



## SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA (SMP)

I Social Media (SM) costituiscono un'opportunità per la comunicazione istituzionale, ma possono rappresentare anche una potenziale fonte di criticità. Per questo motivo l'Università di Trieste ha deciso di dotarsi di una Social Media Policy Interna<sup>1</sup>.

### Ambiti di applicazione della policy

Il dipendente, nello svolgimento della propria attività lavorativa, si attiene in ogni caso ai principi fissati dal *Codice di comportamento dei dipendenti pubblici* e alle regole dell'Ateneo. La SMP interna prevede regole e procedure per:

- l'utilizzo e la gestione degli account istituzionali;
- l'apertura, l'utilizzo e la gestione degli account ufficiali;
- la chiusura degli account non autorizzati;

In contesti di utilizzo privato dei social media (messaggi privati in qualsiasi social, chat *one to one*, sms...), il dipendente si attiene ai principi fissati dal Codice di comportamento dei dipendenti pubblici.

### Obiettivi

La Social Media Policy Interna contribuisce ai seguenti obiettivi strategici:

1. ottimizzare l'efficacia della promozione sui social;
2. proteggere l'ente da possibili rischi di comunicazione e d'immagine;
3. difendere e tutelare il personale dell'Ateneo.

### Criticità e rischi dei Social Media

- difficoltà nel definire chiaramente ruoli e responsabilità;
- tempestività richiesta per la gestione ottimale delle risposte e compatibilità con orari di lavoro e altre scadenze degli uffici;
- difficoltà nel mantenere le aspettative del target;
- contesto di riferimento: il mondo universitario (ricerca, didattica e terza missione) è complesso, pertanto l'attenzione alla precisione dei contenuti pubblicati deve essere altissima;
- necessità di conoscere approfonditamente la linea politica della governance su determinati argomenti, in modo da rispondere in maniera adeguata;
- gestione delle situazioni di crisi.

---

<sup>1</sup> Si ringrazia AREA Science Park per tutte le informazioni che ci ha fornito.



## Account istituzionali dell'Università di Trieste

Gli account istituzionali dell'Università di Trieste sono:

- Facebook [facebook.com/universitatrieste](https://www.facebook.com/universitatrieste)
- Twitter [twitter.com/UniTrieste](https://twitter.com/UniTrieste)
- Instagram [www.instagram.com/unitrieste](https://www.instagram.com/unitrieste)

## Gli account ufficiali dell'Università di Trieste

Gli account ufficiali sono gli account riconducibili all'Università di Trieste. Sono sempre più numerosi e afferiscono a uffici, dipartimenti, progetti di ricerca, laboratori, musei. È indispensabile un censimento di tali account <sup>2</sup>.

## La gestione dei Social Media dell'Università degli Studi di Trieste

### Il Social Media Team (SMT)

Il SMT dell'Università di Trieste è una redazione interna all'Ateneo che raccoglie, elabora e diffonde informazioni sulle attività di ricerca, didattica e terza missione, in maniera coordinata e controllata, sulla base di strategie identificate e programmate, in raccordo con gli obiettivi generali di Ateneo. I componenti del SMT sono identificati in base alle loro competenze professionali sia nel campo della comunicazione sia in quello delle tecnologie digitali. Il SMT è coordinato dal Social Media Manager (SMM), identificato dalla Direzione Generale. Determinati collaboratori potranno essere temporaneamente autorizzati dal SMM a utilizzare gli account istituzionali, in occasione di eventi circoscritti e chiaramente identificabili.

### Attività del Social Media Team (SMT)

La pubblicazione di contenuti sugli account istituzionali prevede:

- la creazione della Social Media Strategy, coerente con il Piano strategico dell'Ateneo;
- la progettazione delle uscite con il Piano editoriale, a cadenza settimanale, inviato dal SMM al Rettore, alla Segreteria di Rettore e DG, a determinati delegati, collaboratori del Rettore e responsabili di uffici a forte interazione con il pubblico;
- la creazione e la pubblicazione dei post/tweet/messaggi/foto previsti dal piano editoriale;
- l'interazione con fan/follower e stakeholder

---

<sup>2</sup> Nota interna: è un lavoro che potrebbe essere svolto nell'ambito di un tirocinio di almeno 4 mesi.



## **Il Piano editoriale**

Nel Piano editoriale settimanale vengono indicati:

- gli argomenti;
- la fascia oraria di pubblicazione;
- i canali social;
- gli autori;
- i tag (come "ricerca", "orientamento", "divulgazione", "placement", "studenti");
- i target ("studenti", "tutti (cittadinanza)", "futuri studenti").

