

PIANO DI COMUNICAZIONE

a.s. 2024/25

1. Analisi del contesto

La progressiva evoluzione della società contemporanea in una società dell'informazione ha portato il legislatore ad intervenire più volte, a partire dagli anni '90, aprendo spazi sempre più ampi per la partecipazione dei cittadini e dei portatori di interesse (stakeholders) ai procedimenti amministrativi, e garantendo in generale una sempre maggiore trasparenza e accesso alle informazioni da parte delle Amministrazioni pubbliche.

Il processo, iniziato con la legge 241/1990 sul procedimento amministrativo, ha garantito dapprima la possibilità di accedere a singoli atti in presenza di interessi giuridicamente rilevanti. In anni più recenti, l'affermazione del principio di trasparenza ha ampliato notevolmente la portata dei

documenti accessibili, con le fattispecie dell'accesso civico (mancato rispetto di un obbligo di pubblicazione stabilito per legge) e dell'accesso generalizzato, istituito dal decreto legislativo 97/2016 (c.d. "Freedom of Information Act italiano").

Inoltre, la legge 150/2000 ha stabilito per tutte le amministrazioni pubbliche (ivi compresi gli istituti e scuole di ogni ordine e grado) l'obbligo di farsi parte attiva nel comunicare la propria attività all'esterno, in modo continuativo e puntuale.

La legge distingue tra comunicazione interna (rivolta a tutto il personale che lavora nell'organizzazione, in base al principio che lo riconosce come la prima interfaccia, e quindi la prima forma di comunicazione nei confronti del mondo esterno) e comunicazione esterna. Quest'ultima è suddivisa a sua volta fra informazione, rivolta ai cittadini, giornalisti e media, e comunicazione propriamente detta, che è rivolta principalmente ai cittadini, sia singoli che associati, e che si basa su un processo circolare, sulla interazione con gli utenti.

Alla legge ha fatto seguito la Direttiva 7 febbraio 2002 del Ministero della Funzione Pubblica, che assegna alle pubbliche amministrazioni il compito di definire ogni anno un programma delle iniziative di comunicazione, la quale deve contenere:

- a. la definizione degli obiettivi della comunicazione integrata,
- a. la descrizione delle azioni e tempi,
- a. la scelta dei mezzi di diffusione e il budget,
- a. la pianificazione delle attività di monitoraggio e valutazione.

Come primo punto dell'analisi di contesto appare utile specificare che l'istituzione scolastica ha finalità formative ed educative e si rapporta con diversi portatori di interesse, secondo il seguente schema indicativo:

Stakeholder	Servizi di interesse prioritario
Studenti delle scuole secondarie primo grado	Scelta scuola secondaria superiore
Studenti iscritti	Attività di studio e valutazione, orientamento in uscita
Famiglie	Attività di studio e valutazione, orientamento in entrate e in uscita
Personale	Qualità dell'ambiente lavorativo
Università ed Afam del territorio	Orientamento in uscita
EE.LL.	Attività istituzionali, garanzia diritto allo studio, servizi
Altre istituzioni del territorio	Collaborazioni e intese
Aziende e realtà associative del territorio	Collaborazioni e intese
Associazioni culturali ed enti del terzo settore	Collaborazioni e intese

2. Finalità ed obiettivi

La finalità di fondo della comunicazione è quella di illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative ed organizzative che si applicano alle istituzioni scolastiche, al fine di facilitarne l'applicazione; promuovere la conoscenza dei servizi erogati per facilitarne l'accesso; promuovere la conoscenza delle attività che si realizzano e diffondere l'identità sociale del Liceo; creare un clima di fiducia con gli stakeholders; aumentare la reputazione ed il prestigio del Liceo; favorire la partecipazione delle famiglie.

I messaggi chiave da veicolare sono i seguenti:

- Il Liceo Artistico offre una formazione completa e di qualità, favorisce la creatività, l'espressività e il pensiero critico degli studenti;
- Il Liceo Artistico crea una comunità inclusiva e accogliente dove ogni studente può esprimere il proprio talento ed esprimersi in libertà;
- Il Liceo Artistico apre le porte a diverse opportunità di carriera in settori come l'arte, il design, la comunicazione, l'architettura, la moda e la musica;
- Il Liceo Artistico collabora con il territorio per offrire agli studenti esperienze formative concrete e di valore.

