

# **SOCIAL MEDIA POLICY**

## **CAPO I**

### **Introduzione**

#### **Art. 1 – Oggetto**

Il presente documento regola l'utilizzo e la gestione dei profili istituzionali del Comune di Santa Margherita Ligure (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 e finalità**

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. Questi strumenti, infatti, hanno dimostrato di fornire notevoli opportunità di scambio e diffusione di informazioni tra l'amministrazione e la popolazione, in termini di:

- divulgazione di contenuti di pubblico interesse;
- monitoraggio in tempo reale delle reazioni;
- creazione di un rapporto diretto con l'utenza;
- partecipazione alla vita amministrativa;
- costruzione di un rafforzato senso di appartenenza.

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.

Il Comune con il presente documento promuove il corretto utilizzo di tali strumenti da parte di utenti e dipendenti.

## **CAPO II**

### **Social Media Policy**

#### **Art. 3 – Canali social del Comune di Santa Margherita Ligure**

L'elenco degli account social ufficiali istituzionali, disponibile in homepage sul sito Internet del Comune di Santa Margherita Ligure [www.comune.santa-margherita-ligure.ge.it](http://www.comune.santa-margherita-ligure.ge.it), è il seguente:

- Facebook (profilo Comune di Santa Margherita Ligure) dedicato ad informazioni e contenuti multimediali di carattere generale e di servizio;
- Facebook (profilo Livesanta) dedicato alla pubblicazione e divulgazione di contenuti di natura promozionale turistica/culturale;
- Instagram (profilo "santamargheritaligureofficial") dedicato alla pubblicazione e divulgazione

di contenuti di natura promozionale turistica/culturale

- YouTube (canale “Comune Santa Margherita Ligure”) utilizzato per le dirette streaming delle sedute consiliari, interviste, conferenze, e altri contenuti video del Comune;
- Canale Telegram

I canali social istituzionali non possono essere utilizzati per la presentazione di istanze, domande o modulistica, perché si aggiungono, ma non sostituiscono, quelli ufficiali per la raccolta di reclami e/o segnalazioni (Ufficio Relazioni con il Pubblico — URP) ed altre finalità specifiche.

Pertanto, per contattare il Comune di Santa Margherita Ligure è possibile utilizzare le informazioni disponibili sul sito istituzionale [www.comune.santa-margherita-ligure.ge.it](http://www.comune.santa-margherita-ligure.ge.it).

#### **Art. 4 – Altri strumenti di comunicazione digitale**

Il Comune di Santa Margherita Ligure ha a disposizione ulteriori canali di comunicazione, tra cui:

- Sito web istituzionale ([www.comune.santa-margherita-ligure.ge.it](http://www.comune.santa-margherita-ligure.ge.it))
- Sito web turistico ([www.livesanta.it](http://www.livesanta.it))
- Totem informativi

Nell’ambito della verticalizzazione delle attività, eventuali nuovi profili social saranno gestiti autonomamente dai vari servizi all’interno di un sistema unificato di organizzazione delle risorse che garantisca, attraverso il coordinamento con il servizio di Comunicazione istituzionale e Portale web, coerenza di contenuti e stile.

#### **Art. 5 – Gestione degli strumenti**

La gestione degli strumenti di cui ai precedenti articoli, è coordinata a livello generale dal Responsabile della Transizione Digitale, il quale potrà nominare un responsabile e uno o più referenti per le attività di gestione e pubblicazione dei contenuti. Questa nomina potrà essere affidata anche a soggetto esterno selezionato.

L’apertura, la cancellazione e la gestione di uno o più pagine sui social media in nome del Comune devono essere autorizzati dal Responsabile della Transizione Digitale o da altro Responsabile da questo nominato, su richiesta dei Dirigenti/Funzionari dei diversi Settori.

#### **Art. 6 – 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:

- a. illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l’applicazione;
- b. illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- c. favorire l’accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;

- d. promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e. favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f. 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;
- g. 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 saranno elaborati tenendo conto delle esigenze di comunicazione emerse di volta in volta (a titolo di esempio: eventi, comunicazioni istituzionali, atti da condividere con la cittadinanza, etc.).

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 pubblico interesse.

I contenuti pubblicati devono avere caratteristiche di interesse generale e devono rispettare 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.

#### **Art. 7 – 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. 8 – Moderazione**

La moderazione dei contenuti sui Social Media dell'ente è finalizzata a garantire un ambiente online sicuro, rispettoso e costruttivo per tutti gli utenti.

Ai cittadini che intendono utilizzare lo spazio offerto sui Social Media istituzionali in maniera attiva, il Comune di Santa Margherita Ligure chiede di mantenere un comportamento rispettoso dell'etica e delle norme di buon uso dei servizi di rete, del rispetto degli altri e delle altrui opinioni e delle regole di comportamento riconducibili al concetto di netiquette.

I commenti pubblicati dagli utenti non sono moderati preventivamente, ma il monitoraggio è assicurato compatibilmente con gli orari di ufficio. Il Comune di Santa Margherita Ligure non può

garantire la rimozione immediata di tutti i contenuti inopportuni. Gli utenti sono, pertanto, incoraggiati a segnalare interventi offensivi o inappropriati affinché l'amministrazione possa provvedere tempestivamente alla loro cancellazione.

Saranno rimossi nel più breve periodo possibile:

- i contenuti che rappresentano insulti o contengono un linguaggio offensivo, volgare, diffamatorio, discriminatorio, razzista o sessista;
- i commenti o i messaggi che violano la privacy di terze persone o che costituiscono molestie o minacce;
- i contenuti che promuovono attività illegali, come la violazione del diritto d'autore e marchi registrati, nonché la diffusione di materiale pornografico o la promozione di atti violenti;
- i contenuti che costituiscono spam o pubblicità non autorizzata, inclusi messaggi commerciali o di propaganda politica.

