



Tre anni di FERPI Lab

Relazioni Pubbliche e gestione della complessità. La ricerca scientifica al centro dell'azione.

di Vincenzo Manfredi, Direttore Scientifico FERPI Lab

La decisione di dare vita al think tank della FERPI nasce da lontano. Dai dialoghi illuminanti con il nostro Decano, Toni Muzi Falconi, già a partire dal 2018, nasceva l'idea di creare un centro studi che attraverso il dialogo costante con il mondo della ricerca scientifica e dell'accademia, provasse a rimettere al centro del dibattito pubblico la centralità delle relazioni pubbliche come disciplina olistica di raccordo e di senso nella sempre più evidente interdisciplinarietà dei saperi e nella necessità di ridare alle "competenze" il ruolo proprio all'interno del vasto mondo delle relazioni e della comunicazione. Nel corso di quella conversazione parlammo lungamente dell'impellente necessità di strutturare un *think tank*, all'interno dell'ecosistema FERPI, che consentisse all'associazione di dare nuovo slancio alla disciplina delle Relazioni Pubbliche e renderle nuovamente degne di un approfondimento teorico oltre che di una corsa progressiva alla frenesia dell'operatività pratica. Un organo che fosse in grado di riportare al centro lo studio della disciplina, l'approfondimento teorico celato sotto la superficie di un mondo iperconnesso, tanto esteso quanto poco profondo. Già allora c'erano i prodromi della confusione che si sarebbe sostanziata sempre di più a livello globale. Ed era anche per questo che una struttura di raccordo fra il mondo dei *practitioner* e il mondo dell'accademia era necessaria e impellente.

La domanda fondativa non sarebbe stata "*Come si comunica meglio?*", ma piuttosto "*Come si genera capacità di azione dentro la complessità?, Come si possono creare le condizioni per orientare i processi invece di subirli? Come si produce senso in un mondo in cui viene trattato alla stregua di un bene di consumo, mentre dovrebbe essere il metodo con il quale si costruisce il futuro?*"

A partire da questi precisi e sostanziali interrogativi FERPI Lab muove i suoi primi passi e ha contribuito, se non a trovare delle risposte, quantomeno a suscitare ulteriori domande, a esprimere sistemi di pensiero ancora inespressi o forse sopiti all'interno della comunità professionale. Questo processo di emersione, maieutico ed estetico, contraddistingue il *modus operandi* di FERPI Lab, una filosofia di lavoro e di una comunità che concretamente stimola la riflessione giunta oggi a un approdo critico, seppur non definitivo. Quando le Relazioni Pubbliche smettono di pensarsi



come gestione di flussi comunicativi e tornano a riconoscersi come “disciplina della gestione della complessità, della responsabilità e della costruzione del senso”, possono ancora svolgere un ruolo pubblico di grande rilievo in direzione della costruzione di una visione e di un purpose che sono generativi di risultati condivisi. In quanto funzione fondamentale del *management* strategico, le Relazioni Pubbliche hanno a pieno titolo il mandato di costruire la fiducia e di conferire dignità all'*agentività* delle organizzazioni, valorizzandone la reputazione e predisponendo adeguati apparati e cognizioni a disposizione dei leader per interpretare la complessità, gestire il cambiamento e creare valore tangibile e condiviso. Questo inquadramento teorico ha ispirato la genesi di FERPI Lab e ne ha strutturalmente delineato il futuro.

FERPI Lab è nato per esplorare e indagare criticamente questo spazio, questo luogo, questa infrastruttura di senso e di significato. La data cardine di questo atto fondativo è il 17 febbraio 2023, giorno in cui il Consiglio Direttivo Nazionale FERPI deliberò l'istituzione ufficiale come *think tank* dell'associazione. Quella stessa delibera ha istituito la Direzione scientifica e sancito il mio ruolo di Direttore Scientifico, con un segnale preciso: l'osservatorio FERPI Lab non avrebbe accompagnato una stagione breve o una successione episodica di iniziative, ma prendeva corpo, da quel giorno, un nucleo destinato a consolidarsi, capace di produrre metodo, memoria, orientamento e condivisione di lungo respiro. Per questa decisione ringrazio tutto il Consiglio Direttivo Nazionale, ringrazio Filippo Nani e ringrazio Daniela Bianchi, che hanno creduto e motivato, come Presidente e Segretario generale di FERPI, che il *think tank* avesse necessità e motivo di disseminare conoscenza e competenza, all'interno del mondo professionale rappresentato dalla FERPI, e che la costruzione del futuro della professione passa, appunto, dalla creazione di luoghi adatti di disseminazione di cultura e di significato. Il reale è relazionale e per questo il FERPI Lab, messo al servizio di tutte le socie e i soci della FERPI, ha generato soluzioni e approfondimenti “potenti” per prendersi “cura” dell'associazione e di tutte le persone con le quali interagiamo.

