



## Regolamento sull'Uso dei Canali di Comunicazione e dei Social Media

(approvato con deliberazione dell'Amministratore Unico n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_)

## Indice sommario

### CAPO I - Disposizioni generali

Art. 1 Premessa	03
Art. 2 Oggetto e finalità	04
Art. 3 Riferimenti normativi	05

### CAPO II - Social Media Policy Interna

Art. 4 Scopo	06
Art. 5 Campo di applicazione e destinatari	07
Art. 6 Uso privato dei social media	07
Art. 7 Pagine e Profili aziendali	10

### CAPO III - Social Media Policy esterna

Art. 8 Scopo	12
Art. 9 Campo di applicazione e destinatari	12
Art. 10 Responsabilità	12
Art. 11 Modalità di accesso e norme di comportamento degli utenti	14

### ***Allegato***

<b>MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE NON OSTILE</b>	<b>15</b>
---	-----------

# Regolamento sull'Uso dei Canali di Comunicazione e dei Social Media

## CAPO I Disposizioni generali

### Articolo 1 Premessa

1. L'ATER Matera attualmente comunica con utenti esterni, utenti interni e stakeholder mediante:
  - Sito web istituzionale
  - Rete intranet
  - U.R.P.

A seguito dell'evoluzione dei processi di comunicazione e digitalizzazione ha deciso di attivare nuovi canali e strumenti di informazione verso l'utenza, tali da garantire la nascita di reti sociali virtuali che favoriscono la condivisione in particolare:

#### A. CANALI DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE:

- Google My Business
- Telegram e Whatsapp (in programmazione)
- You Tube

#### B. I PROFILI SOCIAL MEDIA ISTITUZIONALI:

- Facebook - @atermaterata;
- Twitter @atermaterata;
- LinkedIn @atermaterata;
- Instagram(in programmazione)
- Tik Tok (in programmazione)

L'hashtag che deve essere inserito per identificare e ritrovare post relativi all'Azienda sui social è **#atermaterata** e **#casamaterata**.

#### C. IL SITO ISTITUZIONALE:

[www.atermaterata.it](http://www.atermaterata.it) e la intranet dell'Azienda sono il contenitore digitale di documenti e notizie con valenza ufficiale e legale con cui sono integrati tutti gli altri canali di comunicazione.

2. La struttura che si occupa della gestione dei canali dell'ATER (pubblicazione contenuti, interazioni con gli utenti, monitoraggio degli aggiornamenti dei termini di servizio) è l'addetto alla Comunicazione (incardinato presso la U.O. Affari Generali e Segreteria AU).

I contenuti pubblicati:

- hanno uno stile comunicativo semplice e comprensibile;
  - sono verificati o condivisi da fonti affidabili e riguardano prevalentemente attività istituzionali, iniziative, nuovi servizi, eventi, scadenze;
  - sono coordinati con gli altri strumenti di comunicazione.
3. Considerato che anche in rete è necessario mantenere l'ambiente di lavoro confortevole e professionale, al fine di condividere un appropriato stile di comunicazione si ricorda che l'ATER si ispira ai principi del Manifesto della Comunicazione non ostile di cui alla delibera n°66/2022 del 05/09/2022 allegato al presente Regolamento per costituirne parte integrale e sostanziale.

## Articolo 2 Oggetto e finalità

1. Questo documento definisce le linee guida (netiquette) per l'uso dei social media da parte degli operatori (Social Media Policy interna) e dell'ATER Matera nel rapporto con la comunità (Social Media Policy esterna) con l'obiettivo di assicurare una corretta e proficua presenza sui social basata su regole chiare e condivise.
2. L'Azienda utilizza i social media con le seguenti finalità:

### Comunicazione istituzionale

- consolidare il posizionamento socio-istituzionale dell'ATER nella comunità di riferimento;
- favorire l'interazione e l'alleanza tra le istituzioni per il welfare;
- rafforzare la fiducia nelle Istituzioni, negli operatori, nella qualità dei servizi.

