



Progetto Valore PA – 2026

PA Social in dialogo con la città. Dalla strategia ai contenuti

Area tematica:

Comunicazione efficace - Utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione pubblica per dialogare con i cittadini in modo chiaro e innovativo. Regole di base per l'uso dei social media, tecniche di ascolto e organizzazione delle informazioni

Soggetto proponente:

Università degli Studi di Padova – Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISPPA)

Partner:

Format.bo – Consulenza, Formazione, Editoria

Sede del corso:

Padova

Modalità di erogazione numero di ore:

50 ore in presenza

Descrizione del corso e obiettivi

Il corso ha per oggetto la comunicazione pubblica sui social media e si propone di fornire alle/ai partecipanti gli strumenti concettuali e operativi per gestire in modo consapevole, efficace e professionale i canali social del proprio ente.

I social non sono soltanto una vetrina delle attività istituzionali: sono oggi lo spazio in cui si costruiscono l'immagine e la reputazione della Pubblica Amministrazione e, insieme, il luogo privilegiato dell'ascolto, del dialogo e della fiducia tra istituzioni e cittadini/e. Rispetto a pochi anni fa, inoltre, alcuni fenomeni rendono la comunicazione pubblica più complessa e insieme più strategica: la diffusione di strumenti di intelligenza artificiale generativa, utilizzabili per produrre testi, immagini e video ma anche per creare contenuti falsi o manipolati; la rapida evoluzione delle piattaforme social e delle loro logiche algoritmiche; la crescente attenzione normativa e sociale all'accessibilità e all'inclusione digitale; un'esposizione sempre più frequente a episodi di conflitto, disinformazione e crisi reputazionale.

A partire dalle ragioni per cui un ente pubblico comunica in rete, il corso affronta le seguenti aree tematiche: i social come leva di inclusione digitale e di partecipazione; la costruzione del piano di comunicazione e del piano editoriale, nel rispetto della normativa e delle linee guida di riferimento; la progettazione di contenuti chiari, accessibili ed efficaci; l'uso dell'intelligenza artificiale generativa come supporto al lavoro di comunicazione della PA; il ruolo e le competenze del/della social media manager nella PA. Poiché la relazione con i cittadini/le cittadine in rete comporta anche momenti di tensione, un'attenzione specifica è dedicata alla gestione della community e del dissenso, al contrasto alla disinformazione e alla comunicazione nelle situazioni di crisi ed emergenza.

Il corso si svolgerà in 7 incontri, 6 da 7 ore e 1 da 8 ore per un totale complessivo di 50 ore. Gli incontri saranno organizzati con cadenza quindicinale. Come richiesto da INPS, questi corsi NON possono essere condotti in modalità mista (in presenza e on line).

Programma del corso

Primo incontro (7 ore) – Il ruolo dei social per la PA e le competenze digitali come leva di inclusione e partecipazione

Perché un ente pubblico comunica sui social: obiettivi istituzionali, doveri di trasparenza e opportunità di ascolto. Come i canali social possono diventare uno strumento di inclusione e di avvicinamento ai cittadini/alle cittadine più lontani/e dai servizi digitali.

Secondo incontro (7 ore) – Costruire un piano di comunicazione social per le istituzioni

Le coordinate per costruire un piano di comunicazione: obiettivi, pubblici di riferimento, tono di voce, piattaforme e scelta dei canali. Normativa e linee guida di riferimento per la comunicazione istituzionale in rete. Gli strumenti per l'analisi dei dati e delle metriche dei canali social: come tradurre i risultati in scelte strategiche per la comunicazione.

Terzo incontro (7 ore) – Costruire un piano editoriale e progettare contenuti efficaci per i social

Dal piano di comunicazione al piano editoriale: come organizzare temi, formati e calendario dei contenuti. Strumenti pratici per pianificare tempi, ruoli e risorse della redazione social. Regole di scrittura e criteri per progettare contenuti social chiari, accessibili ed efficaci.

Quarto incontro (7 ore) – L'IA per la Pubblica Amministrazione: piattaforme e strumenti

Le principali piattaforme di intelligenza artificiale generativa applicate al lavoro quotidiano della PA. Come utilizzarle per velocizzare la produzione di contenuti, nel rispetto dei vincoli e delle responsabilità della comunicazione pubblica.

Quinto incontro (7 ore) – Dissenso e conflitti in rete

Tecniche di moderazione e gestione del dissenso sui canali social. Come selezionare i messaggi a cui rispondere e scegliere parole e tono, soprattutto di fronte a commenti negativi.

