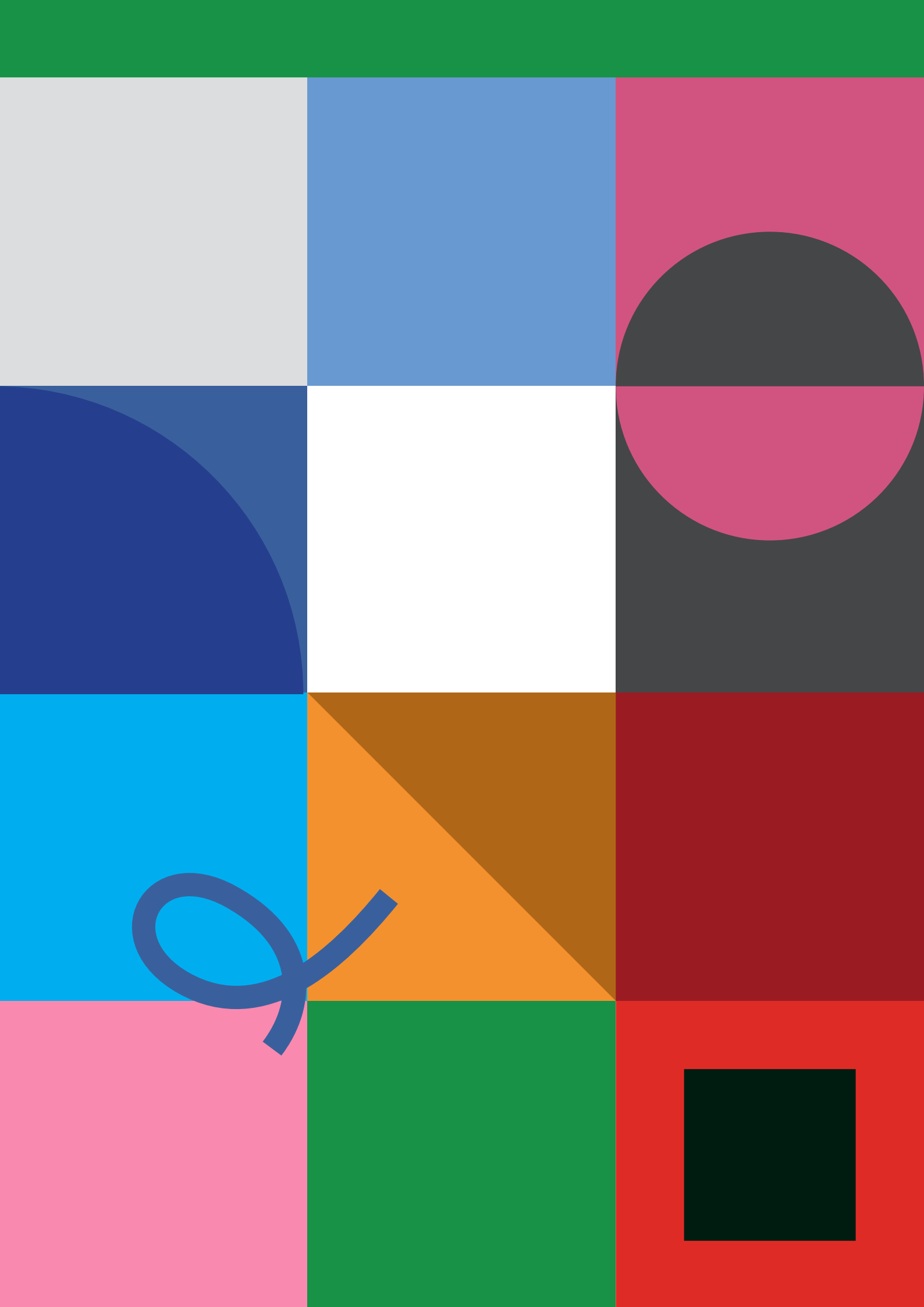




UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BRESCIA



Social Media Policy



Indice

Social Media Policy esterna 4

Social Media Policy interna 6



Social Media Policy esterna

L'Università degli Studi di Brescia è presente sulle principali piattaforme di Social Media con account istituzionali, gestiti dalla U.O.C. Comunicazione.



