



SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Linee guida

Sommario

1. Premessa	2
2. Profili social istituzionali “centrali” dell’Università di Palermo	3
3. Profili social istituzionali “satelliti” dell’Università di Palermo - attivazione e gestione	5
3.1 Richiesta di attivazione	5
3.2 Comunicazione dei profili social istituzionali “satelliti” già esistenti	6
3.3 Creazione di profili social istituzionali “satelliti”: denominazione e immagine	6
3.4 Custodia delle credenziali	7
3.5 Gestione dei profili social istituzionali	8
3.6 Creazione e pubblicazione di contenuti	10
4. Utilizzo dei profili personali da parte dei dipendenti dell’Università degli Studi di Palermo	13



1. Premessa

L'**Università degli Studi di Palermo (UniPa)** utilizza le piattaforme di community e i social network esterni mediante la creazione di profili istituzionali per rafforzare la sua azione di comunicazione per diffondere al pubblico di riferimento, principalmente i propri studenti, i propri dipendenti e tutti i soggetti connessi e interessati a interagire al mondo accademico, i servizi, i risultati scientifici, gli eventi, le opportunità di diritto allo studio, di orientamento e placement, e le iniziative che a vario titolo riguardano l'Ateneo di Palermo.

La presenza sul web di tali profili istituzionali mira a rafforzare l'interesse, le relazioni e il dialogo con gli utenti, nonché l'immagine dell'Ateneo, e deve impiegare un linguaggio trasparente, semplice e moderno, in cui gli utenti finali divengono interlocutori attivi con l'Amministrazione e non meri ricettori di informazioni, col duplice intento di avvalorarne la relazione di fiducia e monitorarne il livello di soddisfazione.

Data la continua evoluzione della tipologia di servizi offerta dai social media si rende necessaria la stesura di una **Social Media Policy Interna**, vere e proprie **linee guida** per l'utilizzo dei profili social con **"carattere istituzionale"**.

Le presenti linee guida, redatte seguendo la ratio del **"Vademecum pubbliche amministrazioni e social media"**, illustrano in modo semplice, chiaro e trasparente, le *netiquette* per utilizzare al meglio gli spazi social istituzionali, nel rispetto anche del codice etico della comunità universitaria, e le indicazioni in materia di privacy, di diritto di autore e di accessibilità.

Le presenti linee guida sono prevalentemente dirette al personale dipendente di UniPa e descrive le due tipologie di profili con i quali l'Università di Palermo può essere presente sui social media:



- **profili social istituzionali “centrali”;**
- **profili social istituzionali “satelliti”.**

Si sottolinea che tali linee guida non sostituiscono le condizioni di utilizzo e la privacy policy dei siti di social networking utilizzati, dei quali si presuppone la conoscenza ed il rispetto a priori dei termini di servizio.

2. Profili social istituzionali “centrali” dell’Università di Palermo

L’**Università degli Studi di Palermo (UniPa)** è presente sui principali **social network** con i propri account ufficiali:

- **Facebook**
<https://www.facebook.com/universitapalermo/>
@universitapalermo
- **Instagram**
<https://www.instagram.com/unipa.it/>
@unipa.it
- **LinkedIn**
<https://www.linkedin.com/school/universita-degli-studi-di-palermo/>
- **X**
https://x.com/unipa_it
@unipa_it



- **YouTube**

https://www.youtube.com/@UniPait_Palermo

- **Telegram**

https://t.me/unipa_official

I profili social istituzionali “centrali” di UniPa non sostituiscono i tradizionali canali di comunicazione attraverso i quali l’Amministrazione rende disponibili le informazioni e l’accesso ai servizi, prevalentemente a mezzo del Portale web www.unipa.it, o mediante comunicazione interna a mezzo e-mail; inoltre integrano a titolo esemplificativo le attività di comunicazione svolte dall’URP, dalle Segreterie Studenti e da tutte le strutture UniPa che svolgono attività di front office. L’elenco dei social media ufficiali utilizzati dall’Università di Palermo è specificato nella sezione web [Social Media](#) del sito UniPa Comunica online sul Portale di Ateneo.

La gestione dei profili social istituzionali “centrali” di UniPa e dei servizi di messaggistica correlati, compete alla U.O. Comunicazione Istituzionale del “Settore Comunicazione e URP”.

La moderazione degli spazi social da parte della U.O. Comunicazione Istituzionale avviene a posteriori, più precisamente in un momento successivo alla pubblicazione di contenuti e/o commenti da parte di terzi soggetti, e segue le linee guida **Social Media Policy Esterna** pubblicate nella sezione web [Social Media](#) del sito UniPa Comunica nei tempi e modi ragionevolmente esigibili e adeguati al mezzo di comunicazione.