### Comunicazione esterna

- far conoscere l'ATER di MATERA;
- promuovere buone pratiche per la conduzione di appartamenti e corretti stili di vita;
- informare su servizi, prestazioni, iniziative;
- raccogliere commenti e suggerimenti per migliorare l'organizzazione dei servizi;
- promuovere la conoscenza di norme e tematiche riguardanti la gestione delle abitazioni;
- informare i cittadini sulle modalità di invio di quesiti, istanze e segnalazioni che richiedano una risposta personalizzata o una apposita attività istruttoria.

### Comunicazione interna

- diffondere l'informazione e far sentire gli operatori interconnessi e parte viva dell'organizzazione;
- valorizzare gli operatori, i loro ruoli e le loro competenze per favorire la corresponsabilità, l'autonomia, il coinvolgimento;
- favorire la collaborazione e lo scambio di buone pratiche;
- favorire l'innovazione organizzativa;
- migliorare il clima aziendale;
- sviluppare la cultura aziendale.

### Articolo 3 Riferimenti normativi

1. Legge 22 aprile 1941 n.633 “Protezione del diritto d’autore e di altri diritti connessi al suo esercizio”;
2. Legge 300 maggio 1970 “Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell’attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sul collocamento”;
3. Legge 7 giugno 2000, n. 150 “Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni” e smi;
4. Direttiva 2002/58/CE(cd Direttiva e Privacy);
5. Legge 9 gennaio 2004 n. 4 “Disposizioni per favorire e semplificare l’accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici” e smi;
6. Decreto Legislativo 7 marzo 2005 n. 82 “Codice dell’amministrazione digitale” e smi;
7. Rapporto e Linee-Guida in materia di privacy nei servizi di social network "Memorandum di Roma" Adottato in occasione del 43° incontro, 3-4 marzo 2008, Roma - Interational working group on data protection in telecommunications;
8. Indicazioni operative e aspetti tecnici contenuti nel “Vademecum Pubblica Amministrazione e social media” redatto da FormezPA, contenente le “Linee guida per i siti web delle Pubbliche Amministrazioni” previste dalla Direttiva del Ministro per la Pubblica Amministrazione e l’Innovazione n. 8 del 26 novembre 2009;
9. Decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013 n. 62 “Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell’articolo 54 del Decreto Legislativo 30 marzo 2001, n. 165”;
10. Vademecum Garante per la protezione dei dati personali “Social privacy-Come tutelarsi nell’era dei social network”, 23 maggio 2014;
11. Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 “Regolamento Generale sulla Protezione dei dati –RGPD”;
12. Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 “Codice in materia di protezione dei dati personali” così come modificato dal Decreto Legislativo 10 agosto 2018 n. 101 “Disposizioni per l’adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)” e smi;
13. “Uso consapevole degli strumenti web: linee guida per una policy istituzionale”
14. Deliberazione dell’A.U. n. 85/2015 del 06 Novembre 2015 “Codice di Comportamento dei Dipendenti”.

### CAPO II Social Media Policy Interna

#### Articolo 4 Scopo

1. La Social Media Policy interna è un documento indirizzato al personale interno dell'azienda e mira a sensibilizzare e informare sull'uso corretto dei social media sia quando nominano l'Azienda, sia quando interagiscono con l'Azienda ed i suoi canali ufficiali. Si tratta, di una linea guida per tutti gli operatori perché siano coinvolti attivamente, e correttamente, nella vita anche virtuale dell'ATER. Operatori attivi sui social, influenti, credibili e riconosciuti da tutti come competenti e titolati rispetto a specifici contenuti, rappresentano una preziosa risorsa per aumentare la fiducia verso l'Azienda (Ambassador). Il loro corretto uso dei social permette all'Azienda di ampliare l'audience e intercettare nuovo pubblico, di favorire la condivisione di valori, contenuti e messaggi, quindi la trasparenza, il coinvolgimento ed il senso d'appartenenza.
2. La Social Media Policy interna, regola inoltre l'uso, ma anche i ruoli e le funzioni, di chi gestisce gli account istituzionali dell'ATER MATERA.
3. I contenuti della Social Media Policy Interna sono coerenti con il vigente quadro normativo in materia di protezione dei dati personali, con il D.P.R. 16 aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici", nonché con le seguenti disposizioni cui ogni dipendente consulente o collaboratore, a seguito della sottoscrizione del contratto di lavoro consulenza o collaborazione, è vincolato. In particolare l'art. 11 del Citato codice, obbliga:
  - al non utilizzo per fini privati di informazioni di cui si dispone per ragioni di ufficio;
  - all'utilizzo di materiale, attrezzature, servizi telematici e telefonici dell'Azienda, social network, nel rispetto dei vincoli posti dalla stessa ed esclusivamente per ragioni d'ufficio;
  - fatta salva l'attività di ripresa foto-video di persone fisiche in ambito aziendale per finalità istituzionali, a non riprendere con strumenti/apparecchiature personali (inclusi smartphone) immagini foto-video per qualsivoglia finalità;
  - a non diffondere attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione compresi i social network gli altri strumenti telematici, dati, commenti, immagini, foto, video, audio, informazioni, documenti connessi in qualsiasi modo all'attività lavorativa che possano provocare violazioni della privacy e danni all'Azienda o a terzi e ledere l'onorabilità dei colleghi nonché la riservatezza e la dignità delle persone.