Una comunicazione efficace può aiutare a costruire una comunità scolastica forte e coesa, migliorando l'esperienza formativa e la possibilità di inserimento lavorativo.

3. Temi prioritari di comunicazione

Identità del Liceo: l'identità culturale e progettuale dell'istituzione scolastica è, in parte, rappresentata nel Ptof, ma si completa con le norme di condotta, il linguaggio, i valori che si esprimono nelle azioni quotidiane. L'identità ha anche una connotazione sociale, relazionale: non si fonda solo sulla mission di fondo che le "norme generali sull'istruzione" attribuiscono ai diversi indirizzi di studio e sull'idea che la singola istituzione ha di sé stessa, ma dipende anche da come quell'istituzione viene percepita dagli stakeholders. E poiché l'identità percepita si fonda la possibilità di costruzione di un legame sociale, diviene importante l'impegno a trovare le modalità più efficaci per comunicarla. Il messaggio identitario di fondo che si vuol trasmettere è che il Liceo Artistico "Nervi-Severini" educa alla libertà, intesa come autonomia di giudizio, creatività e capacità espressiva.

Orientamento: promuovere l'orientamento in ingresso, riuscendo a comunicare che il Liceo è il punto di riferimento per l'istruzione artistica del territorio, ma anche una scuola inclusiva ed innovativa. Promuovere altresì i rapporti con Università ed istituti AFAM per la prosecuzione degli studi degli studenti in uscita dal Liceo.

Promozione attività di collaborazione: creare una rete di sinergie con istituzioni, enti ed associazioni culturali ed artistiche, enti del terzo settore e soggetti imprenditoriali sia per offrire opportunità di realizzazione di progetti durante l'esperienza di studio e Pcto, sia per promuovere occasioni di conoscenza di soggetti di riferimento per l'eventuale inserimento lavorativo, nonché per abituare gli studenti a realizzare progetti concreti ed innovativi per e con il territorio di riferimento.

Comunicazione a studenti, famiglie e personale: informare meglio studenti e famiglie sulle attività del Liceo, al fine di un più stretto raccordo, nell'ottica di migliorare il patto di corresponsabilità educativa. Attraverso la comunicazione coinvolgere maggiormente il personale docente ed Ata nella realizzazione del progetto di scuola che si intende affermare.

4. Obiettivi e target

Tema	Obiettivo	Target di riferimento
Identità della scuola	Promuovere la conoscenza e l'immagine del Liceo	Tutti gli stakeholders
Orientamento	Potenziare le attività di orientamento rivolte agli studenti in uscita dal primo ciclo. Promuovere conoscenza delle opportunità di studio per gli studenti in uscita dal Liceo	Studenti delle scuole secondarie di primo grado e loro famiglie. Studenti iscritti al Liceo
Promozione collaborazioni	Promuovere rapporti costruttivi con gli EE.LL., i soggetti istituzionali, culturali, produttivi ed associativi del territorio	Enti esterni
Rapporti con studenti e famiglie	Migliorare la conoscenza, da parte di studenti e famiglie, delle attività e delle disposizioni organizzative	Studenti iscritti e loro famiglie
Rapporti col personale scolastico	Migliorare la conoscenza delle attività e disposizioni organizzative anche al fine di promuovere coerenza tra l'azione del personale e l'identità della scuola	Docenti e personale ATA

5. Strumenti di comunicazione

Gli interventi ritenuti necessari al raggiungimento degli obiettivi precedentemente dichiarati saranno perseguiti tramite gli strumenti di comunicazione sottoindicati, attraverso i quali possono essere diffuse immagini degli studenti e del personale della scuola:

Area	Strumenti
Informazione e comunicazione istituzionale on line	Sito web
Relazioni con i media dell'informazione	Comunicati stampa, social network
Comunicazione interna	Circolari, sito web, riunioni in presenza
Promozione orientamento in ingresso	Utilizzo social network, open day, workshop e laboratori, locandine, brochure e pubblicazioni a stampa; collaborazioni con le scuole secondarie del primo ciclo
Orientamento in uscita	Collaborazione con Università, Afam ed aziende; stage e tirocini; counseling
Attività di promozione e valorizzazione istituzionale	Organizzazione eventi, comunicati stampa, uso dei social network
Relazione con le famiglie	Circolari, sito web, organizzazione incontri

