

UNISS

UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI SASSARI



DIPARTIMENTO DI
SCIENZE ECONOMICHE E
AZIENDALI
DISEA

Policy per i social media

Dipartimento di Scienze economiche e aziendali (DiSea)

Università di Sassari

– Marzo 2024 –

INDICE

INTRODUZIONE

SEZIONE 1 - SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

- 1.1 I gestori dei profili social ufficiali del DiSea: individuazione e autorizzazione
- 1.2 Personale tecnico-amministrativo a tempo determinato: strategia di autorizzazione
- 1.3 Personale tecnico-amministrativo a tempo indeterminato: strategia di autorizzazione
- 1.4 Compiti del “gestore periferico amministratore” dei profili social del DiSea
- 1.5 Compiti del “gestore periferico editore” dei profili social del DiSea
- 1.6 Il piano editoriale dei social media
- 1.7 Privacy, informazioni confidenziali, copyright, rispetto dei termini del servizio e uso di software di intelligenza artificiale
- 1.8 La comunicazione tra il “gestore periferico editore”, il resto del personale DiSea e gli studenti
- 1.9 Attivazione di nuovi profili social ufficiali del DiSea
- 1.10 Utilizzo dei social media da parte del personale DiSea non incaricato di svolgere ruoli di gestione dei profili ufficiali

SEZIONE 2 - SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

- 2.1 Linee guida per la comunicazione dei pubblici esterni sui social media DiSea

INTRODUZIONE

Il Dipartimento di Scienze Economiche e aziendali (da ora, DiSea o Dipartimento) riconosce l'importanza dei social media come spazi di **informazione** e di **comunicazione (interna ed esterna)** e il loro ruolo significativo nei processi di costruzione di **identità** e **reputazione**, di condivisione della **cultura strategica**, di attivazione di **relazioni di fiducia** con i diversi portatori di interesse, di creazione di senso di **appartenenza** e **coinvolgimento** che spinge i pubblici interni a sviluppare atteggiamenti e comportamenti di supporto all'organizzazione,

Le funzioni informative e comunicative complesse che sono in carico al DiSea – e che possono essere abilitate dalle piattaforme di social media – coinvolgono **diversi pubblici**: la comunità accademica (locale, nazionale e internazionale), gli studenti (potenziali, attuali) e le loro famiglie, i laureati, i docenti, il personale tecnico-amministrativo, le aziende pubbliche e private, i giornalisti (e altri opinion makers), le istituzioni politiche, i cittadini, e altri portatori di interesse. Per raggiungere questi diversi pubblici, il DiSea – attualmente è presente solo su **Facebook** – riconosce la necessità di valutare l'apertura di pagine/account istituzionali su **nuove piattaforme** abitate da giovani e aziende, come **Instagram** e **LinkedIn**.

La presente Policy per i social media del DiSea è un documento che, nella prima parte (**social media policy interna**), fornisce importanti linee guida per un uso responsabile ed efficace dei profili ufficiali del Dipartimento sui social media da parte del personale interno. Nello specifico le linee guida sono relative a:

- le strategie di autorizzazione dei gestori dei profili social ufficiali del DiSea (in caso di personale a tempo determinato e indeterminato);
- i compiti del personale incaricato della gestione dei profili social ufficiali del DiSea e le modalità con cui gestire i contenuti, le interazioni sui social media e le insights.
- il processo di pianificazione editoriale degli obiettivi della comunicazione del DiSea sui social rispetto ai diversi pubblici, delle diverse piattaforme che si vogliono usare, dei diversi tipi di contenuti che si vogliono pubblicare, e dei tempi di pubblicazione
- i doveri dei gestori dei profili social ufficiali del DiSea rispetto alla normativa su privacy, diritto d'autore, intelligenza artificiale
- le modalità di comunicazione tra i gestori dei social, il personale (docente e tecnico-amministrativo) e gli studenti DiSea
- i processi di attivazione di nuove pagine/account social del DiSea

- l'utilizzo dei social media da parte del personale DiSea non incaricato di svolgere ruoli di gestione dei profili ufficiali

Nella seconda sezione (**social media policy esterna**), la presente Policy per i social media del DiSea si rivolge soprattutto ai pubblici che interagiscono con i profili ufficiali del Dipartimento, con lo scopo di orientare la partecipazione alla comunicazione che si svolge tramite questi profili verso i valori del dialogo, del rispetto per il contesto e per le persone, e della responsabilità.

La presente Policy è in linea con la "Policy per i Social media" di Uniss¹ (D.R. n. 3495 del 30 ottobre 2018) e con il Codice Etico e di Comportamento dell'Università di Sassari² (aggiornato ai sensi del DPR 81/2023).

I social media istituzionali non sostituiscono i tradizionali canali di contatto del Dipartimento, come il sito istituzionale, la piattaforma moodle e le diverse caselle email del DiSea (dedicate a direzione, erasmus, alta formazione, seminari, etc.).

La presente policy è stata formulata considerando le funzionalità delle piattaforme Facebook, Instagram e LinkedIn. In caso di adozione di nuove piattaforme o di trasformazione delle funzionalità considerate, questa policy dovrà essere aggiornata.

¹ https://www.uniss.it/sites/default/files/2023-09/policy_per_i_social_media_di_uniss.pdf

² https://www.uniss.it/sites/default/files/bando/aggiornamento_del_codice_etico_e_di_comportamento_uniss_dicembre_2023.pdf

SEZIONE 1 - SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

1.1 I GESTORI DEI PROFILI SOCIAL UFFICIALI DEL DISEA: INDIVIDUAZIONE E AUTORIZZAZIONE

La “Policy per i Social media” di Uniss definisce “gestore periferico” la persona che gestisce un profilo social istituzionale periferico dell’Ateneo, come ad esempio quello di un dipartimento. In linea con la social media policy di Ateneo, il gestore periferico dei profili social del DiSea dovrà essere individuato e autorizzato dal responsabile della struttura periferica e comunicato al Social media manager di Ateneo. Nel caso del DiSea, il responsabile della struttura che si occupa di individuare e autorizzare il “gestore periferico” è il Direttore di Dipartimento, che può avvalersi del parere del Consiglio di Dipartimento.