Sesto incontro (7 ore) – Disinformazione e comunicazione di crisi

Il ruolo dei social media nella gestione delle situazioni critiche. Come riconoscere disinformazione, bufale e fake news online. Strumenti e criteri per contrastare la cattiva informazione e tutelare l'autorevolezza dei canali istituzionali. Protocolli e buone pratiche per comunicare in modo tempestivo, chiaro e coerente durante un'emergenza o una crisi reputazionale.

Settimo incontro (8 ore) – Il/la social media manager nella PA

Competenze e responsabilità del/della social media manager nella PA: una professionalità in evoluzione, legata ai diversi contesti istituzionali. Prospettive di crescita professionale all'interno degli enti pubblici.

Metodologia di tutti gli incontri

La didattica combina lezioni frontali, casi di studio ed esercitazioni pratiche, con docenti che uniscono la riflessione accademica all'esperienza diretta nella comunicazione istituzionale e politica.

Durata del corso

Il corso si chiuderà entro 6 mesi dalla data del primo incontro.

Attestato e certificazioni

Alla fine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione a fronte della frequenza di almeno il 75% delle lezioni in aula. Tale attestato è valido ai fini della formazione annuale prevista dalla Direttiva Zangrillo per i/le dipendenti della PA (40 ore/anno).

Direttore didattico

LUCA TRAPPOLIN – Professore Associato di Sociologia dei Processi Culturali all'Università di Padova, Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISPPA). Da anni attivo nella progettazione e nel coordinamento di ricerche e ricerche-azione nazionali e internazionali su temi legati alle trasformazioni e ai conflitti delle società contemporanee.

Gruppo docenti (Faculty)

CLAUDIO RIVA, PhD, è Professore Associato presso il Dipartimento FISPPA dell'Università di Padova, insegna Sociologia dei media e dirige il Master in “Social media, opinione pubblica e marketing politico elettorale”. Si occupa di comunicazione politica e istituzionale, transmedialità, giovani e media digitali.

ANNALISA D'ERRICO è giornalista e comunicatrice istituzionale. Co-autrice di “Figli Virtuali. Percorso educativo alla tutela e alla complicità nella famiglia digitale” (Erickson, 2018) e di “#PA Brand Expert. Competenze e strumenti per i comunicatori della pubblica amministrazione” (FrancoAngeli, 2021). È membro del Cda della Fondazione Italia digitale. Si occupa di temi legati alla media education, al digitale e all'IA.

MARCO FURLAN è un professionista della comunicazione e della consulenza politica. Lavora in Strategy Design, dove si occupa di ufficio stampa, social media e comunicazione istituzionale, seguendo progetti legati alla politica e alla Pubblica Amministrazione. Cura inoltre StraTG, il podcast quotidiano di Strategy Design dedicato all'attualità politica e internazionale.

LUCA GIRELLI è un professionista della comunicazione digitale e dell'Intelligenza Artificiale applicata al marketing e ai processi aziendali. Da diversi anni lavora nel digital advertising, nei social media e nella consulenza, affiancando aziende, agenzie ed enti pubblici nello sviluppo di strategie digitali e nell'integrazione dell'AI nei processi di comunicazione e lavoro.

FRANCESCO INTINI è un consulente di comunicazione politica e strategia elettorale. Lavora in YouTrend, per cui è responsabile dell'area Political Intelligence, e segue progetti di comunicazione social e istituzionale per enti e Pubbliche Amministrazioni. È inoltre docente a contratto all'Università di Padova ed editorialista de La Gazzetta del Mezzogiorno.

BRUNO MASTROIANNI insegna Teoria e pratica dell'argomentazione digitale presso l'Università di Padova dove gestisce anche il laboratorio "La palestra del dibattito". È presidente della Commissione di Aggiornamento e Specializzazione Professionale (CASP) della Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FERPI) e fa parte del comitato scientifico di Fondazione Italia Digitale che ha lo scopo contribuire allo sviluppo di politiche legate al mondo digitale.

IRENE PROTO si occupa di Crisis Management, comunicazione di crisi e reputation management. Aiuta organizzazioni, istituzioni, aziende e leader a leggere i segnali deboli, decidere con lucidità sotto pressione e comunicare quando la complessità sembra travolgere tutto. Si è occupata della comunicazione di crisi dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina 2026 per il Comitato Organizzatore. Oggi opera come consulente, formatrice e speaker a livello nazionale ed internazionale.

Informazioni

Per qualsiasi informazione, scrivere al Direttore didattico del corso:

Prof. Luca Trappolin

Sede FISPPA di Via Cesarotti 10/12

35123 Padova

Email: luca.trappolin@unipd.it

Studio: 049-8274344

Cellulare: 340-0062864