



PROGETTO
CONCRETE

COmunicazione sosteNibile e inClusiva
in casi di emeRgEnza negli aTenEi



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI CAGLIARI

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
POLITICHE E SOCIALI

Alessandro Lovari, Mariano Porcu, Marco Pitzalis

VERSO LE LINEE GUIDA

«COmunicazione sosteNibile e inClusiva in casi di emeRgEnza negli aTenEi»

31 Marzo 2022

Verso le linee guida



UN UTILE REMINDER



Articolazione del documento

Parte Analitica di Scenario

- Facciamo ordine tra crisi ed emergenza
- Comunicare le università nelle contemporanee ecologie mediali
- Orientamento universitario alla prova dell'emergenza
- I pubblici dell'università

Publici interni

- Studenti, laureati, studenti stranieri o di scambio, studenti professionisti, studenti fuori sede
- Personale di ricerca, professori, assistenti, docenti, visiting scholars
- Personale amministrativo e tecnico
- Organi direttivi

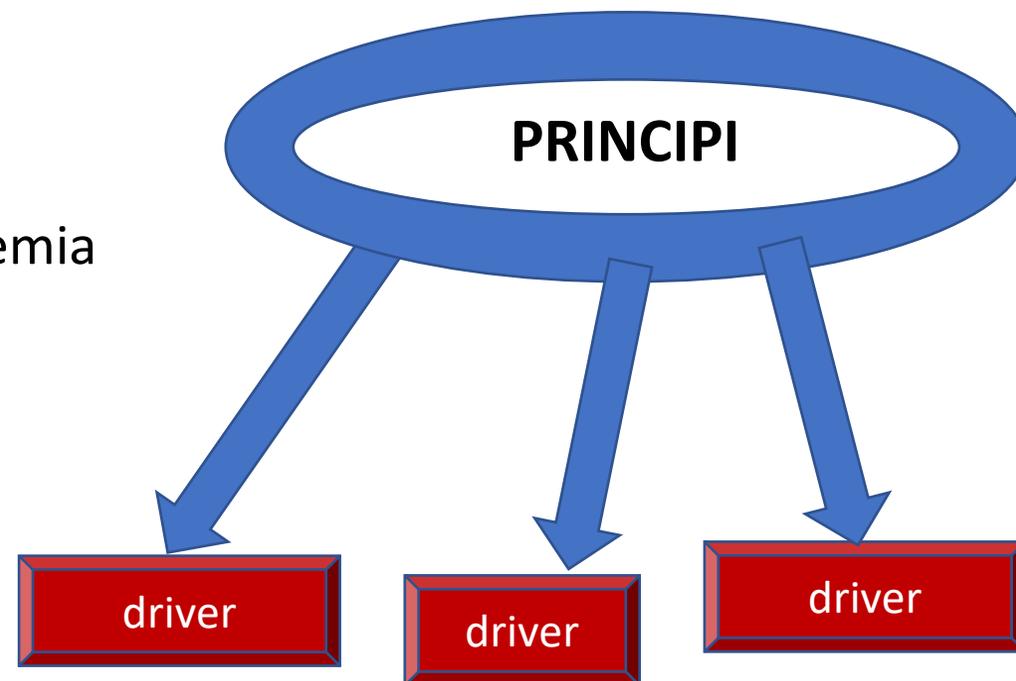
Publici esterni

- Cittadini
- Scuole
- Futuri studenti, alumni
- Istituzioni a livello regionale, nazionale, internazionale
- Politici e decisori politici
- Altre organizzazioni di ricerca
- Organizzazioni di finanziamento
- Aziende, organizzazioni non-profit, associazioni
- Mass media, giornalisti, influencer digitali

Articolazione del documento

Seconda parte prescrittiva

- Come nascono le linee guida
- La complessa natura dei testi comunicativi nel digitale
- **Principi della comunicazione universitaria** post-pandemia
- **Driver operativi** della comunicazione
- **Pianificazione Strategica** e Management



Principi della Comunicazione Universitaria





DRIVER OPERATIVI



Pianificazione Strategica_1

Management:

Piano di Crisis Management – identificazione vulnerabilità e possibili crisi

Piano di Comunicazione di Crisi

Identificazione dell'ecosistema tecnologico per gestire le crisi

Creazione del CMT e dello Staff di Comunicazione dedicato

Attivazione delle rete di referenti per le diverse tipologie di crisi

Identificazione dei portavoce

Formazione del personale della comunicazione e delle media relations

Pianificazione Strategica_2

PRINCIPI DELLA STRATEGIA COMUNICATIVA - MIX

- **Adottare un approccio multicanale di tipo inclusivo**
- **Saper variare la strategia per evitare la fatica comunicativa**
- **Comunicare strategicamente con dati, visual e immagini**
- **Dialogare con gli altri attori del territorio per armonizzare flussi e ridurre la circolazione di disinformazione**

Pianificazione Strategica_3

CANALI DIGITALI

- ✓ **Orchestrare la comunicazione con diversi spartiti ma un unico direttore**
 - ✓ **Centralità del sito web – accessibilità**
 - ✓ **Presidiare con qualità i social media in tempo di pace**
 - ✓ **Instant messaging per le emergenze**
 - ✓ **Email: messaggi push e calibrati**
 - ✓ **Valutare il ruolo delle App gestionali e di emergenza**
- **Monitoraggio delle attività di comunicazione – Rapporto con Ricercatori/trici**