagare dei populismi nazionalisti e dalle conseguenze della crisi economico-finanziaria che dal 2008 pesa come una spada di Damocle. Il dibattito sul “come” attuarla fatica a minacciare la sua prosecuzione, nella consapevolezza - convinta o solo subita - che l'Europa è espressione della globalizzazione e strumento per reagire ad essa efficacemente: il capitalismo neo-liberista delle interconnessioni planetarie e il quadro geo-politico del XXI secolo definiscono uno scenario che impone di affrontare i problemi attraverso un'ottica organica e una visione del mondo comune. Se i problemi hanno un'estensione globale, le soluzioni cercate esclusivamente entro i confini nazionali sono inevitabilmente destinate al fallimento. Le nostalgie nazionalistiche, i desideri di rassicuranti

² *Per una vera Europa democratica*, 10.11.2011. L'articolo pubblicato da “Le Monde” si trova in traduzione su “Micromega” on line, <http://temi.repubblica.it/micromega-online/habermas-per-una-vera-europa-democratica>.

piccoli mondi antichi, la spirale perversa che lega la ricerca del consenso sul piano nazionale alle tentazioni populistiche, devono fare i conti con la realtà di un mondo interconnesso.

Il trasferimento di parte della sovranità degli Stati a istituzioni sovranazionali e internazionali è ciò che assicura la persistenza della possibilità di trovare risposte alle esigenze nazionali muovendosi all'interno del nuovo ordine globale. In questo modo, però, le soluzioni ai problemi complessi che si ripercuotono sulla vita quotidiana delle persone vengono sempre più cercate su piani nei quali non è affatto scontato individuare forme di solidarietà e integrazione sociale che legittimino le scelte assunte. Le decisioni vengono prese a livelli cui non corrisponde immediatamente un ambito della discussione pubblica in cui confrontare visioni dell'interesse generale e negoziare soluzioni.

L'ambito delle pratiche discorsive, generatrici di quel senso condiviso fondamentale nei processi identitari, coinvolge le dinamiche di costruzione e di articolazione di una sfera pubblica in cui attraverso il confronto tra la molteplicità degli orientamenti culturali e valoriali di cui sono portatori attori con storie e tradizioni differenti emerga una narrazione, che non può certo essere comune ma potrebbe essere comunque condivisa e una forma di solidarietà tra estranei che permetta ai cittadini di percepirsi come membri di una stessa costruzione politica e culturale. In definitiva, la formazione di una sfera pubblica europea – evocata come un'urgenza pressante nella più recente politica di comunicazione dell'Unione oltre che caldeggiata da istituzioni e studiosi – intercetta allo stesso tempo le questioni della legittimazione democratica dell'Unione e quelle identitarie. La sfera pubblica, con la sua capacità di integrazione sociale, è infatti il luogo in cui originano sia solidarietà che legittimità.

La stentata attivazione di flussi comunicativi in grado di avviare la realizzazione di un'opinione pubblica su temi e politiche europee incide sulla permanenza del deficit democratico che connota la costruzione europea dal momento della sua nascita. A livello sovranazionale, la democrazia può solo debolmente fare affidamento sui meccanismi parlamentari e sul principio della sovranità intesa come fondata sul popolo tramite la rappresentanza nelle assemblee elettive. Il Trattato di Lisbona, ampliando i poteri del Parlamento e introducendo l'iniziativa dei cittadini non ha sciolto il nodo. La questione è diventata ancora più delicata nel momento in cui la gestione della crisi finanziaria ha spostato l'asse del potere d'influenza sulle agenzie di rating e sulla Germania, dando vita a quello che Ulrich Beck considera senza

mezzi termini “un impero” fondato sull’“euro-nazionalismo tedesco”³. Il sociologo è categorico nell’affermare che nel modo di affrontare la crisi è avvenuto non soltanto uno spostamento permanente nella struttura del potere, ma addirittura “si sta delineando una nuova logica del potere”, un contesto in cui il rischio è che:

“le regole fondamentali dell’Europa democratica vengono sospese o addirittura capovolte, aggirando i parlamenti, i governi e le istituzioni dell’Ue. Il multilateralismo si sta trasformando in unilateralismo, l’uguaglianza in egemonia, la sovranità in sottrazione di sovranità, il riconoscimento in misconoscimento della dignità democratica di altre nazioni”⁴.

In tal modo si radicalizza il difetto di nascita dell’integrazione, portando all’estremo il paradosso di un’Europa senza gli europei, in cui invece dell’auspicata e da anni evocata Unione dei cittadini si realizza un “movimento di cittadini arrabbiati con l’Europa”. L’appello di Beck fa da eco alle esortazioni da anni reiterate dagli studiosi e riprese come finalità nelle enunciazioni che permangono solo di principio delle politiche dell’Unione:

“Create ora l’Europa dei cittadini! (...) Lo Stato di diritto e il mercato non sono più sufficienti. La libertà ha bisogno di un terzo pilastro per essere sicura. Il suo nome è società civile europea: in termini più concreti, Doing Europe, ovvero impegno civico europeo.”⁵

Il legame tra sfera pubblica e sovranità popolare, che è forte inquadrato in un’ottica nazionale, diventa più rarefatto nella dimensione europea, ma carica allo stesso tempo di nuova (forse maggiore) significatività la sfera pubblica in quanto luogo della pubblicità, visibilità, controllabilità delle pratiche attinenti l’interesse generale e rende particolarmente importante la comunicazione pubblica in quanto strumento atto a scambiare e “mettere in comune” significati tra i molteplici attori coinvolti nelle dinamiche discorsive sull’interesse generale. La sfera pubblica potrebbe svolgere una funzione di supplenza⁶ degli indeboliti meccanismi della delega parlamentare: facendo diventare un tema oggetto di discussione potrebbe svolgere quella funzione di influenza e controllo che non può essere esercitata attraverso il continuo

³ U. Beck, *Se dalla crisi nascesse l’Europa dei cittadini*, “la Repubblica”, 3.12.2011

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Ibidem*.