È possibile contattare lo staff della “U.O. Comunicazione Istituzionale” dedicato al presidio dei social media ufficiali scrivendo una e-mail all’indirizzo di posta elettronica comunicazione@unipa.it.

3. Profili social istituzionali “satelliti” dell’Università di Palermo - attivazione e gestione

3.1 Richiesta di attivazione

L’Università degli Studi di Palermo consente e promuove l’attivazione e l’utilizzo delle piattaforme social da parte delle proprie strutture didattiche, amministrative, di ricerca e museali, quali Dipartimenti, Corsi di Studio, Uffici amministrativi, Musei.

Coloro che intendono attivare un nuovo profilo social istituzionale sono tenuti a darne preventivamente comunicazione inviando una e-mail al Magnifico Rettore all’indirizzo rettore@unipa.it e in copia conoscenza alla “U.O. Comunicazione Istituzionale” all’indirizzo comunicazione@unipa.it in cui si specifichi:

- la tipologia di piattaforma che si ha intenzione di utilizzare per la creazione del profilo (Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn, etc.);
- la denominazione che si intende utilizzare per il profilo che deve essere riferibile all’Università degli Studi di Palermo;
- gli scopi per i quali si intende utilizzare il profilo social;
- il/i nominativo/i e i contatti dell’/degli amministratore/i responsabili della gestione del profilo anche per la creazione, la pubblicazione di contenuti, che deve/devono essere dipendente/i o comunque soggetto/i riferibile/i all’Università di Palermo;



- una dichiarazione che attesti il carattere istituzionale della presenza e l'osservanza degli adempimenti richiesti dalle presenti linee guida.

La U.O. Comunicazione Istituzionale, espresso il proprio parere tecnico, e ricevuta l'autorizzazione da parte del Rettore, comunica al richiedente di procedere con l'attivazione del profilo.

3.2 Comunicazione dei profili social istituzionali “satelliti” già esistenti

I referenti che a vario titolo gestiscono dei profili social “satelliti” già esistenti o comunque creati antecedentemente alle presenti linee guida, sono tenuti a dare comunicazione del “carattere istituzionale” della presenza alla U.O. Comunicazione Istituzionale, scrivendo una e-mail all'indirizzo comunicazione@unipa.it, e, ove necessario, a conformare le modalità di gestione e utilizzo secondo le indicazioni di queste linee guida per potere essere opportunamente censiti quali profili social istituzionali, al fine di incentivare azioni sinergiche di comunicazione anche mediante opportune menzioni e condivisioni di contenuti.

3.3 Creazione di profili social istituzionali “satelliti”: denominazione e immagine

Al fine di non generare disambiguazione con profili e/o pagine simili associate all'Università degli Studi di Palermo occorre creare account facilmente individuabili come appartenenti all'Ateneo.

È opportuno che, in linea di principio, la **denominazione** del profilo faccia riferimento al nome della struttura UniPa e contenga, inoltre, per esteso alternativamente le diciture “Università degli Studi di Palermo” o



“Università di Palermo” o “UniPa”; la denominazione del profilo può anche richiamare il nome di un servizio offerto o di un progetto, e in questi casi è opportuno che il riferimento alla specifica struttura d’Ateneo sia inequivocabilmente indicato nella sezione riservata alle informazioni dell’account, laddove presente. In altre parole, è necessario che il profilo social sia sempre identificabile come appartenente all’Università di Palermo.

Nelle informazioni del profilo, in particolare per la creazione di una pagina Facebook, vanno indicati indirizzo, numero di telefono, e-mail ed eventuale orario di apertura al pubblico della struttura, ed ogni altra informazione ritenuta utile.

Per la scelta dell’**immagine** del profilo o della cover, va preferibilmente caricato il logo ufficiale della struttura o dello specifico servizio erogato o progetto, o una immagine che comunque possa comunicare visivamente la tipologia di argomento trattato ed essere riconducibile all’Ateneo di Palermo.

Per la creazione di un logo *ad hoc* è possibile richiedere una consulenza alla U.O. Comunicazione Istituzionale inviando una e-mail all’indirizzo comunicazione@unipa.it.

Per l’uso del logo di Ateneo si rimanda alle Linee Guida pubblicate nella sezione “[Identità e Logo di Ateneo](#)” nel sito web UniPa Comunica.

