

Piano Editoriale Social dell'Università degli Studi di Perugia

Anno 2024

Il presente progetto di piano editoriale social costituisce l'**obiettivo di performance dell'Area Comunicazione e Brand Management**, costituita nel 2022 con DDG n. 189 del 1.08.2023 al fine di promuovere l'immagine dell'Ateneo, curare la diffusione delle informazioni sulle attività istituzionali presso il sistema dei mass media e il pubblico generalista.

In particolare, al fine di svolgere tale azione, fra gli strumenti di maggiore utilità ci sono i social media, grazie alla **pervasività e diffusione sia presso il pubblico sia sui *media outlets***, in un ecosistema mediatico caratterizzato da una forte ibridizzazione quale quello contemporaneo, ovvero un ambiente nel quale media tradizionali e digitali reciprocamente si monitorano e si influenzano, in cui le news diffuse sui social costituiscono anche fonte per i giornalisti nella routine quotidiana¹.

I social media istituzionali, quindi, sono al **servizio della vocazione di disseminazione scientifica e culturale** dell'Ateneo, nell'ottica del *public engagement*.

Il Piano Editoriale Social rappresenta la **naturale declinazione sul fronte digitale**, ormai centrale nelle vite *onlife*² delle giovani e dei giovani di oggi, **dei valori e delle aree di attività espresse dal Piano di Comunicazione 2023-2025**, ovvero il documento strategico volto a pianificare e coordinare l'attività di Comunicazione dell'Ateneo.

Il Piano Editoriale Social, inoltre, consentirà di implementare una **regia preventiva** capace di riflettere la **continuità di visione e di intervento della Governance**, in un contesto estremamente eterogeneo quale quello dello *Studium*, nel quale alcuni Dipartimenti si rivelano molto attivi nella promozione delle proprie iniziative, con figure già designate o da designare sul fronte della comunicazione e - di contro - situazioni di minore sensibilità sul fronte della divulgazione.

Il Piano Editoriale Social, quindi, nell'ambito del contesto disegnato dal Piano di Comunicazione contribuirà alle **attività di coordinamento complessivo**, nell'ottica di prevenzione della dispersione di energie, massimizzando altresì l'efficacia nella comunicazione del brand.

¹ Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. 2nd Ed., Oxford University Press.

² Floridi, L. (2014). *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Raffaello Cortina.

Alla luce di quanto finora esposto, risulta evidente come il Piano di Comunicazione Social abbia i suoi **pilastri fondanti nelle parole chiave** dell'Università degli Studi di Perugia e della sua *vision*, espresse nel Piano di Comunicazione 2023-2025³:

- apertura
- internazionalizzazione
- territorio
- sostenibilità
- tradizione/innovazione
- identità
- inclusione e parità di genere
- heritage
- eccellenze.

Il Piano Editoriale Social, inoltre, sarà chiamato a esprimere i *valori* che – *mutatis mutandis* - da oltre sette secoli sono il patrimonio che sostanzia l'attività dell'Università degli Studi di Perugia:

- Università pubblica
- Università come bene comune
- Università quale comunità di persone
- Università che colloca gli studenti e le studentesse al centro della propria azione amministrativa e comunicativa studiando servizi a loro misura
- Università che si apre al mondo
- Università trasparente
- Università come luogo di promozione di valori di alta rilevanza sociale. In particolare inclusione, pari opportunità e lotta alle discriminazioni;
- Università come motore scientifico e culturale dei territori;
- Università come promotrice dell'integrazione di diverse aree scientifiche
- Università come istituzione capace di integrare sinergicamente il reale e il virtuale.

³ Piano di Comunicazione dell'Università degli Studi di Perugia 2023-2025, p.4. Disponibile all'indirizzo: <https://www.unipg.it/files/pagine/1321/piano-di-comunicazione-2023-2025.pdf>

Le piattaforme istituzionali

Le piattaforme istituzionali attive sono le seguenti:

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- YouTube
- X
- Pinterest
- Flickr

Allo stato attuale Flickr e Pinterest sono utilizzate come *repository* di materiale fotografico e promozionale riguardante l'offerta formativa, quindi si escluderanno dal presente documento di programmazione, in attesa di una futura riflessione che ne definisca le linee strategiche d'impiego.