La struttura come scelta culturale

La struttura del FERPI Lab si radica all'interno di due pilastri portanti, indicazione chiara del mandato che intende realizzare: [l'International Advisory Board](#), presieduto da Toni Muzi Falconi, ha dato all'osservatorio la profondità storica, l'autorevolezza e l'apertura internazionale. All'interno di questo board si è raccolta una comunità di pensiero di alto profilo a livello mondiale, insieme al collega del



Consiglio Direttivo Nazionale Biagio Oppi: Catherine Arrow, Anne Gregory, James Grunig, Jim Macnamara, Mervyn King, Chiara Valentini, Jean Valin, José Manuel Velasco Guardado, Dejan Verčič, Stephen Waddington, Justin Green. Profili eterogenei, e altamente rappresentativi, che delineano una morfologia culturalmente e scientificamente vasta: dalla *corporate communication* alla *governance*, dall'ascolto organizzativo all'etica dell'intelligenza artificiale, dalla storia fondativa della disciplina alla dimensione globale della professione rappresentata dalla Global Alliance.

Il secondo pilastro è il [Comitato Scientifico Nazionale](#), che ho l'onore di dirigere, che ha dato a FERPI Lab radicamento, policentrismo, intersezione dei saperi e rigore metodologico. La sua composizione è stata *ab origine* un orientamento epistemico, non inglobare e circoscrivere le Relazioni Pubbliche in un recinto tecnico, ma permetterle, legittimamente e con capacità metacognitiva, di dialogare con varie discipline. Filosofia, sociologia, psicologia, economia, sostenibilità, etica, innovazione e comunicazione pubblica. Ad oggi, articolano il Comitato Scientifico Nazionale i seguenti accademici e practitioner: Giampaolo Azzoni, Elena Battaglini, Marco Bettiol, Alberto Bitonti, Cristina Blasetti, Massimo Bustreo, Cecilia Casalegno, Patrizia Catellani, Massimiliano Cavallo, Rosario Cerra, Massimo Cerofolini, Andrea Ciucci, Chiara Civera, Lucia Dal Negro, Elisa D'Alterio, Luigi Di Gregorio, Mariano Diotto, Piero Dominici, Marco Dotti, João Duarte, Gea Ducci, Domenico Giordano, Pina Lalli, Lara Miglietta, Alessandra Montresor, Massimo Morelli, Giorgia Pizzuti, Evelina Praino, Gianfrancesco Rizzuti, Stefano Rolando, Stefania Romenti, Nicola Strizzolo, Claudio Tarditi, Fabrizio Vignati, Stefano Zambon. Una comunità di docenti e professionisti, che fa transdisciplinarietà, il motivo vivo della partecipazione al Comitato Scientifico. Il coordinamento operativo del think tank è stato gestito prima da Lorenzo Canu, da febbraio 2023 a giugno 2025, e poi da Greta Del Fiacco, con l'aiuto di Giulia Bergami e Martina Carone: sintomo della spinta propulsiva giovanile all'interno della comunità, spinta questa che FERPI Lab ha sempre appoggiato e sostenuto con forza.

Il lavoro di disseminazione e formazione di FERPI Lab iniziò, a maggio del 2023, con un primo video talk: un'intervista a Jim Macnamara - Distinguished Professor all'University of Technology Sydney e visiting professor alla London School of Economics (una delle voci più autorevoli sul rapporto tra ascolto organizzativo, comunicazione strategica e intelligenza artificiale). L'intervista, condotta da Toni Muzi Falconi e Biagio Oppi, chiarì fin da subito che FERPI Lab non avrebbe inseguito temi di superficie, ma avrebbe provato a lavorare sui nodi più profondi della trasformazione contemporanea. Successivamente fu organizzato un primo incontro in presenza, in collaborazione con FERPI Lazio, dal titolo: "*Sfide: gli umani e le loro macchine*". Il titolo era già un manifesto. Con Mons. Andrea Ciucci, Elena Battaglini,



