



## SOCIAL MEDIA VADEMECUM DI ATENEO

A cura del Gruppo di lavoro comunicazione su internet di Ateneo

Con la collaborazione di:

dott.ssa Paola Andreucci

dott.ssa Alessia del Noce

dott.ssa Anna Bisogno

8 ottobre 2019

## Sommario

PREMESSA .....	3
CREAZIONE DI PROFILI ISTITUZIONALI .....	3
REGOLE PER L'UTILIZZO INTERNO DEI SOCIAL MEDIA.....	4
Modalità di gestione di profili istituzionali.....	5
Produzione e pubblicazione dei contenuti.....	6
Tag .....	6
Linguaggio e stile .....	6
Gestione di critiche e/o commenti negativi.....	7
Uso di profilo personale.....	7
REGOLE PER L'UTILIZZO ESTERNO DEI SOCIAL MEDIA .....	8
L'Università degli Studi Roma Tre utilizza i social media per informare gli utenti su eventi, iniziative, progetti, informazioni e avvisi di servizio (scadenze, bandi, opportunità di coinvolgimento e partecipazione). .....	8
Divieti .....	8
Gestione richieste .....	9
Moderazione .....	9
Privacy.....	9

## PREMESSA

L'Università degli Studi Roma Tre utilizza i canali social per rilanciare i contenuti della propria attività istituzionale, per diffondere servizi messi a disposizione e notizie di interesse generale e per promuovere eventi e forme di partecipazione dell'utenza senza per questo sostituire le funzioni dell'Urp (Ufficio Relazioni con il Pubblico), che resta un fondamentale punto di contatto tra l'Ateneo e gli utenti. Inoltre, i social di Roma Tre interagiscono in stretta collaborazione con l'Ufficio Comunicazione per produrre l'agenda setting unitamente a testi, video, immagini utili alla comunicazione dei contenuti.

Roma Tre è presente con i suoi canali ufficiali su:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- YouTube

Attraverso i canali social l'Università degli Studi Roma Tre:

- informa su servizi, eventi, attività istituzionali e notizie di interesse generale
- promuove e racconta i principali eventi
- comunica iniziative, scadenze e altre notizie utili per studentesse e studenti
- diffonde i principali risultati delle ricerche scientifiche dell'Ateneo

L'Ateneo considera l'uso dei social network uno strumento utile per indagare la soddisfazione, i bisogni e la valutazione degli utenti e per innalzare il rapporto di efficienza ed efficacia delle prestazioni erogate, migliorandone la qualità e la vicinanza ai propri stakeholders.

Il presente documento dell'Università degli Studi Roma Tre si ispira al «Vademecum Pubblica Amministrazione e social media» cui si rinvia per approfondimenti e integrazioni.

## CREAZIONE DI PROFILI ISTITUZIONALI

La creazione di un canale social non presente tra i canali ufficiali di Roma Tre è subordinata alla preventiva attivazione del canale ufficiale da parte dell'Ateneo.

Per la creazione di un profilo istituzionale, la cosiddetta pagina social, non è necessaria nessuna autorizzazione preventiva da parte degli organi di Ateneo, purché venga creato e gestito nel rispetto di quanto indicato in queste linee guida e nel «Vademecum Pubblica Amministrazione e social media».

**È sconsigliata la creazione di più profili per una stessa struttura.** Laddove si ritenesse opportuna la creazione di più profili, questi devono essere gestiti in modo coordinato e uniforme.

Per definire gli obiettivi dell'attivazione di profili sui social network è a disposizione l'Area di supporto tecnologico alla comunicazione e alle relazioni con i media.