⁶ W. Privitera, *Sfera pubblica e democratizzazione*, Laterza, Roma-Bari, 2001.

esercizio del voto.

In definitiva, è essenziale l'idea del consenso e della legittimazione che viene dal popolo che si esprime attraverso la formazione delle opinioni sull'operato delle istituzioni. Nelle parole di Habermas:

“Il deficit democratico può essere superato solo se si origina al contempo una sfera pubblica europea, nella quale si radichi il processo democratico. Nelle società complesse la legittimazione democratica nasce dalla sinergia dei processi istituzionali di consultazione e decisione con il cristallizzarsi informale, attraverso i mass media, dell'opinione pubblica nelle arene della comunicazione sue proprie”⁷.

La democrazia postnazionale, per superare quello che Beck definisce il “dilemma” di decisioni assunte al di fuori dei tradizionali procedimenti democratici, che assumono un raggio d'azione ed un'influenza crescente⁸, sposta l'asse di rilevanza sull'infrastruttura della sfera pubblica in quanto luogo dell'interazione discorsiva tra una molteplicità di attori sociali che si confrontano su comuni problemi trasformandoli in temi collettivamente riconosciuti su cui si formano opinioni. Una maggiore trasparenza insieme a nuove procedure che contribuiscano ad avvicinare le decisioni politiche alle preoccupazioni quotidiane dei cittadini sono necessari per realizzare la “democratizzazione della democrazia”⁹.

Sfera pubblica mediatizzata

I media sono una componente fondamentale della sfera pubblica. Le caratteristiche tecnologiche, le modalità organizzative e quelle produttive, le relazioni coi sistemi politico ed economico strutturano l'insieme delle opportunità e dei vincoli entro cui i diversi attori esercitano la loro azione, definendo le condizioni per la formazione e la circolazione di larga parte dei flussi comunicativi. Le lotte per il riconoscimento, nella sfera pubblica inevitabilmente mediatizzata, sono essenzialmente lotte per la visibilità¹⁰. La presenza di attori, eventi, *issues* in questo spazio sempre più non localizzato è

⁷ J. Habermas, *Perché l'Europa ha bisogno di una Costituzione?*, in G. Zagreblesky (a cura di), *Diritti e Costituzione nell'Unione Europea*, Laterza, Roma-Bari, 2003, p. 109.

⁸ U. Beck, *La società cosmopolita*, Il Mulino, Bologna, 2003

⁹ A. Giddens, *Il mondo che cambia*, Il Mulino, Bologna, 2000.

¹⁰ J.B. Thompson, *Mezzi di comunicazione e modernità*, il Mulino, 1998.

condizione per la loro esistenza sociale prima ancora che per l'attivazione dei processi attraverso i quali si formano sistemi simbolici, si elaborano opinioni e giudizi, si prendono decisioni.

Gli sforzi della Commissione Europea mirati a promuovere, finanziando, reti di media sovranazionali e transazionali non sembra abbiano ancora prodotto risultati apprezzabili nel sostenere la circolazione di contenuti effettivamente diffusi tra la generalità dei cittadini. D'altra parte, i media *mainstream* degli Stati continuano ad avere come scenario di riferimento il contesto nazionale, adottano criteri di notiziabilità centrati intorno ad un'ottica essenzialmente territoriale e finiscono per alimentare solo saltuariamente oltre che faticosamente un dibattito pubblico esteso oltre i tradizionali confini. Invece che allargare lo sguardo fino a comprendere uno stesso spazio o intersecare i molteplici spazi, i media informativi sostengono la persistenze di sfere pubbliche nazionali e, nel migliore dei casi, discutono di temi europei attraverso i propri sistemi simbolici di riferimento, contribuendo non più che alla formazione di opinioni pubbliche nazionali su alcuni (pochi) temi europei. Le modalità con cui ciò effettivamente avviene è legato alle caratteristiche dei sistemi medial nazionali e al modello di giornalismo che li caratterizza¹¹; risente comunque, con gradi differenti, delle esigenze di consenso degli attori politici nazionali legate a questioni di politica interna. Resta il fatto che una discussione pubblica limitata all'ambito nazionale o che comunque risulti prevalentemente Stato-centrica finisce per cogliere solo parzialmente le dinamiche dell'interesse generale.

La diffusione di internet verso strati di popolazione sempre più ampi e il processo di addomesticamento delle tecnologie digitali ed interattive, rendono il web e i social media strumenti particolarmente adatti a favorire quell'intreccio di flussi che potrebbe portare ad implementare la circolazione orizzontale e verticale di informazioni. Gli strumenti del web 2.0 messi a servizio della comunicazione pubblica non solo espandono la possibilità di rendere pubbliche le informazioni facilitandone l'accesso da parte dei cittadini e concretizzando, in tal modo, il principio della trasparenza ma, soprattutto, in quanto strumenti interattivi che consentono la comunicazione bidirezionale e multidirezionale, potrebbero estendere le occasioni e le modalità di ascolto, oltre a favorire l'organizzazione della partecipazione. Nello spazio reticolare dei social media la distanza non si misura nel continuum spaziale delle categorie vicinanza/lontananza, ma con la costanza delle azioni comunicative che vengono compiute, definendo la

¹¹ D. Hallin, P. Mancini, *Modelli di giornalismo*, Laterza, Roma-Bari, 2004.

presenza/assenza e l'utilità dei contributi per gli utenti della rete.

Nonostante i numerosi problemi che si aprono delineando scenari contraddittori e a volte critici come l'eventualità di invasioni della privacy e l'aumento del controllo, oltre all'exasperazione delle differenze in relazione alle competenze sociali e tecnologiche, le caratteristiche dei social media potrebbero contribuire (se adeguatamente orientate) ad un rafforzamento delle diverse dimensioni della democrazia: la formazione di un'opinione pubblica informata, la partecipazione ai processi decisionali, il dibattito razionale¹².

