

ALLEGATO A

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI CAASSINO E DEL LAZIO MERIDIONALE

SOCIAL MEDIA POLICY

PREMESSA

L'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, consapevole dell'importanza sempre crescente dei social media quali strumento di comunicazione, condivisione e diffusione delle informazioni, ritiene opportuno condividere la presente Social Media Policy al fine di *rendere trasparenti le regole di interazione sugli spazi social in un'ottica di trasparenza e di definizione di processi e comportamenti organizzativi.*

I canali social dell'Università nascono con lo scopo di contribuire alla pubblicazione di notizie di interesse per tutta la comunità accademica, per gli studenti e per tutti gli stakeholders del territorio in merito alle attività istituzionali, alle iniziative ed agli eventi organizzati dall'Ateneo. Attualmente l'Università è presente sulle principali piattaforme social (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube) con profili di Ateneo e di singoli Dipartimenti, Centri di servizio, Corsi di studio, Uffici etc. Si rimanda all'ultima pagina per l'elenco completo.

PRINCIPI GENERALI

L'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale si impegna a gestire gli spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili social informando il proprio comportamento ai principi di trasparenza e correttezza per un confronto democratico e costruttivo.

L'Ateneo riconosce e garantisce il diritto di tutti a manifestare liberamente il proprio pensiero, con correttezza e misura, nel rispetto degli altri e delle regole del vivere civile e del confronto democratico.

Le presenti linee guida sono rivolte agli amministratori dei canali social Unicas ai fini di una corretta gestione dei profili ufficiali, e a tutti gli utenti dell'Ateneo per regolamentarne la partecipazione.

Nei social network ognuno è responsabile dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime.

Gli amministratori e gli utenti sono invitati ad utilizzare i social in modo responsabile, nel rispetto della normativa vigente in materia di privacy, di copyright e dei termini e delle

condizioni d'uso stabiliti dalla singola piattaforma usata.

I dati sensibili contenuti in commenti o post pubblici all'interno dei canali social dell'Università verranno rimossi o nascosti. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai canali #Unicas saranno trattati nel rispetto della normativa sulla privacy.

I commenti non sono preventivamente moderati, ma verranno tempestivamente rimossi contenuti ritenuti violenti, offensivi, razzisti, discriminatori o denigratori, nonché lesivi dell'immagine e della reputazione di questo Ateneo.

Parimenti, non è consentito utilizzare gli spazi social dell'Ateneo per scopi diversi da quelli istituzionali, postare forme di pubblicità commerciale né di promozione di interessi privati.

In caso di violazione delle presenti regole di condotta l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale si riserva di bloccare gli utenti, e nei casi più gravi si riserva di segnalarli ai filtri di moderazione dei social network stessi o alle forze dell'ordine.

È possibile condividere e commentare i contenuti pubblicati sugli account istituzionali dell'Ateneo nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy.

È possibile interagire con lo staff #Unicas sia pubblicamente che tramite messaggi privati.

L'Università non risponde di ulteriori pagine, account o gruppi, ad essa riferita, presenti sulle diverse piattaforme.

Le pagine social di Ateneo non costituiscono un'alternativa al Portale istituzionale, che rimane l'unico strumento ufficiale di comunicazione via web, ma vanno intese piuttosto come uno strumento di diffusione e di aggiornamento delle informazioni del portale, al quale rimandano, senza sostituirlo.

Gli utenti possono inviare segnalazioni relative ai contenuti di questa media policy all'indirizzo comunicazione@unicas.it.

REGOLE GENERALI DI USO PER GLI AMMINISTRATORI DELLE PAGINE SOCIAL #UNICAS

I. FINALITA'

Obiettivo dei canali social di Ateneo è raccontare l'università, coinvolgere gli studenti, comunicare il territorio.

Gestire un account social implica un lavoro di squadra, un efficace scambio di informazioni e di condivisione: per questo precisiamo che la Social Media Policy *non è un documento immutabile, ma al contrario va aggiornato in base agli eventuali cambiamenti di strategia dell'ente, nonché a*

valutazioni o cambiamenti che l'esperienza sul campo rivela utili.

Le presenti linee guida vogliono perciò essere uno strumento per indirizzare e coordinare il lavoro degli amministratori (Dipartimenti, Centri di servizio, uffici etc) e per favorire il dialogo, il confronto e la partecipazione con i propri utenti, in particolar modo con gli studenti.