Per la creazione di nuovi profili istituzionali è necessario:

#### **per l'Amministrazione Centrale**

- sottoporre la proposta all'approvazione del Dirigente di riferimento
- segnalare all'Ufficio Comunicazione la creazione del nuovo profilo, anche ai fini della verifica della denominazione scelta
- segnalare all'Ufficio Comunicazione il nome del personale incaricato, anche se collaboratore, così come ogni variazione successiva
- aprire la pagina istituzionale utilizzando un account chiaramente attribuibile all'Area/Ufficio
- quando permesso dalla piattaforma, il profilo deve essere verificato come ufficiale
- rendere ben visibile il logo istituzionale di Roma Tre nella foto del profilo
- inserire i contatti e i riferimenti nei campi previsti

#### **per le Strutture didattiche e di ricerca**

- sottoporre la proposta all'approvazione del Direttore/Presidente della struttura di riferimento
- segnalare all'Ufficio Comunicazione la creazione del nuovo profilo, anche ai fini della verifica della denominazione scelta
- segnalare all'Ufficio Comunicazione il nome del personale incaricato, anche se collaboratore, così come ogni variazione successiva
- aprire la pagina istituzionale utilizzando un account chiaramente attribuibile alla struttura che lo utilizza
- quando permesso dalla piattaforma, il profilo deve essere verificato come ufficiale
- rendere ben visibile il logo istituzionale di Roma Tre nella foto del profilo
- inserire i contatti e i riferimenti nei campi previsti

## **REGOLE PER L'UTILIZZO INTERNO DEI SOCIAL MEDIA**

Il Vademecum interno per l'utilizzo dei Social Media fornisce le principali norme di comportamento che tutto il personale è tenuto a osservare quando utilizza i social media e pubblica contenuti e commenti.

La pubblicazione, il controllo e l'analisi delle pagine social dell'Università degli Studi Roma Tre e delle strutture dell'Ateneo devono essere gestite da personale espressamente autorizzato da:

- dirigenti o responsabili di area per l'amministrazione centrale
- direttori/presidenti per le altre strutture

L'amministratore dei profili social attivati è direttamente responsabile dei contenuti pubblicati, restano in ogni caso responsabili in solido i dirigenti, direttori e presidenti di cui sopra.

Come previsto dal «Vademecum Pubblica Amministrazione e social media», l'uso dei canali social può essere ricondotto a due tipologie:

**1. uso in rappresentanza dell'Ente:** è il caso in cui un utente, autorizzato dall'Amministrazione, accede a un sito di social networking con un profilo istituzionale e attraverso esso agisce in nome e per conto dell'Ente;

**2. uso privato:** è il caso in cui un utente accede a un sito di social networking con un profilo personale per i propri interessi. In tal caso, al di là della prassi d'accesso dal luogo di lavoro, va considerato che la persona può essere comunque identificata dagli altri utenti dello stesso social network come un dipendente della PA e, come tale, deve impegnarsi a mantenere un comportamento corretto.

## Modalità di gestione di profili istituzionali

L'utilizzo scorretto dei canali social può danneggiare anche gravemente l'immagine e la reputazione dell'Ateneo, può esporlo a sospensioni o cancellazioni del profilo, nel caso non si rispettino i termini del servizio, o a cause legali nel caso vengano pubblicati contenuti lesivi del diritto d'autore e di proprietà intellettuale o della privacy.

La presenza dell'Università sui social media deve:

- essere coerente nei contenuti e nello stile con gli altri canali di comunicazione
- contenere informazioni costantemente aggiornate

Chi utilizza un profilo istituzionale deve:

- avere un comportamento corretto, professionale ed empatico con l'utenza
- mantenere un atteggiamento di ascolto
- qualora previsto, dare risposte in tempi rapidi
- evitare litigi e non rispondere mai alle provocazioni

All'interno del profilo social è vietato:

- inserire commenti che siano volgari, offensivi, lesivi di alcuno o denigratori
- utilizzare le pagine social per propaganda politica
- pubblicare informazioni che violino la riservatezza degli utenti o il diritto d'autore
- utilizzare le pagine social come strumento di autopromozione personale o come profilo privato
- incitare alla violazione delle regole
- inserire avvisi pubblicitari

I “following” e le “amicizie” sui social media devono essere attentamente ponderate in relazione alle finalità istituzionali dell’Ateneo.