U.O.C. Comunicazione
comunicazione@unibs.it
030 2988 231

Gli account istituzionali di Ateneo

Facebook

@unibs.official



Instagram

@unibs.official



Twitter

@unibs_official



Linkedin

@Università degli Studi di Brescia



Youtube

@unibs_official



Flickr

unibs_official



Cosa comunichiamo sui nostri account social

- Notizie, eventi e cerimonie istituzionali
- Opportunità e servizi per gli studenti
- Didattica
- Progetti di ricerca e pubblicazioni scientifiche
- Iniziative di Terza Missione
- Progetti di cooperazione e mobilità internazionale
- Lauree
- Ricondivisione di immagini dell'Ateneo

L'hashtag istituzionale

L'Università degli Studi di Brescia invita ad usare l'hashtag #unibs per i contenuti condivisi su account e pagine social istituzionali.

#unibs

Regole di comportamento e di moderazione

L'Università degli Studi di Brescia riconosce e promuove il più ampio diritto di intervenire nei commenti e mediante messaggi diretti purché siano osservate le regole di educazione e di rispetto delle opinioni altrui.

L'Ateneo aderisce alle linee guida e alle condizioni di utilizzo stabilite dalle principali piattaforme social (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn e Flickr).

Per l'Università degli Studi di Brescia i canali social istituzionali rappresentano uno spazio di comunicazione, ascolto e coinvolgimento. A fronte del mancato rispetto delle regole di comportamento da parte dei membri della propria community, l'Ateneo si riserva la facoltà di segnalare i contenuti alle piattaforme social coinvolte e alle autorità giudiziarie competenti.



L'Università degli Studi di Brescia promuove la pubblicazione di:

- commenti pertinenti con il tema pubblicato, forieri di un dialogo costruttivo con la community



Non saranno pubblicati o saranno bloccati e rimossi:

- commenti, anche con immagini, gif, video e link, di contenuto violento, provocatorio, minatorio, discriminatorio, calunnioso, volgare e offensivo
- commenti contenenti dati e informazioni personali riservate o sensibili che possono provocare danni o ledere la reputazione dell'individuo
- contenuti testuali o audio/video con dati personali che violano il diritto d'autore, il GDPR, il regolamento europeo n.2016/679 e la legge italiana sulla privacy (D. Lgs n.196/2003 e successive modifiche e integrazioni) o comunque contrari alle norme di legge
- messaggi pubblicitari o comunicazioni ripetitive e disturbanti per la community (spam), in contrasto con i termini di utilizzo dei rispettivi canali social

Responsabilità dei contenuti pubblicati

L'amministratore dei profili social di Ateneo è direttamente responsabile dell'uso delle pagine social, delle informazioni che immette, delle modalità con cui opera, dei siti web o pagine internet ai quali abbia stabilito collegamento tramite link. L'Ateneo non è in grado di esercitare il pieno e immediato controllo sulle informazioni pubblicate da terzi e nel profilo delle pagine social, ove possibile, esplicita che non si assume alcuna responsabilità per le informazioni immesse dagli utenti. La pubblicazione di informazioni sulle pagine social dell'Ateneo costituisce accettazione esplicita di quanto sopra.



Social Media Policy interna

Definizione

La Social Media Policy interna definisce le principali regole di comportamento che i dipendenti sono tenuti a osservare sui social media:

- quando accedono con i propri account personali;
- quando li utilizzano nell'ambito delle proprie funzioni istituzionali.

La Social Media Policy interna regola pertanto sia l'uso privato, sia ruoli e funzioni di chi gestisce gli account istituzionali dell'Università degli Studi di Brescia.

Destinatari

I destinatari della Social Media Policy interna sono tutti i dipendenti dell'Università degli Studi di Brescia, i collaboratori e i consulenti di agenzie esterne a cui l'Università degli Studi di Brescia si affida per la realizzazione dei propri progetti.

Uso privato dei social media

I profili social del personale, di collaboratori e consulenti dell'Università degli Studi di Brescia sono gestiti a titolo personale e in autonomia, nel rispetto del Codice di comportamento e delle indicazioni presenti in questa Social Media Policy Interna.

Con propri account personali, i dipendenti dell'Università degli Studi di Brescia sono autorizzati ad accedere ai social media e a consultarli nell'orario di lavoro esclusivamente per scopi istituzionali e di informazione.