Massimo Morelli, Daniela Bianchi, Massimo Chiriatti e Nicola Perrone, non registrammo l'emergere dell'intelligenza artificiale come fenomeno tecnico, ma scegliemmo di collocarla dentro una cornice più ampia in uno scambio aperto che toccava tematiche apparentemente distanti ma in realtà assai prossime tra loro (come il futuro ci ha mostrato e continua tutt'oggi a mostrarci): etica, relazioni uomo-macchina, impatto globale, trasformazione della professione, ridefinizione della responsabilità. Era già, in embrione, la domanda sull'*agentività*: *“chi orienterà i processi quando le macchine possiederanno ugualmente questa capacità?”*

Nel luglio 2023 arrivò il primo paper: *“La matrice sociale delle neuroscienze”* di Massimo Morelli. La denominazione rivelava il metodo, cioè uscire dai confini abituali della disciplina e cercare in altri saperi – le neuroscienze, in questo caso – chiavi per interrogare criticamente le dinamiche della relazione, della percezione, dell'influenza, della costruzione del senso, come convinzione che il senso della realtà non si costruisce per decreto, ma attraverso meccanismi profondi che le Relazioni Pubbliche non possono ignorare ma che anzi hanno il preciso dovere di indagare. Morelli avrebbe poi continuato a esplorare, all'interno di profondi contributi successivi, il tema del cervello come motore di relazioni, dalla coscienza affettiva e alla neuro-politica, un *corpus* compatto di altri paper durante il corso di questo triennio. Sono seguiti altri contributi altrettanto pregnanti, fra cui quello di Elena Battaglini, *“Sfide globali complesse e relazioni pubbliche: la matrice relazionale dell'innovazione”*. Qui il tema della complessità entrò esplicitamente in scena. Battaglini connetteva Relazioni Pubbliche, design dell'esperienza, innovazione sociale e gestione della complessità, chiedendosi: *“Come possono le Relazioni Pubbliche contribuire alla risoluzione di sfide globali che non si lasciano ridurre a soluzioni tecniche?”*. A seguire, il paper di João Duarte dedicato a James Grunig – membro dell'*International Advisory Board* – nel quale riportò al centro la genealogia teorica della professione e la sua proiezione futura. Grunig è il fondatore della teoria dell'Eccellenza e rileggerlo a distanza di tempo in un contesto di policrisi e accelerazione tecnologica, ha significato interrogarsi su quali fondamenta restino solide e quali vadano ripensate.

Progredivano e si intensificavano, intanto, le riunioni della Direzione Scientifica e del Comitato Scientifico, momenti di discussione e di condivisione rispetto a temi legati alla professione, ad argomenti accademici intersecando simultaneamente multiple visioni interdisciplinari. Meeting mensili con tutti i membri del Comitato Scientifico - ai quali partecipavano sempre Filippo Nani e Daniela Bianchi - i cui report venivano poi trasferiti nei paper che i membri producevano e nelle indicazioni che venivano portate alla comunità professionale.



Nel luglio del 2024, in occasione dell'ottantatreesimo compleanno di Toni Muzi Falconi, [una lunga intervista realizzata da me e Lorenzo Canu](#) si è rivelata un momento altamente significativo di tutto il percorso. Toni, in quella occasione, distillò tre parole: **complessità, autenticità, innovazione**. Una sintesi esigente, quasi una consegna etica e culturale. La complessità come condizione strutturale del presente, l'autenticità come risposta relazionale a quella complessità, l'unica capace di generare fiducia duratura, l'innovazione come apertura al possibile, senza idolatria del nuovo. Rileggendo quel testo oggi, sembra che quelle tre parole abbiano orientato tacitamente gran parte del lavoro successivo.

