



CORSO DI FORMAZIONE INPS "VALORE P.A."

Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social - Ascolto efficace, organizzazione delle informazioni

(primo livello)

Tema del corso: comunicazione efficace nelle interazioni soprattutto nel contesto dei media digitali; comunicazione interpersonale, scritta e social nel contesto delle PA; dall'ascolto al public speaking, anche nella comunicazione web; elementi di informatica finalizzati alla organizzazione efficace delle informazioni; trasparenza, collaborazione e partecipazione per i servizi pubblici; processi di promozione dei servizi attraverso approcci innovativi che fanno riferimento al marketing, alla comunicazione "social", alla transmedialità e alla multimedialità.

Titolo del corso	Facce: Fare comunicAzione efficaCe nella PubblCa AmministrazionE (I livello)
Durata e tempi del corso	Il corso sarà articolato in 10 giornate (in cui sono incluse di 2 ore all'avvio e a conclusione del percorso) da svolgersi il giovedì dalle 9 alle 13.



	Inizio previsto: febbraio 2022; fine prevista: maggio 2022
Sede	Dipartimento di Pedagogia, Psicologia, Filosofia Via Is Mirrionis 1 - 09123 Cagliari.
Direttore/Coordinatore didattico	Prof.ssa Elisabetta Gola, docente del Dipartimento di Pedagogia, Psicologia, Filosofia, coordinatrice da dieci anni del corso di laurea in Scienze della Comunicazione, esperienza ventennale nel campo della dell'alta formazione e della ricerca.
Obiettivo del corso	<p>La comunicazione è oggi una funzione riconosciuta e ritenuta strategica all'interno delle pubbliche amministrazioni (PA). A partire dalla sua istituzionalizzazione avvenuta con la legge n. 150 del 2000, la funzione di comunicazione nelle amministrazioni pubbliche ha attraversato numerosi cambiamenti e profonde trasformazioni nei modelli, negli strumenti e nelle pratiche professionali. Cambiamenti e trasformazioni favoriti da fattori endogeni al sistema pubblico, attraverso provvedimenti normativi di varia natura e livello e da fattori esterni come la "rivoluzione tecnologica" e l'evoluzione dei consumi mediali della cittadinanza italiana. In tale contesto le PA sono state oggetto negli ultimi vent'anni di una trasformazione che ha investito organizzazione, professionalità e servizi in particolare rispetto alle possibilità di miglioramento dei processi legati alla disponibilità di nuove tecnologie per la comunicazione.</p> <p>L'efficacia nell'implementazione di nuove strategie e pratiche è strettamente legata, tuttavia, alle capacità e buone prassi sull'utilizzo degli artefatti cognitivi e sociali che le tecnologie, in particolare le tecnologie della comunicazione digitale e social media, richiedono.</p> <p>Le tecnologie in generale, e i media digitali in particolare, hanno alcune caratteristiche peculiari che rendono indispensabile un uso trasversale, orizzontale e interattivo da parte di chi lavora nella</p>



pubblica amministrazione (diversamente dai media tradizionali che vengono invece gestiti in modo centralizzato e unidirezionale). Pertanto, per un loro uso funzionale ed efficace, è importante che le loro potenzialità e caratteristiche distintive trovino un riscontro nelle competenze del personale del settore pubblico. Quindi il ricorso ai nuovi mezzi di comunicazione pubblica per raggiungere la cittadinanza in modo efficace richiede l'appropriarsi di approcci innovativi verso la comunicazione in generale: un approccio partecipativo, sociale, una capacità di ascolto attivo ed empatico, la capacità di mettere insieme i media, tenendo fermi obiettivi e messaggi. La comunicazione web e i social media hanno un elevato impatto in diversi settori cruciali nella qualità con cui le PA riescono a rispondere alle esigenze legate all'erogazione dei servizi alla cittadinanza, com'è del resto previsto dalle indicazioni normative a livello italiano ed europeo (cfr. Agenda Digitale e PNRR). Le PA sono tenute alla trasparenza e alla cura dei rapporti con cittadini e cittadine, e con diversi pubblici (imprese, media, ecc.) attraverso tutti gli strumenti e piattaforme digitali a disposizione nelle proprie amministrazioni: social media, URP online, messaggistica istantanea, piattaforme partecipative, strategie di open-government, etc. Data la frammentazione dei canali e dei pubblici acquista fondamentale importanza la capacità di analisi basata su strategie consolidate e scientificamente ben fondate (per es. l'analisi SWOT), in modo da evitare rischi di eccessiva semplificazione della realtà, che poi portano a strategie comunicative non adeguate.

