



## Social Media Policy Ud'A

### Principi generali

L'Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti - Pescara, con sede in Chieti, via del Vestini n.31 (di seguito Ud'A o Ateneo) ritiene fondamentale, per i propri fini istituzionali, implementare il dialogo con i propri studenti, dipendenti e con tutti i soggetti collegati al mondo accademico. Per questo motivo l'Ud'A intende fare proprie le linee guida su Social Media e PA pubblicate dal Ministero della Pubblica Amministrazione nel dicembre 2011, laddove in particolare in premessa testualmente si legge:

*"Il rapporto tra la Pubblica Amministrazione e i cittadini sta vivendo una fase di profondo mutamento: i siti istituzionali non costituiscono più il principale punto di accesso alle informazioni. Sempre più spesso i cittadini cercano sul Web la soluzione ai propri problemi, si informano attraverso le proprie reti di relazioni, cercano il dialogo diretto con il proprio interlocutore, sia esso un'azienda o un ente pubblico, all'interno di spazi pensati per una comunicazione a due vie.*

*La Pubblica Amministrazione italiana deve costruire nuove modalità di interazione e partecipazione, rafforzando la percezione di trasparenza e di efficienza.*

*In questo scenario, gli spazi di social networking rappresentano una grande opportunità per la PA, non solo per informare e comunicare in maniera efficace ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini.*

*Attraverso una presenza consapevole e pianificata nei siti del Web sociale, la Pubblica Amministrazione può iniziare un nuovo percorso di avvicinamento e di apertura ai cittadini in grado di favorire lo sviluppo di processi virtuosi di collaborazione, stimolando la partecipazione e la cittadinanza attiva".*

L'Ud'A intende, pertanto, attuare le indicazioni derivanti da tali Linee Guida incrementando la propria presenza sui social media esistenti e futuri, favorendo la partecipazione delle strutture e dei servizi dell'Ateneo e fornendo indicazioni utili a tutti coloro che intendano partecipare al dialogo che si apre grazie a questi canali.

La Social Ud'A Media Policy si articola in due sezioni:

- **interna**
- **esterna**

### Social Media Policy interna Ud'A

La social media policy interna definisce le principali regole di gestione degli strumenti implementati nell'ambito della strategia di comunicazione attraverso i social media da parte dell'Ud'A.

In altri termini è un documento destinato al personale interno e volto a regolare il rapporto tra l'organizzazione dell'Ud'A e la gestione dei social media.

L'Ud'A raccoglie in questa policy regole e indicazioni pratiche per la corretta gestione dei social network dell'Ateneo o di sue strutture quali Dipartimenti, Centri, ecc..

Attenersi alla policy è atto obbligatorio per poter essere inseriti ed operare nell'elenco dei social network ufficiali dell'Ud'A.

I social network istituzionali sono gestiti dal Servizio di Comunicazione Multimediale raggiungibile via mail all'indirizzo [co.media@unich.it](mailto:co.media@unich.it).

### **Aprire e gestire un account ufficiale**

Le strutture dell'Ateneo che vogliano creare un account di social network devono necessariamente comunicarlo al Servizio di Comunicazione Multimediale via mail a [co.media@unich.it](mailto:co.media@unich.it).

Nella comunicazione devono essere specificati la persona o le persone responsabili della pubblicazione dei contenuti e della moderazione di eventuali interventi esterni (c.d. Amministratore/i).



Le strutture dell'Ateneo che invece abbiano già un account attivo devono verificare che il medesimo sia conforme alla presente policy e, in caso contrario, attuare tutto quanto necessario per l'adeguamento, per poi darne comunicazione al Servizio di Comunicazione Multimediale via mail a [co.media@unich.it](mailto:co.media@unich.it).

Le informazioni pubblicate, in particolare quelle di pubblicità legale o di utilità pratica per il pubblico (ad es. bandi, opportunità formative e culturali), possono essere pubblicate anche sui social fermi restando i preventivi obblighi di pubblicità sul sito web istituzionale [www.unich.it](http://www.unich.it).

Gli account devono essere presidiati regolarmente.

Le informazioni pubblicate devono essere veritiere e in linea con l'immagine dell'Ateneo. Non possono essere promosse attività commerciali

### **Responsabilità degli Amministratori**

L'/gli amministratore/i dell'/degli account è/sono responsabile/i dei contenuti pubblicati, della sicurezza degli accessi e della protezione delle password.