### Articolo 5 Campo di applicazione e destinatari

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano a tutti i dipendenti dell'azienda nonché a tutti i/le collaboratori/collaboratrici o consulenti, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo, che prestino la loro attività nell'ambito dell'organizzazione dell'Azienda, ivi compresi borsisti, stagisti, tirocinanti, addetti al servizio civile, volontari, specializzandi e i soggetti titolari di rapporto di lavoro con l'ATER.
2. Il direttore/dirigenti/ l'A.U., inoltre, al fine di rendere più tempestiva la circolazione delle informazioni con il top ed il middle management possono utilizzare sistemi di messaggistica come WhatsApp o Telegram. L'aggiornamento periodico dei membri dei gruppi è curato dalla Comunicazione Interna.
3. Il Comunicatore cura i contenuti, in stretto rapporto con l'A.U., definisce il Piano editoriale e monitora l'andamento dei canali digitali aziendali.

### Articolo 6 Uso privato dei social media

1. Il personale del ATER, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui Social Network è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento. In generale, indicazioni tese a garantire tanto la salvaguardia dell'Ente quanto delle persone che vi lavorano.
2. Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'ATER: informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche. Allo stesso tempo è tenuto ad osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora. I profili social del personale, dei collaboratori e dei consulenti dell'ATER di MATERA sono gestiti a titolo personale nel rispetto del Codice di comportamento e delle indicazioni presenti in questa Social Media Policy interna.
3. Nel caso in cui gli operatori accedano ad un social network con un account personale, devono tenere presente che possono essere comunque identificati dagli altri utenti come un dipendente dell'azienda e, come tali, devono impegnarsi a mantenere un comportamento corretto, sia nei confronti degli utenti che nei confronti della propria Amministrazione, secondo quanto previsto dalla normativa in materia.
4. Il personale dovrà considerare lo spazio virtuale del social network come spazio pubblico e non privato, soprattutto per quanto riguarda il lavoro e le tematiche che attengono la propria Amministrazione. Il personale può indicare la qualifica rivestita all'interno dell'ATER, citando inoltre l'account istituzionale del ATER qualora fosse presente sullo stesso social network. In tal caso è tenuto ad informare preventivamente il proprio Dirigente e/o Direttore e a precisare nelle informazioni biografiche personali pubblicate online che le opinioni espresse hanno carattere

personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'Ente. Il dirigente, nei limiti delle sue possibilità, evita che notizie non rispondenti al vero quanto all'organizzazione, all'attività e ai dipendenti pubblici possano diffondersi. Il dirigente favorisce inoltre la diffusione della conoscenza di buone prassi ed esempi, al fine di rafforzare il senso di fiducia nei confronti dell'amministrazione.

