Rivista Trimestrale di SCIENZA dell'AMMINISTRAZIONE
Studi di teoria e ricerca sociale
3/2025

La comunicazione pubblica dell'Europa: un nuovo paradigma del post-digitale nell'era dell'Intelligenza Artificiale generativa[1]

Sara Pane
Sapienza Università di Roma

Marco Bruno
Sapienza Università di Roma

Marinella Belluati
Università di Torino

Riassunto

Sebbene la comunicazione pubblica europea sia fondamentale per informare e coinvolgere i cittadini, essa continua ad essere oggetto di contestazione. L'Europa unita continua, infatti, a soffrire di uno strutturale *deficit* di democrazia che, in maniera trasversale, si estende ad altre dimensioni della vita socio-politica comunitaria: la comunicazione, l'informazione e la partecipazione. In questo contesto, la transizione digitale e le più recenti innovazioni nell'ambito delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno creato nuove possibilità per innovare l'ecosistema della comunicazione europea, offrendo nuove soluzioni ai cittadini-utenti. In particolare, l'integrazione dell'Intelligenza Artificiale generativa all'interno delle strategie di comunicazione pubblica europea costituisce un nuovo orizzonte di senso da indagare, riflettendo su opportunità e sfide che questo strumento, e in particolare l'utilizzo dei *chatbot*, può offrire.

Parole chiave: chatbot, comunicazione pubblica, intelligenza artificiale generativa, sfera pubblica post-digitale

Abstract. *European Public Communication: a New Post-Digital Paradigm in the Age of Generative Artificial Intelligence*

While European public-institutional communication is essential for informing and engaging citizens, it remains a contentious issue. The European Union continues to grapple with a structural deficit of democracy that extends to other aspects of its socio-political life: communication, information, and participation. The digital transition and recent advances in information and communication technologies have introduced new opportunities that could potentially revolutionize the European public-institutional communication landscape, thus providing novel solutions for citizen-users. Specifically, the integration of generative Artificial Intelligence into European public-institutional communication strategies represents an area for further exploration, prompting reflection on the challenges and opportunities that this tool presents.

Keywords: chatbot, public communication, generative artificial intelligence, post-digital public sphere

DOI: 10.32049/RTSA.2025.3.11

1. Introduzione

[1] L'articolo è stato ideato e strutturato in forma collettiva e condivisa. Ad ogni modo, si segnala che Marinella Belluati ha curato nello specifico la sezione 2, dedicata all'ecosistema multilivello della comunicazione pubblica europea e alla sfida posta dall'IA; Marco Bruno ha redatto la sezione 3, che ricostruisce il quadro normativo della comunicazione pubblica europea, proponendo una periodizzazione basata sulla transizione digitale; Sara Pane ha sviluppato le sezioni 4 e 5: nella prima si approfondiscono le implicazioni epistemologiche del passaggio alla fase post-digitale, nella seconda si analizza il rapporto fra l'IA generativa e la comunicazione pubblica europea, con particolare attenzione ai *chatbot* attualmente sperimentati dalle istituzioni UE, mettendone in luce opportunità e sfide (anche intese come potenziali limiti). Introduzione e conclusioni sono state redatte congiuntamente.

La comunicazione pubblica e istituzionale europea è un campo in continua evoluzione e in fase di adattamento alle nuove sfide; tra queste l'Intelligenza Artificiale (IA) rappresenta la più recente, ma al tempo stesso anche un agente di turbolenza (Luoma-aho e Canel, 2020; Lovari e Ducci, 2022). Da un lato, si prospetta come un catalizzatore capace di accelerare lo sviluppo; dall'altro, la sua implementazione richiede interventi istituzionali tempestivi, specialmente in termini di regolamentazione (Susar e Aquaro, 2019). Accademici ed esperti tendono a concordare sul fatto che l'IA possieda un potenziale significativo per generare impatti sociali rilevanti e, se adeguatamente governata, conferire vantaggi competitivi sia al settore privato che a quello pubblico. L'adozione dell'IA nell'ambito istituzionale presenta quindi diverse opportunità, consentendo una rapida trasformazione nei metodi di erogazione dei servizi, nella formulazione delle politiche e nella loro applicazione pratica. Berryhill *et al*. (2019), ad esempio, sostengono che l'integrazione dell'IA nel settore pubblico potrebbe consentire ai dipendenti pubblici di dedicarsi a compiti di maggiore valore anziché a quelli routinari, essendo queste stesse mansioni più standardizzate integrabili dall'IA. In una prospettiva più ampia, i governi stessi potrebbero trarre vantaggio dall'utilizzo di questi strumenti per lo sviluppo di politiche più efficienti e decisioni informate, così come per il miglioramento della comunicazione con i cittadini e l'ottimizzazione dei servizi pubblici (Lovari e De Rosa, 2025).

L'impiego dell'IA nella comunicazione pubblica dell'Europa costituisce un ambito dibattuto e relativamente poco esplorato nella letteratura accademica, anche a causa della fragilità istituzionale che ne caratterizza l'impianto. Partendo da tali premesse, questo contributo intende ricostituire longitudinalmente l'evoluzione della politica di comunicazione delle istituzioni europee alla luce delle innovazioni tecnologiche che ne hanno caratterizzato il campo. A tal proposito, la tesi che si vuole sostenere è che dopo i profondi cambiamenti dovuti al processo di digitalizzazione, si apre ora una nuova fase in cui il ruolo dell'IA rappresenta una nuova, ulteriore e radicale sfida. Al punto che, dopo la teorizzazione del paradigma digitale della comunicazione pubblica dell'Europa, si apre ora una nuova era; l'era, appunto, post-digitale. Alcuni autori stanno già teorizzando questo concetto, mettendo al centro proprio il fatto che l'innovazione tecnologica costituita dall'IA generativa ponga sfide nuove e diverse

rispetto al legame tra la comunicazione istituzionale e i pubblici (Pane, 2025). Nel corso dell'analisi, ci si concentrerà su una specifica tipologia di IA, quella generativa, e più specificatamente sullo strumento dei *chatbot* di nuova generazione (Androutsopoulou *et al*., 2019).

2. L'ecosistema multilivello della comunicazione pubblica dell'Europa e le sfide dell'IA

In linea generale, la comunicazione pubblica dell'UE si riferisce a un sistema complesso, diversificato e integrato di flussi di comunicazione emessi formalmente dall'UE e dai suoi organismi (istituzioni, agenzie, centri di ricerca, etc.) in cui sono attivamente coinvolti altri diversi attori chiave: i sistemi mediali degli Stati membri e il sistema dei cosiddetti "media europei" (*Euronews*, *Euractiv* e *Europe by Satellite*), la società civile, i partiti europei e le piattaforme. Lovari e Belluati (2023) hanno ricostruito l'ecosistema della comunicazione pubblica dell'Europa, identificando i vari attori coinvolti e ponendo particolare enfasi proprio sulla sua multidirezionalità (Fig. 1).