All'interno dello scenario brevemente tratteggiato, l'obiettivo di questo lavoro è analizzare gli usi e le funzioni prevalenti dei media sociali nell'ambito della comunicazione dell'Unione Europea, verificando il modo in cui si collocano in quelle politiche, salutate nei termini di una vera e propria "svolta comunicativa", che sono state inaugurate dopo il congelamento del Trattato costituzionale. Ci occupiamo quindi di quell'insieme di flussi comunicativi in vario modi incoraggiati, stimolati o direttamente prodotti dalle istituzioni europee utilizzando le potenzialità e le caratteristiche delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Le bocciature referendarie del *Trattato Costituzionale* da parte di Francia e Olanda hanno forzato le istituzioni europee a prendere atto che l'assenza di un comune spazio di discussione pubblica non solo tende a delegittimarle ma ne mette in dubbio la loro stessa esistenza. Tanto che il Consiglio Europeo del 18 giugno 2005, sancendo l'interruzione dell'iter di ratifica della *Costituzione* ha ammesso l'esigenza di un <<periodo di riflessione che servirà a consentire in ciascuno dei nostri paesi un ampio dibattito, che coinvolga i cittadini, la società civile, le parti sociali, i parlamenti nazionali ed i partiti politici>> e, dopo solo dieci giorni, la vicepresidente della Commissione Europea Margot Wallstrom – responsabile per le *Relazioni Istituzionali e Strategie di Comunicazione* - ha presentato le linee programmatiche della nuova politica di comunicazione annunciando la necessità di un *Piano D*, dove D significa *Dialogo, Dibattito, Democrazia*. L'intenzione è quella di proporre, non semplicemente una nuova strategia di comunicazione, ma una politica per il futuro dell'Europa che abbia alla base il riconoscimento dell'importanza della comunicazione e il suo legame a filo doppio con la democrazia. Nel discorso istituzionale, così come nelle analisi di studiosi e intellettuali, il deficit democratico dell'Europa si interseca col deficit di comunicazione.

Nei tanti testi della Commissione e del Parlamento che si susseguono dal

¹² D. Pitteri, *Democrazia elettronica*, Laterza, Roma-Bari, 2007, p.11.

2005 in avanti tracciando le linee delle politiche di comunicazione dell'Unione, le questioni che vengono sottolineate come centrali e alle quali si cerca di rispondere riguardano: l'urgenza dell'*ascolto* dei cittadini in modo da individuare i loro prioritari bisogni ed aspettative; l'esigenza di una migliore e maggiore informazione sulle modalità di funzionamento dell'Unione, sulle sue procedure decisionali e sull'impatto per la vita quotidiano delle persone; l'implementazione di un dibattito pubblico sui temi sovranazionali; la ristrutturazione della sfera pubblica nelle diverse articolazioni che vanno dalla europeizzazione delle sfere pubbliche nazionali alla loro reciproca apertura. Tra le righe di Comunicazioni, Piani d'Azione, Libri bianchi, Risoluzioni, ecc. trapela il passaggio dal forte disorientamento seguito alla bocciatura referendaria della Costituzione, alla preoccupazione di mettere alla prova la nuova strategia in vista di due scadenze importanti cioè il processo di ratifica del Trattato di Lisbona e le elezioni del Parlamento europeo del 2009, alla consapevolezza della necessità di stabilizzare la visione passando dall'emergenza alla prassi per avviare un processo destinato a raggiungere gli obiettivi fissati in tempi inevitabilmente più lunghi di quelli auspicati.

Tra gli strumenti per concretizzare le politiche di comunicazione Internet ha un ruolo importante. In maniera esplicita, la Comunicazione del 2007 della Commissione Europea *Communicating about Europe via the Internet. Engaging the citizens*¹³ chiarisce la strategia finalizzata a cogliere le crescenti potenzialità della rete in modo tale da implementare le relazioni tra istituzioni e cittadini e sostenere i processi democratici. Il punto di partenza è la fiducia che l'adeguato uso di internet possa aiutare le istituzioni europee a sviluppare la funzione di *ascolto*, in modo da rendere effettiva la comunicazione in quanto processo bidirezionale, che costituisce l'aspetto centrale della fase della "svolta" nelle politiche sulla comunicazione. A internet viene quindi attribuita la potenzialità di agevolare dinamiche che puntano alla comprensione dell'opinione pubblica e che inoltre sostengono lo sviluppo di un dibattito pubblico su tematiche europee.

Si tratta di un modo di intendere la rete che prende atto delle tendenze emergenti nelle abitudini d'utilizzo e che quindi punta ad intercettare cittadini che assumono il ruolo di utenti attivi piuttosto che di semplici ricettori passivi di contenuti. Sono molte le osservazioni e le ricerche, di cui i documenti europei tengono conto, che evidenziano come l'utente di internet sia impegnato non solo nella selezione e ricerca di prodotti multimediali ma anche in una grande varietà di attività tra le quali prevale lo scambio e la

¹³ SEC(2007)1742.

condivisione di documenti, la produzione e distribuzione di contenuti, l'uso di programmi di chat e social network.

In pratica, gli strumenti e gli usi interattivi e partecipativi costituiscono una componente determinante della rete che quindi offre opportunità interessanti per sostenere la costruzione di una relazione efficace tra istituzioni e cittadini. Non si tratta certamente di questioni nuove, ma è interessante notare che vengono declinate nei documenti delle istituzioni europee in modo tale assecondare le esigenze, le abitudini le tendenze emergenti tra gli europei, coerentemente col principio, che qualifica la politica comunicativa della svolta, per cui temi e strumenti devono essere rilevanti soprattutto per i cittadini ai quali sono indirizzati.