Nel caso in cui il personale dipendente acceda a un sito di social networking con un account personale, deve tenere presente che può essere comunque identificato dagli altri utenti dello stesso social network come un dipendente dell'Università degli Studi di Brescia e, come tale, deve impegnarsi a mantenere un comportamento corretto, rispettoso e responsabile, sia nei confronti degli utenti che nei confronti della propria Amministrazione.

Per queste ragioni è necessario attenersi a una serie di indicazioni di seguito elencate.


1

Essere attenti a come ci si presenta.

I confini tra pubblico e privato, tra professionale e personale non sono sempre distinguibili dagli utenti della rete: se ci si identifica come dipendenti dell'Università degli Studi di Brescia, è necessario assicurarsi che il contenuto associato al dipendente non sia lesivo dell'immagine dell'Amministrazione. Al fine di ridurre al minimo il rischio di equivoco si consiglia di mettere in chiaro che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non a nome dell'Amministrazione.

2

Ogni dipendente deve evitare di diffondere informazioni, commenti o immagini, volutamente atti a ledere l'immagine o l'onorabilità di cittadini, di colleghi o dell'amministrazione in generale.

3

Rispettare tutti gli utenti e i colleghi.

È importante ricordare che l'Università degli Studi di Brescia è un'organizzazione complessa i cui dipendenti e utenti riflettono un insieme diversificato di costumi, valori e punti di vista per cui è opportuno esprimersi sempre con rispetto, salvaguardando la riservatezza e la dignità delle persone.

4

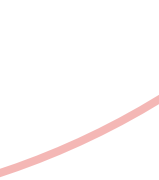
Rispettare la privacy dei colleghi.

I social media e la rete in generale non devono essere utilizzati per le comunicazioni interne tra i colleghi né per la gestione di disaccordi o divergenze, né possono essere divulgate foto che identifichino le persone senza il loro consenso ai sensi della normativa in materia di privacy. Sui social e in rete è necessario mantenere l'ambiente di lavoro confortevole e professionale.

5

Rispettare la privacy degli utenti.

Come previsto dalla normativa è vietato utilizzare o discutere sui social network eventuali informazioni personali riguardanti gli utenti per qualsiasi scopo.



Proteggere le informazioni e le immagini riservate in possesso.

6

Come da normativa vigente, ogni dipendente ha l'obbligo di proteggere le informazioni riservate dell'amministrazione. È vietato rendere pubbliche informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti (soggetti privati, altri dipendenti, altre Pubbliche Amministrazioni, eccetera) di cui si è a conoscenza, o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso.

7

Si consiglia di utilizzare sempre fonti ufficiali per condividere informazioni dal proprio account personale.

8

Rispetto dei diritti di proprietà intellettuale e industriale.

Per la protezione dei dipendenti è fondamentale che ci si attenga a tutte le leggi in materia di proprietà intellettuale e industriale. Questo significa che non si devono utilizzare il logo o le immagini istituzionali in maniera indebita. Inoltre, non è consentito copiare, digitalizzare, modificare o distribuire qualsiasi parte di un lavoro protetto da proprietà intellettuale, salve le eccezioni previste dalla legge, o laddove si sia ottenuto una licenza per iscritto, da parte del legittimo titolare dei diritti. Nel caso in cui alle opere sia applicata una licenza libera (ad esempio Creative Commons) occorre comunque rispettare i termini di tale licenza.

9

Rispettare il codice di comportamento e il codice etico.

Ogni dipendente consulente o collaboratore, a seguito della sottoscrizione del contratto di lavoro o di consulenza o collaborazione, è vincolato al rispetto del Codice di Comportamento dell'Università degli Studi di Brescia che recepisce il DPR 16 Aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici". Il dipendente o collaboratore è tenuto, nella comunicazione sui social network, anche al rispetto del Codice Etico di Ateneo e, più in generale, al rispetto della dignità dell'Ateneo.

Responsabilità dei profili istituzionali

La struttura che si occupa della gestione dei profili istituzionali dell'Università degli Studi di Brescia (pubblicazione contenuti, interazioni con gli Utenti, monitoraggio degli aggiornamenti dei termini di servizio) è la U.O.C. Comunicazione.

I contenuti, pubblicati con stile comunicativo semplice e diretto, riguardano prevalentemente attività istituzionali, iniziative, nuovi servizi, eventi, in un'ottica di coordinamento con gli altri strumenti di comunicazione di cui è dotata l'Università degli Studi di Brescia.