I criteri generali

I materiali in pubblicazione – post, reel, storie, ecc. – saranno progettati e programmati in modo da assicurare, nei limiti del possibile e del ragionevole, il rispetto dei seguenti criteri:

- parità di genere e inclusione
- alternanza dei dipartimenti protagonisti della comunicazione: tale aspetto sarà affrontato stimolando, in particolare la collaborazione dei referenti di Dipartimento per la comunicazione.
- Valorizzazione delle attività presso le sedi decentrate.
- alternanza dei temi, al fine di tendere ad assicurare visibilità sia alle *hard sciences* che alle *humanities*, sia nella divulgazione di informazioni sulla ricerca che in quelle relative ai laureati e laureate nonché nella promozione dell'offerta formativa.

Le proposte di tipologie contenutistiche

Da quanto finora descritto discendono le tipologie di post, per le quali è ragionevolmente possibile effettuare una programmazione su base mensile/settimanale. Di seguito si elencano gli argomenti con il relativo acronimo di seguito utilizzato nel calendario:

1. Presentazione di progetti di ricerca scientifica (PRS)
2. Presentazione di luoghi significativi/nascosti dell'Ateneo (LA)
3. Presentazione luoghi affascinanti dell'Umbria, sia da un punto di vista storico-culturale che naturalistico (LU)
4. Offerta formativa (OF)
 - corsi di laurea, con link a pagina web sul portale istituzionale
 - master, con link a pagina web sul portale istituzionale
 - corsi di specializzazione, con link a pagina web sul portale istituzionale
5. Presentazione di servizi agli studenti (SS)
6. Presentazione aspetti significativi dei vari Dipartimenti, a titolo esemplificativo: attrezzature o laboratori specializzati (PD)
7. Presentazione laureate e laureati (PL)
8. Curiosità su vita di campus #Unipglife (VC)
9. Finestra Erasmus: (ER)
 - news su studenti incoming e outgoing
 - news su docenti e personale PTA in trasferta
10. Finestra Job Placement: news su aziende che accolgono tirocini e che hanno assunto i nostri laureati (JP)
11. Finestra Public engagement:: news su iniziative di divulgazione scientifica (PE)
12. Presentazione di attività svolte dal personale tecnico-amministrativo, bibliotecario (TAB)

In considerazione di tale varietà, sarà naturalmente imprescindibile potenziare una stretta collaborazione con numerosi uffici dell'Amministrazione, fra cui in particolare quelli afferenti all'Area Relazioni Internazionali, Area progettazione, valorizzazione, promozione e valutazione della ricerca, Area Offerta formativa e carriere studenti.

La programmazione annuale

Su base annuale saranno **calendarizzati post relativi ad appuntamenti, scadenze, eventi o commemorazioni a data fissa.**

Queste le commemorazioni tradizionalmente previste:

27 Gennaio	Giornata internazionale di commemorazione in Memoria delle vittime dell'Olocausto
29 Gennaio	Patrono di Perugia – San Costanzo
10 Febbraio	Giornata del ricordo delle foibe
11 Febbraio	Giornata Internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza
8 Marzo	Giornata Internazionale della Donna
18 Marzo	Giornata nazionale in memoria delle vittime del Covid-19
21 Marzo	Giornata della Memoria e dell'impegno in ricordo delle vittime innocenti delle mafie
31 Marzo	Santa Pasqua
25 Aprile	Festa della Liberazione
1 Maggio	Festa dei Lavoratori
2 Giugno	Festa della Repubblica
1 Agosto	Apertura delle Immatricolazioni
15 Agosto	Ferragosto
8 Settembre	Compleanno dell'Ateneo
25 Novembre	Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne
25 Dicembre	Santo Natale

Si propongono, inoltre, alcuni nuovi inserimenti di giornate dedicate ad aspetti culturali e scientifici, ovvero le seguenti:

4 Febbraio	Giornata Mondiale contro il Cancro - World Cancer Day
21 Marzo	Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Discriminazione Razziale – International day for the elimination of racial discrimination
7 Aprile	Giornata Mondiale della Salute – World Health Day
23 Maggio	Anniversario della strage di Capaci
31 Maggio	Giornata Mondiale senza tabacco – World No Tobacco Day
5 Giugno	Giornata Mondiale dell'Ambiente – World Environment Day
19 Luglio	Anniversario della strage di via D'Amelio
21 Settembre	Giornata Internazionale della Pace – World Peace Day
7 Novembre	Sant'Ercolano – Patrono della Città e dello <i>Studium Generale</i>
10 Dicembre	Giornata internazionale dei Diritti Umani

La calendarizzazione annuale riportata sarà naturalmente integrata in presenza di notizie su eventi istituzionali a data variabile – cerimonia di inaugurazione Anno Accademico, Career Day, Open Day e similari.

