



## SOCIAL MEDIA POLICY IRST

(rev. 2 05/06/24)



### INDICE

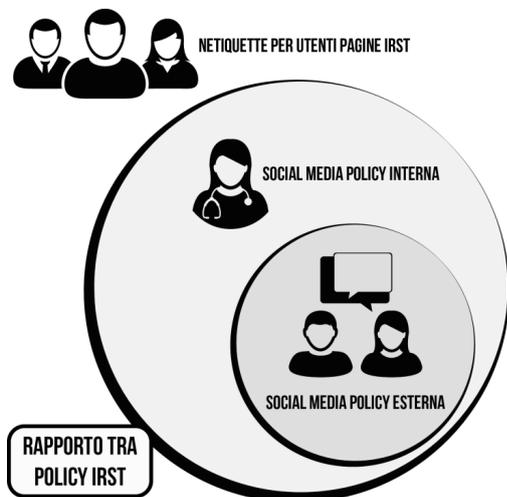
1. Perché una Social media policy?	Pg. 2
2. Regole di utilizzo per gli utenti delle pagine profilo IRST	3
3. Social Media Policy Interna	4
4. Social Media Policy Esterna	6

## 1. Perché una Social media policy?

Per *social media* si intende un gruppo di applicazioni Internet che, poggiando sugli assunti ideologici e tecnologici del Web 2.0, consentono la creazione e lo scambio di contenuti (notizie, testi, video, immagini etc.) generati dagli utenti stessi: il dialogo e la condivisione sono i cardini attorno ai quali ruota ogni genere d'interazione. In tal senso, i *social media* hanno cambiato radicalmente il modo di apprendere e comunicare in ogni ambito della vita, offrendo un differente paradigma di come è percepita la realtà.

L'Istituto Romagnolo per lo Studio dei Tumori "Dino Amadori" - IRST Srl crede che questo tipo di nuove interazioni, se veicolate lungo direzioni ricche di senso e votate all'apertura continua, possano contribuire a costruire relazioni più solide con gli utenti, i portatori d'interesse e i professionisti, favorendo così il perseguimento degli obiettivi definiti dalla *mission*.

Il presente documento nasce con una duplice finalità: definire precise linee di condotta per chi interagisce attraverso i social media in veste ufficiale o per conto dell'Istituto (**policy esterna**) e, parallelamente, suggerire comportamenti consoni al dipendente IRST che utilizza le piattaforme di scambio web a livello personale (**policy interna**). Derivata direttamente da questi regolamenti è la *net-etiquette* che impegna gli utenti che utilizzano gli spazi web e le pagine gestite o di proprietà IRST sui vari canali social.



La Social Media Policy IRST si affianca e riferisce direttamente al Codice Etico IRST al cui rispetto sono tenuti tutti coloro che, a varia ragione, curano gli interessi dell'Istituto.

Pur non essendo strutturate in modo gerarchico, le varie policy (interna, esterna, degli utilizzatori delle pagine IRST) si pongono e rapportano secondo schema concentrico per cui **le indicazioni per utenti sono valide anche per i dipendenti IRST così come quanto definito per questi ultimi dev'essere rispettato dai titolari della Comunicazione IRST nello svolgimento delle loro attività.**

## 2. Regole di utilizzo per gli utenti delle pagine profilo IRST

IRST utilizza e promuove gli spazi di comunicazione e dialogo con gli utenti all'interno dei profili ufficiali attivati nei diversi social media. Per sviluppare tutte le potenzialità di questi spazi d'interazione e valorizzare le libertà di chi vi interagisce pubblicamente, IRST fa obbligo di rispettare alcune regole di comportamento.