Se il Direttore del DiSea decide di affidare la gestione dei profili DiSea sui social media a una unità di personale tecnico-amministrativo con un **contratto a tempo determinato**, al fine di tutelare il più possibile la reputazione della struttura e la protezione dei suoi sistemi informatici (come previsto dall’art. 20-bis del Codice Etico e di Comportamento di Uniss, aggiornato ai sensi del DPR 81/2023), si adatterà la strategia descritta nella **sezione 1.2**. Si tratta di una strategia in cui vengono autorizzati **due tipi di gestori periferici**: 1. un gestore con **controllo completo** sulla pagina/account istituzionale – individuato tra il personale tecnico-amministrativo interno a tempo **indeterminato** – che avrà le funzioni indicati nella **sezione 1.4**; 2. un gestore con **controllo parziale** – individuato tra il personale tecnico-amministrativo interno a tempo **determinato** – che avrà le funzioni indicati nella **sezione 1.5**.

Se il Direttore del DiSea decide invece di affidare la gestione dei profili DiSea sui social media a una unità di personale tecnico-amministrativo con un **contratto a tempo indeterminato**, si adatterà la strategia di autorizzazione descritta nella **sezione 1.3**, in cui viene autorizzato **un solo gestore periferico**, con controllo **completo** e le funzioni previste nelle **sezioni 1.4 e 1.5**.

1.2 PERSONALE TECNICO-AMMINISTRATIVO A TEMPO DETERMINATO: STRATEGIA DI AUTORIZZAZIONE

Se il Direttore del DiSea decide di affidare la gestione dei profili DiSea sui social media a un'unità di personale tecnico-amministrativo con un **contratto a tempo determinato**, verranno individuati e autorizzati **due tipi di gestori periferici** dei profili DiSea sui social media.

Il primo tipo di gestore periferico – individuato tra il personale TA **a tempo indeterminato** – avrà il ruolo che sulle piattaforme Meta (Facebook e Instagram) viene definito “amministratore” e che su LinkedIn viene chiamato “super admin” (da ora chiamato “**gestore periferico amministratore**”), che ha un controllo completo sulla pagina/account.

Il secondo tipo di gestore periferico – individuato tra il personale TA con contratto **a tempo determinato** – avrà invece il ruolo che Meta definisce di “editore” e LinkedIn chiama “Content admin” (da ora chiamato “**gestore periferico editore**”), che ha un controllo parziale sul profilo.

Nel caso di **Facebook** – in cui il DiSea ha già una pagina dedicata al Dipartimento (la pagina si chiama “Dipartimento di Scienze economiche e aziendali – UNISS”) – il “**gestore periferico amministratore**” accederà al profilo Facebook già esistente che ha il controllo completo sulla pagina (il profilo si chiama “DiSea uniss”). Le credenziali per accedere al profilo “DiSea uniss” sono: lo user disea@uniss.it e una password (diversa da quella usata per accedere alla casella di posta elettronica). L'accesso alla casella di posta elettronica disea@uniss.it consente di accedere ai codici di recupero in caso di cambio/smarrimento password e di ricevere notifiche su accessi anomali. Questo indirizzo email è associato al referente didattico del Dipartimento e la casella è gestita da figure di coordinamento nel personale tecnico-amministrativo (manager didattico e responsabile amministrativo).

Le password per l'accesso al profilo Facebook “DiSea uniss” e per l'accesso alla casella email disea@uniss.it verranno conservate dal Responsabile Amministrativo e dal referente didattico. Il Direttore individuerà – tra il personale tecnico-amministrativo interno a tempo indeterminato – il “gestore periferico amministratore” del profilo Facebook del DiSea e – avvalendosi, se vuole, del parere del Consiglio di Dipartimento – autorizzerà questa persona a svolgere questo ruolo secondo le linee guida della presente policy, fornendole le credenziali per accedere al profilo Facebook “DiSea uniss” e per accedere alla casella di posta disea@uniss.it.

Il **“gestore periferico editore”** della pagina Facebook del DiSea accederà invece alla pagina su invito del **“gestore periferico amministratore”** e con il proprio account personale. Il Direttore del DiSea individuerà il **“gestore periferico editore”** della pagina Facebook DiSea tra il personale a tempo determinato e – avvalendosi, se vuole, del parere del Consiglio di Dipartimento – autorizzerà questa persona a svolgere tale ruolo secondo le linee guida della presente policy, chiedendo al **“gestore periferico amministratore”** di procedere all’invito.

Nel caso di **Instagram** – di cui il Dipartimento può decidere di dotarsi per raggiungere anche pubblici più giovani e quindi studenti potenziali e attuali (si veda sezione 1.9 sull’attivazione di nuovi canali) – il **“gestore periferico amministratore”** dei profili DiSea sui social media creerà un account business su Instagram (con lo stesso nome della pagina Facebook già esistente, “Dipartimento di Scienze economiche e aziendali – UNISS”; con lo stesso user, disea@uniss.it; e con la stessa password), collegherà questo account business alla pagina Facebook e inviterà il **“gestore periferico editore”** dei profili social DiSea a contribuire al profilo Instagram con il suo account personale e con lo stesso ruolo che ha su Facebook. Come nel caso di Facebook, le credenziali per l’accesso all’account Instagram del DiSea verranno conservate dal Responsabile Amministrativo e dal referente didattico e, nel caso si rendesse necessaria l’individuazione di una nuova figura a tempo indeterminato come **“gestore periferico amministratore”**, queste credenziali verranno fornite alla nuova persona che verrà autorizzata a ricoprire tale ruolo.