Più palesemente, la *Risoluzione su Giornalismo e nuovi media-creare una sfera pubblica in Europa*¹⁴, approvata dal Parlamento Europeo il 7 settembre 2010, sottolineando la necessità di implementare la circolazione delle informazioni sulle questioni comuni, propone l'uso dei media sociali per sostenere la formazione di una sfera pubblica che si estenda oltre quelle nazionali. La Risoluzione parte dal riconoscimento che il conferimento di maggiori poteri al Parlamento Europeo da parte del Trattato di Lisbona insieme alla previsione di una nuova forma di partecipazione dei cittadini all'elaborazione delle politiche, oltre alle trasformazioni del sistema mediale dovuto alla diffusione dei nuovi media sono questioni che vanno tenute presenti per aggiornare le strategie di comunicazione. Nel documento si legge la fiducia che lo scenario istituzionale e tecnologico sia particolarmente favorevole e che il potenziale per il coinvolgimento dei cittadini non sia mai stato così forte: da una parte, il Trattato di Lisbona è un passo importante nella democratizzazione dell'Unione; dall'altra, i nuovi media offrono rinnovate opportunità di scambio e confronto.

Alle nuove tecnologie viene riconosciuta la potenzialità della diffusione delle informazioni attraverso molteplici linguaggi e strumenti, del coinvolgimento delle fasce giovanili e della costruzione di una democrazia più deliberativa; i media sociali, in particolare, vengono considerati come strumenti che possono aprire a nuove forme di pubblico, fisicamente disseminato ma legato da comuni interessi e quindi potenzialmente atto a creare nuove sfere pubbliche transnazionali.

Tra le "motivazioni" esplicitate nella *Proposta di Risoluzione* che la Commissione Cultura ha presentato all'assemblea plenaria viene rilevato come piattaforme del tipo *Twitter* e *Facebook* possano raggiungere un

¹⁴ [2010/2015\(INI\)](#).

pubblico non interessato alla comunicazione mediata convenzionale e che si aspetta non semplicemente di avere informazioni ma anche di interagire. Rafforzare la presenza delle istituzioni in questi luoghi significherebbe fornire un segno tangibile dell'assunzione di un impegno attivo verso il dibattito e la discussione online e potrebbe rivelarsi essenziale per la creazione di una sfera pubblica europea. Tuttavia, anche se le motivazioni della *Proposta di Risoluzione* attribuiscono grande rilevanza alle reti sociali il testo, nella versione poi approvata in seduta plenaria, mantiene un atteggiamento decisamente più cauto: viene sottolineato che i nuovi media per quanto

rappresentino un modo «relativamente buono» di divulgare rapidamente informazioni, la loro affidabilità non può essere garantita a sufficienza, non

possono essere considerati media professionali e addirittura «il modo in cui i dati sono gestiti sulle piattaforme delle reti sociali in molti casi può rivelarsi

pericoloso e dar luogo a gravi violazioni dell'etica giornalistica». Sembra emergere quindi la preoccupazione che l'uso dei nuovi media possa interferire con la tradizionale logica di produzione delle informazioni gestita dal sistema giornalistico.

Le istituzioni europee nei social media

Al di là delle indicazioni di principio contenute nei documenti che disegnano il quadro delle politiche di comunicazione, si tratta di verificare se e con quali modalità le potenzialità dei media sociali in quanto strumenti per facilitare e implementare la conoscenza e soprattutto sostenere la partecipazione al progetto sovranazionale siano state effettivamente colte e tradotte in pratiche efficaci.

La presenza delle istituzioni europee nei social media è stata promossa o incrementata soprattutto in corrispondenza di alcuni eventi significativi con l'obiettivo di supportarne la percezione di rilevanza ma anche di mettere alla prova la validità della politica di comunicazione della “svolta” avviata dal 2005. La ratifica del Trattato di Lisbona e le elezioni del Parlamento Europeo sono le tappe cruciali verso cui sono stati esplicitamente orientati molti sforzi organizzativi; successivamente, con l'insediamento del nuovo Parlamento e con la formazione della seconda Commissione guidata da Barroso sono state avviate attività comunicative in una prospettiva non più guidata dalla

tensione verso il raggiungimento di obiettivi preordinati ma dalla più duratura necessità di costruire nel tempo relazioni efficaci con i media e con il grande pubblico.

L'importanza che viene riconosciuta ai social media è segnalata dalla visibilità che viene loro attribuita nel portale web dell'Unione Europa *EUROPA*¹⁵, in cui, attraverso la sezione dal titolo significativo "Partecipa," si accede ad un pagina che è già una dichiarazione di scopo "Entra in contatto con l'UE attraverso le reti sociali" che elenca in maniera dettagliata i link di istituzioni, attori europei, eventi, progetti, politiche disponibili su reti sociali (*Facebook, MySpace, Hyves, LinkedIn*), servizi di microblogging (*Twitter, Blip*) siti di photosharing (*Flickr, Picasa*) e di videosharing (*Daily Motion, YouTube, Vimeo*). La presenza più diffusa di account si trova, però in YouTube, Facebook, Twitter. A questi si aggiunge un elenco di blog gestiti da Commissari, Rappresentanze nazionali della Commissione, alcune istituzioni e l'immane Presidente del Consiglio Europeo Herman Van Rompuy.

EuTube è stato lanciato dalla Commissione Europea nel luglio 2007 con lo scopo d'intercettare l'enorme flusso di utenti che utilizzano *YouTube* e distribuire quindi testi audiovisivi anche al di fuori dei classici canali istituzionali indirizzati prevalentemente ai giornalisti e ai professionisti dei media. I tre canali - in lingua inglese, francese, tedesca - propongono materiale prodotto dalle istituzioni europee su alcuni temi prioritari e potenzialmente interessanti per un pubblico vasto; al loro esordio distribuiscono una quarantina di video che nel giro di tre mesi diventano circa 70, visualizzati quasi 7 milioni di volte. Il canale inglese, a luglio 2010, segnala quasi 3 milioni di accessi e i circa 300 video si avvicinano ai 16 milioni di visualizzazioni; dopo un anno e mezzo, i video solo saliti a 353 e le visualizzazioni superano i 18 milioni e mezzo.