### **2.1 Principi base dell'utente social IRST**

1. Ognuno è libero di esprimere la propria opinione nei limiti offerti dalla veridicità e verificabilità di quanto si afferma.
2. Ogni opinione, tema o contenuto deve rispettare i principi elementari del buon senso, del rispetto altrui, della correttezza e della pertinenza.
3. Ognuno è responsabile di quanto pubblica e delle opinioni espresse.
4. Non saranno tollerati - e quindi tempestivamente rimossi senza alcun preavviso - insulti, minacce, frasi ingiuriose, volgari, offensive, discriminatorie in qualunque accezione (sesso, razza, lingua, opinione, stato civile, orientamento sessuale, disabilità o credo), violente, che incitano a comportamenti illegali, irrispettose verso enti, istituzioni o l'ambiente.
5. Se non precedentemente approvato da IRST, sarà cancellato ogni messaggio con finalità pubblicitaria, promozionale o propagandistica.
6. Saranno rimossi contenuti inerenti temi politici, religiosi, etici e tutto quanto esuli dalle finalità dettate dalla *mission* IRST.
7. I contenuti devono sempre rispettare la privacy delle persone, anche quella di chi li pubblica: occorre evitare di riportare, o fare riferimento, a dati sensibili e a quanto possa essere in qualsiasi modo utilizzato per ledere la sfera del singolo o di gruppi/associazioni.
8. Argomenti e commenti devono avere carattere d'interesse pubblico: non è possibile utilizzare gli spazi pubblici IRST sui social media per affrontare casi strettamente personali. Per ottenere informazioni circa le modalità per richiedere consulenze, consigli o indicazioni di carattere privato è possibile utilizzare mail, messaggistica o contattare direttamente l'Ufficio relazioni con il Pubblico IRST. Si ricorda che anche in questo caso l'utente è direttamente responsabile dei contenuti del messaggio ed è tenuto a rispettare i principi del buon senso, del rispetto, dell'educazione e le norme di legge.
9. IRST non è responsabile dell'utilizzo fatto da terzi dei materiali o contenuti pubblicati dagli utenti sulle pagine social IRST.
10. Non saranno ammessi contenuti pubblicati in maniera anonima o da parte di terzi né quelli che violino il diritto d'autore o utilizzino senza autorizzazione marchi registrati.
11. Il contenuto e lo stile di quanto pubblicato dovranno rispettare il più possibile le elementari regole di comportamento (net-etiquette) del web 2.0: essere attinenti alla discussione in corso o a tematiche collegate a IRST (non essere off topic); non eccedere nell'utilizzo della punteggiatura e del maiuscolo; rispettare la proprietà intellettuale citando fonti e/o autori di opinioni, frasi, dati; evitare il più possibile link a contenuti esterni.
12. La presente policy potrà esser aggiornata in qualunque momento e sarà valida dalla sua pubblicazione.

## **2.2 Gestione e controllo delle pagine istituzionali IRST**

### **2.2.1 Il titolare della gestione degli spazi web**

La titolarità della gestione degli spazi web e social media è dell'Ufficio relazioni con il Pubblico, Comunicazione, Ufficio Stampa. Attraverso questo servizio, IRST esercita l'azione di moderazione, secondo tempi ragionevoli, comunque in orario d'apertura dell'ufficio.

### **2.2.2 Azioni di contrasto alle violazioni**

L'azione di controllo dei contenuti non ha alcun carattere preventivo né censorio: ognuno è libero di esprimere la propria opinione, porre domande, interagire negli spazi IRST. L'opera di moderazione è finalizzata unicamente al rispetto delle norme e principi dettati nel presente regolamento. Nei casi di mancato rispetto delle regole definite in questo documento, l'amministratore si riserva di cancellare i contenuti, allontanare gli utenti dai propri spazi, impedirgli ulteriore accesso al profilo IRST e segnalarli ai filtri di moderazione del social network o alle pubbliche autorità qualora si profilino comportamenti passibili di esser perseguiti a norma di legge.

## **2.3 Privacy**

Il trattamento dei dati personali degli utenti che utilizzano i profili istituzionali IRST sui differenti social media, risponde alle policy aziendali in uso sulle differenti piattaforme. Si ricorda che IRST applica in autonomia un filtro di tutela sulla riservatezza rimuovendo il più tempestivamente possibile i dati sensibili postati in commenti all'interno dei canali social IRST. Per quanto attiene il trattamento di dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati questi saranno trattati secondo la vigente normativa.