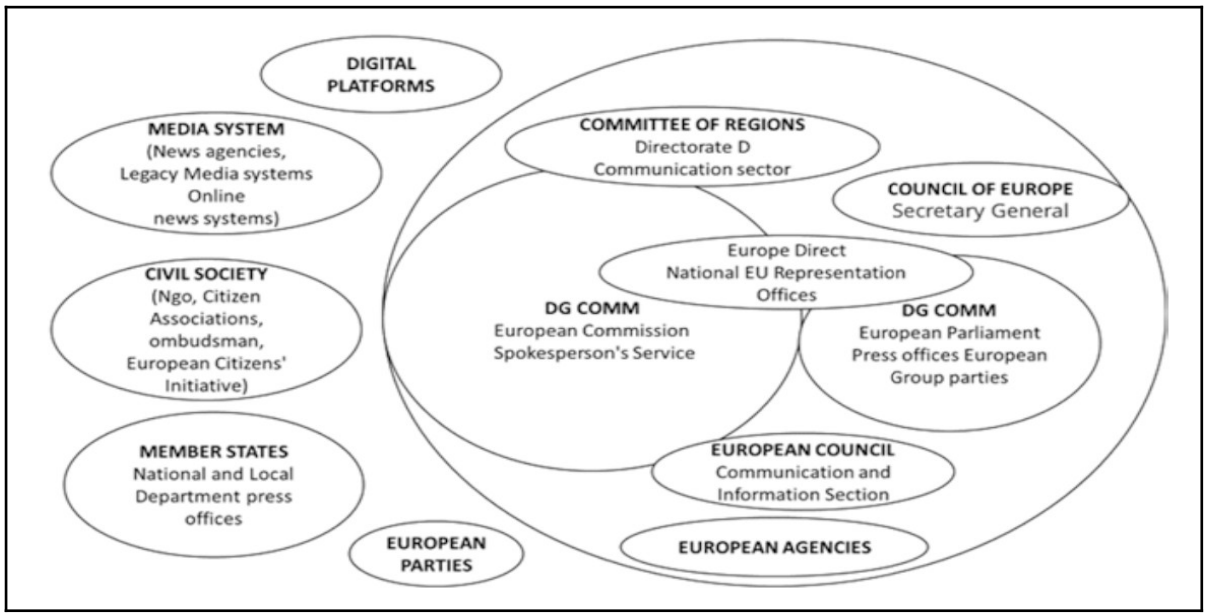

Fig. 1 - L'ecosistema della comunicazione pubblica europea. Fonte: Lovari e Belluati (2023, p. 74).

Quanto alle sue funzioni, la comunicazione pubblica dell'UE mira a informare la cittadinanza comunitaria e promuovere il dibattito democratico nello spazio pubblico europeo. Oltre a ciò, favorisce il principio di *accountability*, cioè di responsabilità e trasparenza istituzionale nei confronti della cittadinanza, e mira a consolidare il senso di appartenenza all'Europa basato sulla condivisione di valori, storia e cultura comuni (Nesti e Valentini, 2010). In questo senso, le strategie di comunicazione devono avere senso, evidenziare e rendere comprensibili le azioni dell'UE, incoraggiando il dialogo e la partecipazione attiva dei cittadini ai dibattiti sull'Unione. Le strategie di comunicazione pubblica dell'UE dei primi anni Duemila concepiscono i territori come "comunità di rilevanza" che svolgono un ruolo attivo nel processo di *sense-making* relativo all'UE (D'Ambrosi, 2019). A tal fine, alcuni esperti concordano con l'idea che sia essenziale, per gli enti pubblici comunitari, rafforzare i loro legami con i media tradizionali e digitali in modo che gli affari europei abbiano una maggiore visibilità all'interno delle arene informative locali (D'Ambrosi, 2019). I media rappresentano, infatti, uno degli attori chiave dell'ecosistema della comunicazione pubblica dell'Europa (Lovari e Belluati, 2023). Coinvolgere i cittadini, promuovendo modelli di informazione decentralizzata nel pieno rispetto del principio di sussidiarietà, è essenziale e funzionale alla vitalità del sistema democratico europeo (Ducci, 2012). Se l'architettura "diffusa" dell'UE, che si struttura su diversi livelli istituzionali e territoriali, può causare problemi di gestione, la sua *governance* multilivello può essere un mezzo attraverso cui aumentare, sia qualitativamente che quantitativamente, i dibattiti sull'UE (Parito, 2019). Questo processo si realizza attraverso l'attuazione di strategie di comunicazione pubblica decentralizzate, orientate ai cittadini e maggiormente accessibili, sia per quanto riguarda i contenuti sia nelle modalità di fruizione. Il contesto entro cui la strategia di comunicazione istituzionale dell'Unione Europea è stata concepita, implementata e successivamente riformulata riveste un'importanza cruciale. Particolarmente significativo è il ruolo assunto dallo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione a partire dagli anni Novanta, che ha progressivamente trasformato la dimensione digitale in uno dei principali orizzonti di riferimento della comunicazione pubblica europea (Ducci, 2012). La pandemia globale di COVID-19, esplosa in Europa nel 2020, ha ulteriormente accentuato

la necessità di discutere in modo approfondito le modalità attraverso cui rendere effettivo questo processo di ristrutturazione della comunicazione pubblica all'interno di ecosistemi digitali sempre più ibridi (OECD, 2021).

3. La ricostruzione del policy-framework istituzionale: una proposta di periodizzazione

Nonostante gli sforzi profusi sin dagli albori del nuovo millennio per rendere le questioni europee più accessibili e comprensibili per i cittadini, il persistere del *deficit* di comunicazione dell'Unione Europea (UE) rimane evidente (Belluati, 2021). Il concetto si riferisce alla difficoltà dell'UE nel trasmettere in modo efficace le proprie tematiche ai cittadini. Gli studiosi evidenziano che il *deficit* di comunicazione è, in realtà, collegato ad altre tipologie di *deficit* che, oltre all'ambito della comunicazione, coinvolgono altre tre dimensioni della vita socio-politica dell'Europa unita: l'informazione, la partecipazione e la democrazia (Belluati e Marini, 2019; Pasquino, 2000). Per questo motivo, si può parlare di un deficit "sfaccettato". Le istituzioni europee incontrano ostacoli nella comunicazione diretta e, di conseguenza, nella diffusione dell'informazione attraverso i canali dell'opinione pubblica europea. Sebbene evocata nel *Trattato di Lisbona*, ad oggi la comunicazione europea non si inserisce formalmente nel panorama delle politiche pubbliche comunitarie, poiché i documenti legislativi dell'UE non contengono disposizioni specifiche in merito. Questo spiega, in parte, il fatto che accademici ed esperti abbiano opinioni polarizzate e contrastanti quando si tratta di riconoscere l'esistenza effettiva di una politica europea nel campo della comunicazione pubblica. Da qui nasce il paradosso della comunicazione europea. Pur essendo trasversale ai vari ambiti di *policy*, la politica di comunicazione pubblica dell'Europa non è riconosciuta come tale, per lo meno in termini legislativi. Per colmare questo divario multidimensionale tra istituzioni e cittadini europei definito dai vari *deficit* europei menzionati in precedenza, nel corso degli ultimi due decenni le istituzioni comunitarie hanno intrapreso un vasto percorso che ha portato alla produzione di varie strategie e piani d'azione che, se longitudinalmente analizzati, sembrano in realtà definire un orientamento di politica pubblica per lo meno sul

piano operativo.

Nel complesso, il presente studio propone una periodizzazione della comunicazione pubblica europea che va dagli anni Cinquanta ad oggi, identificando tre distinte fasi che si sono susseguite in sequenza temporale. La tabella seguente sintetizza la periodizzazione proposta, con i relativi periodi e caratteristiche principali (Tab. 1).