Nel caso di **LinkedIn** – di cui il Dipartimento può decidere di dotarsi anche per raggiungere le aziende, istituzioni, candidati per il dottorato, per diffondere i risultati ottenuti dai ricercatori e dagli studenti, per promuovere il profilo dei laureati più brillanti, per comunicare le diverse collaborazioni attivate con il mondo del lavoro (si veda sezione 1.9 sull’attivazione di nuovi canali) – il **“gestore periferico amministratore”** dei profili DiSea sui social media creerà un account LinkedIn del DiSea (con lo stesso nome del profilo Facebook - “Disea uniss” – lo stesso user: disea@uniss.it e la stessa password) e attraverso quell’account creerà una **“company page”** dedicata al dipartimento (con lo stesso nome della pagina Facebook già esistente, “Dipartimento di Scienze economiche e aziendali – UNISS”). Inviterà poi il **“gestore periferico editore”** dei profili social DiSea, che avrà un profilo personale su LinkedIn, a contribuire alla pagina LinkedIn del DiSea come **“content administrator”**, quindi con un controllo parziale come su Facebook e su Instagram. Come nel caso delle piattaforme META, le credenziali per l’accesso all’account LinkedIn del DiSea verranno conservate dal Responsabile Amministrativo e dal referente didattico e, nel caso si rendesse

necessaria l'individuazione di una nuova figura a tempo indeterminato come “gestore periferico amministratore”, queste credenziali verranno fornite alla nuova persona che verrà autorizzata a ricoprire tale ruolo.

I nominativi di chi ricopre il ruolo di “gestore periferico amministratore” e di “gestore periferico editore” dei profili DiSea sui social media verranno poi comunicati, su richiesta del Direttore del Dipartimento o direttamente dal Direttore, al Social media manager di Ateneo.

1.3 PERSONALE TECNICO-AMMINISTRATIVO A TEMPO INDETERMINATO: STRATEGIA DI AUTORIZZAZIONE

Se il Direttore del DiSea decide di affidare la gestione dei profili DiSea sui social media a una unità di personale tecnico-amministrativo con un **contratto a tempo indeterminato**, autorizzerà questa persona – avvalendosi, se vuole del parere del Consiglio di Dipartimento – a svolgere il ruolo di “**gestore periferico amministratore**”, con controllo completo sulla pagina/account.

Il nominativo di chi ricopre il ruolo di gestore periferico amministratore dei profili DiSea sui social media verrà poi comunicato, su richiesta del Direttore del Dipartimento o direttamente dal Direttore, al Social media manager di Ateneo.

Nel caso di **Facebook** – in cui come detto prima il DiSea ha già una pagina (la pagina si chiama “Dipartimento di Scienze economiche e aziendali – UNISS”) – il “**gestore periferico amministratore**” accederà al profilo Facebook già esistente che ha il controllo completo sulla pagina (il profilo si chiama “DiSea uniss”). Il Direttore fornirà a questa persona le credenziali per accedere al profilo Facebook “DiSea uniss” e per accedere alla casella di posta disea@uniss.it.

Nel caso il DiSea decida di essere anche su **Instagram**, come indicato nella sez. 1.2, il “**gestore periferico amministratore**” dei profili DiSea sui social media creerà un account business su Instagram (con lo stesso nome della pagina Facebook già esistente, “Dipartimento di Scienze economiche e aziendali – UNISS”; con lo stesso user, disea@uniss.it; e con la stessa password) e collegherà questo account business alla pagina Facebook. Su Instagram avrà lo stesso ruolo che ha su Facebook. Come nel caso di Facebook, le credenziali per l'accesso all'account Instagram del DiSea verranno conservate dal Responsabile Amministrativo e dal referente didattico e, nel caso si rendesse necessaria

l'individuazione di una nuova figura a tempo indeterminato come “gestore periferico amministratore”, queste credenziali verranno fornite alla nuova persona che verrà autorizzata a ricoprire tale ruolo.

Nel caso il DiSea decida di essere anche su **Linkedin**, come indicato nella sez. 1.2, il “**gestore periferico amministratore**” dei profili DiSea sui social media creerà un account LinkedIn del DiSea (con lo stesso nome del profilo Facebook - “Disea uniss” – lo stesso user: disea@uniss.it e la stessa password) e attraverso quell'account creerà una “company page” dedicata al dipartimento (con lo stesso nome della pagina Facebook già esistente, “Dipartimento di Scienze economiche e aziendali – UNISS”). Come nel caso delle piattaforme META, le credenziali per l'accesso all'account LinkedIn del DiSea verranno conservate Responsabile Amministrativo e dal referente didattico e, nel caso si rendesse necessaria l'individuazione di una nuova figura a tempo indeterminato come “gestore periferico amministratore”, queste credenziali verranno fornite alla nuova persona che verrà autorizzata a ricoprire tale ruolo.

1.4 COMPITI DEL “GESTORE PERIFERICO AMMINISTRATORE” DEI PROFILI SOCIAL DEL DISEA

Nel caso si adotti la **strategia indicata nella sezione 1.2**, con l'individuazione di **due tipi di gestori periferici**, la persona autorizzata al ruolo di “**gestore periferico amministratore**” dei profili DiSea sui social media:

1.4.1 crea profili/pagine/account DiSea nuovi (secondo le procedure indicate nella sezione 1.9 sull'attivazione di nuovi canali) e definisce – insieme al “gestore periferico editore” – le impostazioni di questi nuovi profili/pagine/account DiSea. Gestire le impostazioni significa occuparsi di diversi aspetti: dalla descrizione e l'immagine di copertina – richieste da tutte le piattaforme e che su LinkedIn sono attribuite solo al “super admin” – alle impostazioni di privacy specifiche richieste da Facebook e Instagram – tra le altre: eventuali limitazioni degli utenti a cui mostrare la pagina, i post, gli eventi, i following; le impostazioni sulla privacy e sugli strumenti (se i motori di ricerca e Meta possono consigliare la pagina, se le persone possono inviare messaggi alla pagina); le impostazioni della pagina (chi può pubblicare contenuti, chi può vedere cosa pubblicano gli altri sulla pagina, chi può vedere i post in cui taggano la pagina, il livello di controllo sui tag prima che i post vengano visualizzati nella pagina); le impostazioni delle storie e dei reels (la possibilità per le altre persone di

condividere le storie della pagina; eventuali preferenze sul pubblico dei reels); le impostazioni per le reazioni (la possibilità di nascondere il numero di reazioni ai post della pagina); le impostazioni sulle notifiche e sui video (se generare i sottotitoli, etc.); la moderazione automatica dei commenti (eventuali limitazioni a commenti contenenti specifiche parole chiave o altre caratteristiche).

