

# Su Facebook coi soldi dei reggiani, è polemica

*L'accesso è gratuito, ma il Comune paga un giornalista: il caso alla Corte dei Conti*

Il successo di Facebook, su internet, è legato da una parte alla totale gratuità del servizio in sé, dall'altra all'estrema semplicità sia dell'iscrizione sia della gestione dei contenuti. Il Comune di Reggio, però, ha deciso di pagare — utilizzando soldi pubblici — per sbarcare sul social network

La determinazione, infatti, contiene anche un errore curioso: Fangareggi, già alla guida del portale «Emilianet» (oltre che del quotidiano Giornale di Reggio, gruppo Unimedia), è indicato come direttore della testata concorrente «Reggionelweb». Pronta anche la replica della direttrice Marina Bortolani, che spiega di essere al timone di «Reggionelweb» da sei anni, «e che Nicola Fangareggi non ha mai avuto alcun rapporto con la nostra testata, né tantomeno ne è mai stato direttore».

Ma — proseguono gli Amici di Beppe Grillo — «Facebook è gratuito, e in se stessa la scelta di un ente pubblico di avvalersi di questi strumenti è ineccepibile e, a parere di chi scrive, da incoraggiare

più famoso del momento, e stabilito di conseguenza di non riuscire a far da sé. Seimila euro lordi, infatti, andranno al giornalista reggiano Nicola Fangareggi al quale è stato affidato il compito di «realizzare entro il 2008 l'avvio della presenza del Comune di Reggio sul social network Face-

re per la sua gratuità. Non solo: Facebook è estremamente facile da utilizzare, il che lo renderebbe adatto all'utilizzo diretto dal personale del Comune. A tal proposito facciamo notare che il Comune di Reggio ha già chi gestisce il sito [www.comune.re.it](http://www.comune.re.it); il Comune di Reggio ha già uno staff qualificato che utilizza internet come risorsa di comunicazione; il Comune di Reggio paga già altro staff per gestire portali internet su singole iniziative».

E ancora: «Facebook non offre possibilità di editing particolari. Pertanto non si intravede un impegno particolarmente oneroso. La dicitura "realizzazione dell'avvio delle pagine web" è del tutto generica dal punto di vista te-

cnico in quanto la pagina web si avvia da sola una volta inseriti i contenuti. In conclusione, chi scrive ritiene che il caso descritto meriti opportuna considerazione da parte della Corte dei Conti, e gradirebbe un'opportuna e celere informazione sulle iniziative intraprese».

Nella determinazione dirigenziale del Comune che fa capo a Mauro Bonaretti, di contro, si spiega l'incarico a Fangareggi col fatto che il giornalista «dal luglio 2008 ha avviato una autonoma attività di ricognizione sulle possibilità delle pubbliche amministrazioni di utilizzare i propri strumenti di marketing finalizzati alla promozione e valorizzazione del proprio territorio anche con la rete dei

book». Lo ha deciso Piazza Prampolini con una determinazione dirigenziale dello scorso 12 dicembre. Ieri, però, gli amici reggiani di Beppe Grillo sono scesi in campo con una segnalazione inviata alla Corte dei Conti. Una segnalazione divisa in 4 punti che attacca la scelta del Comune.

social network, con particolare riferimento al più diffuso ed affermato di questi: Facebook. Esperienza — conclude il passo della determina — che gli ha permesso di presentare una proposta di collaborazione ritenuta idonea e congruente con gli obiettivi dell'amministrazione». Il municipio reggiano dunque punta su Facebook e, in una nota, spiega che tale «l'approdo è sempre più utilizzato anche dagli enti pubblici, e si aggiungerebbe ai mezzi di comunicazione tradizionali già in uso da parte del Comune, per estendere in ambito più internazionale la conoscenza della città, delle sue eccellenze, degli eventi più importanti e delle attività promosse dall'amministrazione».