5. Per queste ragioni è necessario:
  - a. fare attenzione a come ci si presenta. I confini tra pubblico e privato, tra professionale e personale non sono sempre distinguibili dagli utenti della rete. Al fine di ridurre al minimo il rischio di equivoco è opportuno, quando si fanno considerazioni su argomenti che riguardano temi diversi, specificare che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non come operatore dell'Azienda;
  - b. verificare le fonti prima di condividere informazioni.
  - c. evitare di diffondere informazioni, commenti o immagini atti a ledere l'immagine o l'onorabilità di cittadini, di colleghi, superiori o dell'Azienda in generale;
  - d. ricordare che l'ATER è un'organizzazione complessa i cui operatori e utenti riflettono un insieme diversificato di culture, valori e punti di vista per cui è opportuno esprimersi sempre con rispetto, salvaguardando la dignità e la riservatezza delle persone;
  - e. considerare che i social media e la rete in generale non devono essere utilizzati per divulgare informazioni e foto che identifichino persone senza il loro permesso, ai sensi della norma in materia di privacy.
  - f. assicurarsi che il contenuto pubblicato rispetti gli obblighi del dipendente pubblico;
  
6. Nello specifico, è fatto divieto di:
  - a. rendere pubbliche o diffondere a terzi informazioni riservate in possesso dell'ATER, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti identificate/identificabili (soggetti privati, altri dipendenti, altre Pubbliche Amministrazioni...) di cui si è a conoscenza in ragione del proprio lavoro, informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso prima della formalizzazione ufficiale;
  - b. utilizzare il logo o le immagini aziendali in maniera indebita;
  - c. trattare sui social media casi direttamente o indirettamente riconducibili a inquilino/utenti dei servizi aziendali identificati/identificabili;
  - d. pubblicare/diffondere contenuti, informazioni, commenti, audio, foto, video, qualsiasi materiale multimediale direttamente o indirettamente riferibili a inquilini/utenti identificati/identificabili, nonché contattare inquilini/utenti per ragioni legate al servizio con utenze private;
  - e. divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali e personale dell'Azienda senza esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte, fatta eccezione per gli eventi autorizzati dall'Azienda che si svolgono presso la sede di lavoro;
  - f. procedere a forme di spettacolarizzazione dell'attività lavorativa, attraverso la pubblicazione sui social di fotografie e selfie;
  - g. effettuare riferimenti al lavoro/attività dei colleghi (eccettuate le informazioni di dominio pubblico);
  - h. pubblicare messaggi minatori, ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Azienda, ledendone l'immagine e compromettendone l'efficienza, fatto salvo il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica;

- i. aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'Azienda, o che trattano argomenti a essa riferiti, senza l'autorizzazione preventiva di cui al successivo paragrafo "Pagine e profili di servizi aziendali".
7. Le prescrizioni di cui sopra costituiscono direttive formalmente impartite dall'Azienda nonché, istruzioni del titolare del trattamento a integrazione di quelle impartite all'atto della designazione a preposto o incaricato del trattamento dei dati personali. L'inosservanza di tali prescrizioni da parte del personale dipendente integra una forma di responsabilità disciplinare.
8. Per i dipendenti: l'utilizzo improprio dei profili social dell'Ater costituisce violazione del Codice di Comportamento in uso e determina l'applicazione delle sanzioni disciplinari previste dalla normativa vigente e dal Contratto collettivo nazionale e decentrato di Lavoro.
9. È fatto salvo il diritto per l'ATER al risarcimento dei danni eventualmente subiti a causa della condotta del lavoratore.
10. Per i collaboratori esterni: Il mancato rispetto delle regole e dei divieti sopra indicati costituisce violazione degli obblighi contrattuali.
11. Si ricorda che il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate (Facebook, Twitter, YouTube, etc.). Si rammenta che i dati sensibili postati in commenti o post pubblici all'interno dei canali social del ATER dell'Interno verranno rimossi. Tutti gli altri dati condivisi dagli utenti saranno trattati nel rispetto della normativa sulla tutela della privacy.
12. Per quanto riguarda l'utilizzo dei sistemi di messaggistica (es. Whatsapp), per la trasmissione di immagini e dati, il ricorso a tali strumenti non è da considerarsi affidabile, in quanto la non completa conformità degli stessi al RGPD non fornisce adeguate garanzie circa la sicurezza dei dati sensibili dell'utente. Pertanto, nell'ambito del processo di comunicazione, l'uso di tali strumenti è da evitare, fatta eccezione per casi di assoluta necessità e urgenza per finalità esclusivamente di lavoro. In ogni caso l'utilizzatore si assume la responsabilità dell'impiego di tali strumenti e delle relative condizioni/modalità di utilizzo; in particolare per quanto riguarda il dovere di ricorrere ad accortezze che impediscano di ricondurre i dati relativi a soggetti individuati o individuabili.