## **3. Social Media Policy Interna**

Di seguito sono riportate le linee di condotta pensate per guidare i dipendenti, i professionisti IRST e chi frequenta l'Istituto per studio o formazione, e che utilizzano i vari social media, forum, blog o servizi di rete sociale (come Facebook, X, LinkedIn, TikTok, Twitch etc.). Questo documento si affianca e compendia non solo il Codice Etico IRST al quale, tutti coloro che curano gli interessi dell'Istituto, dipendenti, collaboratori o frequentatori anche saltuari, sono tenuti ad attenersi, ma anche le linee guida che i differenti ordini professionali stanno emettendo a favore dei propri aderenti.

### **L'educazione e il buon senso prima di tutto**

1. Ricorda: ciò che scrivi, condividi, pubblichi è, in ultima analisi, di tua responsabilità sotto ogni punto di vista, anche in sede legale.
2. Il "locale" nel web non esiste: tutto è globale. Ogni volta che pubblichi un post, un contenuto o una risposta, fallo con la consapevolezza di essere "cittadino del Mondo", valutane l'obiettività e se quanto sostieni possa urtare le sensibilità altrui.
3. Ciò che pubblichi o condividi su Internet diventa immediatamente di dominio pubblico ed è, di fatto, permanente. E l'utilizzo che terzi possono farne è incontrollabile.
4. Rispetta i tuoi interlocutori, utilizza il buon senso e pratica le buone maniere, sempre.
5. Specialmente se si tratta di temi inerenti la tua professione, pubblica contenuti veritieri, che possano trovare autorevoli conferme. Quando leggi post o commenti su argomenti che richiedano particolari conoscenze, evita di rispondere direttamente ma prendi tempo per

approfondire il tema e informarne colleghi. In caso di dubbio sull'atteggiamento da tenere, rivolgiti all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, Comunicazione, Ufficio Stampa.

6. Assicurati che la tua attività sui social media non interferisca in alcun modo con gli impegni di lavoro.

### **Ricorda che rappresenti IRST**

7. Prendere parte, anche a titolo personale, a conversazioni su IRST o su tematiche sanitarie è un modo per rappresentare l'Istituto, dividerne l'etica e la missione. Per questo, ogni volta che si interagisce attraverso i social media, è fondamentale ricordarsi cosa è IRST, cosa rappresenta per utenti e cittadini, i principi che lo guidano e gli obiettivi perseguiti nell'ambito del Sistema sanitario: combattere le patologie tumorali, nella convinzione che attraverso la ricerca e la centralità del paziente questo scopo potrà esser raggiunto.

8. La percezione della realtà nelle reti sociali è sfumata, i confini tra pubblico e privato, sfera personale e sfera professionale sono sfocati, per questo è opportuno specificare il rapporto e il ruolo ricoperto in IRST in aderenza all'Assetto organizzativo e all'Organigramma vigente.

9. Se cambi sede, ruolo o il tuo rapporto con IRST si interrompe, aggiorna la sezione lavoro del tuo profilo.

10. Quando interagisci o pubblichi contenuti inerenti la tua professione, esplicita che stai parlando a titolo personale e non per conto di IRST. Potrebbe esser utile accompagnare i tuoi contenuti con un disclaimer di questo tipo: "I concetti espressi in questo blog / sito web / forum / spazio, sono personali e non riflettono necessariamente le opinioni del mio datore di lavoro."

11. Errori, omissioni, comportamenti non professionali possono riflettersi negativamente su di te e sull'immagine dell'IRST. Rispetta i colleghi d'Istituto e di altri enti, i partner di studio o commerciali e i pazienti.

12. Le opinioni espresse e le attività svolte tramite social media che siano inerenti tematiche professionali devono essere coerenti con gli standard, la condotta professionale e la missione IRST oltre a rispettare il pensiero scientifico e le linee guida nazionali e internazionali in tema oncologico-sanitario.

13. Se pubblichi o condividi contenuti (testi, immagini, fotografie etc.) che riguardino direttamente colleghi impegnati in orario di lavoro, utenti o strutture IRST, valuta sempre che questi non rechino danno all'immagine dell'Istituto.

14. E' vietato creare profili o pagine parallele a quelli ufficiali IRST o porsi, senza autorizzazione delle Direzioni, quale referente o portavoce dell'Istituto. La titolarità delle pagine ufficiali d'Istituto è dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico, Comunicazione e Ufficio Stampa IRST.