1.4.2 verifica/definisce – insieme al “gestore periferico editore” – le impostazioni dei profili/pagine/account DiSea già esistenti.

1.4.3 impedisce che le pagine/account DiSea vengano cancellate da altri gestori

1.4.4 dà accesso alla pagina/account DiSea al “gestore periferico editore” e lo rimuove, se questo si renderà necessario (ad es. alla scadenza del contratto, per mancato rinnovo, oppure perché ha svolto azioni comunicative lesive della reputazione del Dipartimento).

Nel caso si adotti la **strategia indicata nella sezione 1.3**, con l’individuazione di **un solo tipo di gestore periferico**, la persona autorizzata al ruolo di “gestore periferico amministratore” dei profili DiSea sui social media deve svolgere, oltre ai compiti appena indicati in questa sezione, **anche i compiti del “gestore periferico editore”**, indicati nella sezione 1.5.

1.5 COMPITI DEL “GESTORE PERIFERICO EDITORE” DEI PROFILI SOCIAL DEL DISEA

La persona autorizzata al ruolo di “gestore periferico editore” dei profili DiSea sui social media:

1.5.1 definisce – insieme al “gestore periferico amministratore” – le impostazioni dei nuovi profili/pagine/account DiSea (si veda punto 1.4.1)

1.5.2 verifica/definisce – insieme al “gestore periferico editore” – le impostazioni dei profili/pagine/account DiSea già esistenti.

1.5.3 crea/modifica/cancella contenuti (post, reels, storie, eventi), in linea con quanto definito nel piano editoriale (si veda punto 1.6), ne definisce i pubblici (ad esempio su LinkedIn, con le funzionalità di targhettizzazione disponibili gratuitamente), e indica se questi contenuti non possono essere riutilizzati (perché coperti da copy-right) o come possono essere ri-utilizzati (attraverso licenze copy-left). È necessario che il “gestore periferico

editore” valuti attentamente la veridicità e la correttezza dei contenuti prodotti da fonti interne ed esterne al Dipartimento prima di procedere con la loro pubblicazione sui social media.

1.5.4 gestisce i commenti degli utenti esterni ai contenuti pubblicati sulla pagina/account. Il DiSea incoraggia i commenti e le interazioni da parte degli utenti esterni, in quanto rappresentano un importante feedback per l’istituzione e amplificano la visibilità dei contenuti pubblicati. Pertanto, nei suoi profili ufficiali i commenti sono consentiti. Tuttavia, i commenti dovranno essere monitorati almeno una volta al giorno e, se necessario, moderati. Le piattaforme Meta forniscono strumenti di moderazione automatica dei commenti, che nascondono in automatico i commenti contenenti determinate parole o che inseriscono un “filtro volgarità” – la cui efficacia sui commenti in italiano è da valutare. L’adozione di questi strumenti deve essere definita insieme al “gestore periferico amministratore” (si vedano i punti 1.4.1 e 1.5.1). In ogni caso, non risparmia al “gestore periferico editore” il compito di moderare i commenti e interagire con gli utenti che commentano. Se l’utente usa i commenti per fare una domanda, la risposta viene fornita durante il normale orario lavorativo ed entro un massimo di 24 ore dalla ricezione (e di 36 ore per i commenti ricevuti il sabato). Nelle risposte ai commenti il “gestore periferico editore” non esprime la propria personale opinione, bensì quella dell’istituzione per la quale comunica e fornisce informazioni, pertanto non scrive in prima persona. Se il commento contiene una richiesta specifica, rispetto a cui il “gestore periferico editore” non sa fornire risposta, all’utente verrà mostrata attenzione per i suoi dubbi e verrà fornito l’indirizzo mail della persona (docente o amministrativo) che può fornire una soluzione adeguata. A tale scopo, il “gestore periferico editore” deve conoscere i ruoli e le funzioni del personale docente e amministrativo del DiSea. Le risposte ai commenti devono essere personalizzate, cortesi e rispettose di tutti gli stakeholders dell’Università e del pubblico in generale, indipendentemente dal tono o dalla natura del commento fatto dall’utente. Se il commento è giudicato contrario alle linee guida di questa social media policy (si veda punto 2.1) o alle regole della piattaforma, verrà nascosto o cancellato e, insieme al “gestore periferico amministratore”, sulle piattaforme che lo consentono, il “gestore periferico editore” può valutare se limitare l’accesso alla pagina da parte dell’autore del commento (si vedano i punti 1.4.1 e 1.5.1). Di fronte a un commento pubblico che denuncia un problema e alcuni aspetti negativi del DiSea, il “gestore periferico editore” deve rispondere mostrando disponibilità all’ascolto da parte della struttura, attenzione per le preoccupazioni e per la soddisfazione dei portatori di interesse, e impegno perché la segnalazione raggiunga il

Direttore. Se la criticità non sussiste o viene risolta, si potrà valutare con il Direttore la pubblicazione di un'ulteriore risposta al commento in questione.