L'obiettivo di questo corso è pertanto quello di fornire un'occasione di apprendimento, aggiornamento e affinamento delle competenze dei/delle dipendenti della PA attraverso l'esplorazione di strategie, metodi, casi studio e buone prassi relative alla comunicazione web e al ruolo delle tecnologie per il miglioramento della qualità dell'interazione degli utenti con i



	<p>servizi online delle PA.</p> <p>Per queste ragioni diventa strategico riqualificare e innovare i saperi, le skill e le tecniche con l'obiettivo di perseguire l'efficacia dei processi comunicativi dentro e fuori alla PA nel rapporto con i diversi pubblici. Da un lato riacquista grande importanza la capacità di saper parlare in pubblico, strettamente connessa con il sapere ascoltare lo stesso pubblico, sia dal vivo che in rete, quindi sia in ambienti offline (come riunioni o assemblee) che nei nuovi contesti digitali, così come saper scrivere testi efficaci e corretti per Internet e i social media, ma che risultino efficaci anche in chiave transmediale e multimediale. Dall'altro lato, occorrono conoscenze e competenze per presidiare strategicamente gli ambienti online, sia quelli ormai colonizzati dalla PA, come i portali web e i social media (Facebook, Twitter, ecc.), sia i nuovi ambienti e interfacce digitali legate alla gestione dei dati e degli open data.</p>
<p>Metodologia</p>	<p>L'attività didattica si basa su un approccio formativo che vede nell'approccio laboratoriale e nel lavoro in team il suo elemento fondante. Il corso è tenuto da un corpo docente altamente qualificato, composto sia da docenti universitari che da professionisti del settore di rilevanza nazionale. Dopo aver seguito le lezioni frontali sui temi oggetto del corso, i partecipanti saranno coinvolti in esercitazioni individuali e/o di gruppo che mettano in pratica quanto discusso.</p> <p>Il processo di apprendimento sarà caratterizzato dalla combinazione di lezioni su temi teorico-pratici e momenti di coinvolgimento attivo dei partecipanti attraverso esercitazioni.</p> <p>Il corso si svolge online.</p> <p>Durante l'attività formativa i partecipanti avranno la possibilità di apprendere nuovi concetti e indicazioni pratiche utili per gestire gli scambi comunicativi quotidiani e sperimentare tecniche</p>



	<p>comunicative efficaci.</p> <p>La frequenza al corso potrà essere utilizzata dai partecipanti per presentare richiesta di riconoscimento di crediti universitari, nell'ambito di specifici corsi di studio e nel rispetto della normativa vigente.</p> <p>Completa il corso una prova conclusiva, finalizzata alla certificazione dell'apprendimento delle conoscenze.</p>
Materiale didattico	<p>Ai partecipanti sarà fornito l'accesso a una piattaforma didattica da cui scaricare i materiali idonei per lo studio e l'approfondimento degli argomenti trattati. In modo particolare, ad ogni partecipante saranno forniti:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Cartella di lavoro (contenente: programma, esercitazioni);▪ Dispense e/o eventualmente registrazioni delle lezioni;▪ Accesso a una cartella virtuale contenente il materiale di studio, indicazioni bibliografiche, link a siti internet attinenti il corso, ulteriore materiale di approfondimento.
Programma PRESENTAZIONE	<ul style="list-style-type: none">▪ Presentazione del corso, dei suoi obiettivi e delle sue finalità; conoscenza del gruppo di partecipanti; raccolta delle aspettative e delle esperienze e definizione del contratto formativo.



Programma

MODULO 1

La comunicazione pubblica nell'epoca della multimedialità e transmedialità

Descrizione:

Il modulo è di carattere introduttivo e permette ai partecipanti di allineare la conoscenza su storia, caratteristiche, definizioni legate ai media tradizionali e nuovi.

- Introduzione ai riferimenti storico-teorici sulle principali trasformazioni legate alla diffusione dei media digitali. Questa conoscenza è importante per comprendere i mutamenti nella percezione collettiva e nell'immaginario sociali relativamente al tempo e allo spazio, tutti fattori che hanno influito nella maniera in cui comunichiamo. Si evidenzierà inoltre la centralità di concetti come multimedialità e transmedialità e come essi stanno ristrutturando l'organizzazione e la trasmissione di informazioni sia nei contesti privati che pubblici.
- Si proporranno esercizi che mirano a far sperimentare i concetti proposti e si stimolerà la discussione sul rapporto che mezzi di comunicazione diversi (nuovi e vecchi) instaurano tra di loro all'interno di una mediasfera digitale.
- Transmedialità nella pubblica amministrazione: strumenti, casi di studio ed esempi pratici nell'ambito delle media relation, e della costruzione di campagne tradizionali e digitali. Elementi di strategia di social media marketing e utilizzo di informazioni di natura grafica (infografiche, stories, reels, etc) all'interno di un piano editoriale.