Fatte salve ulteriori sanzioni previste dalla legge, l'utilizzo improprio dei profili social dell'amministrazione costituisce, per i dipendenti, violazione del Codice di comportamento e determina, nel rispetto dei principi di gradualità e proporzionalità, l'applicazione delle sanzioni disciplinari previste dalle disposizioni di legge e dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro vigente, fatto salvo comunque il diritto dell'Università degli Studi di Brescia al risarcimento dei danni eventualmente patiti a causa della condotta del lavoratore.

Il mancato rispetto delle regole e dei divieti sopraindicati costituisce, per i collaboratori esterni, violazione degli obblighi contrattuali.

Fatta salva l'indicazione secondo la quale la condivisione dei contenuti deve avvenire prioritariamente sulle pagine social istituzionali, la U.O.C. Comunicazione può autorizzare – su richiesta – l'apertura di nuovi profili o pagine sui social media, purché motivata (indicazione del pubblico di riferimento, piano editoriale dei contenuti, amministratore dell'account). In particolare, sui social network possono essere diffusi eventi, iniziative e attività promozionali, progetti speciali, progetti europei, per i quali può essere utile – e talvolta necessario – creare una community.

La U.O.C. Comunicazione può autorizzare – su richiesta – l'apertura di nuovi profili o pagine sui social media, purché motivata e comunque con la norma che i contenuti diffusi attraverso le piattaforme social debbano prima essere pubblicati, inclusi e/o promossi sul sito istituzionale. In particolare, sui social network possono essere diffusi eventi, iniziative e attività promozionali, progetti speciali, progetti europei, per i quali può essere utile – e talvolta necessario – creare una community.

I profili e le pagine devono essere aperti e gestiti solo ed esclusivamente per mezzo di account ufficiali e autorizzati dalla U.O.C. Comunicazione. Non è permessa alcuna deroga. È pertanto assolutamente vietato creare pagine e profili attraverso account o per conto di gruppi e strutture non autorizzati.

I social media editor ai quali viene delegato di agire in nome e per conto dell'Università degli Studi di Brescia devono rispettare quanto contenuto nelle policy dell'Università e tutte le norme di comportamento dei dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni.

Al momento di ogni autorizzazione, la U.O.C. Comunicazione indicherà il codice di comportamento del personale nelle attività di gestione della pagina o del profilo autorizzati, specificando le regole d'ingaggio nei rapporti con il pubblico, le modalità di risposta e gli stili di relazione.

Per ogni evenienza, la U.O.C. Comunicazione deve essere in grado di poter accedere e intervenire sulle pagine e i profili istituzionali. Eventuali password, incluse quelle personali dei dipendenti e dei collaboratori che hanno accesso ai social media dell'Università degli Studi di Brescia, dovranno rispettare rigorosi requisiti di sicurezza.



La U.O.C. Comunicazione mantiene un elenco costantemente aggiornato dei soggetti autorizzati a operare sulle pagine o sugli account, e disattiva prontamente le autorizzazioni relative a soggetti non più legittimati.

In ogni profilo o pagina autorizzati sui siti di social networking, è necessario indicare chiaramente l'Ente (e la struttura) che ha aperto il profilo, con l'indicazione del sito web istituzionale dell'Amministrazione.

È fondamentale che chiunque apra e gestisca un profilo o una pagina per diffondere informazioni per conto dell'Università degli Studi di Brescia sia dotato degli strumenti e delle indicazioni necessarie per creare un'immagine coordinata con gli standard di comunicazione istituzionali (logo, manuale di identità visiva ...).

Per la gestione di profili e pagine sulle singole piattaforme social è compito della U.O.C. Comunicazione indicare, di volta in volta e caso per caso, le tipologie di contenuti pubblicabili, il tipo di licenza, le modalità di gestione del feedback in ogni contesto e altro ancora.

Attività di advertising

La U.O.C. Comunicazione può realizzare, previo accordo e su specifica richiesta della governance dell'Università degli Studi di Brescia, campagne di inserzioni a pagamento sui social media.

La presente Social Media Policy è aggiornata al 10.04.2024

Università degli Studi di Brescia
UOC Comunicazione

Piazza del Mercato, 15 — 25121 Brescia
comunicazione@unibs.it
www.unibs.it

Immagini: Cottonbro Studio, Flaticon.com





UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BRESCIA