Fase	Periodo	Caratteristiche principali
Pre-digitale (o analogica)	1951-2006	● Comunicazione centralizzata e verticale ● Prevalente funzione diplomatica e informativa ● Linguaggio tecnico ● Coinvolgimento limitato della cittadinanza ● Transizione dal "consenso permissivo" al "dissenso vincolante" ● Graduale attenzione ad *accountability* e trasparenza
Digitale	2006-2020	● Focus strategico su social media e strumenti digitali di partecipazione ● Decentralizzazione ● Comunicazione partecipativa e bidirezionale ● Manipolazione dei flussi informativi ● Graduale attenzione alla regolamentazione del digitale
Post-digitale	2020-Presente	● Comunicazione *evidence-based* e *data-driven* ● Integrazione di strumenti basati su IA, specie generativa ● Coinvolgimento sinergico *online-offline* ● Regolamentazione e promozione di una *governance* algoritmica etica, responsabile e trasparente

Tab. 1 - Periodizzazione della comunicazione pubblica europea: overview delle caratteristiche principali. Fonte: elaborazione degli autori.

Di seguito si propone un approfondimento volto a individuare i principali riferimenti normativi, nonché alcuni dei processi attuativi, associati a ciascun periodo.

3.1 La fase pre-digitale (o analogica) (1951 -2006)

Le prime tappe dell'integrazione europea, dal secondo dopoguerra fino al *Trattato di Maastricht* (1992), hanno delineato il quadro entro cui si è sviluppata la comunicazione pubblica europea. Durante questo periodo di sperimentazione economica, politica e sociale finalizzata alla costruzione di un'organizzazione *sui generis*, la comunicazione delle attività di Bruxelles era prevalentemente concentrata all'interno dei palazzi della capitale belga.

L'effetto, per lo più indesiderato, è stato quello di alimentare un modello di comunicazione "verticale", unidirezionale e standardizzato, rivolto ai cosiddetti "addetti ai lavori". Inizialmente la comunicazione aveva una funzione di relazioni pubbliche e diplomatiche, e per questa era principalmente rivolta alle classi politiche nazionali al fine di costruire all'interno di quegli stessi ambienti un generale consenso verso il processo di integrazione (Featherstone, 1994; Harrison e Pukallus, 2015). Petersson e Hellström (2003) identificano un cambiamento nella comunicazione delle istituzioni europee solamente a partire dalla fine degli Ottanta del Novecento. Il maggiore orientamento dello sforzo comunicativo alle opinioni pubbliche allargate e all'utilizzo dei mass media come veicolo di conoscenza ha preparato il terreno alla florida fase di produzione legislativa in materia che ha fatto seguito nei due decenni successivi (Dumoulin, 2007; Harrison e Pukallus, 2015). L'ampliamento del processo di integrazione dell'UE ha richiesto una maggiore attenzione anche alla dimensione della comunicazione pubblica quale "strumento" attraverso cui raccontare e spiegare ai cittadini i mutamenti in atto. In questo senso, il *Trattato di Maastricht* rappresenta uno spartiacque. Definisce, infatti, la transizione verso la seconda fase della comunicazione pubblica europea di cui si discute poco oltre, qui periodicizzata[2] dal 2006 al 2020 e caratterizzata da una doppia tendenza: la graduale apertura al digitale e la maggiore attenzione ai cittadini-utenti.

L'enfasi sull'ascolto e sull'interazione con i pubblici è divenuta un elemento centrale nel processo di (ri)significazione dell'Unione Europea avviato dalle istituzioni comunitarie a partire dalla fase post-Maastricht. Questo processo ha trovato espressione nella costruzione e diffusione di nuove narrazioni e rappresentazioni di un'Europa più vicina ai territori e ai cittadini (Parito, 2019).

In ciò si racchiude lo sforzo istituzionale di fronteggiare con responsività il cambiamento del clima di opinione nei confronti dell'Unione verificatosi a cavallo tra gli anni Ottanta e Novanta, con il passaggio dal "consenso permissivo" al "dissenso vincolante", cui le istituzioni rispondono attraverso strategie comunicative orientate al coinvolgimento attivo dei

[2] Questa "postposizione" dell'inizio della fase, dalla metà degli anni Novanta ai primi del Duemila, ci consente di includere e, in qualche modo porre in evidenza, il processo di digitalizzazione che nel contempo attraversa l'ecosistema comunicativo e mediale di riferimento.

cittadini, contribuiscono a trasformare l'approccio europeo alla comunicazione da unidirezionale a bidirezionale[3] (Lindberg e Scheingold, 1970; Hooghe e Marks, 2009).

I principi di *accountability* e trasparenza sono stati fondamentali negli sforzi istituzionali per regolare la comunicazione pubblica in Europa fin dagli anni Novanta. Nel 1995, il Parlamento europeo ha introdotto il *programma d'informazione per i cittadini europei* (in acronimo *PRINCE*) destinato al grande pubblico. A queste prime campagne, principalmente di carattere informativo, si aggiungono tre importanti documenti che incarnano l'impegno e la volontà dell'esecutivo comunitario di definire una strategia di comunicazione più strutturata: la comunicazione sul *nuovo quadro di cooperazione per l'attività diplomatica dell'informazione e della comunicazione dell'Unione Europea* (2001), il *Libro bianco sulla governance* (2001), la comunicazione *Una strategia di informazione e di comunicazione per l'Unione Europea* (2002). Ancora, la comunicazione *sull'attuazione della strategia di informazione e di comunicazione dell'Unione Europea* (2004) e il *Piano D per la Democrazia, il Dialogo e il Dibattito* (2005) costituiscono i principali riferimenti normativi di questa prima fase della comunicazione pubblica dell'Europa.

3.2 La fase digitale (2006-2020)

È solamente nella seconda metà degli anni Duemila che le istituzioni europee, e in particolare la Commissione, realizzano che le sorti del progetto comune sarebbero dipese dalla loro effettiva capacità di ingaggiare i propri pubblici.

Il *Libro bianco su una politica europea di comunicazione* (2006), il *Libro verde sull'iniziativa europea per la trasparenza* (2006), le comunicazioni della Commissione *Insieme per comunicare l'Europa* (2007) e *Debate Europe - Valorizzare l'esperienza del Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito* (2008) muovono in questa direzione e

[3] Nelle prime fasi dell'integrazione europea, l'adesione all'UE era percepita in modo simbolico e poco contestato ("consenso permissivo"). Quando le politiche europee hanno iniziato a incidere più direttamente sulla vita quotidiana, sono emerse critiche crescenti, segnando il passaggio a un consenso condizionato e contestato ("dissenso vincolante"), con il rafforzarsi di euroscetticismo, deficit democratico e difficoltà a costruire un discorso politico transnazionale.

definiscono, con maggiore rigore rispetto alla fase precedente, le linee guida della comunicazione istituzionale europea che ne risulta rafforzata nella sua componente decentrata e digitale. Il consolidamento della politica di comunicazione europea viene, infatti, riconosciuto come centrale nel processo di integrazione per coinvolgere cittadini informati e costruire una sfera pubblica propriamente europea.

