



**COMUNE di FARA OLIVANA con SOLA (BG)**

## **SOCIAL MEDIA POLICY COMUNALE**

*Approvata* con deliberazione del Consiglio Comunale n. del

## **Art. 1 – Oggetto**

Il presente documento regolamenta l'utilizzo e la gestione dei profili istituzionali del Comune di FARA OLIVANA CON SOLA (di seguito anche denominato "Comune") attivi sui social network e definisce le principali regole di gestione dei social media relativamente alla policy esterna (regole di comportamento per l'utenza negli spazi di presidio dell'Ente ed esplicitazione, nei confronti della stessa utenza, dei contenuti e delle modalità di relazione dell'Ente in tali spazi) e alla policy interna (modalità d'uso dei siti di social networking da parte del personale, uso in rappresentanza dell'Ente, uso privato, modalità di gestione degli account, codice di comportamento del personale).

## **Art. 2 – Principi**

Il Comune riconosce il web e i new media tra gli strumenti principali per il raggiungimento dell'efficacia dell'informazione e della comunicazione pubblica e di emergenza, nonché di dialogo con i cittadini, ai fini dell'espletamento dei doveri di comunicazione previsti dall'art. 1, comma 5 della L. n. 150/2000 e per l'analisi del sentiment, finalizzata a concorrere all'attuazione e alla verifica del raggiungimento degli obiettivi di governo.

I contenuti diffusi dall'Ente attraverso i social network non sostituiscono gli obblighi istituzionali di pubblicità e trasparenza, ma sono da intendere come strumenti complementari al raggiungimento degli stessi.

I profili istituzionali aperti sui social network dal Comune sono da considerarsi, dunque, come una risorsa aggiuntiva rispetto ai tradizionali canali di comunicazione e vanno utilizzati in coerenza con questi ultimi e rispetto alle funzioni e agli obiettivi fondamentali dell'Ente.

## **Art. 3 – Profili Istituzionali**

Sono da considerare profili istituzionali non solo il profilo principale ma anche tutti gli altri profili tematici gestiti dai singoli assessorati o servizi, nonché le pagine/evento temporanee nate dai profili stessi dell'Amministrazione, i quali, dunque, devono essere autorizzati dal Sindaco sia quanto all'apertura e alla chiusura, sia relativamente ai contenuti predisposti per la loro gestione.

I profili istituzionali devono sempre contenere il logo ufficiale del Comune e il rimando alla pagina web ufficiale del Comune.

La gestione degli strumenti di rete sociale è coordinata a livello generale dal Sindaco o suo delegato. L'apertura, la cancellazione e la gestione di uno o più pagine sui social media in nome del Comune devono essere autorizzati dal Sindaco, su richiesta dei delegati alle varie tematiche.

La gestione di una o più pagine sui social media in nome del Comune, devono essere autorizzate dal Sindaco, su richiesta dei diretti interessati.

Il riconoscimento del profilo social istituzionale è affidato ad una circolare del Sindaco che individua le piattaforme social utilizzate e le denominazioni delle pagine e dei profili aperti con le eventuali modalità di accesso da parte degli utenti.

## **Art. 4 – Contenuti**

I contenuti della comunicazione attuata attraverso i social network sono, come tutti i contenuti della comunicazione istituzionale, quelli indicati dall'art. 1, comma 5, della L. n. 150/2000, e, segnatamente, quelli finalizzati a:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale;
- accorciare la distanza fra cittadini e istituzioni rispondendo alla crescente richiesta di interazione costruttiva.

I contenuti elaborati in base ai principi di cui al precedente comma 1), le modalità e i tempi di comunicazione sono stabiliti di volta in volta in funzione delle necessità (a titolo di esempio: eventi, comunicazioni istituzionali, atti da condividere con la cittadinanza, etc.).