6. Monitoraggio e valutazione dei risultati

Il monitoraggio e l'analisi dei risultati conseguiti è passaggio essenziale di qualsiasi programmazione dell'attività di comunicazione e strumento nevralgico per valutare l'efficacia delle misure apportate e la soddisfazione dell'utenza, per potere, quindi, intervenire per apportare eventuali correzioni e/o miglioramenti.

Le attività si svolgeranno mediante:

- Riscontro accessi al sito web istituzionale,

- Riscontro partecipazione agli eventi,
- Rassegna stampa e copertura mediatica,
- Feedback degli stakeholder.

7. Schede dei principali eventi da organizzare per l'a.s. 2024/25

Evento "orientamento in ingresso"

Descrizione	Raccordo con le istituzioni scolastiche secondarie di primo grado e organizzazione di 2-3 occasioni di apertura della scuola al pubblico
Obiettivi	Migliorare orientamento in ingresso
Contenuti	Presentazione caratteristiche e progetti del Liceo
Costi stimati	Costi per pubblicazione manifesti e brochure

Evento "TikTok stories"

Descrizione	Attività di comunicazione sul canale TikTok realizzato da alcuni studenti appositamente formati
Obiettivi	Valorizzare l'immagine della scuola e promuovere orientamento in ingresso
Contenuti	Post e video che riprendono le attività che si svolgono al Liceo nonché le persone che vi lavorano e lo frequentano
Costi stimati	Remunerazione tramite FIS dei docenti formatori e supervisori

Evento mostra di pittura/fotografica/multimediale/scultura/mosaico

Descrizione	Allestimento di mostre aperte alla cittadinanza, organizzate e realizzate dagli studenti
Obiettivi	Valorizzare l'immagine della scuola e promuovere la creatività
Contenuti	quadri, sculture, progetti grafici/multimediali, mosaici, short clips, ecc.
Costi stimati	Costo dei materiali e della pubblicità (manifesti, brochure, ecc.)

Evento concerti

Descrizione	Allestimento di concerti fatti dagli studenti del Liceo Musicale o ospitati nella nostra Aula Magna
Obiettivi	Valorizzare la creatività dei nostri studenti ed ospitare eventi di valore culturale aperti alla cittadinanza
Contenuti	concerti
Costi stimati	Costo dei materiali e della pubblicità (manifesti, brochure, ecc.)

Evento

Descrizione	
Obiettivi	
Contenuti	
Costi stimati	

Innovazione didattica: D.A.D.A.

In relazione agli attuali finanziamenti ricevuti con il PNRR e finalizzati al rinnovo di aule e laboratori e al contrasto alla dispersione scolastica, ai fondi in arrivo per la formazione di docenti, personale e alunni, nonché a quelli destinati alla progettazione del PNSD e del Piano di formazione, nell'ambito dell'innovazione didattica verrà elaborato un progetto correlato al digitale e alle tecnologie, alla ricerca e alla sperimentazione di nuove prassi educative e di adozione di metodologie attive e laboratoriali. Tale strategia sarà perseguita attraverso attività di ricerca-azioni, documentazione, supporto ai docenti alla formazione e alla riorganizzazione degli spazi della scuola.

Progetto "Didattica per ambienti di apprendimento" (DADA)

Presentazione

Il progetto prevede un'innovazione pedagogico-didattica e organizzativa da attuare attraverso una trasformazione degli ambienti scolastici e della pratica d'insegnamento. L'obiettivo è quello di trasformare gli alunni in soggetti attivi, motivati e concretamente partecipi della costruzione del loro sapere per migliorare il loro rendimento scolastico.

Il progetto è nato per valorizzare il buono del sistema educativo italiano, coniugandolo con la funzionalità organizzativa di matrice anglosassone, per colmare il *gap* con i *best performers* europei, migliorare ed incrementare il successo scolastico di ciascuno studente favorendone dinamiche motivazionali e di apprendimento efficaci all'acquisizione delle abilità di studio proprie del *Lifelong Learning*.