Programma

MODULO 2

**Potenziamento
dell'efficacia e qualità
della comunicazione
attraverso processi di
automazione e il
valore dei dati
pubblici tra open data
e innovazione nei
servizi**

Descrizione:

La componente informativa della comunicazione nelle amministrazioni passa in gran parte per tecnologie che hanno a che fare con grandi basi di dati numeriche, simboliche e testuali. Nel modulo se ne esaminano i principali tipi e si mostra come utilizzarli come fonti, come proporli e comunicarli nel formato giusto e come rappresentare gli esiti in modo efficace anche per l'erogazione dei servizi.

- L'open government, nei suoi tre principi fondanti di trasparenza, partecipazione e collaborazione, è spesso stato visto come un obiettivo secondario che poteva essere raggiunto a completamento degli interventi di trasformazione e passaggio al digitale del settore pubblico. L'attuazione piena dell'Open Government è invece necessaria per l'efficacia e la solidità dell'azione delle amministrazioni pubbliche e, nell'alveo del tema Open Government, è andata via via rafforzandosi l'attenzione verso la cultura del "dato" da produrre e far riutilizzare ai cittadini anche sotto forma di servizi. La lezione approfondirà il tema degli Open Data, quei dati, non soltanto del settore pubblico, oggetto di regolamentazione sempre più strutturata, che hanno portato allo sviluppo di un interessante mercato di servizi pubblici e privati, accessibili a cittadini sempre più consapevoli di essere non soltanto produttori ma anche fruitori e riutilizzatori dei loro dati.
- Elementi di rappresentazione grafica dei dati e infografica



<p>Programma</p> <p>MODULO 3</p> <p>Social media e comunicazione istituzionale: scenari, tecniche e implicazioni manageriali</p> <p>Descrizione:</p> <p>Il modulo si propone di mostrare le caratteristiche delle piattaforme social e di come un loro uso all'interno della PA modifichi significativamente gli scenari della comunicazione istituzionale e delle stesse possibilità organizzative all'interno delle amministrazioni pubbliche; parte del modulo è dedicato alla gestione delle relazioni sui social: il valore del social media management</p>	<ul style="list-style-type: none">• Usi e strategie comunicative nei social media per la comunicazione pubblica. Nella lezione saranno messe in luce le caratteristiche e le proprietà di queste piattaforme digitali (Facebook, Twitter, Instagram), gli usi sociali, e le pratiche comunicative abilitate per i cittadini, i media e le organizzazioni complesse. Sarà affrontato il tema di come i social media e i social network sites stanno modificando la comunicazione pubblica e istituzionale, ridefinendo ruoli e attività delle strutture di comunicazione e informazione della PA, mettendo in evidenza opportunità e criticità anche attraverso analisi di studi di caso ed esercitazioni pratiche sul tema.• Quali sono le competenze di un buon social media manager? In questa lezione sarà illustrato come gestire le relazioni con i social media attraverso l'analisi SWOT, la definizione degli obiettivi, l'analisi dei dati e la pianificazione di campagne social. Verranno trattate anche le strategie legate alle inserzioni a pagamento, alla moderazione della discussione, alla redazione di contenuti e la pianificazione strategica della comunicazione istituzionale su app e social. Ciascun argomento sarà accompagnato da una serie di esempi concreti ed esercitazioni pratiche volte a mostrare le dinamiche di interazione e ascolto della rete ai fini di aumentare l'efficacia dei messaggi
---	---



<p>Programma</p> <p>MODULO 4</p> <p>Scrittura efficace e tecniche di argomentazione nella comunicazione pubblica; tipologie di lettura e ascolto della rete</p> <p>Descrizione:</p> <p>Le comunicazioni dei servizi passano sempre più spesso attraverso il linguaggio scritto che, quando non compreso correttamente, genera incomprensioni ed equivoci, sino alla generazione involontaria di fake news. In questo modulo si descriveranno da un alto i principi di una scrittura funzionale al messaggio, al destinatario e al contesto.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Si presenteranno attraverso esempi concreti format di testo che ottimizzino la comprensibilità del messaggio. Saranno esaminati gli aspetti legati alla grammaticalità, alla scelta del lessico, alla gerarchizzazione dei contenuti, alla struttura argomentativa. Saranno mostrate anche le principali fallacie nel presentare un argomento e strategie di revisione dei testi alla luce di parametri di comprensibilità legate alle modalità di lettura e ascolto della rete. Si mostra così come la lingua italiana può aiutare la trasformazione digitale delle pubbliche amministrazioni, favorire la trasparenza amministrativa e - per questa via - promuovere l'efficienza organizzativa, i diritti di cittadinanza e la partecipazione dei cittadini alla vita democratica. Saranno inoltre illustrati gli usi linguistici, prevalentemente scritti, delle comunicazioni delle PA: le caratteristiche dei linguaggi istituzionali speciali del diritto e dell'amministrazione e dei linguaggi istituzionali medial per la comunicazione pubblica, oltre al rapporto tra le terminologie specialistiche e un uso inclusivo della lingua comune. Concluderà il seminario un'esercitazione che partendo da un tipo di testo amministrativo lo modificherà in testo informativo per i media, declinandolo rispetto alle principali tipologie di piattaforma.
<p>Programma</p> <p>MODULO 5</p> <p>Il Public Speaking: la centralità della voce e l'importanza dell'ascolto dallo</p>	<ul style="list-style-type: none">• La voce accompagna in modo pervasivo le nostre comunicazioni, sia quelle faccia a faccia che quelle mediate da canali quali videocall, videoconferenze, messaggi vocali, materiali audiovisivi. In questa lezione si esploreranno le caratteristiche principali della voce e come acquisire una maggiore conoscenza e padronanza nel modularne ritmo e espressività. Saranno inoltre