Nel 2010, con l'attuazione della prima *Agenda digitale europea* (in acronimo EDA), una delle cosiddette sette "iniziative faro" della strategia Europa 2020, prende piena spinta questa fase della comunicazione pubblica europea, protrattasi fino al 2020. L'EDA, ulteriormente consolidata nella seconda versione approvata nel 2015, ha rappresentato uno dei più importanti programmi europei a supporto della trasformazione digitale e dell'applicazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in maniera trasversale, ai diversi ambiti di *policy*. Tra questi, la comunicazione istituzionale offre nuove possibilità di comunicazione. Da un lato, il digitale si è rivelato come un'opportunità, ma dall'altro ha anche presentato numerose sfide. Tra queste, una in particolare richiede di essere considerata in riferimento alla comunicazione pubblica europea: la manipolazione dei flussi informativi. Il fenomeno della disinformazione trova nel contesto digitale un terreno particolarmente fertile per diffondersi, mettendo in discussione la comunicazione ufficiale. Il lancio della *East StratCom Task Force* nel 2015, che tra le sue varie funzioni coordina il progetto *EUvsDisinfo* sul contrasto ai flussi informativi manipolati all'interno degli ambienti digitali, la definizione del quadro comune per contrastare le minacce ibride (*Quadro congiunto per contrastare le minacce ibride - La risposta dell'Unione europea*) nel 2016 e l'adozione di misure *ad hoc* volte a regolamentare la disinformazione *online*[4], costituiscono un importante riferimento legislativo in materia.

Tali documenti normativi evidenziano come questa seconda fase della comunicazione pubblica europea si contraddistingua per un impulso rilevante, in particolare sotto il profilo regolatorio, verso la dimensione digitale e l'integrazione operativa dei suoi strumenti

[4] Queste misure si riferiscono ai seguenti documenti di *policy*: il *Rapporto finale del Gruppo di esperti di alto livello sulle fake news e la disinformazione online* (2018), il *Codice di buone pratiche sulla disinformazione* (2018), la comunicazione C*ontrastare la disinformazione online: un approccio europeo* (Servizio europeo per l'azione esterna, 2018), il *Piano d'azione contro la disinformazione* (2018), e la creazione del *sistema di allerta rapido* (2019).

nell'ambito della comunicazione pubblica (Ducci, 2012).

3.3 La fase post-digitale (2020-)

In tempi più recenti, e in particolare in seguito alla pandemia da COVID-19, le istituzioni europee sono tornate a riflettere sulla loro politica di comunicazione (Auel e Tiemann, 2020). La seconda *Agenda digitale europea* per il decennio 2020-2030, il *Libro bianco sull'intelligenza artificiale* (2020), la comunicazione *Una strategia europea per i dati* (2020), il *Piano d'azione europeo per i media e l'audiovisivo* (2020), il *Piano d'azione per la democrazia europea* (2020). Sul fronte specifico della disinformazione, il lancio dello *European Digital Media Observatory* (in acronimo *EDMO*) nel 2020, seguito dall'avvio del secondo mandato nel 2023, e la comunicazione congiunta *Contrastare la disinformazione sulla Covid-19 - Guardare ai fatti* (Servizio europeo per l'azione esterna, 2020), insieme al processo negoziale avviato dalla Commissione europea nel 2021 e conclusosi positivamente nel 2022, per il rafforzamento del *Codice di buone pratiche sulla disinformazione* (2018), rappresentano un ulteriore punto di svolta nella ricostruzione del quadro normativo della comunicazione pubblica europea. A questi si integrano il programma *Europa digitale* (2021), il *Regolamento sui servizi digitali* (2022), il *Regolamento sui mercati digitali* (2022), il *Regolamento su un'Europa interoperabile* (2024), il *Regolamento sull'intelligenza artificiale* (2024) e la *Legge europea per la libertà dei media* (2024). Nel complesso, questi documenti sembrano definire una nuova traiettoria entro cui ri-orientare la comunicazione dell'Europa da intendersi sempre più come un processo bi-direzionale e orizzontale, orientato all'integrazione sinergica delle due dimensioni che caratterizzano l'agire sociale contemporaneo, l'*online* e l'*offline*. Da qui la tesi, sostenuta all'interno di questo contributo, secondo cui la comunicazione pubblica europea sarebbe entrata in una nuova fase definibile come "post-digitale", che sarà oggetto di approfondimento nel paragrafo successivo.

4. La fase post-digitale della politica di comunicazione pubblica europea

Per fase post-digitale si intende una condizione strutturale in cui il digitale non è più un mediatore esterno, ma un ambiente co-evolutivo dell'azione comunicativa e della relazione istituzionale. In questo scenario, le interazioni comunicative non sono più soltanto mediate da strumenti digitali, ma co-costruite in ambienti ibridi e dinamici, dove umano e artificiale si intrecciano in modi inediti. Come già evidenziato, la pandemia da COVID-19 ha messo in luce le criticità delle strategie di comunicazione pubblica europea elaborate nei primi anni Duemila, rivelando in particolare l'assenza di standard condivisi (OECD, 2021). La manipolazione dei flussi informativi durante l'emergenza sanitaria ha reso la disinformazione una componente strutturale dello spazio pubblico europeo, contribuendo a indebolire ulteriormente un ecosistema comunicativo già segnato da fragilità sistemiche (Pane, 2025).

Il paradigma post-digitale descrive un orizzonte di senso in cui il digitale è quindi integrato in modo strutturale nelle pratiche sociali, cognitive e istituzionali. All'interno di questo orizzonte si colloca la condizione che Luciano Floridi (2015) definisce *Onlife*: una situazione in cui la distinzione tra online e offline diventa sempre meno significativa, fino a essere ontologicamente e funzionalmente irrilevante, perché la nostra esperienza quotidiana è profondamente mediata e trasformata dalle tecnologie digitali. In questo contesto, umano e artificiale si intrecciano sistemicamente, generando spazi comunicativi ibridi e relazioni istituzionali profondamente riconfigurate. Non si tratta di una semplice accelerazione tecnologica, ma di una trasformazione epistemologica: cambiano le categorie attraverso cui interpretiamo le relazioni tra cittadini e istituzioni, tra pubblico e privato, tra locale e transnazionale. Il nuovo ecosistema informazionale trasforma l'identità comunicativa delle istituzioni e ne ridefinisce il ruolo nella costruzione della fiducia democratica.

L'enfasi non riguarda quindi soltanto il rafforzamento del coinvolgimento dei cittadini-utenti interconnessi attraverso piattaforme e algoritmi, ma anche il potenziamento dell'azione territoriale, considerata leva strategica per sostenere questo nuovo approccio comunicativo (Toffler, 1980; Van Dijck *et al*., 2018). Ne è esempio la presenza ufficiale delle istituzioni europee sui principali *social network* (*Facebook*, *Instagram*, *Reddit*, *Spotify*, *X*, *Threads*,

YouTube) e piattaforme di messaggistica istantanea (*Messenger* e *Whatsapp*), espressione della piattaformizzazione della società (Van Dijck *et al*., 2018). Tuttavia, accanto al digitale, si sono moltiplicate iniziative territoriali come la rete BELC *Costruire l'Europa con i consiglieri locali* (*Building Europe with Local Councillors*), lanciata nel 2022 dalla Direzione Generale della Comunicazione della Commissione europea, in collaborazione con il Parlamento europeo e la Rete europea dei consiglieri regionali e locali del Comitato delle Regioni, per coinvolgere i cittadini sui temi europei e rafforzare la sfera pubblica europea.

