



IL FUTURO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA NELL'INFOSFERA

Criticità, proposte e standard professionali per il Social Media e Digital Manager (SMDM)

Febbraio 2026

L'istituzione della figura del Social Media e Digital Manager (SMDM) (DL 25/2025 2025 e successiva L 69/2025) si inserisce nel più ampio processo di mutamento della Pubblica Amministrazione, rappresentando un tassello di questo cambiamento, ma non privo di insidie:

Oltre la "monade digitale": il SMDM non può essere una figura isolata o un mero esecutore tecnico. Trattandosi di un intervento normativo e non di una riforma organica dei servizi, l'applicazione rischia di tradursi verso la frammentazione tra Uffici Stampa, URP e aree social, e di non garantire l'autonomia dell'informazione di servizio dalle dinamiche della propaganda di consenso.

Evoluzione formativa: è necessario superare il gap tra formazione e ruolo. La laurea in Scienze della Comunicazione è il requisito d'accesso imprescindibile, ma deve evolvere integrando competenze tecnico-scientifiche avanzate oggi in parte mancanti nella PA, garantendo un continuo aggiornamento della formazione dei comunicatori pubblici attraverso gli organismi deputati a farlo.

L'illusione della trasparenza lineare: nell'attuale ecosistema, dominato da algoritmi e disinformazione sistemica, la semplice "*pubblicazione*" di post e di dati non genera fiducia. Senza una capacità di analisi critica, la PA resta vittima di narrazioni frammentate e soccombe all'infodemia.

Deontologia e postura istituzionale: il lavoro del SMDM richiede una robusta deontologia. Il valore del comunicatore pubblico e del giornalista istituzionale come tecnostuttura determina una postura che privilegia la centralità del sito web istituzionale e delle piattaforme proprietarie rispetto a quelle privatistiche del dibattito pubblico, garantendo la distinzione formale e netta tra comunicazione di pubblica utilità e comunicazione di consenso dei vertici pro tempore.

IL QUADRO DELLE COMPETENZE

Il profilo del SMDM deve essere un ibrido tra un umanista, un analista di dati e uno stratega. Compubblica propone il seguente set di competenze interdisciplinari:

A. Competenze strategiche (strategic governance)

- Media Intelligence: capacità di monitorare e analizzare i flussi informativi per mappare le conversazioni dei cittadini, intercettare i segnali deboli e contrastare proattivamente la disinformazione.
- Information Disorder & risk management: conoscenza delle dinamiche di manipolazione algoritmica e dei processi di *information warfare* per proteggere l'identità istituzionale, la reputazione istituzionale e la sicurezza dei dati.
- Progettazione di valore pubblico: capacità di tradurre gli obiettivi istituzionali in piani editoriali (di comunicazione e non solo editoriali) che generino utilità reale, facilitando l'accesso ai servizi.

B. Competenze operative e tecniche (data-driven)

- Data analysis & visualization: capacità di interpretare i Big Data per trasformare la complessità in informazioni comprensibili e trasparenti per il cittadino.
- Social architecture: conoscenza approfondita delle architetture delle piattaforme e dei meccanismi di distribuzione (SEO/SEM e algoritmi social).
- AI Management: utilizzo etico e consapevole dell'Intelligenza Artificiale per l'ottimizzazione dei flussi di lavoro e la personalizzazione dei messaggi istituzionali.

C. Competenze Relazionali ed Etiche (Onlife Ethics)

- Digital humanism: approccio etico alla gestione del dato, ponendo al centro la dignità dell'utente e il rispetto della privacy.
- Social listening & engagement: gestione del dialogo e della moderazione nelle community, trasformando i social in spazi di partecipazione democratica attiva.
- Linguaggi inclusivi: padronanza di registri empatici e accessibili in una società dinamica e sempre più multiculturale. In settori critici come la Sanità, la comunicazione non è solo informazione: la comunicazione è cura.

CONCLUSIONI E AUSPICI

ComPubblica sostiene con forza la proposta di SdC Network di rendere la laurea in Scienze della Comunicazione il requisito d'accesso elettivo per il ruolo di SMDM.

È un ossimoro dire che le competenze necessarie del SMDM possano prescindere dalle competenze proprie del comunicatore pubblico e del giornalista istituzionale, di cui non può e non deve essere figura di mediazione e di sostituzione.

Solo un/una professionista capace di navigare la complessità dell'infosfera, dotato di rigore metodologico e consapevolezza strategica, potrà restituire credibilità alle istituzioni e garantire la sicurezza dei cittadini nel panorama social