

## SCHEDA FEDERAVO N. 25

### COMUNICARE CON I SOCIAL MEDIA

---

La scheda ha l'obiettivo di fornire alle AVO alcune indicazioni per utilizzare i *social* in modo efficace, corretto e nel rispetto della normativa sulla *privacy*.

Nella nostra società non è possibile prescindere dal *web*; anche la vita quotidiana richiede un continuo utilizzo di modalità *on line* e la diffusione di *tablet* e *smartphone* ha, di fatto, portato ognuno di noi a vivere nel *web*.

Il *web* offre la possibilità di diffondere informazioni, musica, valori e disvalori; rappresenta, quindi, per un'associazione di volontariato una grossa opportunità per pubblicizzare la *mission* e l'attività, ad esempio attraverso siti, *blog* e *social*.

Proprio i *social*, negli ultimi anni, si sono particolarmente diffusi, tanto da venir preferiti ai siti anche dalle grandi aziende, il *social* invia al sito: ecco la nascita dei *social media marketing*.

La diffusione dei *social* ha contribuito alla nascita di nuove professioni quali i *social media reporter*, i *social media manager*, *youtuber*.

La vera rivoluzione nel mondo della comunicazione è, pertanto, costituita dai *social* che condizionano rapporti personali, l'economia e la politica.

Anche la nostra Associazione deve cogliere questa grande opportunità, tenendo tuttavia in considerazione l'esistenza di una "*web reputation*".

Invero, quello che scriviamo nel *web* rimane e contribuisce a creare l'immagine dell'Associazione; per tali motivi è fondamentale che la *web reputation* non si trasformi in una "*bed reputation*".

Esistono diversi *social* ma quelli maggiormente conosciuti sono *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* e *LinkedIn*, quest'ultimo per eccellenza il *social* dedicato al lavoro.

*Facebook*, invece, è la comunità delle emozioni, dell'amicizia; *Twitter* si caratterizza per lo stile giornalistico con i suoi 140 caratteri.

#### Regole per un corretto utilizzo di FACEBOOK

In *Facebook* si può dar vita a un "Profilo" o a una "Pagina".

Nello specifico, il Profilo FB è dedicato alle persone, mentre la Pagina FB è dedicata agli Enti, alle organizzazioni e, quindi, anche alle associazioni di volontariato.

Ne deriva che una AVO che intende essere visibile in Facebook deve necessariamente dar vita ad una Pagina FB e le persone che intendono seguire la Pagina dell'Associazione devono cliccare MI PIACE.

La persona che attiva la pagina è definita "amministratore".

L'amministratore può nominare degli "editori" che, tuttavia, devono necessariamente avere un profilo FB e aver cliccato MI PIACE sulla Pagina dell'Associazione.

L'amministratore è il vero gestore della pagina, mentre gli editori possono pubblicare *post*.

Una Pagina FB è tanto più visibile quanto maggiore è il numero di MI PIACE.

A tal fine, è opportuno invitare gli “amici di FB” a cliccare MI PIACE o utilizzare forme di propaganda/ adesione a pagamento, sempre tramite FB.

Cosa possono fare i “Fan”?

Possono cliccare MI PIACE, che appunto è il nostro obiettivo, fare commenti e possono inserire dei post.

Tali post saranno visibili nella parte laterale della Pagina FB e non sulla pagina centrale del diario delle attività.

L'amministratore può cancellare eventuali *post* ritenuti sgradevoli e può apprezzarne altri, attraverso commenti e risposte.

Gli utenti di *Facebook* possono inviare messaggi alla Pagina FB dell'Associazione, messaggi ai quali è opportuno rispondere.

Ecco alcune brevi regole comportamentali.

1) Se si decide di creare una Pagina FB, è necessario seguirla quotidianamente.

Avere una Pagina FB permette all'AVO di raggiungere le persone in modo rapido, di diffondere iniziative, di pubblicare foto e video, di raccontare gli eventi in diretta.

La Pagina è utile per indirizzare le persone al sito istituzionale dell'Associazione, dove si trovano notizie più approfondite sull'attività.