1.5.5 gestisce i messaggi diretti privati (per le piattaforme che abilitano questa funzione). Se l'utente usa i messaggi per fare una domanda, la risposta viene fornita durante il normale orario lavorativo ed entro un massimo di 24 ore dalla ricezione (e di 36 ore per i commenti ricevuti il sabato). È possibile prevedere nei messaggi diretti una risposta istantanea automatica in cui si dà conferma della ricezione del messaggio e si garantisce un feedback nel più breve tempo possibile. Nelle risposte ai messaggi diretti il "gestore periferico editore" non esprime la propria personale opinione, bensì quella dell'istituzione per la quale comunica e fornisce informazioni, pertanto non scrive in prima persona. Se il messaggio contiene una richiesta specifica, rispetto a cui il "gestore periferico editore" non sa fornire risposta, all'utente verrà mostrata attenzione per i suoi dubbi e verrà fornito l'indirizzo mail della persona (docente o amministrativo) che può fornire una soluzione adeguata. A tale scopo, il "gestore periferico editore" deve conoscere i ruoli e le funzioni del personale docente e amministrativo del DiSea. Le risposte ai messaggi devono essere personalizzate, cortesi e rispettose di tutti gli stakeholders dell'Università e del pubblico in generale, indipendentemente dal tono o dalla natura del commento fatto dall'utente. Se il messaggio è giudicato contrario alle linee guida di questa social media policy (si veda punto 2.1) o alle regole della piattaforma, nella risposta verrà comunicato che il messaggio viola la social media policy esterna del DiSea (indicando anche dove consultarla) e, insieme al "gestore periferico amministratore", sulle piattaforme che lo consentono, il "gestore periferico editore" può valutare se limitare l'accesso alla pagina da parte dell'autore del messaggio (si vedano i punti 1.4.1 e 1.5.1). Di fronte a un messaggio che denuncia un problema e/o aspetti negativi del DiSea, il "gestore periferico editore" deve rispondere mostrando disponibilità all'ascolto da parte della struttura, attenzione per le preoccupazioni e per la soddisfazione dei portatori di interesse, e impegno perché la segnalazione raggiunga il Direttore. Se la criticità non sussiste o viene risolta, si potrà valutare con il Direttore la pubblicazione di un'ulteriore risposta al messaggio in questione.

1.5.6 decide quali pagine/account seguire (tasti "segui", "following", "mi piace"). Il "gestore periferico editore" non utilizza i sistemi forniti dalle piattaforme che in automatico consentono di chiedere ai contatti del profilo personale di seguire le pagine di cui si è editori/amministratori.

1.5.7 commenta/condivide/reagisce (a nome della pagina/account DiSea) ai post di altri profili/pagine/account

1.5.8 accede e analizza le insights della pagina/account DiSea per perfezionare il piano editoriale trimestrale (si veda punto 1.6).

1.5.9 gestisce i contenuti a pagamento e le insights delle inserzioni (nel caso in cui il piano editoriale prevedesse pubblicità a pagamento)

1.5.10 Monitora almeno una volta ogni 6 mesi le piattaforme social (anche quelle su cui il DiSea non è presente con un profilo istituzionale) allo scopo di verificare se esistono pagine relative al DiSea non autorizzate (si veda punto 1.9). Segnala al Direttore l'eventuale presenza di pagine non autorizzate.

I contenuti (post, storie, risposte ai messaggi e ai commenti) pubblicati sulle pagine/account DiSea saranno soprattutto in **lingua italiana**, perché questo consente a ciascun utente di vedere la traduzione nella lingua in cui ha impostato la piattaforma. Tuttavia, soprattutto nelle risposte ai commenti e ai messaggi privati da parte di utenti stranieri, o nei post orientati ad attrarre studenti e docenti visitatori, il gestore può valutare di utilizzare **l'inglese**.

Il “gestore periferico editore” dovrà seguire, nelle scelte grafiche che accompagnano la comunicazione sui social, le linee guida per **l'identità visiva di Uniss**. In questo senso, se necessario, il “gestore periferico editore” creerà – sentendo gli organizzatori interni al dipartimento e in linea con i format disponibili nell'apposita sezione della piattaforma e-learning dedicata all'immagine coordinata UNISS - DiSea³ – le **locandine** relative a seminari ed eventi DiSea da comunicare (anche sui social media).

Il “gestore periferico editore” può accedere alla pagina da applicazioni per mobile o da computer. L'applicazione su cellulare consente un monitoraggio più costante dei contenuti pubblicati, ma si ricorda che alcune funzionalità (come nascondere i commenti su Facebook) sono al momento disponibili solo da computer e dall'app per Android. È dovere del “gestore periferico editore” prestare la massima attenzione allo “switch” tra il suo profilo personale e la pagina/account DiSea nella pubblicazione dei contenuti e nella gestione delle interazioni.

Se il “gestore periferico amministratore” ha anche il ruolo di “editore” (come nell'ipotesi di autorizzazione delineata nella sezione 1.3), può decidere di aggiungere il suo profilo personale con il ruolo di “editore”, per evitare di loggarsi fuori e dentro una piattaforma

³ <https://elearning.uniss.it/course/view.php?id=8924>

(soprattutto da cellulare). Resta fermo quanto indicato in precedenza in relazione alla necessità, per alcune funzionalità, di utilizzare il computer o cellulari con specifici sistemi operativi e in relazione al dovere di prestare la massima attenzione allo “switch” tra il profilo personale e la pagina/account DiSea.

1.6 IL PIANO EDITORIALE DEI SOCIAL MEDIA

Il “gestore periferico editore” dei social media ufficiale del DiSea ha il compito di redigere un piano editoriale dei social media di almeno 3 mesi, che potrà venire aggiornato in itinere. Il piano editoriale trimestrale viene presentato al Direttore del Dipartimento che può approvarlo integralmente o chiedere integrazioni e modifiche prima di un’approvazione definitiva. Qualunque aggiornamento del piano editoriale trimestrale deve essere approvato dal Direttore. Il Direttore può chiedere il parere del Consiglio del Dipartimento e avvalersi della collaborazione del referente dipartimentale alla comunicazione per l’approvazione del piano e dei suoi eventuali aggiornamenti.

Il piano editoriale deve definire: 1. Gli **obiettivi** (cognitivi, comportamentali e attitudinali) della comunicazione sui social rispetto ai diversi **pubblici** del DiSea 2. Le **piattaforme** social usate che verranno usate per raggiungere questi obiettivi 3. I **tipi di contenuti** (messaggi, format, stili) che verranno pubblicati per raggiungere questi obiettivi 4. I **tempi** di pubblicazione di questi contenuti nel periodo di riferimento.