#### **Art. 5 – Modalità di accesso dell'utenza**

L'accesso degli utenti ai profili social istituzionali e tematici dell'Amministrazione comunale è limitato alla pubblicazione di commenti ai post o all'invio di messaggi laddove reso possibile dalle piattaforme social. Il soggetto che decide di pubblicare nei suddetti profili può liberamente esprimersi in forma propositiva o critica, non ricorrendo in alcun caso a locuzioni o affermazioni volgari, scurrili, di stampo razzista o che possano ledere la sensibilità o l'orientamento politico, religioso o di genere della comunità.

I commenti, le foto, i video e altro materiale grafico inserito devono rispettare i requisiti dell'interesse generale, della critica positiva, del rispetto della riservatezza delle persone.

Ogni utente deve tenere un comportamento rispettoso dell'etica e delle norme di buon uso dei servizi di rete ed è direttamente responsabile, civilmente e penalmente a norma delle vigenti leggi, per l'uso del servizio. La responsabilità si estende alla violazione degli accessi protetti, del copyright e delle licenze d'uso.

#### **Art. 6 – Moderazione**

I profili/pagine ufficiali dell'Ente vengono gestiti di norma negli orari di servizio del Comune. Ogni richiesta di informazione e segnalazione degli utenti viene valutata e trasmessa agli uffici competenti o, se opportuno e possibile, gestita direttamente.

I tempi di risposta possono variare in base alla tipologia di richiesta o segnalazione e secondo la procedura da adottare.

Se la piattaforma di social media non è lo strumento adeguato a soddisfare la richiesta, il responsabile della pagina/profilo informa l'utente sulla procedura da seguire e gli uffici a cui rivolgersi.

La piattaforma di social media NON SOSTITUISCE MAI gli uffici comunali competenti in relazione a segnalazioni, pratiche, informazioni, ecc.. ed il rapporto diretto cittadino/uffici comunali è da prediligere per il corretto flusso delle informazioni e operatività degli uffici.

Per le segnalazioni, si raccomanda quanto segue:

- in caso di pericolo ed emergenza, rivolgersi agli appositi numeri attivi 24 ore su 24 (112 Carabinieri, 113 Polizia di Stato, 115 Vigili del Fuoco, 118 emergenza sanitaria);
- in caso di problemi di competenza della Polizia Municipale e in caso di segnalazioni riguardanti manutenzioni, richiesta informazioni, criticità sul territorio ecc.. il numero del Comune che rimanda al centralino per la diramazione a tutti gli uffici competenti è 0363-93130;

In ogni caso si invita a non presentare segnalazioni anonime e a non pubblicare dati personali propri o di terzi o altri elementi che potrebbero consentire l'identificazione di persone.

E' prevista la moderazione preventiva su eventuali contenuti creati dagli utenti (post, commenti, tweet ecc.). La moderazione può avvenire al fine di regolare eventuali comportamenti degli utenti contrari a quanto previsto da questa policy e dalla normativa vigente. Le operazioni di moderazione sono curate dal delegato dei Social o dagli Amministratori Comunali, in accordo con il Sindaco. Il gestore dei profili potrà altresì rifiutare di inserire o rimuovere ogni materiale che violi le norme indicate nel presente documento.

L'Ente si riserva il diritto di segnalare all'autorità giudiziaria preposta degli utenti che violino la presente social media policy o la legge.

#### **Art. 7 – Responsabilità per malfunzionamenti tecnici**

Le piattaforme tecnologiche su cui sono installati i new media non sono di proprietà del Comune. Qualsiasi malfunzionamento non è quindi imputabile all'Ente.

#### **Art. 8 – Costi di gestione**

Come dai vigenti regolamenti dei social network utilizzati dall'Ente, non sono previsti né prevedibili, alla data di redazione del presente documento, costi di registrazione e gestione.

Eventuali formalità che dovessero in futuro essere previste dagli amministratori dei singoli social network saranno prese in considerazione al fine della valutazione nella piattaforma in relazione agli oneri da sostenere.

