

## **DISCIPLINARE DI COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA TRAMITE I CANALI SOCIAL UFFICIALI DEL DIPARTIMENTO DI MEDICINA SPERIMENTALE E CLINICA**

### **Art. 1 Oggetto e ambito di applicazione**

1. Il presente disciplinare stabilisce le modalità, i criteri e le responsabilità per la pubblicazione di notizie riguardanti i docenti (professori ordinari, associati, ricercatori, assegnisti, dottorandi) del Dipartimento di Medicina Sperimentale e Clinica sui canali digitali ufficiali del Dipartimento: sito web, profili social (es. Facebook, Instagram, LinkedIn) gestiti dal Dipartimento.
2. Il disciplinare si applica a tutti i docenti afferenti al Dipartimento e a tutti i contenuti a carattere istituzionale/promozionale in cui essi sono protagonisti, ivi inclusi: nomine, pubblicazioni scientifiche, premi, conferenze, incarichi, partecipazioni a progetti, iniziative in Tv, collaborazione con enti esterni, eventi e iniziative di rilievo anche di rilevanza mediatica;
3. Il disciplinare si inserisce nell'ambito istituzionale ovvero e pienamente nel quadro del Piano di Comunicazione dell'Ateneo 2025-2027 e delle Linee guida dell'Ateneo per i social network.

### **Art. 2 – Obiettivi**

1. Garantire coerenza, qualità e uniformità nel modo in cui il Dipartimento comunica all'esterno le attività di tutti i propri docenti.
2. Contribuire a rafforzare l'identità istituzionale del DMSC e dell'Ateneo, valorizzando la ricerca, la didattica, la terza missione e le eccellenze del Dipartimento nonché le attività di public engagement.
3. Assicurare il rispetto delle normative vigenti relative a privacy, diritti d'immagine, proprietà intellettuale, trasparenza della pubblica amministrazione.
4. Garantire un adeguato coordinamento tra il Dipartimento e l'Ufficio Comunicazione di UniFi, evitando duplicazioni, incoerenze o diffusione di contenuti non autorizzati in Ateneo.

### **Art. 3 – Canali e competenze**

1. I canali ufficiali del Dipartimento sono:
  - il sito web istituzionale del DMSC;
  - i profili social ufficiali del DMSC (es.: Facebook, Instagram, LinkedIn) – se e quando saranno attivati.
  - tutti i sistemi di mailing list istituzionali del Dipartimento.
2. Le competenze sono così distribuite:
  - il/la Referente Comunicazione del Dipartimento (indicato/a dal Direttore del Dipartimento) è responsabile della raccolta, validazione, calendarizzazione e pubblicazione dei contenuti.
  - l'Ufficio Comunicazione di UniFi è coinvolto per il coordinamento grafico, l'adeguamento alla brand identity, la supervisione finale (ove richiesto) e la conformità alle linee guida dell'Ateneo.
  - i docenti interessati forniscono al Referente: testo, immagini, eventuali link.
  - il Direttore del Dipartimento approva – su supporto del Referente Comunicazione – la linea editoriale generale e può definire le priorità di pubblicazione.

#### **Art. 4 – Criteri editoriali**

1. Tutti i contenuti devono essere veritieri, aggiornati, chiari e accessibili a tutti i componenti del dipartimento
2. Il tono comunicativo deve essere istituzionale ma al tempo stesso “accessibile”, in linea con la strategia digitale contemporanea dell’Ateneo.
3. Le immagini e i materiali di supporto devono rispettare l’identità visiva dell’Ateneo e del Dipartimento (logo UniFi, colori istituzionali, formati grafici). Per i canali social, vanno tenuti presenti i requisiti di leggibilità su dispositivi mobili e le linee guida social.
4. È opportuno evitare contenuti esclusivamente autoreferenziali e di promozione esclusiva della propria immagine: si dovrà infatti massimizzare e valorizzare l’impatto della notizia ai fini della ricerca, della collaborazione, della novità per il territorio, pro comunità scientifica, la divulgazione di contenuti scientifici e culturali
5. Vanno evitati contenuti potenzialmente lesivi della privacy, dell’immagine dei docenti, o con protagonisti non preventivamente autorizzati.

