

*Prime indicazioni
per una comunicazione all'esterno
delle attività di Ricerca
dell'Università degli Studi della
Tuscia*

Due questioni centrali per ogni attività comunicativa:

- Qual è il vostro **obiettivo** comunicativo?
- Qual è la vostra **audience**?

L'obiettivo comunicativo

- informare
- educare
- intrattenere
- fare chiarezza
- condividere e rendere conto
-

L'audience esterna

- E' intelligente quanto voi, ma non ha una specifica formazione nel vostro settore
- Ha probabilmente qualche conoscenza di base
- Non è uno studente che si prepara per l'esame
- Non apprezzerà un diluvio di termini tecnici e lunghe descrizioni
- E' molto sensibile alla forma e al contesto della vostra comunicazione

Le attività di comunicazione esterna possono focalizzarsi su diversi aspetti riconducibili all'incontro fra scienza e società ad es.:

- Prosperità e sviluppo economico (impatto sul territorio)
- Cittadinanza attiva (coinvolgimento locale/nazionale)
- Decisioni personali (orientamento)
- Cultura e sapere (divulgazione)
-

ESEMPI

- **Prosperità e sviluppo economico** (impatto sul territorio)

Es. *Contributi dell'Ateneo allo sviluppo del territorio (riqualificazioni, strutture disponibili per cittadini o imprese, competenze rilevanti, occupabilità dei laureati ecc.)*

- **Cittadinanza attiva** (coinvolgimento società locale/nazionale)

Es. *Contributo a decisioni informate su aspetti ambientali; analisi di impatto; scoperte scientifiche o loro applicazioni in grado di modificare positivamente la vita della società o influire positivamente su decisori politici*

- **Decisioni personali** (orientamento)

Es. *Informazioni sull'ateneo e le sue attività mirate a potenziali studenti o ad aspiranti dottorandi*

- **Cultura e sapere** (divulgazione)

Es. *Attività divulgative o messa in linea di informazioni utili alla divulgazione o materiali di possibile utilizzo in altri livelli di istruzione (es. istituti scolastici ecc.).....*



IL POSIZIONAMENTO:

I FASE:

- Definire l'obiettivo comunicativo
- Definire il pubblico di riferimento

II FASE

Raccogliere e analizzare le informazioni di cui si dispone (quantitative/qualitative) es.

- Dati
- Risultati
- Storie di successo
- Competenze (risorse umane qualificate, ecc.)
- Infrastrutture e laboratori (e relativa accessibilità)
-

III FASE

Individuare le informazioni pertinenti rispetto all'obiettivo comunicativo e al target scelto;

Definire gli strumenti e i relativi standard comunicativi adeguati al pubblico scelto, l'accessibilità ecc. es.:

- Database e relativi protocolli, parole chiave ecc.
- Informative periodiche e standardizzazione delle informazioni
- Pubblicazione via social media...ecc. ecc.

Un primo passo può essere compiuto attraverso l'analisi delle informazioni raccolte e rese disponibili nel corso della sperimentazione SUA-RD (cui hanno partecipato per l'Università della Tuscia due Dipartimenti, DIBAF e DISBEC)

Partendo dalla ipotesi di un utente esterno interessato alle attività e competenze dell'Ateneo, ma con una conoscenza non approfondita delle strutture universitarie o delle relative denominazioni, un sistema di consultazione (da rendere disponibile all'esterno) potrebbe essere organizzato a partire dalle seguenti informazioni (in parte già contenute nella SUA-RD):

- SETTORI DI RICERCA (SUA-RD)
- ATTIVITA' (parzialmente recuperabili da SUA-RD)
- GRUPPI DI RICERCA (SUA-RD)
- AMBITO TERRITORIALE (parzialmente rintracciabile in SUA-RD)
- INFRASTRUTTURE (SUA-RD)

La Fondazione CRUI ha prodotto un file in formato Excel in cui le informazioni sopra elencate sono distribuite in modo da costituire un primo «template» esemplificativo di come le informazioni attualmente disponibili potrebbero essere raggruppate in vista di un futuro utilizzo (es. inserimento in database ecc.).

I raggruppamenti individuati fanno riferimento a tre macro aree:

- Attività
- Ricerca
- Strutture

Ogni macro area (distinta in un foglio apposito) è articolata come segue:

ATTIVITA'						
	1- Ricerca					
	2- Offerta formativa internazionale					
	3- Collaborazione con aziende					
	4- Attività di trasferimento /innovazione (Brevetti, Spin-off)					
RICERCA						
	1- Settori di ricerca dei dipartimenti					
	2- Gruppi di ricerca					
	3- Laboratori di ricerca					
STRUTTURE DISPONIBILI						
	1- Grandi attrezzature					
	2- Biblioteche					

I relativi contenuti, integrati e affinati, potrebbero costituire parte integrante di un database «navigabile», con opzioni di ricerca, guidata o tramite parole chiave. Ovviamente questo richiede una fase più approfondita di progettazione puntuale, sulla base della definizione di obiettivi precisi e del pubblico che si intende raggiungere.