L'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale. Potranno essere rimossi, a discrezione dell'amministrazione, i commenti che trattano questioni personali, così come i contenuti non rilevanti per l'ente, che non contribuiscono alla discussione o considerati *off-topic*.

Il Comune di Santa Margherita Ligure si riserva il diritto di adottare misure appropriate e gradualmente nei confronti di coloro che violano ripetutamente la Social Media Policy o altre norme di legge. Tali misure possono includere il blocco temporaneo o permanente dell'utente, nonché la segnalazione alle autorità competenti e, in casi particolarmente gravi, alle forze dell'ordine.

### **Uso corretto delle emoji**

Le emoji sono icone di piccole dimensioni che forniscono una rappresentazione immediata di un'emozione, un simbolo o uno stato d'animo della persona. Analogamente al contenuto testuale, anche le emoji sono oggetto di moderazione.

Saranno cancellate nel più breve tempo possibile quelle che incitano all'odio, alla violenza, al razzismo, o che comunque risultino offensive, anche in considerazione al contesto e alla tipologia di messaggio che si intende veicolare o che risulti percepito.

### **Privacy**

Il trattamento dei dati personali all'interno delle piattaforme di Social Media è regolato dai termini di servizio che ogni utente accetta al momento della registrazione.

## **Art. 9 – 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.

## **CAPO III**

### **Social Media Policy Interna**

La *Social Media Policy Interna* stabilisce le linee guida che regolano le interazioni tra l'ente e i suoi dipendenti su internet e sui social network. Ha la finalità di illustrare i comportamenti che il dipendente deve adottare nell'ambito dell'utilizzo privato e di rappresentanza degli strumenti di comunicazione.

## **Art. 10 - I soggetti**

La *Social Media Policy Interna* si applica ai soggetti indicati nell'art. 1 del “Codice di comportamento dei dipendenti del Comune di Santa Margherita Ligure”, ed in particolare:

- ai dipendenti, sia a tempo indeterminato che determinato, ivi compresi i titolari di organi e di incarichi negli uffici di diretta collaborazione delle autorità politiche;
- ai collaboratori o consulenti, titolari di qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo;
- ai soggetti che intervengono nei processi lavorativi dell'ente per finalità formative, di stage e/o tirocinio, di pratica forense, di pubblica utilità o altre assimilabili sotto la direzione dell'amministrazione.

## **Art. 11 - Utilizzo in rappresentanza dell'ente**

In linea con quanto già stabilito dalle normative e in particolare dal vigente C.C.N.L., le violazioni del Codice di Comportamento, anche nell'ambito dell'utilizzo dei *social media*, hanno una ricaduta disciplinare e la determinazione delle relative sanzioni tengono conto dei principi di gradualità e proporzionalità come stabilito al comma 1 dell'art. 72 del vigente C.C.N.L., come, peraltro, ribadito dal DPR n. 81/2023.

Il dipendente risponde, in proporzione al proprio livello gerarchico e di responsabilità, del contenuto dei messaggi trasmessi attraverso i canali digitali. Inoltre, fatto salvo quanto stabilito in tema di utilizzo della posta elettronica dal “Manuale di gestione Documentale”, approvato con D.G.C. nr. 150 del 17/07/2023, nell'utilizzo degli account istituzionali dell'amministrazione, ha cura di:

- non utilizzare i profili istituzionali per fini diversi da quelli previsti, nelle ipotesi in cui questo rischi di compromettere la sicurezza e/o la reputazione dell'amministrazione;
- evitare di utilizzare la propria casella di posta elettronica istituzionale per fini personali. Altresì non è consentito l'utilizzo della email personale per comunicazioni istituzionali, salvo casi di forza maggiore;
- non inviare messaggi di posta elettronica, all'interno o all'esterno dell'amministrazione, dal contenuto oltraggioso, discriminatorio o che possano costituire fonte di responsabilità per l'amministrazione;
- uniformare le modalità di firma dei messaggi di posta elettronica di servizio, in modo da consentire la propria identificazione, indicando i propri recapiti istituzionali;
- utilizzare gli strumenti informatici forniti dall'amministrazione per l'espletamento dei compiti connessi al rapporto di lavoro, fatte salve le incombenze personali che non comportino l'allontanamento dalla sede di servizio;
- evitare toni offensivi, diffamatori e osceni o comunque lesivi della dignità altrui.

## **ART. 12 - Utilizzo privato**

Il dipendente, nell'utilizzo dei propri account di social media, ha cura di:

- non ledere il prestigio e l'immagine dell'amministrazione nell'espressione delle proprie opinioni, attraverso la condivisione di contenuti multimediali (testi, immagini, video, emoji, gif, etc.);
- verificare che le opinioni espresse, proprie o di terzi, non siano in alcun modo

attribuibili all'amministrazione di appartenenza o possano, in alcun modo, ledere il prestigio o l'immagine;

- astenersi da qualsiasi intervento o commento che possa nuocere al prestigio, al decoro o all'immagine dell'amministrazione di appartenenza o della Pubblica Amministrazione in generale;
- non trattare pubblicamente, attraverso post, ~~tweet~~, messaggi di testo o vocali, video, immagini, anche se indirettamente, comunicazioni attinenti al proprio ufficio;
- non divulgare, per ragioni non inerenti al rapporto di lavoro, i documenti e le informazioni di cui abbia disponibilità;

L'amministrazione si riserva l'opportunità di esperire i controlli necessari sulla base delle segnalazioni pervenute in relazione alla violazione della presente *Social Media Policy*.