L'adozione di *chatbot* da parte delle istituzioni europee si inserisce pienamente in questa dinamica di co-evoluzione tra pratiche comunicative e tecnologie digitali, già descritta come centrale nella fase post-digitale, contribuendo a modellare nuovi spazi relazionali ibridi tra cittadino e istituzione.

Nell'attuale contesto di policrisi, la comunicazione pubblica gioca un ruolo strategico nel rafforzare fiducia, coesione e legittimità istituzionale (Nicoli e Zeitlin, 2024). Come detto, nella fase post-digitale, come piena concretizzazione della condizione *Onlife*, vengono generati ambienti informazionali in cui le interazioni sono co-costruite da agenti biologici e sintetici. L'uso dei *chatbot* nella comunicazione istituzionale europea è emblematico di tale transizione: non si tratta più di strumenti esterni, ma di componenti attive di un ecosistema relazionale in cui l'identità comunicativa dell'istituzione è codeterminata da logiche algoritmiche. Ripensare concetti fondamentali come presenza, responsabilità e *agency* diventa necessario in un contesto in cui l'informazione non è più solo contenuto da scambiare, ma lo spazio stesso dell'esperienza sociale. Come suggerisce Floridi (2015), ciò che è in gioco non è solo il modo in cui comunichiamo, ma il modo in cui esistiamo come soggetti sociali in un contesto computazionalmente mediato.

5. L'uso di chatbot basati sull'intelligenza artificiale: un esperimento di comunicazione pubblica europea

Tra le principali applicazioni della comunicazione pubblica nell'era post-digitale si colloca

l'uso dei *chatbot* istituzionali, che costituiscono un banco di prova paradigmatico di questa riconfigurazione relazionale. L'introduzione dei *chatbot* nella comunicazione istituzionale rappresenta una concreta manifestazione del nuovo paradigma post-digitale, in cui la relazione tra cittadino e istituzione è profondamente ridefinita da interfacce conversazionali automatizzate.

Questa fase segna la trasformazione del rapporto uomo-macchina grazie all'integrazione profonda dell'IA, in particolare quella generativa, generando un'inedita relazione tra dimensione umana e tecnologica. Le più recenti iniziative hanno promosso un modello di comunicazione istituzionale più centrato sui cittadini, più accessibile nei contenuti, basato su una rinnovata integrazione tra strumenti digitali e pratiche tradizionali radicate nei territori, con l'obiettivo di rendere la comunicazione uno strumento per costruire fiducia nelle istituzioni (Smillie e Scharfbillig, 2024).

Da un lato, le istituzioni hanno consolidato la dimensione orizzontale delle strategie comunicative, passando dalla comunicazione unidirezionale a quella bidirezionale; dall'altro, hanno investito risorse per favorire l'ibridazione tra *online* e *offline*, aumentando capacità di *outreach* e *engagement* a tutti i livelli della *governance* europea. La digitalizzazione, infatti, non sostituisce la dimensione fisica, ma la integra, contribuendo alla (ri)costruzione di uno spazio pubblico europeo inteso come arena ibrida, dove si mediano i significati collettivi legati all'Unione (D'Ambrosi, 2019).

Ne deriva una dinamica di co-evoluzione, in cui pratiche sociali, istituzionali e cognitive si sviluppano insieme agli strumenti digitali, ridefinendo le modalità di produzione, diffusione e legittimazione della conoscenza. Il post-digitale si configura come un ambiente ibrido, in cui convivono e si intrecciano dimensioni analogiche e digitali, razionali ed emotive, umane e automatizzate (Pane, 2025).

L'enfasi su pratiche comunicative *evidence-based* e *data-driven* – fondate su evidenze empiriche, analisi in tempo reale di dati, metriche e modelli predittivi – rappresenta una delle caratteristiche distintive della fase post-digitale. In tale prospettiva, la comunicazione pubblica europea tende ad assumere la forma di un processo adattivo, capace di interpretare, personalizzare e calibrare i messaggi in funzione dei diversi contesti e bisogni, integrando

sapere esperto e conoscenze emergenti.

5.1 Opportunità

L'introduzione dei *chatbot* nella comunicazione pubblica segna una trasformazione sostanziale nella presenza istituzionale nella vita informativa dei cittadini. Non si tratta solo dell'adozione di un nuovo strumento, ma dell'emergere di una nuova forma di "istituzione comunicante" nell'ecosistema post-digitale, che ridefinisce la relazione tra attore pubblico e cittadino attraverso interfacce conversazionali intelligenti (Veneziano e Gerli, 2025). In questa prospettiva, i *chatbot* operano come agenti digitali abilitanti: estendono la capacità comunicativa dell'amministrazione, rendendola più accessibile, reattiva e adattata ai linguaggi e canali dell'utente contemporaneo.

La loro principale opportunità consiste nella possibilità di garantire una comunicazione continua, asincrona e personalizzata. Il paradigma del "servizio 24/7" si traduce in una presenza istituzionale diffusa, dove la disponibilità non è legata all'ufficio fisico, ma resa possibile dall'automazione. Ciò potenzia l'accessibilità informativa e riduce la distanza tra cittadini e amministrazione.

L'automazione delle interazioni ricorrenti, come risposte a domande frequenti, accesso a documenti o aggiornamenti procedurali, consente di razionalizzare le risorse umane, liberando competenze per attività a maggior valore aggiunto: supporto deliberativo, gestione di casi complessi, progettazione strategica. I *chatbot* possono così fungere da strumenti di riequilibrio cognitivo e operativo, valorizzando l'intervento umano dove più necessario.

L'impiego di IA generativa introduce un salto qualitativo. La capacità di comprendere e restituire contenuti in linguaggio naturale consente ai *chatbot* di adattarsi ai diversi profili dei cittadini, gestendo con efficacia inedita la pluralità linguistica, culturale e cognitiva. Non è solo personalizzazione, ma contestualizzazione conversazionale dell'informazione pubblica, che restituisce la comunicazione istituzionale come relazione dialogica in tempo reale.

Questa evoluzione, come accennato sopra, si inserisce nella più ampia tendenza verso

modelli comunicativi *evidence-based* e *data-driven*, in cui l'interazione diventa più precisa, tempestiva e mirata. Questa precisione algoritmica, se guidata da finalità pubbliche e norme etiche, può costituire una leva epistemica per un nuovo contratto comunicativo tra istituzioni e cittadini nell'infosfera post-digitale.

I *chatbot* si configurano dunque come infrastrutture relazionali intelligenti, capaci non solo di amplificare la comunicazione amministrativa, ma anche di contribuire a una nuova configurazione del legame civico attraverso l'informazione.

Tuttavia, questa lettura va inscritta nella cornice post-digitale, intesa come prospettiva tecno-critica che invita a superare visioni esclusivamente funzionalistiche o celebrative delle innovazioni digitali (Pane, 2025). Il riconoscimento delle opportunità offerte dai *chatbot* deve accompagnarsi a una riflessione sulle implicazioni epistemologiche, etiche e istituzionali della loro integrazione, che verranno trattate nella sottosezione successiva. Specularmente alle opportunità qui descritte, infatti, si aprono anche scenari complessi e rischi sistemici che meritano un'attenta riflessione critica.