Come meglio indicato nella policy esterna i canali social sono presidiati esclusivamente nelle fasce orarie lavorative, fermo restando ogni intervento che si rendesse necessario anche fuori dall'orario di lavoro; gli amministratori devono applicare la moderazione sui commenti offensivi, gli insulti, gli attacchi denigratori, la pornografia e la pedopornografia e gli annunci di natura e di interesse strettamente personali, i messaggi commerciali o politici, spam. La policy esterna deve essere linkata nella sezione "Informazioni" di ogni account.

L'amministratore dei canali social non esprime la sua opinione personale, nelle eventuali risposte, ma quella dell'Istituzione che rappresenta.

L'amministratore non può scrivere in prima persona e deve accertarsi di non infrangere alcun diritto di proprietà intellettuale prima di pubblicare il relativo contenuto.

### **Trattamento dei dati personali**

Il Trattamento dei dati personali degli utenti all'interno delle piattaforme di social media è regolato dai termini di servizio che ogni utente accetta al momento della registrazione e ai quali si rimanda.

I dati trasmessi dagli utenti attraverso messaggi inviati per il tramite dei canali social dell'Ud'A saranno trattati dal responsabile dell'account e dagli uffici nel rispetto del c.d. GDPR, Regolamento Europeo n.679 del 2016.

### **Uso del logo**

Sull'uso del logo Ud'A e/o della struttura, è necessario attenersi alle regole riportate nel manuale d'uso pubblicato sul sito web di Ateneo.

### **Disposizioni particolari**

#### **Facebook**

La mention, per l'account istituzionale di Ateneo, è @universitadannunzio.

Per le dimensioni delle immagini far riferimento alle linee guida riportate nella pagine raggiungibile dal link:

<https://www.facebook.com/MisureDimensioniPagine/>

#### **Twitter**

La mention, per l'account istituzionale di Ateneo, è @univUda.

Utilizzare l'hashtag #univUda per taggare le notizie che riguardano l'Ateneo.

#### **Instagram**

Per l'account istituzionale di Ateneo l'hashtag è #universitadannunzio e la mention è @universitadannunzio.

## **Social Media Policy esterna Ud'A**



In questa policy sono riportate le modalità per una corretta interazione con i Social Network dell'Ud'A, che rappresentano un canale aperto per la diffusione delle notizie, delle iniziative scientifiche e culturali, degli eventi e delle storie vissute all'interno dell'Ud'A e nel territorio.

L'adesione e la partecipazione alle attività dei canali Social comporta l'accettazione di questa policy, in cui sono riportate le regole da seguire per utilizzare al meglio tali canali.

L'interazione tra utenza ed i Social Network deve mantenersi positiva e rispettosa delle regole di buona educazione e *netiquette* (insieme di regole informali che disciplinano il buon comportamento di un utente sul web) tra gli utenti e nei confronti dell'Ud'A.

Gli amministratori dei Social Network dell'Ud'A moderano, a posteriori, i contenuti pubblicati e si riservano di nascondere, ignorare o rimuovere, bloccando eventualmente gli autori, i commenti che:

- incitano alla violenza o siano razzisti, offensivi o minacciosi, anche con riferimento alle confessioni religiose;
- abbiano intento denigratorio ed ostile nei confronti delle Istituzioni;
- siano pornografici, pedopornografici o comunque osceni;
- forniscano informazioni false, tendenziose o fuorvianti;
- risultino spam, ovvero inserzioni e promozioni di tipo commerciale o di interessi privati;
- violino i diritti di autore o la privacy degli utenti o di altre persone.

Si ricorda che:

- sono bene accette le critiche costruttive, poste nei toni, nelle modalità e nelle sedi adeguate, fermo restando che ciascun utente è personalmente responsabile dei commenti pubblicati e delle conseguenze giuridiche delle proprie dichiarazioni e comportamenti;
- l'Ud'A non ha alcun obbligo di replica a dette critiche;
- i Canali Social non sostituiscono in alcun modo le segreterie studenti e gli uffici di info studenti;
- l'informazione sui Social è complementare al sistema informativo di Ateneo. Le informazioni complete ed aggiornate sono reperibili sul Portale di Ateneo ([www.unich.it](http://www.unich.it)) e sui siti ad esso collegati;
- il trattamento dei dati personali degli utenti è sottoposto alle policy in uso dalle piattaforme utilizzate (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram ecc.).