I temi affrontati riguardano principalmente il funzionamento dell'Unione, le politiche culturali ed educative, lo sviluppo economico ed i diritti sociali, l'ambiente e la salute, l'energia e le risorse naturali, i diritti dei consumatori e dei cittadini; un discreto spazio viene riservato ai viaggi e ai trasporti, alla scienza e alla tecnologia, alla pesca ed all'agricoltura, agli affari esterni. Si tratta di questioni che richiamano i temi principali annualmente definiti dalla Commissione o che hanno impatto sulla vita quotidiana dei cittadini: nel loro insieme forniscono al grande pubblico una visione complessiva dei settori d'intervento dell'Unione, attribuendo concretezza all'appartenenza al contesto sovranazionale.

¹⁵ Progettato per costituire un punto di accesso completo alle risorse on line, è raggiungibile all'indirizzo www.europa.eu.

Il tono dei video è in genere ironico, informale, colloquiale, tanto che in qualche caso è stato ritenuto eccessivo e non adeguato ad un emittente istituzionale. Ad esempio, lo spot *Film lovers will love this*, realizzato per promuovere il programma MEDIA che stanziava finanziamenti per incoraggiare la produzione cinematografica, è stato confezionato raccogliendo citazioni di scene erotiche di film d'autore di largo successo, utilizzando un registro ironico più che esplicitamente provocatorio, ma ha comunque suscitato dure polemiche. La deputata del Partito Popolare Europeo Anna Záborská ha presentato un'interrogazione scritta definendo senza mezzi termini il video come pornografico e lesivo della dignità delle donne e degli uomini, ottenendo in risposta la difesa convinta delle Commissarie Wallstrom e Reding che hanno rivendicato la mancanza di volgarità e la coerenza con i codici del cinema di qualità. E a giudicare dal numero di visualizzazioni, che nei mesi successivi è stato il più alto tra i video caricati in *EuTube*, l'idea è risultata vincente. Senza contare che sui giornali italiani la notizia dello "spot erotico" è servita a promuovere l'iniziativa del canale europeo, che prima dello "scandalo" non era stata considerata sufficientemente interessante per tradursi in notizia.

A questo primo canale, ha fatto seguito quello del *Parlamento Europeo* (da maggio 2009), e quello del *Presidente della Commissione Europea José Manuel Barroso* (da gennaio 2010), collocati in evidenza sulla pagina di *EuTube* e da lì direttamente accessibili tramite link. Il Primo, partito a ridosso delle elezioni europee, ha iniziato inserendo testi audiovisivi in gran parte finalizzati a favorire la partecipazione alle urne, per poi concentrarsi sull'obiettivo di promuovere la conoscenza di questa istituzione, le sue procedure decisionali e il lavoro svolto dai parlamentari. I contenuti caricati sono costituiti da versioni in molte lingue degli stessi filmati; il linguaggio è in genere formale ed istituzionale, il tono (a differenza di quello del canale *EuTube*) didascalico più che colloquiale, con finalità pedagogica invece che tendente a suscitare interesse e curiosità; il target di riferimento sembra costituito da persone già interessate in cerca di informazioni di base. Il *canale di José Manuel Barroso*, attivato in corrispondenza del secondo mandato a Presidente della Commissione, a luglio 2011 conta 164 video che diventano 220 a gennaio 2011: tutti sintesi di meeting, summit, conferenze stampa; la lingua è invariabilmente l'inglese e l'impostazione decisamente ufficiale sottolinea la solennità degli eventi. Più di recente, è stato aggiunto il canale di *EbS-Europe by Satellite*, il servizio inter-istituzionale che fornisce gratuitamente ai professionisti che operano nei media video, audio e immagini aggiornati costantemente sulle attività delle istituzioni dell'Unione. In questo spazio,

sono stati inseriti in 6 mesi 185 video, di durata variabile tra un minuto ed un ora, che raffigurano momenti istituzionali, formali ed informali, estendendo in pratica le modalità di diffusione del materiale tradizionalmente prodotto da *EbS* ad una piattaforma che ha una capacità di attrazione di utenti prevedibilmente più vasta di quella originaria.

Altri attori europei gestiscono in maniera autonoma canali non evidenziati con link in *EuTube*. Da segnalare, quello del *Presidente del Consiglio Herman Van Rompuy* (molto attivo in tutti i social media) e, da dicembre 2010 (in piena crisi economico-finanziari), quello della *European Central Bank*. Ancora spazi in cui vengono pubblicati contenuti dai registri decisamente formali, intervallati da qualche raro video con intenzionalità divulgativa.

Tutti i canali prevedono la possibilità da parte degli utenti di commentare i video stimolando dibattiti sul tema proposto e collegamenti alle pagine web e dei social network amministrate dallo stesso gestore o anche da altre istituzioni, dando vita ad una rete di rimandi cross-mediale tra strumenti con molte funzioni. In ogni caso, benché YouTube proponga la possibilità per gli utenti di inserire commenti ai video e quindi consenta forme di dibattito, la funzione informativa è quella che decisamente prevale

Al di là di *EuTube*, che si rivolge al grande pubblico, la gran parte dei prodotti distribuiti dai canali europei ripropongono una modalità di comunicazione in cui prevale il riferimento a target di addetti ai lavori o comunque di persone particolarmente motivate ed interessate. Tuttavia, l'aspetto che può comunque rivelarsi interessante, è l'immissione nel flusso informativo di un insieme di temi che, passando attraverso quei linguaggi della comunicazione visiva – dallo spot pubblicitario al servizio televisivo – familiari ad un pubblico vasto, assumono una peculiare concretezza, potendo contare sull'effetto di realtà tipicamente suscitato dai media audiovisivi. Da non trascurare è inoltre la visibilità fornita agli attori europei, che sottratti al cono d'ombra proiettato dagli attori nazionali nei media *mainstream*, diventano persone con volto e voce piuttosto che lontani e astratti burocrati. Al di là dei contenuti, rendere pubblicamente osservabili volti, luoghi, prassi, rituali peculiari di un sistema istituzionale che difficilmente e marginalmente entra a far parte della sfera della riconoscibilità del grande pubblico, potrebbe contribuire ad avvicinare l'Europa ai cittadini, nella misura in cui le sottrae astrattezza e le restituisce tangibilità.