### Articolo 7 Pagine e profili aziendali

1. I soggetti preposti e abilitati ad alimentare gli account istituzionali, sono esclusivamente i dipendenti assegnati **dall'addetto alla comunicazione** e l'Amministratore Unico o, suo delegato. Il canale viene moderato periodicamente con l'obiettivo di essere presenti sui vari canali, rafforzando così i rapporti con l'esterno.
2. L'ufficio comunicazione si occupa del monitoraggio, dell'aggiornamento e del corretto funzionamento dei sistemi di comunicazione e dei social network. Ogni argomento ed il contenuto delle varie tematiche deve essere, a seconda della complessità, discusso e condiviso con il vertice politico-istituzionale di riferimento, e il dirigente di competenza.
3. Il comunicatore deve essere informato su tutti gli account dell'Azienda e può autorizzare – su richiesta di livelli direzionali/singole strutture/servizi aziendali – l'apertura sui social media di nuovi profili o pagine con finalità istituzionali. Per i sistemi di messaggistica (cd. chat) valgono le indicazioni riportate in questo Regolamento.
4. I profili e le pagine riferibili all'Azienda devono essere aperti e gestiti solo ed esclusivamente per mezzo di account ufficiali e autorizzati dall'Amministratore Unico. Non è permessa alcuna deroga.
5. È pertanto assolutamente vietato creare pagine e profili riferibili all'Azienda attraverso account o per conto di gruppi e strutture non autorizzate. Formale richiesta deve essere indirizzata all'A.U. dell'ATER MATERA specificando: obiettivi, contenuti, modalità, tempi, ruoli e responsabilità nella gestione.
6. Il comunicatore procederà alla valutazione della richiesta e inoltrerà la stessa, corredata di parere, all'Amministratore Unico, per l'autorizzazione, mantenendo una costante supervisione sull'attività, se approvata.
7. Gli operatori autorizzati alla gestione e alla pubblicazione di contenuti sui social media (social media editor) devono agire in coordinamento costante con l'A.U. e in osservanza di tutte le leggi sulla comunicazione e informazione pubblica, comprese le norme sulla privacy.
8. Il comunicatore al quale viene delegato di agire in nome e per conto dell'ATER MATERA deve rispettare le Policy aziendali, le norme di comportamento dei dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni, sia nei confronti della Azienda che nei confronti degli utenti.
9. Per ogni evenienza, il comunicatore (ovvero chi per conto dell'ATER gestisce i social) deve essere aggiunto fra gli amministratori di tutti i profili e di tutte le pagine, in modo da poter accedere e intervenire all'occorrenza. Tutte le password di coloro che hanno accesso ai social media dell'ATER, dovranno rispettare rigorosi requisiti di sicurezza.
10. Il linguaggio da usare nei social network deve essere semplice e diretto, non confidenziale né burocratico, valorizzando, per tipologia di contenuti e stili comunicativi, le potenzialità del canale e del mezzo utilizzato (ad esempio audio video, visual, etc.). I contenuti informativi dovranno

comunque rispettare quanto disposto nel presente Regolamento e dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche di qualità:

- **Pertinenza:** attinenti alla tematica specifica per cui l'account è stato previsto;
- **Validità scientifica:** le informazioni devono essere fornite da professionisti qualificati o attribuibili a soggetti istituzionali (es. Ministero, Regione, Federcasa, ecc...)
- **Trasparenza:** i contenuti devono essere chiari e per quanto possibile corredati da indirizzo e-mail o numero di telefono al quale gli utilizzatori possono chiedere ulteriori dettagli o supporto;
- **Complementarietà:** i contenuti debbono essere destinati ad incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti tra inquilino e azienda, ecc.

11. Il comunicatore per la redazione dei contenuti da pubblicare dovrà:

- Attenersi ad uno stile equilibrato tra la voce dell'Amministrazione e le modalità di scrittura dei social network;
- Rispondere ai commenti critici, con materiale informativo e con toni garbati, evitando ogni frizione. Se i commenti risultano volgari oppure violano le norme della policy esterna, è necessaria la rimozione immediata;
- Stimolare le risposte e la partecipazione inserendo brevi descrizioni anche alle immagini o video, ove possibile anche alle condivisioni;
- Predisporre affianco alle novità che verranno di volta in volta redatte anche una lista di argomenti, divisi per genere;
- Predisporre un buon archivio audio/video/foto dove sarà possibile attingere per la pubblicazione.

