



Università di Foggia

## REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DEI RAPPORTI CON I MEDIA

*“I termini relativi a persone che, nel presente regolamento, compaiono solo al maschile si riferiscono indistintamente a persone di genere femminile e maschile. Si è rinunciato a formulazioni rispettose dell’identità di genere per non compromettere la leggibilità del testo e soddisfare l’esigenza di semplicità dello stesso.”*

### Premessa

#### Premessa

L’Università di Foggia, al fine di valorizzare la propria immagine istituzionale, promuovere la diffusione delle attività scientifiche, culturali e formative, nonché garantire una comunicazione chiara, trasparente e coerente verso l’esterno, adotta il presente Regolamento per la gestione dei rapporti con i media.

Nell’ambito di tali finalità, il **Servizio Ufficio Stampa, Comunicazione Istituzionale ed Eventi di Ateneo**, è la struttura amministrativa referente dell’Ateneo nei rapporti con gli organi di informazione. Il Servizio assicura la corretta diffusione delle notizie relative alle attività istituzionali, culturali, scientifiche e didattiche dell’Università, attraverso la predisposizione e la divulgazione di comunicati stampa, l’organizzazione di conferenze e briefing tematici, la gestione delle richieste giornalistiche e il coordinamento delle comunicazioni in situazioni di particolare rilievo o emergenza.

Esso cura inoltre la selezione, in accordo con il Rettore o suo delegato, di docenti e ricercatori da proporre ai media come esperti per interviste, approfondimenti e trasmissioni, e diffonde periodicamente informazioni su eventi e iniziative aperti al pubblico.

Il presente Regolamento si applica a tutta la Comunità universitaria (docenti, ricercatori, personale tecnico-amministrativo, bibliotecario e studenti) e ai professionisti dell’informazione (giornalisti della stampa, agenzie, media digitali, televisioni, radio e altri operatori). Esso recepisce le normative vigenti in materia di informazione e comunicazione, tra cui:

- Legge 150/2000, “Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni”;
- D.P.R. 442/2001, “Regolamento recante la determinazione dei titoli per l’accesso alle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni”;
- Legge 62/2001, “Nuove norme sull’editoria e sui prodotti editoriali”;
- Direttiva PCM 7 febbraio 2002, “Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”;
- D.Lgs. 196/2003, “Codice in materia di protezione dei dati personali”, e successive modifiche;
- Regolamento (UE) 2016/679 – GDPR.

## TITOLO I

### Comunicati Stampa e Conferenze Stampa

#### **Articolo 1 – Procedura per la redazione e diffusione di comunicati stampa**

1. Le richieste di redazione e diffusione di comunicati stampa devono essere inoltrate al Servizio Ufficio Stampa mediante apposito modulo disponibile sul sito web istituzionale.
2. Il modulo deve essere trasmesso all'indirizzo [ufficiostampa@unifg.it](mailto:ufficiostampa@unifg.it), di norma, 7 giorni lavorativi prima della data prevista per la diffusione del comunicato.

#### **Articolo 2 – Procedura per l'organizzazione di conferenze stampa**

1. Le richieste di organizzazione di conferenze stampa seguono la stessa procedura prevista per i comunicati stampa, ovvero mediante apposito modulo disponibile sul sito web istituzionale, e devono essere inviate, di norma, 10 giorni lavorativi prima della data proposta all'indirizzo [ufficiostampa@unifg.it](mailto:ufficiostampa@unifg.it).
2. Le conferenze stampa saranno, di norma, organizzate presso il Palazzo Ateneo – sede del Rettorato. Eventuali sedi alternative saranno definite dal Servizio in accordo con i vertici dell'Ateneo e con i promotori dell'iniziativa.

#### **Articolo 3 – Valutazione e gestione delle richieste**

1. Il Servizio provvede a:
  - a) valutare la richiesta in base alla coerenza con la strategia di comunicazione istituzionale;
  - b) redigere e diffondere comunicati stampa garantendo qualità, correttezza e coerenza dei contenuti;
  - c) coordinare gli aspetti organizzativi e logistici delle conferenze stampa (sede, inviti, supporti tecnici, materiali informativi);
  - d) assicurare il rispetto delle normative vigenti e delle linee guida di Ateneo.
2. Non saranno prese in considerazione richieste prive del modulo, incomplete o inviate oltre i termini stabiliti se non in casi eccezionali.