L'attuazione di DADA prevede la creazione di ambienti di apprendimento attivi, "classi senza aule", ambienti tematici dedicati ad una sola disciplina e nei quali saranno i ragazzi a spostarsi durante i cambi d'ora. Gli studenti diventeranno ancor più soggetti attivi e positivi di una formazione in cui il "fare" diventa determinante, arginando in parte i modelli formativi di tipo trasmissivo della didattica esclusivamente frontale, per lasciare spazio anche ai processi collaborativi, di *brain storming*, ricerca, *peer tutoring*, rielaborazione, presentazione: modelli nei quali il ruolo del docente assume carattere di facilitatore dell'apprendimento.

Descrizione

La didattica per ambienti di apprendimento rappresenta un cambiamento sicuramente percettibile della Scuola:

- non più gruppi di ragazzi (classi) che sostano in un'aula specifica in attesa che, uscito un docente, ne entri un altro;
- non più docenti che si trasferiscono, ogni ora, da un'aula all'altra portando con loro solo lo stretto indispensabile;
- ogni aula accoglierà libri e riviste tematiche, divenendo sede di una "biblioteca diffusa". La biblioteca scolastica uscirà dal suo luogo chiuso diffondendo la sua presenza visibilmente negli altri spazi della scuola. I libri della "biblioteca diffusa" saranno conservati in armadietti a vista nelle aule tematiche per essere consultati in orario scolastico o presi in prestito mediante richiesta al referente incaricato;
- ogni aula sarà corredata di lavagne digitali e connessione internet.

Ogni aula diverrà uno spazio che i docenti di dipartimento potranno, finalmente, personalizzare, abbellire e modificare secondo la loro sensibilità educativa, attrezzandola con strumenti specifici per insegnare la loro materia.

Obiettivi del progetto

Gli obiettivi che il progetto intende raggiungere sono di tipo didattico e comportamentale.

Obiettivi didattici:

- miglioramento dei risultati degli studenti nelle diverse discipline, anche in base all'indicazione del RAV e dal PDM, grazie alla sperimentazione di pratiche didattiche innovative e all'opportunità di sfruttare le possibilità offerte dalle nuove tecnologie;
- miglioramento della didattica individualizzata per ragazzi con certificazione DSA e BES;
- miglioramento della capacità di concentrazione durante le lezioni, grazie alla possibilità di spostarsi tra gli ambienti di apprendimento. Come testimoniato da accreditati studi neuro scientifici che riconoscono come il movimento del corpo contribuisca ad attivare la mente, gli spostamenti degli studenti saranno uno stimolo all'apprendimento;
- incremento della pratica laboratoriale e dell'approccio progettuale ai contenuti in accordo con le indicazioni della Commissione Europea e con il concetto di competenze chiave, in un'ottica attiva dell'apprendimento.

Obiettivi comportamentali :

- miglioramento del senso di responsabilità durante gli spostamenti nei corridoi che i ragazzi svolgeranno in autonomia, nel rispetto delle regole stabilite;
- aumento del senso di cura degli ambienti scolastici e delle risorse della scuola.

Punti di forza

- La condivisione dell'aula fra docenti e la prossimità fisica con i colleghi dello stesso dipartimento favorirà l'interazione, la collaborazione e la condivisione di idee e di soluzioni funzionali alla didattica, elementi che determineranno il miglioramento della qualità del lavoro e la valorizzazione delle singole competenze professionali.
- Maggiore cura delle aule da parte dei docenti e miglioramento delle dotazioni di ogni aula, scelte dagli insegnanti che ne fanno uso e da loro gestite.

Possibili criticità

- Gestione e controllo degli spostamenti dei ragazzi nei corridoi: gli spostamenti dovranno avvenire in modo autonomo e rapido, secondo regole prestabilite.
- Vigilanza durante l'intervallo, che i ragazzi trascorreranno in corridoio: vigilanza diffusa.
- Organizzazione delle supplenze per sostituire i colleghi assenti (quando un collega sarà assente chi lo sostituirà potrebbe trovarsi a fare lezione nell'aula del docente assente e non nella propria).