5.2 Sfide

L'introduzione dei *chatbot* nella comunicazione pubblica solleva questioni che vanno ben oltre la sfera tecnica. Le sfide sono strutturali, epistemologiche ed etiche, e riguardano tanto la qualità informazionale delle interazioni tra cittadini e istituzioni quanto la capacità delle democrazie di governare l'innovazione digitale. In tale contesto, tali strumenti non possono essere considerati strumenti neutri, ma devono essere compresi come agenti informazionali attivi, che contribuiscono alla configurazione delle relazioni istituzionali all'interno di una infosfera pubblica profondamente trasformata.

Come osservano Kaun e Männiste (2025), l'adozione di interfacce conversazionali da parte delle amministrazioni pubbliche introduce frizioni tra logiche tecnologiche e valori pubblici, sollevando interrogativi fondamentali su trasparenza, equità e responsabilità. In questo scenario, il concetto di *accountability* assume un ruolo centrale. Esso deve essere articolato su

più livelli: da un lato, come prassi istituzionale, cioè la capacità delle amministrazioni di governare consapevolmente (Mulgan, 2000); dall'altro, come prassi algoritmica, ovvero l'obbligo di rendere trasparenti, tracciabili e contestabili le decisioni incorporate nei sistemi automatizzati (Ananny e Crawford, 2018).

Rendere visibili i processi tecnologici, tuttavia, non è sufficiente. L'accountability algoritmica richiede una comprensione dei sistemi come assemblaggi sociotecnici complessi, che vanno ben oltre il codice o i dati. Come hanno mostrato Ananny e Crawford (2018), l'ideale della trasparenza deve essere integrato con strumenti capaci di riconoscere le dinamiche di potere, i vincoli temporali, i rischi sistemici e i significati sociali distribuiti nei processi computazionali.

Un primo ordine di problemi riguarda la parzialità algoritmica: una forma strutturale di asimmetria che può produrre esiti distorti, iniqui o politicamente sensibili. I *chatbot* operano su *dataset* e modelli linguistici che riflettono, e spesso amplificano, *bias* preesistenti (Li, 2025). In assenza di rigorosi meccanismi di supervisione, questi sistemi rischiano di generare risposte errate o discriminatorie, favorendo una comunicazione pubblica impersonale e tecnocratica. L'apparente neutralità della risposta automatica cela, in realtà, decisioni progettuali e scelte normative che devono essere rese esplicite e responsabili. Di qui, l'urgenza di costruire meccanismi di *accountability* algoritmica che permettano di comprendere i criteri di funzionamento di questi strumenti digitali, valutarne l'impatto e intervenire in caso di errori o disfunzioni.

Una seconda criticità riguarda il trattamento dei dati personali e sensibili (Zuiderwijk *et al*., 2021). L'uso di *chatbot* in ambito istituzionale ha implicazioni rilevanti per la privacy, la sicurezza e l'identità informazionale degli utenti. Nell'ecosistema post-digitale in cui la fiducia è un bene fragile, ogni opacità nella gestione dei dati può compromettere in modo irreversibile la legittimità dell'interazione pubblica (Smillie e Scharfbillig, 2024; Tangi *et al*., 2024). La sfida è dunque tanto normativa quanto culturale: le istituzioni devono mostrare che l'innovazione tecnologica può e deve essere compatibile con la tutela dei diritti fondamentali. In questa prospettiva, si fa sempre più urgente l'elaborazione di un paradigma *algoretico*: un'etica degli algoritmi e dell'IA che non si limiti a garantire trasparenza e affidabilità dei

processi, ma interroghi finalità, impatti e responsabilità collettive, orientando l'uso delle tecnologie digitali al bene comune e alla salvaguardia della dignità umana (Benanti, 2023).

Una terza vulnerabilità riguarda la fragilità epistemica delle amministrazioni pubbliche, impegnate in un processo di sperimentazione ancora incerto sull'integrazione dell'IA nella governance (Susar e Aquaro, 2019). L'adozione accelerata di sistemi algoritmici, se non accompagnata da un rafforzamento proporzionale delle competenze, sia istituzionali che civiche, rischia di generare opacità più che vera "intelligenza istituzionale" (Grimmelikhuijsen e Tangi, 2024). A ciò si aggiungono ostacoli strutturali come la resistenza al cambiamento, la scarsità di competenze specialistiche, le disuguaglianze infrastrutturali, la bassa qualità dei dati e le preoccupazioni etiche e di fiducia (Susar e Aquaro, 2019; Tangi *et al*., 2023). Superare queste criticità richiede una riqualificazione profonda del capitale umano, capace di integrare competenze tecniche, giuridiche ed etiche (Lovari e De Rosa, 2025), e la costruzione di strutture di governance adeguate a garantire innovazione responsabile e legittima (Vatamanu e Tofan, 2025).

6. Conclusioni

Negli ultimi decenni, le istituzioni europee hanno mostrato una notevole capacità di adattamento alle trasformazioni tecnologiche e culturali, passando da un modello diplomatico centrato sulla rappresentanza internazionale a una configurazione comunicativa più aperta, multidirezionale e orientata al cittadino. Tuttavia, questa traiettoria, spesso narrata come un'evoluzione lineare, merita uno sguardo critico. Le strategie comunicative non sono mai neutre: riflettono visioni normative, presupposti epistemici e concezioni implicite di cittadinanza e spazio pubblico.

In questo quadro, il paradigma post-digitale non va inteso come semplice prosecuzione della digitalizzazione, ma come una lente teorica per interpretare l'ibridazione crescente tra umano e tecnologico, nonché il nesso profondo tra innovazione e legittimità democratica. L'IA generativa, in particolare, non è solo un ausilio tecnico, ma un agente trasformativo che

ristruttura l'equilibrio tra automazione e controllo umano, tra efficienza operativa e responsabilità istituzionale. Le interazioni digitali, sempre più fluide e naturalizzate, riformulano la comunicazione pubblica, aprendo nuove zone grigie di responsabilità che gli attuali modelli regolativi faticano a gestire.

I *chatbot* istituzionali si configurano così come attori simbolici della comunicazione post-digitale. Le loro potenzialità sono evidenti: disponibilità continua, automazione delle risposte, personalizzazione multilingue, accessibilità semplificata. Ma queste stesse caratteristiche sollevano interrogativi cruciali. Sul piano tecnico, possono riprodurre o amplificare *bias* nei dati di addestramento, generare contenuti ambigui o contribuire, anche involontariamente, alla disinformazione. Sul piano etico e regolativo, restano aperte le sfide legate a privacy, sicurezza, trasparenza e proprietà dei dati. A livello istituzionale, la mancanza di competenze interdisciplinari e la vaghezza delle responsabilità ostacolano lo sviluppo di pratiche comunicative legittime e sostenibili.

Costruire una vera accountability istituzionale implica che le amministrazioni non si limitino ad adottare tecnologie intelligenti, ma siano in grado di comprenderle, valutarle e governarle in modo consapevole. Van Noordt, Medaglia e Tangi (2025) sottolineano come una governance pubblica dell'IA etica e responsabile richieda coordinamento interorganizzativo e capacità di visione sistemica. Delegare queste funzioni a soggetti esterni, in assenza di controllo critico e trasparente, significa rinunciare a una componente fondamentale della legittimità democratica.