La presenza delle istituzioni europee nei *social network* ha una funzione in parte diversa. In questo contesto, infatti, la funzione informativa si accompagna più facilmente al confronto con e tra gli utenti, al riscontro

immediato sull'oggetto delle notizie diffuse e alla possibilità da parte degli utenti di proporre autonomamente argomenti di discussione. Gli stessi amministratori dei canali europei su YouTube, a volte, rinviano i dibattiti più animati alle pagine che gestiscono sui social network. Emblematica a questo proposito la chiusura nel canale del Parlamento Europeo della discussione suscitata dal video *Parliament's way out of the financial crisis in 60 seconds*, rimandandola al gruppo Facebook della stessa istituzione. In questo caso, però, la mancanza di spiegazioni che giustifichino la decisione, lascia aperti i dubbi sulle motivazioni della scelta: rinvia ad una più adeguata arena di discussione o segnala insofferenza verso i commenti negativi? Nei post degli utenti, in ogni caso, prevale questa interpretazione, veicolando una rappresentazione dell'istituzione non certo in linea con quella esplicitamente sostenuta.

Le pagine di *Facebook* e *Twitter* gestite dalle istituzioni europee o da soggetti esterni che ne sostengono il progetto sono moltissime, si avvalgono di svariate modalità di utilizzo e sviluppano funzioni differenti. I target sono eterogenei e il livello di partecipazione degli utenti è molto variabile in relazione ai temi e all'attore proponente. Tuttavia, nonostante la vivacità, la possibilità che questi strumenti vadano nella direzione auspicata dalle più recenti politiche comunicative dell'Unione implementando la conoscenza dell'Europa da parte dei cittadini e soprattutto il loro coinvolgimento in un esteso dibattito, non è affatto scontata.

Tra i tanti profili su Facebook, quello in lingua inglese del Parlamento Europeo, istituzione con cui la generalità dei cittadini ha una certa dimestichezza legata al coinvolgimento nelle elezioni, è particolarmente curato. Conta a luglio 2010 quasi 80 mila adesioni, circa il doppio dopo un anno e sfiora le 289 mila a gennaio 2012; appare costantemente aggiornato, frequentato e vivace, i post del gestore sono molto commentati e, prima che venisse chiusa la possibilità di inserirli, numerosi erano anche gli interventi autonomi. I temi proposti danno conto dell'attività parlamentare selezionando questioni che possano risultare interessanti per un pubblico vasto e rinviando a siti web per approfondimenti. Osservata da questa prospettiva l'Europa può contare sul sostegno di un "popolo" di utenti multilingue, geograficamente mobili, tecnologicamente disinvolti, politicamente e socialmente attenti. La pagina, da metà luglio 2011, è stata implementata aggiungendo una serie di strumenti che vanno dalla chat ai sondaggi agli spazi di discussione, dalle sezioni di informazioni sulle attività quotidiane realizzate dall'istituzione ai collegamenti a pagine web e altri social media. Così arredato, questo spazio diventa un punto di accesso alle

molte risorse disponibili on line gestite con finalità informativa dal Parlamento, ma si propone anche punto d'incontro per il dibattito. Significativo è l'inserimento di una sezione che raccoglie i link ai profili degli eurodeputati¹⁶, con un motore che permette ricerche non solo per nome ma anche per nazionalità o gruppo di appartenenza: nel complesso, un'area che presenta 520 dei 736 rappresentanti dei cittadini degli Stati, un insieme eterogeneo di volti tramite cui si prova a ribaltare l'usuale percezione dell'Unione in quanto fredda e impersonale struttura burocratica. Tuttavia, l'esclusione della possibilità da parte degli utenti di inserire interventi, limitando di fatto la partecipazione ai commenti sui post del gestore inibisce l'apertura a nuovi temi interessanti per i cittadini e disegna un ambito di discussione rigorosamente regolato dall'alto. La funzione dell'*ascolto*, fondamentale nella comunicazione pubblica e più volte enunciata come priorità nei documenti europei viene, in pratica, fortemente limitata. La finalità informativa risulta prevalente anche all'interno di una piattaforma dalla vocazione e dalle caratteristiche interattive.

Se ci spostiamo sul profilo dell'Ufficio d'Informazione in Italia del Parlamento Europeo, la funzione informativa è quella nettamente dominante. La pagina si riduce ad una raccolta di notizie quasi mai commentate dai mille iscritti di luglio 2010, che diventano più del doppio dopo un anno e arrivano a circa 3 mila a gennaio 2012, ma che continuano a non brillare per livello di partecipazione. Anche il più semplice indicatore di gradimento o di interesse al contenuto, il "mi piace", raccoglie un numero di click talmente basso da far dubitare sul livello di attenzione che viene dedicato agli argomenti affrontati.

Le pagine Facebook, in lingua inglese, della Commissione e del Consiglio non risultano altrettanto curate e animate di quella del Parlamento, senza contare che un utente con una conoscenza superficiale dell'ingegneria istituzionale dell'Unione potrebbe facilmente perdere l'orientamento tra le tante pagine ufficiali e pagine indipendenti a supporto del progetto europeo o tra quelle, ad esempio, del Consiglio dell'Unione Europea, Consiglio Europeo, Consiglio d'Europa. Il problema di difficile soluzione, che permane anche in questo contesto, è quello di raggiungere quei cittadini che non hanno un interesse già sviluppato e che potrebbero naufragare in mezzo ai contenuti proposti piuttosto che trovare comodi approdi.

