

Social media policy interna

COMMISSIONE COMUNICAZIONE DII

Sommario

1. Premessa	2
2. Modalità di gestione degli account DII	2
3. Informativa protezione dati.....	2
4. Procedura per la pubblicazione sui social e sul sito web del Dipartimento	3
5. Ulteriori profili social e siti web di laboratori e gruppi di ricerca che afferiscono al Dipartimento.....	4

Questo Dipartimento garantisce parità e pari opportunità fra tutte le persone nello studio, nella ricerca e nel lavoro. Nel presente documento, quando è fatto uso del genere maschile sovraesteso è unicamente per esigenze di semplicità del testo.

Il documento recepisce le indicazioni contenute nel Regolamento concernente modifiche al decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013, n. 62, recante: «Codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165». (23G00092) [\(GU Serie Generale n.150 del 29-06-2023\)](#). Entrata in vigore del provvedimento: 14/07/2023.

1. Premessa

La social media policy interna ha l'obiettivo di rendere chiara a tutti gli strutturati e a tutte le strutturate (ovvero, ricercatrici, ricercatori, professoresse, professori e personale tecnico amministrativo) del Dipartimento di Ingegneria dell'Informazione (DII):

1. la modalità di gestione degli account social del DII;
2. l'informativa protezione dati relativa all'uso di riprese audio-video e altri dati personali nell'ambito delle attività di disseminazione organizzate dal DII
3. l'iter da seguire per pubblicare un contenuto sui social e sul sito web del Dipartimento;
4. le linee guida per l'attivazione di profili social e/o l'apertura di siti web di laboratori e/o gruppi di ricerca che afferiscono al DII.

2. Modalità di gestione degli account DII

I social media del Dipartimento sono gestiti e coordinati dai *Social Media Manager*, nominati dal Direttore di Dipartimento, mediante apposita lettera di incarico. Compito dei Social Media Manager è quello di monitorare gli account social del DII, promuovere nuove iniziative, interagire con i colleghi e con le colleghe del Dipartimento per quanto attiene alla pubblicazione di nuovi contributi, interfacciarsi con le utenti e gli utenti dei social, rilanciare, quando ritenuto opportuno, contributi già pubblicati su altri profili.

I social media manager sono anche responsabili di mantenere un repository multimediale delle iniziative e dei contributi pubblicati sui profili social e sul sito del Dipartimento.

Rimane comunque inteso che la responsabilità in merito alla veridicità, correttezza e proprietà dei contenuti pubblicati è sempre a carico del/della proponente che ne richiede la pubblicazione ai Social Media Manager.

3. Informativa protezione dati

In accordo e sotto la guida dell'ufficio preposto dell'Università Politecnica delle Marche, il DII ha redatto l'informativa protezione dati relativa all'uso e riuso di riprese audio-video e altri dati personali nell'ambito delle attività di disseminazione organizzate dal Dipartimento tramite pubblicazione sui social media e sul sito web. Il documento è disponibile accedendo all'area riservata sul sito di Dipartimento.

Ferma restando la responsabilità del/della proponente in merito alla pubblicazione di un contenuto, i social media manager non pubblicheranno alcun testo che, prevedendo anche foto, immagini e/o video, non sia corredato dall'informativa debitamente compilata e firmata da tutti i soggetti ritratti/ripresi.

4. Procedura per la pubblicazione sui social e sul sito web del Dipartimento

Gli/le strutturati/e DII, interessati/e alla pubblicazione di un contenuto, si devono attenere alla seguente procedura:

1. inviare a socialmanager@dii.univpm.it il testo da pubblicare, corredato da foto, immagini, video. A tal proposito, si precisano alcuni requisiti che il contenuto deve rispettare:
 - a. deve essere già predisposto per essere pubblicato sui social network e/o sul sito. Questo significa che il testo deve dare una chiara indicazione di cosa si intende pubblicizzare (un evento, un seminario, un workshop etc.), con eventuale indicazione della data, del luogo e di altro che si ritenga utile (ad esempio, link a siti web) e necessario ad identificare l'evento. Si deve, infine, anche espressamente indicare se la pubblicazione deve avvenire solo sui profili social del DII, solo sul sito Web del DII o su entrambi.
 - b. deve contenere un'indicazione degli account social da taggare nel testo proposto. A tal proposito, gli account che il DII tagga nel testo sono solo di persone afferenti al Dipartimento. Inoltre, sarà possibile taggare pagine social (es di aziende, enti, organizzazioni) segnalate dal proponente.
 - c. deve essere redatto in maniera tale che rispetti le linee guida sull'uso del linguaggio di genere, definite dall'Ateneo e disponibili in area riservata. Fatte salve le dovute eccezioni che verranno esaminate di volta in volta, la lingua per il testo dei post dovrà essere quella italiana.
2. I Social Media Manager esamineranno il contenuto proposto per verificarne l'adeguatezza ed in caso di materiale contenente foto, immagini e video, che sia stata prodotta anche la documentazione relativa alla protezione dati descritta nella Sezione 3 di questo documento. A tal proposito, si precisa che i Social Media Manager:
 - a. non pubblicheranno contenuti che divulghino informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti di cui si è a conoscenza (ad esempio partner, istituzioni, utenti, stakeholder, ecc.) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti interessate;
 - b. non pubblicheranno contenuti ritenuti minatori o ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive o denigratorie;
 - c. non pubblicheranno contenuti non ritenuti pertinenti rispetto alle attività del Dipartimento;
 - d. non rilanceranno, anche se menzionati nella pubblicazione proposta, contenuti che si sovrappongono ad iniziative già avviate sui social del Dipartimento;
 - e. non pubblicheranno contenuti riguardanti iniziative che, in qualche modo, possano essere in competizione con le attività didattiche, di ricerca e di terza missione, del Dipartimento e dell'UNIVPM;
 - f. accetterà contributi che riguardano:
 - i. seminari e workshop organizzati nell'ambito delle attività del Dipartimento;
 - ii. corsi di formazione approvati dal Dipartimento;
 - iii. iniziative che vedono il coinvolgimento di persone afferenti al Dipartimento, per le attività didattiche, di ricerca e terza missione condotte per il Dipartimento;
 - iv. riconoscimenti e premi ricevuti nell'ambito delle attività didattiche, di ricerca e terza missione condotte per il Dipartimento;
 - v. interviste, già pubblicate/trasmesse sui mass media, relativamente ad attività didattiche, di ricerca e terza missione condotte per il Dipartimento.

3. Nel caso sia richiesto che il contenuto venga pubblicato entro una data predefinita, la richiesta dovrà arrivare ai Social Media Manager almeno cinque giorni prima la data di pubblicazione.
4. Un/una non strutturato/a DII (dottorando/a, assegnista di ricerca, post-doc, ...) può proporre la pubblicazione di un contributo, a patto che il testo e le immagini/foto/video a corredo siano state approvate dal/dalla referente che, nella comunicazione richiesta al Punto 1 del precedente elenco, sia stato/a inserita per conoscenza.

Si ricorda che:

- come da comunicazione del Direttore, del 21 Gennaio 2023, chi volesse pubblicizzare un seminario deve utilizzare il template disponibile nell'area riservata del sito di Dipartimento;
- come da comunicazione del Direttore, del 22 Giugno 2023, la pubblicazione di un contributo, nell'ambito dell'iniziativa "paper della settimana", deve essere corredata da un'immagine, il cui template è disponibile nell'area riservata del sito di Dipartimento;
- il DII ha redatto una social media policy esterna, oltre a questa interna, disponibile al seguente link https://www.dii.univpm.it/social_media_policy;
- i contenuti una volta in rete hanno risonanza globale e potrebbe essere impossibile cancellarli o modificarli.

5. Ulteriori profili social e siti web di laboratori e gruppi di ricerca che afferiscono al Dipartimento

Ferma restando la totale autonomia di un laboratorio e/o di un gruppo di ricerca nell'attivare profili social e/o aprire siti web, in quanto afferenti al Dipartimento si richiede il rispetto di quanto segue:

1. seguire le linee guida relative all'identità d'Ateneo e al linguaggio di genere nelle comunicazioni ufficiali, rilasciate dall'UNIVPM e disponibili nell'area riservata;
2. al momento dell'attivazione di un profilo e/o dell'apertura di un sito web, bisogna darne comunicazione al Direttore di Dipartimento, al Responsabile Qualità di Dipartimento per la didattica e la ricerca, e ai Social Media Manager di Dipartimento. Tale comunicazione deve anche chiaramente riportare per ogni profilo o sito Web il nome del Social Media Manager, che deve essere uno/a strutturato/a del Dipartimento;
3. sia i profili social che i siti web devono chiaramente riportare l'afferenza al Dipartimento, ivi incluso il logo del DII;
4. ferma restando la completa responsabilità da parte del Social Media Manager dei profili social e del sito su quanto pubblicato, non saranno ammessi contenuti che, in qualche modo, possano competere con le attività didattiche, di ricerca e di terza missione, del Dipartimento e dell'Ateneo.

Attenersi al rispetto di queste regole è un obbligo per tutti i componenti del DII. Profili o siti che non le rispettino non saranno riconosciuti per tutto ciò che concerne il collegamento con il dipartimento.