II. REGOLE E MODERAZIONE

- È opportuno mantenere attiva la posizione social: l'account social deve essere **monitorato** e **aggiornato**, le notizie devono essere postate con frequenza e i contenuti gestiti con rapidità;
Gli studenti/utenti cercano un dialogo con l'Ateneo, un rapporto continuo e in tempo reale e le loro richieste o i loro commenti ai post dell'Università sono un importante feedback alle numerose attività promosse dall'Ateneo. I social sono conversazioni **real time** quindi l'assenza di attività restituisce un'immagine negativa dell'Amministrazione;
- Le **richieste** devono essere vagliate in tempi ragionevoli, inviando un messaggio di riscontro in tempi brevi: espressioni come *“in lavorazione”* o *“presa in carico”* dimostrano disponibilità ed efficienza, e consentono all'operatore di prendersi il tempo necessario per evadere la richiesta;
- È possibile indicare in quali **orari** sono attivi i canali, di modo da informarne gli utenti, abituati alla tempestività dell'interazione social;
- Ponderare le **risposte ai commenti**, tenendo in considerazione il fatto che l'amministratore esprime l'opinione dell'Ateneo che rappresenta, e non la sua opinione personale;
- Si consiglia di utilizzare un **linguaggio social** e informale, grammaticalmente corretto e accessibile ad un'ampia platea non specializzata, evitando termini ambigui, informazioni incomplete e concetti poco chiari;
- Tutte le comunicazioni social devono essere brevi ma esaustive, evitando informazioni ridondanti e preferendo collegamenti a pagine web ufficiali per gli approfondimenti e i dettagli;
- Prima di pubblicare un contenuto, valutarne attentamente l'**opportunità**, la corrispondenza con le finalità istituzionali dell'Ateneo e con il Piano di Comunicazione dell'Università;
- Postare contenuti 'esterni' solo se costituiscono un approfondimento o presentino un valore aggiunto. È possibile **condividere** e rilanciare messaggi di soggetti terzi (enti,

- istituzioni, associazioni etc) se costituiscono un approfondimento, se possono essere di interesse o utilità per il pubblico universitario e se rappresentano un valore aggiunto;
- Evitare **collegamenti** con pagine o profili di cui non sia chiara la fonte e prestare attenzione quando si mette un like o si diventa follower di profili di altri enti e organizzazioni;
 - **Verificare** la veridicità, la correttezza e l'opportunità delle notizie da pubblicare, anche chiedendo informazioni ai colleghi;
 - **In caso di errore** è opportuno ammetterlo con trasparenza e correggerlo con la massima rapidità;
 - È **vietato** postare informazioni personali riguardanti studenti, impiegati, docenti etc. o informazioni di cui gli amministratori siano a conoscenza in ragione del proprio rapporto professionale con #Unicas;
 - È **vietato** divulgare i contenuti di una conversazione privata senza la preventiva autorizzazione del mittente.

L'apertura di nuovi profili social deve essere comunicata all'Ufficio Comunicazione per il coordinamento delle attività di comunicazione ed ai fini dell'inserimento nella social media directory dell'Ateneo.

Ogni account social deve essere riconducibile ad un responsabile (docente, non docente, struttura, centro, ufficio etc); diversamente il responsabile sarà automaticamente individuato in colui che dirige la struttura o il centro.

Social Media Policy – Febbraio 2020
Aurelia De Rosa, Ufficio Comunicazione

Fonti:

- Linee guida della Funzione Pubblica
- “Social media e PA, dalla formazione ai consigli per l'uso” II ed. – FormezPA e Ministero per la Semplificazione e la Pubblica Amm.ne, in collaborazione con PASocial, Ass. Naz.le per la Nuova Comunicazione

ELENCO SOCIAL MEDIA #UNICAS

LINK AI SOCIAL DI ATENEO: <http://www.unicas.it/18709>

➤ FACEBOOK

- [Ateneo](#)
- [SCIRE - Delega alla Diffusione della Cultura e della Conoscenza](#)
- [CUOri - Centro Universitario per l'Orientamento](#)
- [Ingegneria Civile ed Ambientale](#)
- [Ingegneria Industriale](#)
- [Ingegneria Informatica e delle Telecomunicazioni](#)
- [Lettere e Filosofia](#)
- [Lingue](#)
- [Scienze Motorie](#)
- [Servizio Sociale](#)
- [Biblioteca Umanistica "Giorgio Aprea"](#)
- [Biblioteca di Area Giuridico-Economica](#)
- [Biblioteca dei Dipartimenti di Ingegneria](#)
- [Segreteria Studenti](#)
- [Corso di Specializzazione - sostegno IV ciclo](#)
- [Comitato di Ateneo per lo Sviluppo Sostenibile](#)
- [Unicità - l'Università incontra la città](#)
- [ALACLAM - Associazione Laureati Unicas](#)
- [Progetto Alfa contro la violenza](#)
- [Laboratorio di Fisiologia dell'Esercizio Fisico e dello Sport "Marco Marchetti"](#)
- [Museo Facile](#)

➤ INSTAGRAM

- [Ateneo](#)
- [CUOri - Centro Universitario per l'ORientamento](#)
- [Lettere e Filosofia](#)
- [Scienze Motorie](#)
- [Laboratorio di Fisiologia dell'Esercizio Fisico e dello Sport "Marco Marchetti"](#)

➤ TWITTER

- [Ateneo](#)
- [Ingegneria Industriale](#)

➤ LINKEDIN

- [Ateneo](#)

➤ CANALI YOUTUBE

- [Ateneo](#)
- [Corsi](#)