2) E' necessario:

- individuare una persona addetta alla Pagina, l'amministratore, che può nominare altri Editor;
- avere un piano editoriale;
- pubblicare poco ma con intelligenza. Tanti *post* rischiano di non essere letti perché si sovrappongono ad altri, quindi è molto importante leggere i dati statistici (Insight) per capire a che ora entrano in FB i vostri Fan e programmare i *post* proprio per quella fascia oraria (è, infatti, possibile programmare la pubblicazione dei *post* e fissare in alto quello che si vuole mettere in risalto);
- l'amministratore deve leggere i messaggi e commenti e dare le risposte necessarie;
- il *post* deve avere un testo accattivante e deve essere accompagnato da una fotografia o immagine. Esistono siti da cui è possibile scaricare immagini gratuite che possono essere pubblicate su FB; Tuttavia, se si tratta di foto, è necessario avere la preventiva liberatoria delle persone ritratte; (Vedasi l'allegato)
- postare video, eventualmente realizzati *ad hoc* con uno *smartphone*. Anche per i video con persone è necessario avere la preventiva liberatoria delle persone ritratte; (Vedasi l'allegato)
- condividere i *post* delle altre pagine. E' auspicabile che i volontari condividano i *post* delle proprie AVO;
- creare eventi e promuoverli;
- E' INUTILE TENERE UNA PAGINA SE NON VIENE AGGIORNATA.

3) Il volontario AVO può avere un proprio profilo personale FB.

Tuttavia:

- Il volontario non deve utilizzare nel proprio profilo FB personale il logo dell'AVO (il logo AVO può essere, infatti, utilizzato solo nelle Pagine FB delle Associazioni);
- Il volontario non deve indicare nel proprio profilo FB personale che svolge "attività di volontario AVO";
- Il volontario che intende specificare la propria attività lavorativa non deve assolutamente utilizzare la dicitura "volontario AVO" o simili; per nessun motivo deve crearsi il fraintendimento che l'attività in AVO possa essere un'attività lavorativa.

## **YouTube**

E' sempre utile aprire un canale *YouTube* per caricare i propri video e pubblicarli sul sito o su FB, nel rispetto delle regole sopra indicate.

## **Twitter**

Anche un *account* Twitter può essere utile per diffondere iniziative; con pochi caratteri si possono raccontare eventi, attività e fare cronache in diretta.

Inoltre si possono seguire AVO e personalità del mondo del volontariato, della cultura e dell'attività socio sanitaria.

ALLEGATO " Alcune informazioni sulla pubblicazione di immagini e video"

A cura dell'Ufficio Legale Federavo.

I) Adempimenti necessari per il corretto utilizzo delle immagini altrui.

II) Adempimenti necessari per il corretto utilizzo delle immagini di persone malate e minori.

I)

Il nostro ordinamento tutela l'immagine della persona mediante la Legge n. 633 del 1941 (legge sul diritto d'autore) e il Decreto Legislativo n. 196 del 2003 (meglio noto come Codice privacy).

Proprio l'emanazione del Codice della Privacy ha imposto un maggior livello di attenzione per l'uso delle immagini, introducendo particolari obblighi in capo ai soggetti che raccolgono ed utilizzano immagini altrui.

Anche le semplici fotografie e le riproduzioni di immagini (ivi comprese le videoriprese) rientrano oggi nella nozione di dato personale.

Per tale motivo, il lecito utilizzo di immagini altrui richiede che il soggetto fotografato e / ripreso:

1. sia stato previamente informato e abbia, quindi, previamente sottoscritto "l'informativa sulla privacy";
2. abbia previamente prestato, mediante sottoscrizione, il "consenso espresso per l'utilizzo dei dati personali".

Nel concreto, per poter legittimamente utilizzare una fotografia o una videoripresa, è pertanto necessario:

- **Far sottoscrivere al soggetto interessato l'informativa sulla privacy.**

L'informativa dovrà essere quanto mai precisa sull'utilizzo delle immagini e/o riprese, esplicitando anche i soggetti ai quali le stesse potranno eventualmente essere comunicate o divulgate.

Questo significa che l'informativa dovrà indicare, ad esempio, il tipo di fotografia/video che si intende pubblicare, il luogo di pubblicazione (web, giornale, ecc...) e il motivo per cui si procede alla divulgazione (promozione, resoconto evento, ecc...).