12. Gli account social dell'ATER pubblicano contenuti testuali, fotografie, video e altri materiali multimediali, in licenza Creative Commons CC BY 3.0, che pertanto possono essere riprodotti citando la fonte.

13. Il comunicatore mantiene un elenco costantemente aggiornato dei soggetti autorizzati a operare sulle pagine o sugli account e disattiva prontamente le autorizzazioni relative a soggetti non più legittimati, ad esempio, per cessazione del rapporto di lavoro o collaborazione, o per modifica delle mansioni lavorative. È fondamentale che chiunque apra e gestisca un profilo o una pagina per diffondere informazioni per conto dell'ATER, sia dotato di strumenti e indicazioni necessarie per creare un'immagine coordinata con gli standard di comunicazione istituzionali (logo, allineamento grafico e stilistico, codice redazionale, ecc.).

## CAPO III Social Media Policy esterna

### Articolo 8 Scopo

1. La Social media policy esterna regola l'utilizzo dei canali istituzionali dell'ATER e definisce in essi le modalità di pubblicazione, redazione, gestione delle informazioni e della moderazione dei contenuti.
2. Di seguito sono indicati i profili istituzionali ufficiali dell'ATER MATERA social media (tra cui le piattaforme di messaggistica istantanea):
  - pagina Facebook @AterMatera;
  - account Twitter@AterMatera;
  - account LinkedIn @AterMatera;
  - canale YouTube AterMatera;
  - Google My Business ATERA Matera
  - sistema di messaggistica Whatsapp/Telegram; (in attivazione)

Eventuali altri account presenti nelle piattaforme social non sono gestiti dall'ATER.

### Articolo 9 Campo di applicazione e destinatari

1. Attraverso le piattaforme social, l'ATER informa i cittadini su servizi, professionisti, nuove tecnologie, progetti e iniziative, eventi, bandi, opportunità di partecipazione. I canali social dell'ATER Matera sono utilizzati, inoltre, per raccogliere commenti, richieste, domande, critiche e suggerimenti, dando eventuale informazione ai cittadini sulle modalità per l'invio di specifici quesiti o istanze all'URP (Relazioni con il pubblico e partecipazione) dell'Ater di Matera.
2. L'interazione con gli account social del ATER deve avvenire nel rispetto delle norme di legge e tenendo conto delle seguenti indicazioni ("netiquette"):
  - l'interazione deve mantenersi garbata e pertinente;
  - le opinioni espresse devono sempre seguire le regole dell'educazione e del rispetto altrui.

### Articolo 10 Responsabilità

1. Le pagine e gli account social sono gestiti dal comunicatore dell'ATER Matera e non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, né per inviare quesiti o istanze che richiedano una apposita attività istruttoria. L'addetto alla comunicazione, Invece, facilita la relazione tra l'utenza esterna e l'ente informando i cittadini sulle corrette modalità / procedure da seguire per rispondere alle problematiche esposte.
2. L'ATER Matera può condividere e rilanciare contenuti e messaggi di pubblico interesse realizzate da soggetti terzi (altri enti o soggetti accreditati). In tal caso non si assume responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate in essi contenuti. I post degli utenti che taggano l'ATER Matera rappresentano

l'opinione dei singoli e non quella dell'ente, il quale non può essere ritenuto responsabile né associato a ciò che viene postato sui canali da terzi.

3. L'eventuale presenza di spazi pubblicitari, a margine dei contenuti pubblicati dall'ATER Matera nelle pagine dei social network, non è sotto il controllo dell'amministrazione, ma dei gestori delle piattaforme.
4. Nella gestione dei contenuti la moderazione non è preventiva ma successiva alla pubblicazione, e mira esclusivamente al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle norme d'uso.