<p>sportello alle interfacce digitali</p> <p>Descrizione:</p> <p>La comunicazione vocale è un canale tra i più efficaci nella comunicazione ai fini della creazione della relazione, del consolidamento di un rapporto di fiducia e, negli ultimi anni, la voce si è rivelata anche lo strumento di maggior successo nelle più nuove tecnologie della comunicazione. Questo è vero anche rispetto ai vari servizi delle PA: perciò in questo modulo si presenteranno i principi generali del parlare in situazioni pubbliche, a platee di diverse dimensioni, e della comunicazione interpersonale nella sua declinazione negli ambienti di lavoro (online) della pubblica amministrazione.</p>	<p>presentati suggerimenti su come gestire gli aspetti del non verbale e quelli legati al canale sia rispetto al public speaking che rispetto all'uso di piattaforma di web conferencing.</p> <p>Verranno illustrati esempi di performances di grandi comunicatori, ai fini di esaminarne in modo collegiale e partecipativo le dinamiche in gioco e le caratteristiche. A partire dalla fase di analisi, dai principi ed esempi di eccellenza nel parlare in pubblico, saranno proposte attività laboratoriali tese a familiarizzare i partecipanti con l'ascolto della propria voce; esercizi per rendere il suo uso più consapevole sia rispetto al ritmo che all'espressività, con esercizi ad alta voce. Saranno poi proposte simulazioni di diverse situazioni comunicative tipo in cui siano in gioco il comportamento verbale, non verbale e paraverbale. Ai partecipanti sarà restituito un feedback generale e individuale, che permetta a ciascuno di conoscere la propria identità vocale e come accrescerne l'efficacia.</p> <ul style="list-style-type: none">• Sarà dedicata una specifica attenzione anche alle tematiche dell'ascolto attivo, empatia, attenzione per il destinatario.
---	---



<p>Programma</p> <p>Incontro conclusivo e prova finale</p> <p>Descrizione:</p> <p>Nell'incontro finale i docenti riassumeranno i punti principali del corso e porteranno i saluti. Nell'ultima ora verrà somministrata una prova finale scritta.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Incontro di conclusione dei lavori•• Prova finale: quiz e breve resoconto		
<p>Corpo Docente</p> <p>Descrizione</p> <p>relativamente ai nominativi e agli anni di esperienza nel campo della comunicazione e formazione</p>	<p>Nome e Cognome</p>	<p>Anni di esperienza nel campo della formazione e/o expertise sul tema del corso</p>	<p>Affiliazione e/o ruolo professionale</p>
	Elisabetta Gola	➤ 20	Università di Cagliari
	Emiliano Ilardi	➤ 20	Università di Cagliari
	Alessandro Lovari	➤ 20	Università di Cagliari
	Stefano Federici	➤ 20	Università di Cagliari



	Michela Floris	➤ 15	Università di Cagliari
	In ottemperanza al requisito ed esigenza di bilanciare il contributo accademico con la presenza di docenti professionisti, verranno selezionati 4 esperti degli ambiti legati al social media management, public speaking, comunicazione pubblica e grafica, in modo che le tematiche affrontate teoricamente possano essere presentate anche attraverso casi pratici e sperimentate attraverso esercitazioni laboratoriali.		
Selezione dei/le candidati/e	La selezione dei candidati e delle candidate verrà attivata solo in caso le iscrizioni superassero il numero massimo di posti disponibili. In tal caso la coordinatrice organizzerà una commissione di selezione che svolgerà un colloquio teso a verificare la motivazione e le competenze pregresse. La commissione sarà formata da docenti dell'Università di Cagliari facenti parte del corpo docente.		
Registro delle presenze	Le presenze verranno rilevate in ingresso e in uscita secondo le modalità previste per il tracciamento delle attività e riportate nell'apposito registro. All'INPS sarà trasmesso un prospetto unico finale in formato excel.		