- **Far sottoscrivere al soggetto interessato il modulo di consenso espresso per l'utilizzo dei dati personali.**

- **Accertarsi che il consenso sia prestato da persona capace di intendere e di volere.**

Si raccomanda di prestare una particolare attenzione nel caso in cui il soggetto interessato sia un paziente, in quanto lo stato di salute potrebbe compromettere le sue capacità di prestare un consenso libero.

- **Accertarsi che il consenso sia prestato dal soggetto interessato e non da persona interposta.**

- **Accertarsi che il consenso, eventualmente prestato in precedenza, sia attuale e non sia stato revocato dal soggetto interessato.**

Infatti, il fatto di aver ricevuto, a suo tempo, il consenso alla pubblicazione della foto/video non implica che tale consenso sia definitivo.

Esso, infatti, può essere sempre revocato e, in tal caso, l'immagine pubblicata dovrà necessariamente essere rimossa.

Occorre sottolineare come la violazione dell'obbligo di preventiva informazione di cui sopra e il trattamento dei dati personali in assenza del consenso della persona interessata possano costituire violazioni amministrative o, nei casi più gravi, anche illeciti di natura penale.

Inoltre, la violazione di quanto sopra comporta in capo al soggetto leso il diritto di agire per ottenere una tutela risarcitoria dei danni patrimoniale e non patrimoniale eventualmente subiti.

## II)

Il Codice della privacy prevede una tutela particolare dei cosiddetti dati sensibili, ovvero di quei dati idonei a rivelare, tra le altre cose, *lo stato di salute* di una persona.

Ai soggetti che entrano in contatto con medici e strutture sanitarie per cure, prestazioni mediche, acquisto di medicine o operazioni amministrative, devono essere garantite la più assoluta riservatezza ed il rispetto della dignità.

I dati personali in grado di rivelare lo stato di salute delle persone sono infatti di particolare delicatezza e non possono essere diffusi.

Con riferimento alle associazioni di volontariato che operano nel settore, si ricorda che esse devono osservare tutte le regole che le strutture sanitarie prevedono per il proprio personale interno al fine di garantire il rispetto della dignità della persona ed il massimo livello di tutela dei pazienti, nonché il segreto professionale.

**Ne deriva che non è possibile diffondere in alcun modo informazioni circa la salute dei pazienti, neppure indirettamente mediante la pubblicazione di foto o video ritraenti i malati stessi.**

E', pertanto, opportuno:

**- Non fotografare o filmare i pazienti negli ospedali / case di cura / case di riposo senza uno specifico consenso informato.**

Sul punto si ribadisce come il consenso debba essere prestato da persona capace di intendere e di volere, facoltà che potrebbero non sussistere in un soggetto malato.

**- Non diffondere le immagini dei malati senza aver previamente oscurato il volto del paziente e adottato tutte le tutele necessarie al fine di escludere il riconoscimento, anche tramite elementi conoscitivi indiretti, del soggetto.**

Una particolare attenzione merita anche il trattamento dei dati relativi ai minori.

In via generale, qualora sia necessario ritrarre e pubblicare l'immagine di un minore, è necessario:

**- Far sottoscrivere al genitore o all'esercente la responsabilità genitoriale del minore l'informativa sulla *privacy* e il modulo del consenso espresso al trattamento dei dati.**

**- Non diffondere le immagini del minore senza averne previamente oscurato il volto e adottato tutte le tutele necessarie al fine di escluderne il riconoscimento, anche tramite elementi conoscitivi indiretti.**

\*\*\*\*

Le caratteristiche e la specificità dell'informativa e del consenso rendono difficile la predisposizione di un modello generico e utilizzabile in qualsiasi situazione.

Un *fac simile*, può essere richiesto all'Ufficio legale di Federavo; lo stesso dovrà essere implementato e adattato di volta in volta, con riferimento alle specificità del singolo utilizzo.

Tale *fac simile* non dovrà essere divulgato, proprio al fine di evitarne un utilizzo improprio.

In caso di dubbi contattare l' Ufficio Legale prima di procedere a sottoscrizioni e pubblicazioni di immagini/video.