Le tipologie di item in pubblicazione

Il piano editoriale intende fissare una calendarizzazione degli argomenti, mentre l'item specifico in pubblicazione – post, reel, video, storia – sarà determinato di volta in volta dallo staff social in considerazione del materiale disponibile e dalla eventuale concomitanza con altre news in pubblicazione, al fine di coprire adeguatamente più canali – ad esempio, un post + una storia, piuttosto che due post -, evitando così le sovrapposizioni.

Criteri per la collocazione delle pubblicazioni

In generale, i giorni e i momenti migliori/peggiori per pubblicare sulle diverse piattaforme social, secondo Ninja Academy⁴ sono i seguenti:

Giorni migliori per pubblicare su Facebook: dal lunedì al giovedì

Giorni peggiori per pubblicare su Facebook: domenica

Giorni migliori per pubblicare su Instagram: martedì e mercoledì

Giorni peggiori per pubblicare su Instagram: domenica

Giorni migliori per pubblicare sulle pagine aziendali di LinkedIn: dal martedì al giovedì

Giorni peggiori per pubblicare sulle pagine aziendali di LinkedIn: fine settimana

Giorni migliori per pubblicare su X: dal martedì al giovedì

Giorni peggiori per pubblicare su X: domenica

Giorni migliori per pubblicare su YouTube: giovedì, venerdì e domenica

Giorni peggiori per pubblicare su YouTube: lunedì, martedì e mercoledì

⁴ Fonte: <https://www.ninja.it/orari-migliori-per-postare-sui-social-media-nel-2023/#:~:text=Momenti%20migliori%20per%20postare%20sui%20social%20media%20in%20generale%3A,9%3A00%20alle%2012%3A00>

Tali distribuzioni costituiscono una tendenza individuata su un'ampissima base dati generalista, ovvero non profilata specificamente sul pubblico degli account dell'Ateneo: la proposta di programmazione di seguito riportata è basata su tali indicazioni generaliste. In un'ottica migliorativa, l'uso di uno **strumento di gestione e programmazione delle pubblicazioni sulle piattaforme istituzionali**, che si ritiene opportuno acquisire nel corso del 2024, potrà consentire di ottenere *analytics* specifici e quindi di procedere a una taratura maggiormente raffinata, volta a massimizzare l'*engagement*.

Ipotesi di pianificazione su base mensile

L'ipotesi di calendarizzazione di seguito riportata potrà naturalmente subire integrazioni o modifiche in presenza di notizie non prevedibili, ad esempio annunci relativi a finanziamenti alla ricerca, *breaking news* d'interesse per la comunità accademica e similari.

PRIMA SETT.	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SAB	DOM
FB		LA	OF	ER	SS		
ISTA		LA	OF	ER	SS		
X		LA	OF	ER	SS		
IN			OF	ER			
YOU TUBE			OF	ER	SS		

Note: La programmazione sarà integrata con le news collegate alla cronaca

SECONDA SETT.	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SAB	DOM
FB		PL	PTA		LU		
ISTA		PL	PTA		LU		
X		PL	PTA		LU		
IN		PL	PTA				
YOU TUBE		PL					

Note: La programmazione sarà integrata con le news collegate alla cronaca

TERZA SETT.	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SAB	DOM
FB		LA	OF	VC	PE		
ISTA		LA	OF	VC	PE		
X		LA	OF	VC	PE		
IN			OF	VC			
YOU TUBE			OF	VC	PE		

Note: La programmazione sarà integrata con le news collegate alla cronaca

QUARTA SETT.	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SAB	DOM
FB		JP	PRS	PD	LU		
ISTA		JP	PRS	PD	LU		
X		JP	PRS	PD	LU		
IN		JP	PRS	PD			
YOU TUBE			PRS	PD			

Note: La programmazione sarà integrata con le news collegate alla cronaca