Commenti con contenuti:

- volgari, minacciosi, offensivi, xenofobi, diffamatori, ingannevoli, allarmistici;
- illeciti o di incitamento ad attività illecite;
- che ledano la dignità delle persone, il decoro delle istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza;
- che consistono nella diffusione di dati personali;
- discriminatori per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali,

verranno cancellati, e i rispettivi autori bloccati. Nei casi ritenuti più gravi, gli autori saranno segnalati ai gestori delle piattaforme. Il comunicatore si riserva, inoltre, la possibilità di bloccare e segnalare i profili non conformi alle regole.

5. Saranno eliminati messaggi che pubblicizzano attività commerciali, annunci di compravendita, offerte o omaggi di qualsiasi tipo nonché tutti quelli di propaganda politica. Verranno, inoltre, rimossi messaggi di spam o off topic (fuori tema) ed i messaggi in cui vengono indicati dati sensibili degli utenti, commenti e post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social; spam; contenuti che violano il copyright, o che utilizzano marchi registrati senza autorizzazione.
6. Negli spazi social istituzionali non sono ammessi commenti con contenuti/informazioni/materiali audio-foto-video:
  - relativi direttamente o indirettamente o riconducibili a soggetti identificati/identificabili;
  - riferiti a tematiche oggetto di controversie legali in atto con l'Azienda o prodromiche ad esse;
  - che divulgano direttamente o indirettamente dati e informazioni personali (nomi, account privati di posta elettronica, indirizzi, numeri di telefono, codici fiscali, video o foto di persone riconoscibili senza autorizzazione...) o che in qualunque modo possono cagionare danni o ledere la sfera di riservatezza o la reputazione degli interessati;
  - che riportano, direttamente o indirettamente, informazioni riferite a minori/soggetti vulnerabili identificati/identificabili;
  - che divulgano dati particolari (dati relativi alla salute, orientamento sessuale, all'origine razziale o etnica, opinioni politiche, convinzioni religiose o filosofiche, appartenenza sindacale) e dati giudiziari direttamente o indirettamente riconducibili a soggetti identificati/identificabili.

7. Commenti e post che violino le condizioni esposte in precedenza saranno rimossi tempestivamente.

8. In caso di rimozione di un contenuto che violi questa Policy può verificarsi anche la rimozione dei successivi commenti di utenti anche se questi non violano la policy, a causa della configurazione delle diverse piattaforme social e non per volontà dell'ATER MATERA. Tutto ciò che è pubblicato dagli utenti è sottoposto ai termini del servizio dei canali social e può essere utilizzato dalle società proprietarie come da condizioni generali di contratto sottoscritte dall'utente. Per maggiori informazioni, occorre consultare i rispettivi

termini del servizio.

9. Per chi dovesse violare ripetutamente queste condizioni o quelle previste nei termini di servizio delle piattaforme social, l'amministratore/moderatore si riserva il diritto di utilizzare il ban o il blocco, nonché di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.
10. Gli eventi organizzati da singoli e associazioni saranno diffusi e pubblicizzati solo se patrocinati dall'Azienda.
11. Messaggi e commenti pubblicati sulla pagina vengono controllati dal comunicatore abitualmente e gestiti direttamente. In caso eccezionale o di emergenza, il servizio garantirà tempestive comunicazioni.
12. Il trattamento dei dati personali degli utenti è regolato dalle policy dei diversi social media utilizzati. In ogni caso i dati personali o sensibili inseriti in commenti o post pubblici all'interno dei canali social dell'Azienda saranno rimossi.
13. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati inviati alla struttura che gestisce i profili social aziendali (es. messenger), per quanto non previsto già dalle policy delle singole piattaforme sottoscritte dall'utente che utilizza il canale, saranno trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali, con modalità conformi a quanto indicato nell'informativa sulla protezione dei medesimi presente nel sito dell'Azienda e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'Utente.