In questa prospettiva, l'accountability non si esaurisce nella trasparenza tecnica del codice o nella visibilità dei dati, ma si configura come capacità relazionale: rendere le decisioni comprensibili, contestabili e giustificabili all'interno di un ecosistema democratico. Non va inoltre trascurata la dimensione civica. In un ambiente informativo sempre più mediato da agenti conversazionali, la carenza di una diffusa alfabetizzazione sull'IA (*AI literacy*), intesa come competenza critica nel comprendere funzionamento, logiche e limiti dell'IA, espone i cittadini a dinamiche opache e potenzialmente manipolative (Ng *et al*., 2021). Promuovere l'alfabetizzazione all'IA diventa una responsabilità condivisa: le istituzioni devono investire nella formazione civica, e i cittadini devono poter esercitare consapevolmente la propria

agency.

Costruire un ecosistema comunicativo umano-centrico, equo e affidabile richiede un cambio di paradigma: dalla logica funzionalista, focalizzata sull'efficienza, a un approccio riflessivo, orientato alla qualità relazionale, alla responsabilità distribuita e alla giustizia informativa. L'innovazione, se disgiunta da un'etica della comunicazione, rischia di produrre un progresso solo apparente: efficace sul piano tecnico, ma debole su quello democratico. Governare l'IA nella comunicazione pubblica europea significa, in definitiva, governare la forma stessa della democrazia digitale.

La posta in gioco non è l'efficienza degli strumenti, ma la capacità dell'Unione Europea di guidare la transizione verso il post-digitale secondo principi di apertura, responsabilità e giustizia. La percezione dell'IA nel settore pubblico, insieme agli obiettivi e ai valori che essa veicola, è oggi una questione cruciale. Come evidenziano van Noordt, Misuraca e Mergel (2024), solo se orientata al bene pubblico, l'IA potrà realmente contribuire a migliorare la qualità del governo e accrescere il valore della cittadinanza europea. La sfida della comunicazione pubblica nell'era post-digitale non è solo tecnologica: è eminentemente sociale e politica, e riguarda la capacità delle istituzioni di mantenere aperti, inclusivi e comprensibili gli spazi della relazione democratica con i cittadini in una società sempre più governata da logiche algoritmiche.

Bibliografia

Agarwal P.K. (2018). Public administration challenges in the world of AI and bots. *Public Administration Review*, 78*,* 6: 917. DOI: 10.1111/puar.12979.

Ananny M., Crawford K. (2018). Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. *New Media & Society*, 20, 3: 973. DOI: 10.1177/1461444816676645.

Androutsopoulou A., Karacapilidis N., Loukis E., Charalabidis Y. (2019). Transforming the communication between citizens and government through AI-guided chatbots.

Government information quarterly, 36, 2: 358. DOI: 10.1016/j.giq.2018.10.001.

Aoki N. (2020). An experimental study of public trust in AI chatbots in the public sector. *Government Information Quarterly*, 37, 4: 101490. DOI: 10.1016/j.giq.2020.101490.

Auel K., Tiemann G. (2020). *Europeanising European public spheres*. European Parliament, Directorate General for Internal Policies of the Union. Testo disponibile all'indirizzo web: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/654628/IPOL_STU(2020)654628_EN.pdf (29/07/2025).

Belluati M. (2021). The European Institutions and Their Communication Deficits. In Newell J., a cura di, *Europe and the Left: Resisting the Populist Tide*. Cham: Palgrave Macmillan. DOI: 10.1007/978-3-030-54541-3_4.

Belluati M., Marini R. (2019). Ripensare all'Unione Europea. La nuova ecologia del suo spazio comunicativo. *Problemi dell'informazione*, 44, 1: 3. DOI:10.1445/92853.

Benanti P. (2023). The urgency of an algorethics. *Discover Artificial Intelligence*, 3, 1: 11. DOI: 10.1007/s44163-023-00056-6.

Berryhill J., Heang K.K., Clogher R., McBride K. (2019). *Hello, World: Artificial intelligence and its use in the public sector*. OECD Working Papers on Public Governance No. 36. DOI: 10.1787/726fd39d-en.

Commissione delle Comunità europee (2001). *La governance europea - un libro bianco* (COM(2001) 428 def./2). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0428(29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2001). *Un nuovo quadro di cooperazione per le attività di politica dell'informazione e della comunicazione nell'Unione europea* (COM(2001) 354 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/cult/20020107/c5-0465-01a_it.pdf (29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2002). *Una strategia di informazione di comunicazione per l'Unione europea* (COM(2002) 350 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0350:FIN:IT:PDF (29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2004). *Comunicazione sull'attuazione della strategia*

d'informazione e di comunicazione dell'Unione europea (COM(2004) 196 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0196:FIN:IT:PDF (29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2005). *Il contributo della Commissione al periodo di riflessione e oltre: un Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito* (COM(2005) 494 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/it/TXT/?uri=CELEX:52005DC0494 (29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2006a). *Libro bianco su una politica europea di comunicazione* (COM(2006) 35 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_it.pdf(29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2006b). *Libro verde. Iniziativa europea per la trasparenza* (COM(2006) 194 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006DC0194 (29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2007). *Insieme per comunicare l'Europa* (COM(2007) 568 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0568 (29/07/2025).

Commissione delle Comunità europee (2008). *"Debate Europe" – Valorizzare l'esperienza del Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito* (COM(2008) 158 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://www.senato.it/web/docuorc2004.nsf/a4f26d6d511195f0c12576900058cac9/78adaac1035ca76bc12574270029b28b/$FILE/COM2008_0158_IT.pdf (29/07/2025).

Commissione europea (2010a). *Un'agenda digitale europea* (COM(2010) 245 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:it:PDF (29/07/2025).

Commissione europea (2010b). *Europa 2020. Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva* (COM(2010) 2020 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC2020 (29/07/2025).

Commissione europea (2018a). *Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo* (COM(2018) 236 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236 (29/07/2025).

Commissione europea (2018b). *Piano coordinato sull'intelligenza artificiale* (COM(2018) 795 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0795 (29/07/2025).

Commissione europea (2020a). *Libro bianco sull'intelligenza artificiale. Un approccio europeo all'eccellenza e alla fiducia* (COM(2020) 65 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://commission.europa.eu/document/download/d2ec4039-c5be-423a-81ef-b9e44e79825b_it?filename=commission-white-paper-artificial-intelligence-feb2020_it.pdf (29/07/2025).

Commissione europea (2020b). *Una strategia europea per i dati* (COM(2020) 66 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52020DC0066 (29/07/2025).

Commissione europea (2020c). *I media europei nel decennio digitale: un piano d'azione per sostenere la ripresa e la trasformazione* (COM(2020) 784 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0784 (29/07/2025).

Commissione europea (2020d). *Piano d'azione per la democrazia europea* (COM(2020) 790 def.). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0790 (29/07/2025).

D'Ambrosi L. (2019). *La comunicazione pubblica dell'Europa. Istituzioni, cittadini e media digitali*. Roma: Carocci.

Ducci G. (2012). La comunicazione pubblica digitale dell'Europa, per l'Europa. *Sociologia della comunicazione,* 44*:* 79. DOI: 10.3280/sc2012-044005.

Dumoulin M., a cura di (2007). *The European Commission 1958-72: History and Memories*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2792/35811.

European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content and

Technology (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation – Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Testo disponibile all'indirizzo web: https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290 (29/07/2025).

Featherstone K. (1994). Jean Monnet and the democratic deficit in the European Union. *Journal of Common Market Studies,* 32, 149. DOI: 10.1111/j.1468-5965.1994.tb00491.x.

Floridi L. (2015). *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*. Cham: Springer Open. DOI: 10.1007/978-3-319-04093-6.