È consentito seguire solo profili ufficiali legati a istituzioni o enti di ricerca pubblici (Ministeri, Prefettura, Università, ecc.) ma non alla personalità pubblica o politica.

## Produzione e pubblicazione dei contenuti

L’Università degli Studi Roma Tre promuove sui propri canali social contenuti testuali, fotografici e video, che nel momento della pubblicazione devono rispondere sempre ai seguenti criteri:

- verifica della veridicità della notizia
- verifica dell’attendibilità della fonte nel caso di collegamenti a profili o pagine esterni all’Ateneo
- diffusione di novità relative a progetti, eventi, servizi dell’ente, di concreta utilità per gli utenti
- attualità della notizia a cui il contenuto social deve riferirsi
- contenuti a norma con le leggi sul diritto d’autore e sulla privacy, che non pubblicizzino marchi aziendali e non riportino informazioni riservate o protette da copyright

Le informazioni pubblicate sui profili dell’amministrazione centrale valgono come comunicazione ufficiale che le altre pagine con profilo Roma Tre devono condividere se d’interesse generale.

Nello stesso spirito, le informazioni ritenute rilevanti per la comunità accademica pubblicate sui profili delle altre strutture (Scuole, Dipartimenti, Centri, Biblioteche, ecc.) devono prevedere il tag del profilo ufficiale di Ateneo.

È bene che le notizie di interesse generale vengano condivise tra i canali delle strutture coinvolte.

## Tag

I TAG (etichetta, identificatore) rappresentano uno strumento utile per organizzare le informazioni pubblicate sui social network. Il loro utilizzo consente di creare un link tra chi pubblica e chi o cosa viene etichettato, rendendo l’oggetto dell’informazione classificabile ai fini di una ricerca basata su parole chiave.

È importante in fase di pubblicazione dell’informazione, individuare i TAG utili (ad es. Ministeri, enti, Scuole di formazione, altri Atenei, istituzioni a vario livello, partnership, etc.) per consentire una maggiore circolazione, diffusione, condivisione e identificazione dell’evento/notizia organizzato dall’Ateneo o di cui l’Ateneo è promotore.

La parola chiave adottata nel TAG rende inoltre l’informazione facilmente individuabile dai motori di ricerca.

## Linguaggio e stile

Sui social network di Ateneo il tono è informale senza per questo far perdere credibilità alle informazioni pubblicate.

Sono valide le regole per la redazione web: scrivere in un italiano corretto, scrivere solo fatti certi e verificati, non mancare di rispetto a persone e/o aziende (pubbliche o private), gruppi o categorie di persone e istituzioni.

È necessario:

- utilizzare il “tu”
- usare emoticon solo ed esclusivamente in funzione complementare del testo e pertinenti all’argomento
- non utilizzare caratteri MAIUSCOLI in quanto equivalgono a un tono di voce alto
- gli abbreviati possono essere utilizzati solo se strettamente necessari (ad esempio su twitter “info” per la parola informazioni), ma non in altri casi (per esempio la lettera “k” al posto di “ch” o “xké” anziché “perché”)
- avviare le risposte con un ringraziamento o con un saluto
- essere sintetici e ridurre la lunghezza dei link
- non assumere toni polemici, anche in caso di reclami o giudizi negativi sull’Ateneo

Si suggerisce di aggiungere a ogni link un breve testo descrittivo che metta in evidenza tramite l’hashtag (#) le parole chiave.

## Gestione di critiche e/o commenti negativi

Quando su un profilo social di Ateneo viene pubblicata una critica o un commento negativo è necessario:

- contattare i competenti Uffici per condividere l’eventuale risposta
- non arrivare a uno scontro con l’interlocutore, né tantomeno rispondere a eventuali insulti con altri insulti e offese
- non cancellare, censurare o modificare critiche e commenti negativi (fermo restando quanto previsto nel Vademecum esterno).

## Uso di profilo personale

Il personale dell’Università degli Studi Roma Tre, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri profili privati sui social media è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento, tese a garantire la salvaguardia dell’ente e delle persone che vi lavorano.