I contenuti pubblicabili sono quelli previsti dal piano editoriale approvato, oppure quelli suggeriti da accadimenti contingenti, imprevedibili o non pianificati.

## **I contenuti**

Responsabile dei contenuti pubblicati sui profili istituzionali dell'Ateneo è il SMM. La pubblicazione di ogni contenuto non previsto dal Piano editoriale è preceduta da un'attenta valutazione sia dell'opportunità che sulla veridicità e correttezza delle informazioni riportate.

I contenuti devono rispettare la normativa sulla proprietà intellettuale.

Si devono prediligere contenuti multimediali (immagini, audio, video, infografiche) sempre fruibili dai disabili. È opportuno inserire didascalie testuali alle foto e sintesi descrittive dei principali video.

## **L'interazione sugli account istituzionali**

L'interazione (risposte, follow) è gestita in modo autonomo dai componenti del SMT per quanto riguarda la prassi lavorativa quotidiana.

L'attivazione di contatti viene abitualmente gestita dal SMT.

In caso di feedback negativi si ringrazia l'utente per la segnalazione e si invia un e-mail al responsabile dell'Ufficio di riferimento, che deve rispondere tempestivamente al SMT via e-mail. Il SMT risponderà sulla base di quanto indicato dal responsabile.

In caso di post offensivi, osceni, diffamatori, tendenti all'odio, discriminatori, sessisti, razzisti o in ogni caso illegali si oscura il commento, si blocca l'utente ed eventualmente lo si segnala all'Autorità competente.

## **Condivisione di contenuti altrui sui profili istituzionali**

Si possono condividere i contenuti dei partner con cui abitualmente l'Ateneo collabora (Enti di ricerca aderenti al Protocollo, altre Università e istituzioni...).

La condivisione di contenuti altrui è a discrezione del SMT, ma solo dopo l'attenta verifica e analisi della fonte e del profilo dell'utente. In caso di dubbio, è preferibile non condividere. Nel caso di richieste di condivisione da parte di società, associazioni, ecc. si valuta se l'argomento rientra in una collaborazione



formalmente stipulata (es. patrocinio, partenariato, convenzione...).

Non si possono mai condividere contenuti pubblicati dai profili personali dei componenti del SMT. I componenti del SMT, inoltre, non possono aprire siti o blog non autorizzati e non ufficiali su tematiche e settori riguardanti l'Università di Trieste.

### **Apertura e gestione di un nuovo account legato all'Università di Trieste (Account ufficiali)**

Per poter aprire un nuovo account ufficiale (affiliato all'Università di Trieste) devono essere assolute entrambe le seguenti condizioni:

- dimostrare la necessità di aprire un nuovo account anziché utilizzare quelli già esistenti (contenuti specifici e in quantità rilevante, target specifico, obiettivo identificabile e coerente con gli obiettivi di Ateneo);
- disponibilità di personale esperto per l'aggiornamento degli account, sotto la supervisione del SMM, che valuterà se il personale indicato abbia le competenze necessarie e, nel caso, provvedere alla formazione.

Per aprire un account ufficiale è necessario compilare il modulo online [Richiesta di apertura di account social](#). La creazione dell'account va concordata con il SMM al fine di garantire uniformità e coerenza in ciascun nuovo profilo ufficiale. Il SMM risponderà via e-mail alla richiesta di autorizzazione. Non è consentito aprire nuovi account ufficiali senza aver prima ricevuto tale autorizzazione. I Dipartimenti sono responsabili della gestione degli account aperti.

### **Bonifica degli account già esistenti**

Nella fase di verifica degli account legati all'Università di Trieste i referenti saranno tenuti a compilare il modulo [Verifica degli account social](#) per la validazione e l'eventuale revisione dell'account. Gli account che non vengono aggiornati da almeno due mesi con contenuti significativi e quelli non chiaramente attribuibili a una determinata Unità Organizzativa dell'Ateneo saranno chiusi.

### **Identità visiva**

L'aspetto grafico degli account deve essere configurato sulla base delle indicazioni del *Manuale di immagine coordinata* dell'Università di Trieste e in accordo con il SMT, per garantire un'identità visiva riconoscibile e coordinata. Gli account devono essere chiaramente riconducibili all'Ateneo e riportarne il logo ufficiale.

### **Utilizzo del logo dell'Università di Trieste**

L'utilizzo del logo deve essere autorizzata dal SMM, deve seguire le regole del *Manuale di immagine coordinata* e deve essere uguale in tutte le sue declinazioni sui SM.



L'immagine del profilo (avatar) degli account istituzionali deve essere rappresentata solamente dal logo dell'Università in formato quadrato.