Nella fase di creazione dei profili social si ribadisce che è sempre necessario leggere con attenzione e rispettare termini e condizioni d’uso del social media che si intende utilizzare.

3.4 Custodia delle credenziali

Per aprire i profili social è consigliato utilizzare un **indirizzo e-mail istituzionale di struttura** per la ricezione e conseguente risposta di possibili messaggi dall’utenza; è inteso che massima cura deve essere



riposta dai referenti responsabili nel custodire **credenziali e password di accesso**.

Lo smarrimento o il furto delle credenziali può compromettere l'autenticità e l'esistenza del profilo con conseguente eliminazione dello stesso. È necessario, pertanto, scegliere password che garantiscano un elevato standard di sicurezza, non utilizzarle per l'accesso ad altri o analoghi servizi, modificandole con frequenza.

Al fine di scongiurare il rischio furto e/o utilizzo improprio delle credenziali di autenticazione possono essere adottati utili accorgimenti pratici di cautela per la propria postazione di lavoro, evitando come buona prassi di salvare i dati di accesso alla piattaforma e ricordandosi di disconnettersi al termine della sessione di lavoro.

Si rimanda alle disposizioni dell'Art.9 - Sicurezza delle credenziali del [Regolamento sull'utilizzo della Rete di Ateneo e dei servizi Internet](#) (D.R. n. 428/2020, prot. n. 13298 del 13/02/2020).

3.5 Gestione dei profili social istituzionali

L'attivazione di un profilo social istituzionale, centrale o satellite, implica l'impegno a mantenerlo attivo nel rispetto del concetto di *real time* proprio dei social media, compatibilmente, trattandosi di attività lavorativa, al normale orario di lavoro della struttura, fermo restando ogni intervento che si rendesse necessario anche fuori dall'orario di lavoro; pertanto, è opportuno organizzare risorse di personale preposto e dedicato al presidio dei profili social.

Tali risorse di personale possono essere individuate dai referenti in qualità di amministratori degli account per la custodia e la sicurezza degli accessi, per la protezione delle password, ed anche per la creazione e la pubblicazione dei contenuti.



Le linee guida di **Social Media Policy Esterna** di Ateneo vanno sempre linkate nella sezione “Informazioni” di ogni account, quale riferimento di condotta per l’utenza esterna e di moderazione da parte degli amministratori dei profili social, ad esempio su post e/o commenti offensivi o provocatori pubblicati dai fan come insulti, attacchi denigratori, immagini di pornografia e pedopornografia, link a siti eterni inappropriati o fuori tema, attività di cyberbullismo, annunci di natura e di interesse strettamente personali, messaggi commerciali o politici, spam, etc.

È buona prassi che tutte le risposte ai commenti siano ponderate prima della loro pubblicazione, in considerazione del fatto che l’/gli amministratore/i esprime/ono sempre l’opinione della Istituzione che rappresenta/no, mediante interventi sempre rispettosi di tutti gli stakeholder dell’Università di Palermo, e tenendo in considerazione le diversità presenti nel pubblico a cui ci si rivolge per età, disabilità, genere, stato civile, razza, religione, orientamento politico, orientamento sessuale.

Nei casi di particolare gravità, fatti salvi altri adempimenti previsti dalla normativa vigente, sentito il Responsabile della struttura, è possibile inviare una segnalazione dettagliata e documentata alla U.O. Comunicazione Istituzionale all’indirizzo e-mail comunicazione@unipa.it.

L’/Gli amministratore/i dei canali social si mantengono imparziale/i nelle eventuali risposte o commenti ricorrendo sempre al buon senso e alle regole di *netiquette*, consultandosi con i Responsabili in caso di difficoltà, o prima di affrontare argomenti delicati.

Inoltre, l’/gli amministratore/i non scrivono in prima persona e si accertano:



- di non infrangere alcun diritto di proprietà intellettuale nella pubblicazione di testi e immagini;
- di non ledere la privacy dei soggetti, anche tramite la pubblicazione di dati personali;
- di non divulgare informazioni confidenziali, di cui si è a conoscenza in virtù del proprio rapporto di lavoro con l'Ateneo di Palermo.

È opportuno che i servizi di messaggistica, ove previsti, siano utilizzati dall'/dagli amministratore/i con un linguaggio confidenziale, dando risposte brevi e chiare che riconducano gli utenti mediante link a trovare le informazioni o i contatti richiesti sul Portale di Ateneo per risolvere problematiche o inviare segnalazioni. È consigliato di rispondere sempre, entro 24-48 ore al massimo.