Nella redazione del piano editoriale, il “gestore periferico editore” deve tenere presente che la comunicazione del DiSea sui social media interessa **l’attività didattica, la ricerca e la terza missione**. I modi in cui il DiSea può comunicare in questi tre ambiti di attività sono moltissimi. Solo a titolo di esempio, si possono citare: le campagne di orientamento degli studenti in entrata (gestite dall’Ateneo e dal Dipartimento); le notizie fornite agli studenti in itinere (anche internazionali) e ai laureati in relazione: al calendario didattico, alle risorse digitali da usare per avere informazioni su docenti, insegnamenti, esami, ai servizi (come la biblioteca e lo student hub) e alle opportunità di borse di studio, alle scuole estive e master, a metodologie didattiche innovative usate nell’ambito di alcuni insegnamenti; le notizie utili allo staff, ai dottorandi e ai post-doc sui bandi di finanziamento per la ricerca e sui programmi di internazionalizzazione e formazione offerti da Uniss; la pubblicità dei seminari scientifici, dei visiting internazionali presenti a Sassari, dei risultati ottenuti dal Dipartimento e dai suoi

ricercatori sul piano della ricerca (eccellenza MUR, nuove pubblicazioni, finanziamenti ottenuti, premi, partecipazioni a convegni internazionali, buoni risultati nei vari sistemi di valutazione); la pubblicità delle attività di collaborazione con il mondo delle aziende e gli inviti a partecipare alle iniziative di public engagement e ai seminari didattici che prevedono le testimonianze in aula dei professionisti; l'organizzazione di video-testimonianze di studenti, ex-alumni ed erasmus, micro-influencers sulla "vita da studenti", oppure i sondaggi social e i box-domande volti a raccogliere suggerimenti per migliorare aspetti specifici delle attività svolte dal Dipartimento (ad esempio i sondaggi su LinkedIn per le aziende orientati a capire che tipo di competenze cercano nei laureati).

Il piano editoriale dovrà considerare anche obiettivi, pubblici, piattaforme e tempi della comunicazione social dei corsi di studio DiSea nella **sede di Olbia**.

Nel piano editoriale, è importante indicare anche le **categorie di pagine/account da seguire** (ed eventuali esempi più specifici) – soprattutto se la pianificazione riguarda anche nuove piattaforme, su cui il DiSea non ha ancora un profilo ufficiale.

Se il "gestore periferico editore" ritiene che ci siano occasioni in cui è utile organizzare **dirette** Facebook/Instagram, anche queste vanno indicate nel piano editoriale, specificando obiettivi, target, contenuti, tempi.

Il "gestore periferico editore" deve cercare, attraverso il piano editoriale, di ottenere una **riconoscibilità** della comunicazione DiSea (pianificando l'uso di rubriche settimanali, format, altri tipi di appuntamenti).

Prima della redazione di ogni piano editoriale, sarà importante mappare anche le notizie presenti sul sito web istituzionale del Dipartimento (di cui i social possono farsi cassa di risonanza, nei casi previsti dal piano) e analizzare le insights dei profili social già disponibili e le pagine/account seguiti dai profili disponibili.

Il "gestore periferico editore" può prevedere nel piano editoriale anche la promozione sui social media di contenuti e iniziative provenienti da **fonti esterne al Dipartimento** (altri dipartimenti, ateneo, comuni, regioni, ministeri, unione europea, giornali, libri, film, musei, concerti, sport, scienziati/intellettuali di prestigio, ecc.) ma solo se questi contenuti/iniziativa **non sono in concorrenza** con le attività del DiSea (ad es. la pubblicità di un corso di laurea in economia di un'altra Università) e solo se **sono pertinenti** con le attività didattiche, di ricerca e di terza missione svolte all'interno del DiSea (ad es. manifestazione internazionale sui temi di ricerca e di didattica del DiSea organizzata da associazioni di

categoria a cui partecipano alcune persone del DiSea, la notizia della pubblicazione del bando Erasmus sul sito o sui social di Uniss, la pubblicazione del bando master and back sul sito della RAS, la pubblicazione di bandi MUR e UE per la ricerca sui temi di interesse dei ricercatori DiSea, le citazioni di un premio Nobel per l'economia, un articolo di giornale che parla dei risultati eccellenti raggiunti dal DiSea, una iniziativa di una società sportiva orientata al rispetto delle diversità su cui si chiede la collaborazione di studenti universitari, etc.).

Il piano editoriale deve tenere conto del fatto che – come indicato nella “Policy per i social media Uniss” – i canali social istituzionali del DiSea **non possono essere utilizzati per la presentazione di domande, istanze o modulistica da parte degli utenti.**

Inoltre, i canali social istituzionali del DiSea **non possono essere utilizzati per comunicare ordini di servizio o effettuare qualunque altra forma di comunicazione ufficiale rivolta ai docenti, al personale TA e ai dipendenti in genere.**

Il “gestore periferico editore” dovrà rispettare, nei contenuti pubblicati, il piano editoriale, dando continuità nel tempo alla presenza DiSea sui social media.

In caso di dubbi sui contenuti da pubblicare, il “gestore periferico editore” può chiedere l'autorizzazione al Direttore del Dipartimento, che può valutare di sentire anche altri pareri, tra cui quello del Social media manager di Uniss e il delegato dipartimentale alla comunicazione.

1.7 PRIVACY, INFORMAZIONI CONFIDENZIALI, COPYRIGHT, RISPETTO DEI TERMINI DEL SERVIZIO E USO DI SOFTWARE DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

In base alla normativa vigente, il “gestore periferico editore” deve rispettare la privacy degli studenti, dei dipendenti e di altri portatori di interesse del Dipartimento, evitando la divulgazione di informazioni personali nei post, nei commenti e nei messaggi diretti, senza il consenso dell'interessato.

È possibile per il “gestore periferico editore” pubblicare nei post immagini e video contenenti spazi e persone relativi all'università in assenza di esplicita autorizzazione se si tratta di eventi pubblici e/o cerimonie pubbliche, ma queste immagini e/o video devono dare effettiva testimonianza della circostanza che sono stati catturati in eventi pubblici e/o cerimonie

pubbliche (non possono, ad esempio, riguardare inquadrature specifiche dei soggetti presenti).