Se va dato atto alle istituzioni europee di uno sforzo organizzativo e progettuale per realizzare autonomamente ed immettere nel circuito

¹⁶ L'attenzione del Parlamento verso le potenzialità dei social network è anche testimoniata dall'organizzazione di un corso (tenuto a luglio 2011) finalizzato ad illustrare ai parlamentari le modalità d'uso e l'efficace nella gestione dei rapporti con i propri gli elettori.

informativo contenuti simbolici che potrebbero stimolare l'interesse o almeno la curiosità e il dibattito su alcune questioni, l'effettivo impatto, misurato attraverso la partecipazione dei cittadini-utenti, sembra sottodimensionato. D'altra parte, i temi proposti eterogenei e trasversali alle problematiche degli Stati, che sembrano selezionati con cura per evitare di interferire con i dibattiti pubblici nazionali potrebbero avere un livello di controversialità non sufficiente a stimolare un ampio coinvolgimento dei cittadini. Senza contare che la gestione verticale del flusso informativo non consentendo l'immissione delle problematiche avvertite come importanti dagli utenti limita la spontaneità del dibattito.

La presenza dell'Europa in Twitter è molto forte, tra attori individuali (eurodeputati, commissari, funzionari, portavoce), istituzioni sovranazionali, delegazioni e rappresentanze dei Paesi membri, agenzie, progetti, eventi, servizi multimediali. La maggior parte degli account è disponibile a partire dal sito *europatweets.eu*, promosso in occasione delle ultime elezioni europee, che li organizza per sezioni: eurodeputati¹⁷, partiti, commissioni, parlamento, consiglio, news, media, esteri, economia, affari, leader europei. Gli eurodeputati sono anche raggiungibili tramite il sito *tweetyourmep.eu* che permette di effettuare ricerche per temi, Stati, persone.

Particolarmente interessante la presenza di account che lanciano informazioni sulle attività realizzate dai servizi di produzione e diffusione multimediale - come *Europarltv* (televisione web del parlamento), *EUCouncilTVNews* (servizio audiovisivo di assistenza ai giornalisti che desidero coprire fatti che riguardano il Consiglio), *European Commission's Audiovisual Service* (distribuisce video sulle attività dell'Unione), *Europe by Satellite* (fornisce via satellite testi ai professionisti dei media) – segnalando di fatto l'intenzione di stimolare la copertura mediale sulle questioni comunitarie.

Il punto di vista della Commissione e del Consiglio riguardo a Twitter è stato ribadito nella risposta ad un'interrogazione parlamentare presentata per ottenere chiarimenti riguardo all'uso che di questo strumento è stato fatto dal Presidente del Consiglio Herman Van Rompuy quando, in piena crisi dell'Eurozona, l'11 marzo 2011 ha comunicato tramite la propria pagina personale su Twitter che i capi di Stato e di governo dell'area euro avevano accettato di promuovere il "patto per la competitività" richiesto dalla Germania come condizione per aumentare il fondo di salvataggio. La notizia ha cominciato a circolare nei social network tre ore prima della tradizionale

¹⁷ Come eurodeputato più seguito viene segnalato Debora Serracchiani (oltre 24.400 contatti), come più attivo Sophie in't Veld (oltre 13.000 aggiornamenti)

conferenza stampa, rompendo la prassi che affida la diffusione delle notizie su eventi importati alla mediazione del sistema giornalistico. In questo modo l'informazione è stata resa disponibile ai (molti) giornalisti che seguono le vicende dell'Unione ma anche ai tanti *follower*. La risposta del Consiglio sottolinea come l'attività delle istituzioni e degli organi dell'Unione sui social network più diffusi sia considerata complementare agli altri mezzi - quali le conferenze stampa, i comunicati stampa e i siti internet del Consiglio e del Consiglio europeo gestiti dal Segretariato generale - e tenga conto dell'obiettivo dell'efficacia in un periodo di evoluzione tecnologica e sociale rapidissima; inoltre si fa presente che l'account del presidente del Consiglio è seguito da più di 12000 persone, di cui un'elevata percentuale è costituita da giornalisti, per cui i contenuti così diffusi possono essere più rapidamente trasmessi attraverso i media tradizionali. Sulla stessa linea la posizione della Commissione, che sottolinea come l'uso di account Twitter da parte dei giornalisti sia molto diffuso; ribadisce inoltre l'intenzione delle istituzioni europee di tenere conto dei nuovi strumenti di comunicazione per informare il pubblico su decisioni e azioni, facendo anche presente che il ricorso a questo strumento da parte di Commissari e portavoce è molto ampio. Nella prospettiva della Commissione i social media e internet sono componenti chiave per rispondere ai principi di accessibilità e usabilità.

Le caratteristiche di Twitter facilitano la comunicazione diretta con una molteplicità di utenti: cittadini interessati ma soprattutto attori a vario titolo coinvolti e professionisti dei media. Tra le funzioni, prevale la diffusione continuativa di informazioni e la relazione immediata tra istituzioni e giornalisti, che possono in questo modo accedere in tempi rapidi ad un grande quantità di notizie. Ricordiamo, come esempio, quanto avvenuto in occasione della ufficializzazione della nomina di Mario Draghi alla presidenza della Banca Centrale Europea: la notizia è stata lanciata dall'account Twitter di Herman Van Rompuy ed è stata diffusa attraverso i maxi-schermi nella sala stampa del Consiglio Europeo. Non vanno neanche sottovalutate le potenzialità legate all'apertura di forme di dialogo con gli utenti e l'opportunità da parte dei cittadini a di far conoscere in maniere semplice e rapida le proprie opinioni. Da questo punto di vista è significativo quanto accaduto durante il Consiglio d'Europa del 16 dicembre 2010, quando la possibilità di inviare messaggi semplicemente digitando nel linguaggio del social network la stringa #EUCO è stata colta soprattutto dai cittadini italiani che, agevolati dal fatto che i messaggi non fossero moderati, hanno manifestato il dissenso contro il presidente del Consiglio italiano Silvio Berlusconi in maniera così insistente da costringere ad oscurare il video che li

rendeva pubblici.