3.6 Creazione e pubblicazione di contenuti

I contenuti da creare e pubblicare devono essere originali, coerenti con lo scopo e gli obiettivi del profilo, interessanti per il pubblico di riferimento e in linea con la reputazione, la visione e la missione dell'Università degli Studi di Palermo.

È necessario controllare scrupolosamente la correttezza ortografica, grammaticale, sintattica del contenuto e verificare il corretto funzionamento dei collegamenti ipertestuali (*link* o preferibilmente *short link*) alle fonti delle informazioni riportate e pubblicate, quando possibile, sul Portale web di Ateneo.

Per la creazione dei contenuti testuali è preferibile usare un linguaggio cordiale, chiaro e sintetico, e un tono più informale, propri dei social media, ma pur sempre istituzionale e trasparente, assicurando sempre un accurato controllo prima della pubblicazione. È consigliato rendere i



testi immediati utilizzando titoli significativi e parole chiave all'interno delle frasi, e dividere i testi in brevi paragrafi.

Le immagini o i contenuti multimediali da pubblicare devono essere *royalty free* o il cui *copyright* sia autorizzato. È possibile autorizzare la condivisione di testi, fotografie, info grafiche, video o altri materiali prodotti dall'Università degli Studi di Palermo previa richiesta da autorizzare alla U.O. Comunicazione Istituzionale, o menzionando quantomeno l'originario canale di pubblicazione. È vietato pubblicare video o foto che ritraggono minori riconoscibili e adulti di cui non si abbia espressa liberatoria o forma di consenso tacita, purché sia inequivocabilmente interpretabile come tale, ovvero quale manifestazione di consenso tacito alla diffusione della propria immagine, ad esempio a seguito della propria sottoposizione spontanea ad un servizio fotografico durante un evento pubblico o privato.

I contenuti vanno pubblicati con regolarità, senza tuttavia creare un effetto *spam* o dispersione dell'*engagement*, al fine di aggiornare periodicamente il profilo e senza generare nel pubblico l'impressione di spazi web non presidiati stabilmente o abbandonati.

La condivisione di contenuti di altri profili social, di cui sia accertata l'autenticità, appartenenti a istituzioni, enti, organizzazioni pubbliche o private, devono essere ritenuti di interesse per il proprio target di pubblico o affini ai propri scopi. È necessario, pertanto, valutare opportunamente i *following* e i collegamenti con account o profili esterni all'Università di Palermo, al fine di evitare di associare l'immagine e la reputazione dell'Ateneo a pagine o profili di mediocre qualità o dubbia attendibilità. Non è possibile pubblicare contenuti pubblicitari o a scopo di lucro.



I contenuti rivolti ad un pubblico internazionale, ad esempio al target di studenti stranieri, ai programmi di mobilità o a progetti internazionali, possono essere creati e diffusi in lingua straniera. Nella creazione dei contenuti per i social media è opportuno adottare tutti gli accorgimenti necessari per migliorarne l'**accessibilità** soprattutto in favore degli utenti diversamente abili; a titolo esemplificativo e in relazione alle specifiche funzionalità previste dai fornitori delle diverse piattaforme social, è utile:

- fornire le istruzioni per facilitare l'accesso e l'utilizzo dei servizi e dei contenuti sui social media;
- fornire alternative testuali per i contenuti non testuali e multisensoriali come didascalie e sottotitoli;
- tenere conto di accorgimenti grafici come colore, sfondo o contrasto per le immagini veicolate sui propri profili di social networking.

Infine, per dare maggiore visibilità alla pubblicizzazione di contenuti ritenuti di interesse generale, è consigliabile un coordinamento con la U.O. Comunicazione Istituzionale per rilanci o condivisioni sui canali social centrali inviando una e-mail all'indirizzo comunicazione@unipa.it.

La condivisione può essere stabilita in via generale o preventiva o concordata di volta in volta.



4. Utilizzo dei profili personali da parte dei dipendenti dell'Università degli Studi di Palermo

Ogni dipendente di una Pubblica Amministrazione (PA) deve attenersi alle prescrizioni indicate nei codici etici e nei codici di comportamento adottati dall'Ente di appartenenza, e quelli vigenti a livello nazionale.

Per approfondimenti:

- [Aggiornamento del Codice di comportamento dell'Università degli Studi di Palermo](#) (D.R. 6244 del 04/06/2025);
- [Codice Etico dell'Università degli Studi Palermo](#) (D.R. 4115 del 22/09/2022);
- [AGID – Agenzia per l'Italia Digitale](#);
- [Vademecum Pubblica Amministrazione e social media](#) (dicembre 2011).