Molti altri paper sono stati prodotti dal Comitato Scientifico e molti altri eventi formativi si sono succeduti. Con Massimo Bustreo abbiamo esplorato il tema del Roi e della valutazione economica delle Relazioni Pubbliche, una disciplina che non sa misurare il proprio contributo nella creazione di valore incorre nel rischio di essere rilegata a funzione ancillare, e quindi di perdere la capacità di orientare i processi. L'*agentività* organizzativa della comunicazione richiede anche una scelta, per certi versi semplificatrice del linguaggio, che le organizzazioni capiscano – quello della misurazione dell'impatto. Con Antonio Deruda abbiamo esplorato "*La geopolitica delle infrastrutture digitali*" come potere, tecnologia, sovranità e comunicazione contribuiscono alla realtà percepita. Un passaggio importante, perché ha esteso ulteriormente il perimetro del laboratorio, riconoscendo che la comunicazione strategica non può essere pensata fuori dalle infrastrutture del potere che ineluttabilmente le influenzano. Le strutture tecnologiche non sono neutre ma determinano chi controlla i flussi informativi, chi può costruire senso in scala globale, chi detiene l'*agentività* e chi la subisce. Particolarmente seguito e apprezzato un webinar con Paola Ansuini, Responsabile Comunicazione del Dipartimento Tutela Clientela ed Educazione Finanziaria di Banca d'Italia, ha portato la realtà della comunicazione delle istituzioni finanziarie come emblema di una criticità logicamente superiore, come un'istituzione costruisce e mantiene la propria credibilità in un contesto di complessità e diffidenza. La comunicazione non come ornamento istituzionale, ma come infrastruttura della fiducia e la fiducia come preconditione dell'agire collettivo. Nel corso dell'incontro, introdotto da me e moderato dal Consigliere Nazionale Fabrizio Vignati, si è arrivati a comprendere come anche i temi più tecnici della comunicazione rimandino primariamente a questioni di senso e di responsabilità.

[Tra il 2023 e il 2026, FERPI Lab ha pubblicato 15 paper](#), 14 in italiano, 1 in inglese. Prova sostanziale e metodologia di una volontà nella direzione di una precisa e codificata sedimentazione culturale e scientifica. Tutti i paper e tutti gli eventi formativi, organizzati in collaborazione con la CASP – grazie alla preziosa e costante collaborazione con il Delegato della Commissione Aggiornamento e



Specializzazione Professionale Fabrizio Vignati – hanno avuto un unico purpose: la centralità delle relazioni nella professione del comunicatore, la sostenibilità della comunicazione d'impresa, la crisi della conoscenza e il ruolo dei comunicatori nella società contemporanea. Quest'ultimo punto merita una considerazione separata e particolare: la crisi della conoscenza – la proliferazione della disinformazione, la frammentazione dell'ecosistema informativo, la difficoltà crescente di distinguere il vero dal falso, il reale dal simulato – rappresenta uno degli scenari operativi più sfidante che la comunicazione professionale abbia mai dovuto affrontare.

Un webinar, anche questo particolarmente seguito e apprezzato, è stato quello con il Prof. Giampaolo Azzoni, Prorettore dell'Università di Pavia, intitolato "*Il relatore pubblico come architetto di relazioni umane – Comunicatori ad architetti di relazioni tra policrisi e accelerazioni tecnologiche*". Introdotto da Fabrizio Vignati e moderato da me, con il significativo contributo di Giampaolo Colletti e Marta Cioffi, è stato uno degli appuntamenti più densi di tutto il percorso. Il titolo era già auto-esplicativo: il professionista della comunicazione non gestisce messaggi, non produce contenuti, non presidia canali. Costruisce relazioni autentiche, produce contesti di fiducia, crea le condizioni per la cooperazione. In un mondo attraversato da policrisi – climatica, energetica, geopolitica, sanitaria – e accelerato dall'intelligenza artificiale, questa funzione non è accessoria. È strutturale. È, appunto, *agentività della professione*, che messa al servizio della collettività diventa cura e servizio della gestione della complessità.

FERPILab ha contribuito attivamente alla realizzazione dello European Summit "*Technology, Trends & Communication Transformations*", organizzato a Venezia da Global Alliance for PR & Communication Management nel 2025, evento internazionale organizzato il giorno prima di InspiringPR. Con un mio contributo, quello di Giampaolo Azzoni e di Alberto Bitonti, la cornice teorica dell'appuntamento veneziano ha avuto un suo respiro specifico: etica, responsabilità, *public affairs*, *agentività* umana nella trasformazione digitale. Da quel punto prese sostanza il Venice Pledge che è molto più di una dichiarazione. È un atto di *agentività* collettiva. La professione che si riunisce e decide di orientare una trasformazione invece di subirla, che si assume una responsabilità pubblica sull'uso di tecnologie che ridisegnano la produzione e la circolazione del senso.