#### **Art. 9 – Uso dei social network da parte dei dipendenti dell'ente**

In base a quanto indicato nelle "Linee guida per i siti web della PA" previste dalla Direttiva n. 8 del 26 novembre 2009 del Ministero per la pubblica amministrazione e l'innovazione e nel relativo Vademecum "Pubblica amministrazione e social media" curato da Formez PA per conto del medesimo Ministero, le modalità d'uso dei siti di social networking da parte del personale, tanto nell'attività professionale quanto nella propria vita privata, si possono distinguere in due casi specifici: uso in rappresentanza dell'Ente e uso privato.

#### **Art. 10 – Uso dei social network in rappresentanza dell'ente**

Possono accedere a un social networking con un account istituzionale, e attraverso di esso agire in nome e per conto dell'Ente, i dipendenti espressamente autorizzati ai sensi dell'art. 3 e con le modalità previste dai successivi artt. 11 e 12.

Sono ammesse autorizzazioni temporanee a terzi di accesso ai ruoli della pagina, esclusivamente per i ruoli di editor e di inserzionista, concesse dal Sindaco, in situazioni di emergenza in cui sia necessario un tempestivo presidio della pagina o un presidio h24, o per progetti di comunicazione speciali. I soggetti temporaneamente autorizzati sono tenuti ad attenersi a tutte le disposizioni contenute nel presente documento e alla disciplina comunque applicabile in materia.

### **Art. 11 – Responsabilità nei confronti dei profili istituzionali**

Chi si occupa della pubblicazione dei messaggi sui social network è responsabile dei contenuti che invia, del materiale foto e video utilizzato e delle opinioni che esprime. L'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale: non è possibile utilizzare gli spazi per svolgere attività politica o di promozione, nonché affrontare casi di natura personale.

Non è ammessa nessuna forma di pubblicità.

Il personale che accede per uso privato ai social network è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento. Occorre considerare, infatti, che “la persona può essere comunque identificata dagli altri utenti dello stesso social network come un dipendente della PA e, come tale, deve impegnarsi a mantenere un comportamento corretto” (Linee Guida per i siti web della PA – Vademecum pubblica Amministrazione e Social Media, dicembre 2011, p.31).

Oltre a quanto previsto dal D.P.R. 16 aprile 2013, n.62 – “Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici”, il personale è tenuto a considerare lo spazio virtuale come uno spazio pubblico e non privato, in particolare per quanto riguarda il lavoro e le tematiche che attengono la propria Amministrazione.

Per i profili istituzionali, così come per gli altri profili tematici di cui all'art.3, punto 1, in gestione ai singoli servizi comunali, chiunque pubblichi un contenuto deve attenersi alle indicazioni del presente documento, con la regola di condividere (prima della pubblicazione) i contenuti e il piano editoriale con il Sindaco al fine di creare una comunicazione univoca e omogenea.

### **Art. 12 – Pubblicazione**

Quanti abilitati alla pubblicazione di contenuti sui profili principali si attengono alle più comuni regole di trasparenza, correttezza ed efficacia comunicativa, privilegiando le informazioni di pubblica utilità come supporto alla semplificazione e facilitazione della vita dei cittadini e come accesso agli atti della Pubblica amministrazione che hanno un impatto sui cittadini.

Gli eventi organizzati da privati o associazioni sono diffusi e rilanciati solo se patrocinati dall'Ente secondo le modalità previste dalla relativa normativa in tema di patrocinii e/o se ritenuti di pubblica utilità.

I contenuti pubblicati sono di interesse generale e rispettano le norme sulla privacy; sono evitati riferimenti a fatti o dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi.

Non sono pubblicati contenuti di natura commerciale.

I profili istituzionali non possono essere utilizzati per la propaganda politica ed elettorale e operano nel rispetto della disciplina sulla par condicio e sul silenzio elettorale.