### Articolo 11

#### Modalità di accesso e norme di comportamento degli utenti

1. L'accesso ai profili istituzionali dell'Ater Matera è limitato alla pubblicazione di commenti ai post.
2. Il soggetto che si esprime potrà farlo liberamente in forma propositiva o critica ma sempre con un linguaggio decoroso senza espressioni scurrili, o che neghino o offendano l'orientamento sessuale, la provenienza etnica o l'orientamento religioso.
3. I commenti e le foto che possono essere inseriti devono essere di interesse generale e devono rispettare le norme per la riservatezza.
4. Ogni utente deve tenere un comportamento rispettoso dell'etica e delle norme di buon uso dei servizi in rete ed è direttamente responsabile civilmente e penalmente, a norma delle leggi vigenti, dell'uso fatto del servizio. Il controllo e la verifica di quanto disposto fermo l'obbligo di denuncia all'autorità giudiziaria, è in capo al Dirigente del servizio che è responsabile dei contenuti.
5. Saranno rimossi commenti e tag:
  - di contenuto politico e/o propagandistico;
  - volti a promuovere attività commerciali e con finalità di lucro;
  - aventi linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o offensivo;
  - dai contenuti discriminatori, osceni, pedo/pornografici, illeciti o tesi ad incitare il compimento di attività illecite;
  - offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in grado di violare i diritti di terzi, come nel caso di divulgazione di dati e informazioni personali o violazione di copyright.

Allegato

## MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE NON OSTILE\*

☺
stili

## Il Manifesto

### della comunicazione non ostile

PER LA  
PUBBLICA  
AMMINISTRAZIONE

  
  

- 1. Virtuale è reale**  
Non c'è buona amministrazione senza buona comunicazione. Investo le migliori energie perché la mia comunicazione online e offline sia semplice, accessibile, comprensibile, trasparente, cortese. So che quanto scrivo in Rete ha conseguenze reali.
- 2. Si è ciò che si comunica**  
So che l'azione amministrativa risulta tanto più efficace quanto più efficacemente la comunico: i cittadini hanno il diritto di accedere con facilità e fiducia a dati, documenti, informazioni e servizi, di essere coinvolti nelle scelte, di capire e verificare il mio operato.
- 3. Le parole danno forma al pensiero**  
Evito le formule astruse. Il burocrate vessatorio. I termini inglesi fuorvianti. So che capire è diritto di ogni cittadino. Se la mia espressione è oscura, questo significa che anche il mio pensiero e la mia azione non sono chiari e trasparenti a sufficienza. Incoraggio il dialogo.
- 4. Prima di parlare bisogna ascoltare**  
Ascolto le opinioni e i suggerimenti dei cittadini. Scelgo la collaborazione e attivo canali che favoriscano un dialogo costruttivo e civile. Se un dubbio o un quesito viene espresso, rispondo con tempestività. Se un disagio viene manifestato, mi interrogo su cause e rimedi.
- 5. Le parole sono un ponte**  
Scelgo parole e strumenti adatti a dialogare con tutti i cittadini, compresi anziani, stranieri, persone poco scolarizzate. Verifico che quanto dico o scrivo venga capito dai cittadini. È mia responsabilità farmi capire, favorendo una comunicazione positiva e propositiva.
- 6. Le parole hanno conseguenze**  
Sono consapevole del fatto che ogni mio messaggio e ogni mia azione hanno conseguenze concrete e rilevanti per la quotidianità dei cittadini. Sono accessibile, informo, semplifico, rendo chiari gli adempimenti e le procedure.
- 7. Condividere è una responsabilità**  
Quanto condivido in rete influisce sulla percezione del mio operato. Aggiorno informazioni e dati. Li rendo reperibili, se possibile in formato aperto. Non diffondo messaggi fuorvianti o poco trasparenti. Informo i cittadini sui loro diritti: conoscenza, privacy, sicurezza.
- 8. Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare**  
Il rispetto reciproco è il fondamento della convivenza civile e migliora a collaborazione e la partecipazione. Faccio sì che ogni mia comunicazione sia rispettosa dei cittadini nella forma e nella sostanza, e promuovo presso la collettività una cultura del rispetto.
- 9. Gli insulti non sono argomenti**  
Gli insulti sono umilianti sia per chi li riceve, sia per chi li fa, sia per chi ne è spettatore. Invito chi insulta a esprimere altrimenti la propria opinione. Non tollero insulti, nemmeno quando vanno a mio favore. Diffondo una netiquette per il buon uso dei miei canali online.
- 10. Anche il silenzio comunica**  
So che l'attenzione e il tempo dei cittadini sono preziosi e valorizzo la brevità. Comunico solo per motivi funzionali: per promuovere consapevolezza e partecipazione e mai per ragioni propagandistiche. La mia comunicazione è sempre utile, necessaria e pertinente.

🐦
f
@
parcolostili.it