Göçen A., Asan R. (2023). Generative Artificial Intelligence: Risks and Benefits for Educational Institutions. Testo disponibile all'indirizzo web: https://www.researchgate.net/profile/Ahmet-Goecen/publication/374909507_Generative_Artificial_Intelligence_Risks_and_Benefits_for_Educational_Institutions/links/657cc1fe8e2401526dd8565d/Generative-Artificial-Intelligence-Risks-and-Benefits-for-Educational-Institutions.pdf (29/07/2025).

Grimmelikhuijsen S., Tangi L. (2024). What factors influence perceived artificial intelligence adoption by public managers? A survey among public managers in seven EU countries. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2760/0179285.

Harrison J., Pukallus S. (2015). The European Community's Public Communication Policy 1951-1967. *Contemporary European History*, 24, 2: 233. DOI: 10.1017/S0960777315000077.

Hooghe L., Marks G. (2009). A Postfunctionalist Theory of European Integration: From Permissive Consensus to Constraining Dissensus. *British Journal of Political Science*, 39, 1: 1. DOI: 10.1017/S0007123408000409.

Jensen C., Chen C. (2025). Governing AI in the EU: public perception, policy dilemmas, and the path forward. *Global Public Policy and Governance*, 5: 1. DOI: 10.1007/s43508-025-00114-y.

Kaun A., Männiste M. (2025). Public sector chatbots: AI frictions and data infrastructures at the interface of the digital welfare state. *New Media & Society*, 27, 4: 1962. DOI: 10.1177/14614448251314394.

Lindberg L.N., Scheingold S.A. (1970). *Europe's would-be polity: patterns of change in the European community*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Li C. (2025). AI-Driven Governance: Enhancing Transparency and Accountability in Public Administration. *Digital Society & Virtual Governance*, 1, 1: 1. DOI: 10.6914/dsvg.010101.

Lovari A., Belluati M. (2023). We are all Europeans. EU institutions facing the Covid-19 pandemic and information crisis. In La Rocca G., Carignan M.E., Artieri G.B., a cura di, *Infodemic Disorder: Covid-19 Coping Strategies in Europe, Canada and Mexico*. Cham: Springer Open.

Lovari A., De Rosa F. (2025). Exploring the Challenges of Generative AI on Public Sector Communication in Europe. *Media and Communication*, 13. DOI: 10.17645/mac.9644.

Lovari A., Ducci, G. (2022). *Comunicazione pubblica*. Milano: Mondadori Università.

Luoma-aho V., Canel M.J. (2020). *The handbook of public sector communication*. Hoboken NJ: John Wiley & Sons.

Monti P. (2024). AI enters public discourse: a Habermasian assessment of the moral status of large language models. *Ethics & Politics*, 26, 1: 61. DOI: 10.13137/1825-5167/36469.

Mulgan R. (2000). "Accountability": An ever-expanding concept? *Public Administration*, 78, 3: 555. DOI: 10.1111/1467-9299.00218.

Nesti G., Valentini C. (2010). *Public communication in the European Union: History, perspectives and challenges*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Press.

Ng D.T.K., Leung J.K.L., Chu S.K.W., Qiao M.S. (2021). Conceptualizing AI literacy: An exploratory review. *Computers and Education: Artificial Intelligence,* 2, 100041. DOI: 10.1016/j.caeai.2021.100041.

Nicoli F., Zeitlin J. (2024). Introduction: Escaping the politics trap? EU integration pathways beyond the polycrisis. *Journal of European Public Policy*, 31, 10: 3011. DOI: 10.1080/13501763.2024.2366395.

OECD (2021). *OECD Report on Public Communication: The Global Context and the Way Forward*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/22f8031c-en.

Pane S. (2025). The European 'post-digital' public sphere: foundations of an emerging paradigm in the social sciences. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 13, 1. DOI:

10.17502/mrcs.v13i1.866.

Parito M. (2019). Comunicare con i cittadini. Le politiche delle istituzioni europee tra crisi ricorrenti e problemi irrisolti. *Problemi dell'informazione*, 44, 1: 29. DOI: 10.1445/92854.

Pasquino G. (2000). Deficit democratico e leadership nell'Unione europea. *Teoria politica*, XVI, 1: 3.

Petersson B., Hellström A. (2003). The return of the kings: Temporality in the construction of EU identity. *European Societies*, 5, 3: 235. DOI: 10.1080/1461669032000111298.

Servizio europeo per l'azione esterna (2018). *Comunicazione congiunta al Parlamento europeo e al Consiglio - Piano d'azione contro la disinformazione* (JOIN(2018) 36 final). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018JC0036 (30/07/2025).

Servizio europeo per l'azione esterna (2020). *Comunicazione congiunta al Parlamento europeo e al Consiglio - Contrastare la disinformazione sulla Covid-19. Guardare ai fatti* (JOIN(2020) 8 final). Testo disponibile all'indirizzo web: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020JC0008 (30/07/2025).

Smillie L., Scharfbillig M. (2024). *Trustworthy public communications*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI:10.2760/695605.

Susar D., Aquaro V. (2019). Artificial intelligence: Opportunities and challenges for the public sector. In *Proceedings of the 12th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*: 418. DOI: 10.1145/3326365.3326420.

Tangi L., Combetto M., Martin B.J., Rodriguez M.P. (2023). *Artificial Intelligence for Interoperability in the European Public Sector.* Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2760/633646.

Tangi L., Ulrich P., Schade S., Manzoni M. (2024). Taking stock and looking ahead – developing a science for policy research agenda on the use and uptake of AI in public sector organisations in the EU. In Charalabidis Y., Medaglia R., van Noordt C., a cura di, *Research Handbook on Public Management and Artificial Intelligence*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. DOI: 10.4337/9781802207347.00023.

Toffler A. (1980). *The third wave*. New York: William Morrow and Company.

van Dijck J., Poell T., De Waal M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. New York: Oxford University Press.

van Noordt C., Misuraca G. (2022). Artificial intelligence for the public sector: results of landscaping the use of AI in government across the European Union. *Government Information Quarterly*, 39, 3. DOI: 10.1016/j.giq.2022.101714.

van Noordt C., Misuraca G., Mergel I. (2024). Analysis of driving public values of AI initiatives in government in Europe. In Charalabidis Y., Medaglia R., van Noordt C., a cura di, *Research Handbook on Public Management and Artificial Intelligence*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. DOI: 10.4337/9781802207347.00024.

van Noordt C., Medaglia R., Tangi L. (2025). Policy initiatives for Artificial Intelligence-enabled government: An analysis of national strategies in Europe. *Public Policy and Administration*, 40, 2: 215. DOI: 10.1177/09520767231198411.

Vatamanu A.F., Tofan M. (2025). Integrating artificial intelligence into public administration: Challenges and vulnerabilities. *Administrative Sciences*, 15, 4. DOI: 10.3390/admsci15040149.

Veneziano M., Gerli C. (2025). Mapping the use of emerging technologies within the public sector across the EU: The case of Public Sector Tech Watch. *Futures*, 167. DOI: 10.2139/ssrn.4937265.

Zuiderwijk A., Chen Y.C., Salem F. (2021). Implications of the use of artificial intelligence in public governance: A systematic literature review and a research agenda. *Government Information Quarterly*, 38, 3. DOI: 10.1016/j.giq.2021.101577.