È vietato per il “gestore periferico editore” divulgare attraverso i social media le informazioni confidenziali di cui sia a conoscenza in ragione del proprio rapporto professionale con il Dipartimento.

Nell'utilizzo dei social media è necessario inoltre rispettare i termini e le condizioni d'uso stabiliti da ciascuna piattaforma usata.

Prima di pubblicare un post il “gestore periferico editore” deve accertarsi di non infrangere alcun diritto di proprietà intellettuale con particolare riferimento a copyright, brevetti e contratti di licenza.

In linea con quanto previsto dall'art. 4 del Codice etico e di comportamento di Uniss (aggiornato ai sensi del DPR 81/2023), il “gestore periferico editore” farà un utilizzo etico delle tecnologie di intelligenza artificiale (molto utili, ad esempio, per la produzione di sintesi e di immagini non coperte da copyright) nel rispetto dei principi e dei valori europei.

1.8 LA COMUNICAZIONE TRA IL “GESTORE PERIFERICO EDITORE”, IL RESTO DEL PERSONALE DISEA E GLI STUDENTI

I docenti, gli studenti e il personale tecnico-amministrativo possono chiedere al “gestore periferico editore” la pubblicazione sui social DiSea di contenuti relativi alle loro attività e iniziative più importanti, se queste sono in linea con il piano editoriale e con la presente policy. Dal canto suo, il “gestore periferico editore” deve essere raggiunto dalle news della mailing list uniss e può contattare il personale, i rappresentanti degli studenti e le associazioni studentesche per chiedere una collaborazione nella produzione dei contenuti specifici per i social media, pertinenti con le attività svolte da chi viene contattato.

Ai sensi dell'art. 20-bis del Codice Etico e di Comportamento di Uniss, aggiornato ai sensi del DPR 13 giugno 2023, n. 81, recante il «Codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165».

la comunicazione relativa alle attività di social media management, da e verso il “gestore periferico editore”, non può avvenire tramite un indirizzo mail personale. Inoltre, ai sensi del suddetto Codice (le cui disposizioni si estendono ai collaboratori dell'Università anche a tempo determinato), ciascun messaggio in uscita da un indirizzo @uniss deve consentire

l'identificazione dei dipendenti mittenti, che sono responsabili del contenuto dei messaggi inviati, che non devono essere oltraggiosi, discriminatori o comunque fonte di responsabilità per l'Università stessa. Le mail in uscita deve inoltre indicare, in calce, la firma del dipendente con un recapito istituzionale al quale i medesimi sono reperibili (secondo il Manuale di identità visiva Uniss).

Pertanto, nell'ipotesi della strategia autorizzativa delineata nella sezione 1.2, al fine di abilitare la comunicazione via email tra il "gestore periferico editore" e la comunità del DiSea sulle attività specifiche relative ai social media e alla comunicazione istituzionale, il Direttore dovrà fare richiesta di un indirizzo email associato al collaboratore a tempo determinato che ricopre il ruolo di "gestore periferico editore". Quando il collaboratore cesserà la sua attività e se verrà sostituito, la procedura andrà ripetuta (chiedendo l'attivazione di un nuovo indirizzo). Il primo indirizzo che si può richiedere è DiseaCOM@uniss.it.

Anche nell'ipotesi della strategia autorizzativa delineata nella sezione 1.3, al fine di abilitare la comunicazione via email tra il "gestore periferico amministratore/editore" e la comunità del DiSea sulle attività specifiche relative ai social media e alla comunicazione istituzionale, il Direttore dovrà fare richiesta di un indirizzo email associato al dipendente a tempo indeterminato che ricopre il ruolo di "gestore periferico amministratore/editore". Se la persona verrà sostituita in questo ruolo, la procedura andrà ripetuta (chiedendo l'attivazione di un nuovo indirizzo). Anche in questo caso, l'indirizzo che si può richiedere è DiseaCOM@uniss.it.

1.9 ATTIVAZIONE DI NUOVI PROFILI SOCIAL UFFICIALI DEL DISEA

Tutte le pagine/account ufficiali del DiSea sulle piattaforme social devono essere **indicati nella homepage del sito del Dipartimento**, con un'icona che, con un click, reindirizza l'utente direttamente al profilo/canale.

L'attivazione di **nuovi profili social del DiSea, su piattaforme diverse da Facebook**, deve essere valutata, in prima istanza, dal Direttore del Dipartimento, che può avvalersi del parere del Consiglio di Dipartimento e/o del referente dipartimentale per la comunicazione. Successivamente, in linea con quanto previsto dalla "Policy per i social media di Uniss", la valutazione del Direttore deve essere condivisa con il Social Media Manager di Ateneo. Dopo aver acquisito anche il parere del Social Media Manager di Ateneo, il Direttore procederà ad autorizzare il "gestore periferico amministratore" all'apertura del nuovo profilo

ufficiale e – nell’ipotesi della strategia delineata nella sezione 1.2 – il “gestore periferico editore” alla pubblicazione dei contenuti e alla gestione delle interazioni su questo nuovo profilo ufficiale.

Anche l’opportunità di aprire **nuove pagine/account social ufficiali DiSea relativi a strutture specifiche** – ad es. servizi, uffici, master, scuole estive, dottorati, progetti di ricerca o altro – deve essere valutata in prima istanza dal Direttore e successivamente dal Social Media Manager di Ateneo. L’eventuale apertura di queste pagine/account specifiche, se gestite da personale diverso da quello incaricato di gestire i profili ufficiali principali del DiSea, richiederà un aggiornamento di questa social media policy, che preveda anche le procedure autorizzative per i gestori di questi profili secondari.