Si precisa inoltre che:

- l'aggiornamento e la manutenzione dei canali Social è a cura del Servizio di Comunicazione Multimediale - Segreteria del Direttore Generale;
- i canali Social sono presidiati esclusivamente nelle fasce orarie lavorative, fermo restando ogni intervento che si rendesse necessario anche fuori dall'orario di lavoro;
- qualora siano poste domande specifiche lo staff del Servizio provvederà ad indicare gli uffici a cui rivolgersi;
- l'eventuale presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti nelle pagine dei Social Network, non è sotto il controllo dell'Ateneo, ma è gestita in autonomia dagli stessi Social Network;
- i commenti dei singoli utenti rappresentano le loro opinioni e non dell'Ud'A, che non è responsabile di ciò che viene pubblicato da terzi;
- i contenuti (testi, fotografie, infografiche, video e altri materiali) sono prodotti dall'Ud'A, anche con materiali in licenza Creative Commons<sup>1</sup> o acquistati. Si autorizza la libera condivisione menzionando l'originario canale di pubblicazione;

---

<sup>1</sup> Le licenze Creative Commons sono delle licenze di diritto d'autore redatte e messe a disposizione del pubblico a partire dal 16 dicembre 2002 da Creative Commons (CC), un'organizzazione non a scopo di lucro statunitense fondata nel 2001 da Lawrence Lessig, professore di diritto all'Harvard University.



- le strutture dipartimentali, i servizi, i corsi di studio o i progetti di Ateneo che hanno creato profili e pagine social, sono deputati alla relativa gestione, non rientrando quest'ultima nelle competenze del Servizio di Comunicazione Multimediale. Tali canali sono comunque censiti nell'elenco dei Social istituzionali dell'Ud'A.

### **Facebook**

L'Ateneo è presente su Facebook da agosto 2012. Da ottobre 2018 la pagina Facebook è curata dallo Staff del Servizio di Comunicazione Multimediale.

Le informazioni ivi presenti sono ricavate dal sito web di Ateneo, nel quale l'Ateneo le pubblica in via istituzionale, il tutto fermo restando che la pubblicazione sul canale sociale non garantisce la pubblicazione in forma integrale; ciò perché la notizia potrebbe essere adeguata al tono e alla forma comunicativa del canale social, sebbene debba rispettare il contenuto originale. La pubblicazione è inoltre subordinata al calendario editoriale stilato dallo Staff.

Gli eventi di cui si fornisce notizia sono quelli che si svolgono nelle sedi ufficiali dell'Ateneo o strettamente correlati all'Ud'A.

Sulla pagina Facebook trovano spazio gli eventi di maggior rilievo, che si tengono nei locali dell'Ateneo dei Campus di Chieti e di Pescara.

### **Twitter**

L'Ateneo "d'Annunzio" è presente su Twitter da settembre 2012. Da ottobre 2018 il profilo è curato dallo Staff del Servizio di Comunicazione Multimediale.

Le informazioni ivi presenti sono ricavate dal sito web di Ateneo, nel quale l'Ateneo le pubblica in via istituzionale, il tutto fermo restando che la pubblicazione sul canale sociale non garantisce la pubblicazione in forma integrale; ciò perché la notizia potrebbe essere adeguata al tono e alla forma comunicativa del canale social, sebbene debba rispettare il contenuto originale. La pubblicazione è inoltre subordinata al calendario editoriale stilato dallo Staff.

Gli eventi di cui si fornisce notizia sono quelli che si svolgono nei campus di Chieti e Pescara o correlati all'Ud'A; inoltre vengono pubblicate notizie relative alla ricerca o altre news di interesse, notizie relative alle situazioni di emergenza e avvisi per le chiusure festive o straordinarie.

### **Youtube**

L'Ateneo d'Annunzio è presente su Youtube da agosto 2014. Da ottobre 2018 il canale è curato dallo Staff del Servizio di Comunicazione Multimediale.

In esso vengono pubblicati i video prodotti dal Servizio di Comunicazione Multimediale in occasione di eventi, per illustrare servizi e novità inerenti alla didattica e alla vita di Ateneo.

### **Instagram**

L'Ateneo è presente su Instagram da gennaio 2019, il profilo è curato dallo Staff del Servizio di Comunicazione Multimediale.

In esso vengono pubblicate "stories", fotografie e video realizzati dal Servizio di Comunicazione Multimediale che illustrano e narrano la vita in Ateneo e gli eventi maggiori che vi si svolgono.

---

Queste licenze si ispirano al modello copyleft già diffuso negli anni precedenti in ambito informatico e possono essere applicate a tutti i tipi di opere dell'ingegno. In sostanza rappresentano una via di mezzo tra copyright completo (full-copyright) e pubblico dominio (public domain): da una parte la protezione totale realizzata dal modello all rights reserved ("tutti i diritti riservati") e dall'altra no rights reserved ("assenza totale di diritti"), basandosi dunque sul concetto some rights reserved ("alcuni diritti riservati"): in questo senso è quindi l'autore di un'opera che decide quali diritti riservarsi e quali concedere liberamente.