### **Gestione delle password**

L'utilizzo delle password degli account istituzionali è riservata ai componenti del SMT. La sicurezza si basa anche sulla scelta della password. Affinché questa sia considerata sufficientemente sicura deve:

- essere lunga almeno 10-12 caratteri;
- essere facile da ricordare;
- non essere legata ad alcun tipo di informazioni o gusti personali;
- non essere legata a concetti quali ambienti di lavoro, passatempi, attività gradevoli;
- deve inoltre essere diversa in siti diversi.

### **Orari del SMT e tempi di risposta**

L'attività di SM non ha per sua natura orari, tuttavia i componenti del SMT dovranno cercare di svolgere l'attività all'interno dell'orario di servizio, anche in modalità di telelavoro.

Il tempo di risposta deve essere rapido (comunque entro le 24 ore), di conseguenza deve esserlo anche il raccordo con gli uffici che detengono le informazioni. Qualora non si posseggano le informazioni necessarie è opportuno inviare un messaggio interlocutorio di attesa e ricezione della sollecitazione del/la cittadino/a, che può precedere la pubblicazione della risposta dell'Ateneo.

### **La sede e gli strumenti di lavoro del SMT**

La sede di lavoro per le attività di SM dell'Ateneo è di norma la sede dell'ufficio dei suoi componenti, salvo autorizzazioni diverse da parte dei rispettivi responsabili. I membri del SMT devono avere a propria disposizione un PC portatile e uno smartphone con fotocamera di qualità. È auspicabile che sia messa a disposizione del team anche altra strumentazione per attività multimediali. È possibile usare – nella piena libertà di scelta personale – i propri device.

### **La comunicazione di crisi**

I comportamenti da tenere in caso di crisi o emergenza devono essere condivisi da tutti i soggetti coinvolti nella gestione della comunicazione.

La procedura di crisi si applica quando un contenuto negativo di un utente viene ripreso da un media o da un account noto, amplificandone subito la portata. In questo caso si deve, in coordinamento con l'Ufficio comunicazione:

1. contattare l'autore/autrice;



2. gestire la relazione;
3. trasformare in positive le situazioni negative, attraverso azioni di co-marketing, nuovi post...
4. valutare la possibilità di chiudere la conversazione.

Può accadere che un contenuto negativo di un utente venga ripreso da più persone e che la procedura di crisi debba essere rinforzata. In tal caso bisogna:

1. segnalare immediatamente il caso ai vertici dell'Ateneo, Rettore, DG e Delegato/a Comunicazione e Ufficio comunicazione;
2. pubblicare tempestivamente la risposta concordata con i vertici dell'Ateneo, corredata da informazioni e dati, su tutti i canali ufficiali;
3. chiudere le "voci dell'istituzione": nessun dipendente può commentare il fatto in qualsiasi social (comprese chat pubbliche o di gruppo);
4. monitorare e raccogliere i feedback;
5. individuare eventuali feedback positivi o "a difesa", fornendo ai "difensori" fonti positive sulla vicenda.

### **Gestione delle urgenze**

L'urgenza deve essere definita in base all'eccezionalità e imprevedibilità di una notizia/evento/situazione:

- news di attualità locale/internazionale, anche tragiche (è possibile prevedere una dichiarazione ufficiale);
- contestazioni interne o esterne;
- imprevisti (es. sito web down);
- errori: se ci si accorge immediatamente dell'errore, si rimuove il contenuto inappropriato e lo si sostituisce con quello corretto, altrimenti ci si scusa e si corregge.

### **Termini e condizioni di utilizzo dei SM**

I/le dipendenti incaricati/e all'uso dei SM devono leggere e rispettare le condizioni di utilizzo stabilite dalla piattaforma usata. Il SMM è responsabile dell'accettazione dei Termini di Servizio dei diversi SM, in particolar modo per gli aspetti legati a privacy, diritto d'autore e proprietà intellettuale: si rammenta che alcuni provider prevedono che l'utente trasferisca al fornitore il diritto di utilizzare, anche a fini commerciali, il materiale ospitato sui propri server.

Il SMM è responsabile dei comportamenti tenuti all'interno dei SM, anche in relazione alla pubblicazione di contenuti che possono ledere i diritti d'autore altrui. In caso di contenziosi e di sospensione o cancellazione del profilo, sarà individuato il responsabile del contenuto che ha provocato il blocco e saranno presi gli opportuni provvedimenti. Il SMM è responsabile del monitoraggio degli aggiornamenti relativi ai Termini di Servizio.



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI TRIESTE

Questi i riferimenti:

Facebook: [www.facebook.com/terms.php](http://www.facebook.com/terms.php)

Twitter: [twitter.com/tos](https://twitter.com/tos)

Instagram: [www.facebook.com/help/instagram/478745558852511](https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511)