Al di là delle differenze tra gli usi prevalenti, legati alle caratteristiche dei differenti social media che ospitano account legati all'Unione Europea, è evidente lo sforzo compiuto dalle istituzioni per attivare flussi informativi in maniera abbondante e costante e per passare da un tono formale ad uno più colloquiale. La finalità che si intravede dietro le azioni comunicative è quella di provare a scalfire la percezione dell'Unione come struttura burocratica e anonima, puntando sulla visibilità del lavoro delle persone che nelle istituzioni comunitarie operano. Gli account personali, corredati da immancabili foto, che riportano note biografiche e descrivono le attività svolte sono moltissimi e nel loro insieme forniscono una rappresentazione dell'Unione senza dubbio differente da quella tradizionalmente accusata di essere autoreferenziale e lontana dalle esigenze delle persone. La moltiplicazione dei messaggi in circolazione, oltre a rispondere ad esigenze di trasparenza, ha il vantaggio di sostenere la percezione di esistenza degli attori europei nello spazio pubblico occupato essenzialmente da attori nazionali. Dall'altra parte, i canali di comunicazione bidirezionale aperti per promuovere forme di dibattito e sostenere la partecipazione dei cittadini al progetto sovranazionale, benché siano molti sembrano gestiti e dosati con estrema cautela, quasi a voler salvaguardare il tentativo di veicolare un'immagine unitaria e solidamente coesa.

Complessivamente, la rappresentazione che si ricava scorrendo il flusso dei temi e le modalità di proporli, è che l'Unione rappresenti un livello di discussione che rimane esterno, che si aggiunge a quelli degli Stati senza intersecarli, che si sovrappone ai dibattiti nazionali senza attraversarli, come se gli interessi ed i problemi affrontati fossero altri e differenti da quelli che si pongono a livello territoriale. Il discorso pubblico stimolato dalle istituzioni europee risulta, nella maggioranza dei casi, talmente divergente da quello prevalente nei media *mainstream* da creare un'impressione di sfasamento estraniante. I flussi informativi attivati attraverso i più diffusi social media (nonostante l'esplicita intenzione) non sembra abbiano avuto, la capacità di incidere sulle logiche produttive dei media nazionali che continuano a ruotare intorno agli interessi interni; d'altra parte, la comunicazione autoprodotta e fatta circolare tramite social media, affrontando senza soluzione di continuità una molteplicità di singole questioni sembra non riesca a tematizzarle connettendole alle principali preoccupazioni delle persone. Indicativo che nel contesto della lunga crisi economico-finanziaria, mentre nel discorso pubblico della stampa internazionale si dibatte sulla tenuta dell'euro e in definitiva sulla possibilità di prosecuzione

dell'integrazione europea, nel contesto dei social media la questione viene solo sfiorata, circolano notizie sulle attività istituzionali per affrontarla ma manca un piano di esplicita tematizzazione e l'apertura di un dibattito o almeno di un canale di ascolto delle preoccupazioni dei cittadini. Se gli strumenti sono ben utilizzati, il problema sembra si sia spostato sui contenuti, sul "che cosa comunicare?".

Riferimenti bibliografici

- Bauman Z., *L'Europa è un'avventura*, Laterza, Roma-Bari, 2006.
- Beck U., Grande E., *L'Europa cosmopolita*, Carocci, Roma, 2006.
- Beck U., *La società cosmopolita*, Il Mulino, Bologna, 2003.
- Boyd, D. M. - Ellison, N. B., *Social network sites: Definition, history, and scholarship*, "Journal of Computer-Mediated Communication", 13(1), 2007.
- Castells M., *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2002.
- Castells M., *La nascita della società in rete*, Egea, Milano, 2002.
- Eder K. e Giesen B. (a cura di), *European Citizenship. National Legacies and Postnational Projects*, Oxford, Oxford University Press, 2001.
- Foussum J.E, Schlesinger P., *The European Union and the Public Sphere*, Routledge, 2007
- Giddens A., *Il mondo che cambia*, Il Mulino, Bologna, 2000.
- Habermas J., *L'occidente diviso*, Laterza, Roma-Bari, 2005
- Hallin D., Mancini P., *Modelli di giornalismo*, Laterza, Roma-Bari, 2004.
- Koopmans R., Erbe J., *Towards a European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communication Innovation*, in "The European Journal of Social Science Research", 17(2), 2004.
- Koopmans R., Statham P., *The making of European Public Sphere*, Cambridge University Press, 2010.
- Marletti C., Mouchon J. (a cura di), *La costruzione mediatica dell'Europa*, Franco Angeli, Milano, 2005.

- Pitteri D. *Democrazia Elettronica*, Laterza, Roma-Bari, 2007
- Privitera W., *Sfera pubblica e democratizzazione*, Laterza, Roma-Bari, 2001.
- Rodotà S., *Tecnopolitica*, Laterza, Roma-Bari, 2004.
- Thompson J.B., *Mezzi di comunicazione e modernità*, il Mulino, 1998.
- Zagreblesky G. (a cura di), *Diritti e Costituzione nell'Unione Europea*, Laterza, Roma-Bari, 2003.

© 2012 dall'Autore/i; licenziatario Humanities, Messina, Italia.

Questo è un articolo ad accesso aperto, distribuito con licenza Creative Commons

Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0

Humanities, Anno I(2012), numero 1

DOI: 10.6092/2240-7715/2012.1.94-115