Il corpus: un patrimonio di senso

Fra i paper realizzati dai membri del Comitato Scientifico possiamo trovare quello di Giorgia Pizzuti sulla teoria del frame – "*Cambiare 'cornice' cambia il mondo: la teoria del frame come bussola etica e strategica per le relazioni pubbliche*" che ha rilevato uno snodo cruciale dell'agire comunicativo: il senso non è dato, ma costruito;



cambiare la cornice attraverso cui si interpreta la realtà significa cambiare la realtà stessa, almeno per coloro che quella cornice condividono. Una professione che non governa i propri *frame* è esposta a-criticamente a quelli degli altri. Poi il paper di Domenico Giordano sull'"*algoritmica e il libero arbitrio degli influencer*" ha portato all'interno dell'osservatorio la questione di come gli algoritmi redistribuiscano *agentività* – sottraendola, in larga misura, agli attori umani e concentrandola in architetture opache. Il paper di Alberto Bitonti sugli strumenti di innovazione digitale nella gestione degli affari pubblici ha mostrato come il *public affairs* possa rispondere a questa sfida con metodo e consapevolezza. Il paper di Beniamino Buonocore sull'intelligenza artificiale generativa ha contribuito a smontare narrative semplicistiche – "*non è un'intelligenza*", nel titolo stesso – aiutando il lettore professionale a delineare un quadro complessivo più accurato di cosa sia davvero la tecnologia con cui si confronta. Il paper di Simone Origio, "*Dal paradosso al purpose: il labirinto come via all'autenticità*", ha esplorato il rapporto tra complessità, autenticità e ricerca di significato – un paper che mette in relazione il "sé professionale con il sé personale", quindi un paper che affronta esplicitamente la dimensione esistenziale della professione.

2026: il proseguimento della traiettoria e i prossimi incontri

A gennaio 2026 un webinar con Giulio Di Giacomo, introdotto da me e moderato dai Delegati Giuseppe De Lucia e Fabrizio Vignati, ha riportato al centro il *public affairs* come disciplina manageriale autonoma, fondata su metodi strutturati, trasparenza e responsabilità. Il *public affairs* è, per definizione, la disciplina dell'*agentività* organizzativa nel sistema istituzionale, cioè la capacità di orientare processi decisionali pubblici attraverso rappresentanza legittima degli interessi, dialogo e competenza. Il fatto che FERPI Lab lo abbia trattato non come tecnica lobbistica, ma come funzione manageriale e di *governance*, dice molto del posizionamento dell'osservatorio su questo tema.

Guardando ai prossimi mesi, sono in previsione nuovi stimolanti incontri e iniziative tra cui il 24 aprile il webinar con Chiara Valentini sull'evoluzione delle Relazioni Pubbliche in Europa e nel mondo.

Il 29 aprile prossimo abbiamo organizzato un webinar con Giacomo Lev Mannheimer per la presentazione del suo libro "I mercanti nel palazzo" una riflessione autentica e profonda su come il sistema produttivo è chiamato ad organizzarsi sulla necessità di essere presenti e agenti nel dibattito politico, il *public affairs* non come momento reattivo alla complessità ma momento proattivo ed ex ante di costruzione del proprio purpose e della propria continuità aziendale. L'8 maggio il webinar FERPI Lab x CiViK/VIK School su educazione, qualità dell'informazione e impatto misurabile



affronterà un nodo che attraversa pienamente le tematiche nodali dell'osservatorio: la crisi della conoscenza come problema sistemico, e il ruolo della comunicazione – nell'accezione più ampia – nel contrastare la disinformazione e promuovere *l'information literacy*.

A settembre con ASIS 2026 – Alta Scuola Internazionale di Sociologia – “Ordine, Disordine e Mutamento”, insieme a Nicola Strizzolo, che intenderà riportare all'attenzione il dialogo con la sociologia. In un'epoca in cui reputazione digitale, intelligenza artificiale, crisi della conoscenza e trasformazioni del legame sociale si intrecciano continuamente, il rapporto tra Relazioni Pubbliche e Sociologia è una necessità teorica e operativa. La comunicazione professionale che vuole capire davvero come si costruisce senso nella società contemporanea non può ignorare le categorie che la sociologia ha sviluppato per descrivere gli stessi processi in cui essa naviga.