#### **Art. 5 – Modalità di sottoposizione e validazione dei contenuti**

1. Il docente che desidera pubblicare una notizia invia alla Referente Comunicazione del Dipartimento un breve testo, una foto, eventuali link e/o allegati.
2. Il Referente verifica che:
  - il contenuto sia conforme alla presente policy;
  - l’immagine rispetti i criteri di identità visiva;
  - presuppone che sia stata acquisita preventivamente la liberatoria d’immagine del docente e di eventuali terze persone presenti nella foto;
  - siano rispettate le normative su dati personali e proprietà intellettuale.
3. Una volta approvata, il Referente calendarizza la pubblicazione secondo il piano editoriale del Dipartimento e provvede alla pubblicazione sui canali individuati.
4. Qualora il contenuto richieda la promozione (ad es. sponsorizzazione social, campagna istituzionale), il Referente ne informa l’Ufficio Comunicazione di UniFi e concorda tempi e modalità.

#### **Art. 6 – Tempistiche e priorità**

1. Le notizie di rilievo strategico (es. nomine importanti, finanziamenti competitivi, premi internazionali) godono di assoluta priorità nella calendarizzazione.
2. Il Referente mantiene un piano editoriale mensile/trimestrale, aggiorna le pubblicazioni programmate e assicura equilibrio tra le varie aree di ricerca e docenza del Dipartimento.

#### **Art. 7 – Monitoraggio e misurazione**

1. In linea con il Piano di Comunicazione UniFi che prevede la misurazione e l’analisi delle azioni digitali, il Referente Comunicazione del Dipartimento raccoglie almeno ogni trimestre:
  - i dati di navigazione del sito web (visite, tempo medio)
  - i dati social (impression, engagement, condivisioni, commenti).
2. Con tali dati, il Referente formula un report interno al Direttore del Dipartimento, con proposte di miglioramento dell’editoriale e delle modalità di comunicazione.



3. Il Dipartimento può insieme all'Ufficio Comunicazione di UniFi valutare eventuali campagne promozionali o contenuti "virali" in funzione degli obiettivi strategici.

#### **Art. 8 – Responsabilità e conformità normativa**

1. Il docente garantisce che il contenuto fornito non violi diritti di terzi (autore, proprietà intellettuale, immagini, privacy) e che è autorizzato a renderlo pubblicabile.
2. Il Dipartimento e il Referente non si assumono responsabilità per contenuti forniti dai docenti che risultino inadempienti rispetto alle normative vigenti.
3. Il presente disciplinare deve essere coerente con le normative nazionali e comunitarie in materia di comunicazione pubblica, privacy (es. Regolamento UE 2016/679), diritto d'autore, e trasparenza.
4. In caso di segnalazione di contenuto lesivo o errato, il Referente provvederà tempestivamente alla rettifica o alla rimozione, informando il Direttore del Dipartimento.

#### **Art. 9 – Formazione e aggiornamento**

1. Il Referente Comunicazione promuove una volta all'anno un momento di formazione interna (workshop o webinar) rivolto a docenti e personale tecnico-amministrativo sulle buone pratiche di comunicazione digitale, sul corretto uso dei social, sull'identità visiva, e sulle linee guida di UniFi.
2. Eventuali aggiornamenti del Piano di Comunicazione UniFi o delle linee guida social saranno comunicati tempestivamente al Dipartimento e il presente disciplinare potrà essere aggiornato di conseguenza.

#### **Art. 10 – Entrata in vigore e modifiche**

1. Il presente disciplinare entra in vigore dalla data di approvazione del Consiglio di Dipartimento.
2. Le modifiche al disciplinare sono proposte dal Direttore del Dipartimento o su richiesta motivata del Referente Comunicazione, e approvate dal Consiglio di Dipartimento.