Il dipendente che sceglie di rendere nota la sua attività lavorativa, è tenuto a specificare nelle informazioni biografiche personali che le opinioni espresse hanno carattere personale evitando la trasmissione e la diffusione di messaggi minatori e ingiuriosi.

Il personale dell’Università degli Studi Roma Tre:

- non può divulgare attraverso i social media informazioni riservate sulla sua attività lavorativa

- deve sempre ricordarsi che i propri contenuti, anche se privati, una volta messi in rete possono avere risonanza globale
- deve rispettare la privacy dei colleghi, evitando riferimenti all'attività lavorativa svolta, fatte salve le informazioni di dominio pubblico
- ad eccezione di eventi pubblici, non può divulgare foto, video o altro materiale multimediale che riprenda locali e personale senza l'esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte
- non può aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'Università degli Studi Roma Tre
- non può utilizzare sul profilo personale il logo dell'Ateneo

I dipendenti abilitati all'utilizzo dei social istituzionali, che possiedano anche profilo di tipo personale, sono chiamati alla massima attenzione nell'utilizzo dei profili adottando tutte le accortezze necessarie, anche tecniche, per evitare lo scambio dei profili durante l'utilizzo degli strumenti.

## REGOLE PER L'UTILIZZO ESTERNO DEI SOCIAL MEDIA

L'Università degli Studi Roma Tre utilizza i social media per informare gli utenti su eventi, iniziative, progetti, informazioni e avvisi di servizio (scadenze, bandi, opportunità di coinvolgimento e partecipazione).

Gli spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei profili social network dell'Ateneo richiedono il rispetto, da parte degli utenti, di alcune regole:

- presentare dati e fatti verificandone l'attendibilità
- esporre la propria opinione con correttezza e misura
- rispettare le opinioni altrui
- evitare riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi

L'Ateneo può condividere e rilanciare occasionalmente contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzati da soggetti terzi verificandone, per quanto possibile, l'attendibilità. In questi casi l'Ateneo non si assume alcuna responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate.

L'eventuale presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati dall'Università nelle pagine dei social network, non è sotto il controllo dell'Ateneo, ma dei gestori delle piattaforme. Nessuna rilevanza può quindi assumersi per eventuali rimostranze inoltrate su tali contenuti.

## Divieti

- Non sono tollerati insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti violenti e contrari alle regole del confronto democratico
- I contenuti pubblicati devono rispettare sempre la privacy delle persone



- Non è possibile utilizzare gli spazi social per annunci di natura personale o per propaganda politica
- Non è tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali
- Non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati
- Non saranno tollerati atteggiamenti che ledano la dignità delle persone e il decoro delle Istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza

I commenti e i post degli utenti che taggano l'Ateneo rappresentano l'opinione dei singoli e non quella di Roma Tre che, pertanto, non può essere ritenuta responsabile né associata a ciò che viene postato sui canali da terzi.

## Gestione richieste

L'utilizzo dei Social Media non sostituisce le modalità previste di interazione con gli uffici.

## Moderazione

La moderazione da parte dell'Ateneo è finalizzata al contenimento di eventuali comportamenti che violino le condizioni esposte in questo documento. In questi casi l'Ateneo si riserva la possibilità di rimuovere i contenuti, allontanare gli utenti dai propri spazi ed eventualmente segnalarli ai filtri di moderazione del social network ospitante.

Sono soggetti a moderazione commenti e contenuti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato; osservazioni pro o contro campagne politiche o indicazioni di voto; commenti e post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social; spam.

## Privacy

Si ricorda che il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate (Facebook, Twitter, YouTube, etc.). Si rammenta che i dati personali postati in commenti o post pubblici all'interno dei canali social dell'Ateneo verranno rimossi. Tutti gli altri dati condivisi dagli utenti saranno trattati nel rispetto della normativa sulla tutela della privacy.