Tre anni, un percorso guidato da una visione comune.

Volgendo lo sguardo indietro, a distanza di tre anni da quel febbraio 2023, penso di poter fieramente asserire che emerge e si rileva chiaramente una parabola ascendente, un'affermazione graduale ma decisa nel proprio consolidamento.

FERPILab ha costituito un esempio cristallino di come le Relazioni Pubbliche siano, a pieno titolo, una disciplina della complessità, nell'accezione precisa secondo cui la comunicazione professionale opera all'interno di sistemi complessi – organizzazioni, istituzioni, ecosistemi informativi, reti di relazioni – la cui gestione richiede categorie teoriche e pratiche operative che trascendono la mera produzione di messaggi. I paper sulle neuroscienze, sulla teoria del *frame*, sugli algoritmi, sulla geopolitica digitale sono tutti, in modi diversi, una decostruzione di quella complessità e cercano strumenti per problematizzarla.

Il tema dell'*agentività*, punto più volte ricorrente, ha attraversato e innervato il nostro percorso in modo più implicito ma altrettanto persistente. Da qui scaturisce un'istanza cogente: la professione non aspetta di essere regolata, ma si auto-regola, non subisce la trasformazione tecnologica, ma prova a orientarla: non commenta l'etica dell'intelligenza artificiale, ma la pratica. L'*agentività* come questione organizzativa e istituzionale. Il lavoro sul *public affairs*, sulla valutazione economica della comunicazione, sulla leadership comunicativa come competenza manageriale – tutto rimanda al quesito iniziale riguardo a come si genera capacità di azione reale nelle organizzazioni e nel sistema istituzionale.

Il tema del senso – di come si costruisce, si preserva, si distorce, si difende – è stato forse il più trasversale. Dai paper sulle neuroscienze alla teoria del *frame*, dalla crisi



della conoscenza, alla reputazione come contratto simbolico tra organizzazione e pubblici, FERPI Lab ha attraversato il senso non come prodotto della comunicazione, ma come sua propria condizione di possibilità. Una comunicazione che non sa costruire senso condiviso non opera all'interno delle Relazioni Pubbliche che qui abbiamo delineato: si tratta piuttosto della produzione estemporanea di rumore dispersivo, di inquinamento sociale.

Quello che questi tre anni ci restituiscono non è quindi solo un bilancio di attività, pur ricco e significativo, ma piuttosto un metodo di lavoro, una postura culturale, la prova concreta che ricerca e professione sono due anime appartenenti a un unico corpo, due poli che si alimentano reciprocamente, la cui tensione produce e genera sapere e conoscenza mai disincarnati dalla pratica. Rappresenta altrettanto la testimonianza più concreta che la trasversalità delle culture e degli approcci metodologici è sintomo di apertura e fonte di estremo arricchimento personale e professionale, che l'innovazione non è una corsa spasmodica verso il nuovo (che si fregia secondo questa retorica di essere apparentemente migliore) ma un cammino radicato, solido e consapevole verso un futuro di nuove possibilità e orizzonti inesplorati.

Continueremo a dare al dibattito un senso e una direzione. Sarà a breve pubblicato un libro, una collettanea curata da me, con alcuni dei membri del Comitato Scientifico. Saranno circa sedici contributi che hanno come sede di costruzione il FERPI Lab e che daranno a tutta la FERPI la possibilità di investire nella giusta direzione per rimettere al centro la nostra professione. Il libro, che arriverà in libreria per la fine di aprile 2026, darà a ciascuno dei soci e delle socie della FERPI, la possibilità di toccare con mano il valore, che il metodo FERPI Lab ha provato a costruire in questi tre anni per rimettere al centro del dibattito pubblico la professione del Relatore Pubblico.

Nel corso di questi anni abbiamo attinto da un *humus* che si incarna nella sua modalità più completa – quale gli appartiene – in ricerca, pensiero, dialogo, approfondimento, nella convinzione di poter contribuire nel lasciare in eredità un patrimonio condiviso alle future generazioni di professioniste delle Relazioni Pubbliche, nelle sue multiformi declinazioni.

Continueremo, ieri come oggi, ad alimentare un confronto rispettoso, per un domani in cui la comunicazione sarà la conquista, mai presupposta ma sempre rinnovata e conquistata, di una comunicazione democratica eterogenea, libera e plurale.