## TITOLO II – Interviste e Servizi Giornalistici

#### **Articolo 4 – Database esperti**

1. Il Servizio cura e aggiorna un elenco di docenti, ricercatori ed esperti disponibili per interviste o contributi.
2. I contatti degli esperti vengono messi a disposizione dei giornalisti solo previo consenso dell'interessato.
3. I docenti e i ricercatori interessati possono inviare la propria disponibilità compilando il form disponibile nella pagina web dedicata all'ufficio stampa. Le richieste di dati o

informazioni relative all’Università devono transitare esclusivamente attraverso il Servizio Ufficio stampa, comunicazione istituzionale ed eventi di Ateneo.

## **Articolo 5 – Responsabilità in autonomia**

1. Qualora docenti, dipartimenti o altre strutture rilascino interviste autonomamente:
  - a) sono tenuti al rispetto delle normative, dei regolamenti, delle regole etiche e degli obblighi di riservatezza;
  - b) eventuali oneri organizzativi ricadono sul soggetto interessato.

## **TITOLO III – Riprese Audiovisive e Fotografie**

## **Articolo 6 – Autorizzazioni**

1. L’accesso dei giornalisti e degli operatori all’interno delle strutture è consentito solo previa autorizzazione rilasciata dal Rettore o dai Direttori di Dipartimento.
2. Le riprese audiovisive, i servizi fotografici e le dirette streaming da parte di soggetti esterni devono essere autorizzati dal Servizio e, nei casi rilevanti, dal Rettore.
3. Le riprese devono rispettare la normativa vigente in materia di privacy e trattamento dei dati.

## **TITOLO IV – Utilizzo delle Immagini di Archivio**

## **Articolo 7 – Archivio fotografico e video**

1. L’Ateneo dispone di un archivio gestito dal Servizio Ufficio Stampa, comunicazione istituzionale ed eventi di Ateneo.
2. Le immagini possono essere concesse a terzi previa richiesta formale, esclusivamente per finalità non commerciali, con obbligo di citazione dei crediti.
3. L’uso per finalità commerciali o promozionali richiede l’autorizzazione del Rettore.

## **TITOLO V – Implementazione dell’Archivio Immagini**

## **Articolo 8 – Inserimento di contenuti da terzi**

1. L’archivio può essere arricchito con fotografie e video realizzati da terzi a titolo gratuito, purché corredati da liberatorie valide.
2. Il modello di liberatoria, allegato alla presente Policy, si applica a immagini fotografiche e riprese audiovisive.
3. Il Servizio provvede a citare fonte e autore delle immagini in caso di utilizzo.

## TITOLO VI – Linee Guida di Comportamento per la Comunità Universitaria

### **Articolo 9 – Condotta generale e tematiche sensibili**

1. Nell’ambito delle relazioni con i media, tutti i membri della Comunità accademica, operando nel pieno rispetto del Codice di condotta, del Codice etico e del Codice di comportamento adottati dall’Ateneo, sono tenuti a:
    - a. mantenere atteggiamenti e comunicazioni coerenti con i valori istituzionali e conformi ai regolamenti interni;
    - b. evitare dichiarazioni o comportamenti che possano ledere o compromettere l’immagine e la reputazione dell’Università;
    - c. garantire la riservatezza delle informazioni non destinate alla divulgazione pubblica;
    - d. tutelare la proprietà intellettuale dell’Ateneo e dei soggetti con cui esso collabora, impedendo la diffusione non autorizzata di dati, contenuti o risultati di ricerca riservati.
  2. Per le tematiche di particolare impatto pubblico — comprese, in modo specifico, le situazioni di crisi istituzionali, ovvero tutti gli eventi o le circostanze che possono incidere sul regolare funzionamento dell’Ateneo, sulla sua governance, sulla sicurezza della Comunità accademica, sulla tutela dei suoi beni materiali o immateriali, o sulla sua reputazione — nonché per controversie o emergenze di rilievo, è necessario coordinarsi esclusivamente con il Servizio Ufficio Stampa al fine di garantire messaggi univoci, accurati e conformi alle procedure e ai valori dell’Istituzione.
- 

## TITOLO VII – Disposizioni Finali

### **Articolo 10 – Normativa di riferimento e aggiornamenti**

1. Per quanto non previsto dal presente Regolamento, si applicano le normative vigenti in materia di informazione, comunicazione e privacy.
2. Il Regolamento è soggetto ad aggiornamento periodico, in coerenza con l’evoluzione normativa e le esigenze comunicative dell’Ateneo.