1.10 UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA DA PARTE DEL PERSONALE DISEA NON INCARICATO DI SVOLGERE RUOLI DI GESTIONE DEI PROFILI UFFICIALI

L’art. 20-ter del Codice Etico e di Comportamento di Uniss, aggiornato ai sensi del DPR 81/2023, prevede 1. che i dipendenti, nell’utilizzo dei propri account personali di social media, adottino ogni cautela affinché le proprie opinioni o i propri giudizi su eventi, cose o persone non siano in alcun modo attribuibili direttamente all’Università; 2. che i dipendenti sono tenuti ad astenersi da qualsiasi intervento o commento e/o video, audio, foto, emoticon che possa nuocere al prestigio, al decoro o all’immagine dell’Università o della PA in generale; 3. che i dipendenti, al fine di garantire i necessari profili di riservatezza, non effettuino di norma comunicazioni, afferenti direttamente o indirettamente il servizio, attraverso conversazioni pubbliche sui social media, a meno che queste comunicazioni non rispondano a un’esigenza di carattere istituzionale; 4. che i dipendenti devono rispettare le linee guida di policy per i social media di Uniss; 5. che i dipendenti, fermi restando i casi di divieto previsti dalla legge, non possono diffondere sui social per ragioni estranee al loro rapporto di lavoro con Uniss e contro le disposizioni di cui al D. LGS. 14 marzo 2013, n. 33, in materia di diritto di accesso civico, e alla. L. 7 agosto 1990, n. 41, in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi, documenti anche istruttori e informazioni di cui abbiano la disponibilità.

Alla luce di queste disposizioni dell’Ateneo, attraverso la presente Policy per i social media del DiSea, il Dipartimento ricorda al suo staff presente sui social media con profili personali – soprattutto a chi sceglie di rendere nota nei profili personali la sua attività lavorativa presso

il Dipartimento – l’opportunità di adottare ogni cautela affinché le opinioni personali e i giudizi espressi in questi profili non impegnino in alcun modo la responsabilità del Dipartimento e non danneggino alla sua reputazione.

Il Dipartimento invita inoltre il suo staff presente sulle piattaforme di social media con profili personali a seguire le pagine social del Dipartimento e a interagire il più possibile con i contenuti pubblicati dai profili social istituzionali del DiSea, dandone visibilità alla propria rete di contatti attraverso funzionalità come i pulsanti “like”, “consiglia”, “condividi”, “diffondi il post”. La pubblicazione di commenti sulle pagine/account ufficiali del DiSea, così come l’invio di messaggi diretti inviati ai profili istituzionali del Dipartimento, da parte delle persone dello staff docente o amministrativo comporta l’accettazione delle medesime regole e dei medesimi valori indicati per i pubblici esterni al DiSea (sezione 2).

Le persone dello staff che pubblicano sui propri profili personali post, storie o reels relativi alle loro attività didattiche, di ricerca e di terza missione possono taggare il DiSea per consentire al “gestore periferico editore” di decidere se darne ulteriore visibilità dalla pagina istituzionale.

SEZIONE 2 - SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

2.1 LINEE GUIDA PER LA COMUNICAZIONE DEI PUBBLICI ESTERNI SUI SOCIAL MEDIA DISEA

Come indicato anche in precedenza in questa social media policy, i commenti e le interazioni con i profili DiSea sono sostenuti e incoraggiati, in quanto rappresentano un importante feedback per l’istituzione e amplificano la visibilità dei contenuti pubblicati. La pubblicazione di commenti o messaggi diretti sui profili social istituzionali del DiSea comporta però l’accettazione delle seguenti regole:

2.1.1 Ciascun utente esterno è personalmente responsabile dei contenuti pubblicati e delle eventuali conseguenze giuridiche delle proprie dichiarazioni e comportamenti. Il Dipartimento non può essere ritenuto responsabile di ciò che viene pubblicato da terzi.

2.1.2 I contenuti pubblicati nei commenti devono essere pertinenti rispetto all'argomento a cui si riferisce il post o la storia.

2.1.3 Le opinioni devono essere espresse con educazione ed essere basate su dati di fatto verificabili.

2.1.4 Devono essere evitati volgarità, offese, minacce, e in generale un linguaggio violento e denigratorio che leda la dignità personale, i diritti altrui, i principi di libertà e uguaglianza.

2.1.5 Non possono essere pubblicate proposte o promozioni di carattere commerciale.

2.1.6 Non possono essere pubblicati contenuti che violino il diritto d'autore o che facciano uso non autorizzato di loghi ufficiali e/o marchi registrati.

2.1.7 Non possono essere pubblicati contenuti discriminatori o vessatori per genere, origini etniche, lingua, nazionalità, credo religioso, opinioni politiche, identità e orientamento sessuale, età, aspetto fisico, condizioni di salute, condizione economiche e sociali.

2.1.8 Non devono essere pubblicati/divulgati dati e informazioni che non rispettino la normativa in materia di protezione dei dati personali e di diritto alla riservatezza. È possibile pubblicare immagini e video contenenti spazi e persone relativi all'università in assenza di esplicita autorizzazione se si tratta di eventi pubblici e/o cerimonie pubbliche, ma queste immagini e/o video devono dare effettiva testimonianza della circostanza che sono stati catturati in eventi pubblici e/o cerimonie pubbliche (non possono, ad esempio, riguardare inquadrature specifiche dei soggetti presenti).

2.1.9 Non devono essere pubblicati post, commenti, o materiale multimediale a carattere osceno, pornografico o pedopornografico, espressioni verbali degradanti che hanno ad oggetto la sfera della sessualità, o tali da offendere la sensibilità degli utenti.

2.1.10 Non si possono pubblicare nei confronti dell'operato del Dipartimento messaggi che per le forme e i contenuti ne possano ledere l'immagine o la credibilità.

2.1.11 È vietato incitare al mancato rispetto delle presenti regole al fine di destabilizzare il normale utilizzo dei social media istituzionali.

I commenti che contravvengono alle regole di cui sopra verranno nascosti o rimossi a cura dei gestori, che – anche nel caso dei messaggi che contravvengono alle suddette regole – valuteranno anche l'ipotesi di limitare agli autori di questi commenti/messaggi l'accesso alla pagina/account istituzionale.