15. E' vietato utilizzare il marchio ufficiale e/o il nome di IRST per qualificare i propri profili.

### **Rispetta la privacy e la proprietà intellettuale**

16. Non condividere informazioni confidenziali, riservate o di proprietà IRST Srl.

17. Il rispetto della privacy non è solo un gesto di educazione, è un obbligo di legge: non divulgare in alcun modo dati sensibili (o potenzialmente tali) di pazienti, utenti o colleghi.

18. È vietato pubblicare qualsiasi tipo di informazione di carattere sanitario personale di pazienti o utilizzare i social media per fornire consulenza medica o specifiche informazioni cliniche anche tramite messaggistica diretta. In tali casi è obbligatorio utilizzare strumenti ufficiali quali contatto personale e/o mail d'Istituto.

19. Se conosciuti, cita sempre fonte e autore/i dei contenuti che pubblichi.

20. Non utilizzare materiale protetto da copyright, marchi o loghi e tutto ciò che ricada sotto le norme sulla proprietà intellettuale senza le necessarie autorizzazioni del titolare dei diritti.

### **3.1 Modalità di controllo**

In caso si riscontrasse un comportamento non aderente ai principi definiti nelle presenti linee guida, IRST si riserva, tramite l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, Comunicazione, Ufficio Stampa, di segnalare al diretto interessato l'inappropriatezza di quanto pubblicato e suggerendone l'opportuna modifica. Eventuale reiterazione di comportamenti ritenuti lesivi saranno portati all'attenzione della Direzione generale, quindi eventualmente affrontati secondo procedura disciplinare e modalità definite nel Codice Etico IRST dall'ufficio competente.

### **3.2 Dubbi o domande**

Domande sul presente documento, su ciò che è opportuno inserire nel profilo social o sui comportamenti da tenere sul web, possono essere poste all'Ufficio Stampa IRST:

tel. 0543 739173

mail [ufficio.stampa@irst.emr.it](mailto:ufficio.stampa@irst.emr.it)

## **4. Social Media Policy Esterna**

IRST utilizza Internet e i principali social network per informare, comunicare, aprire un canale di relazione diretta con l'esterno. Attraverso i social media e Internet in generale, l'Istituto intende favorire la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri utenti, i portatori d'interesse, gli enti. In questi spazi, IRST persegue finalità informativo-comunicative nell'ambito degli scopi definiti dalla *mission*. Per far ciò sono tracciati principi fondamentali ai quali il titolare della gestione delle pagine d'Istituto o suo delegato è tenuto ad attenersi.

### **4.1 Il titolare della gestione delle pagine IRST**

Le pagine e gli spazi istituzionali IRST sono gestiti sotto la responsabilità unica dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico, Comunicazione, Ufficio Stampa – in particolare dell'Ufficio Stampa – nel pieno rispetto della missione, degli atti definiti e approvati dall'Istituto, del Piano di Comunicazione IRST, delle linee guida nazionali e regionali, del Codice Etico IRST e delle norme di legge. Il titolare della gestione della Comunicazione opera anche un controllo diretto e indiretto sul comportamento dei dipendenti che utilizzano gli spazi dei social media al fine di valutare il rispetto delle linee guida definite nel presente documento (Social Media Policy Interna). Come identità visiva delle pagine social media, IRST utilizza il proprio logo declinato secondo quanto indicato in Linea grafica IRST mentre per quanto attiene il materiale iconografico di accompagnamento o supporto questo può riguardare eventi, campagne, iniziative.

## 4.2 I contenuti e lo stile

I canali social sono utilizzati per informare gli utenti circa le attività di cura, ricerca o formazione IRST, per promuovere eventi, per valorizzare il nome e la *mission* d'Istituto. A tal fine sono prodotti contenuti (testi, fotografie, immagini, infografiche, video e altri materiali multimediali) di proprietà IRST Srl ma che, dietro richiesta e accreditamento al canale originale di riferimento, possono essere condivisi secondo le differenti modalità delle licenze [Creative Commons](#) (BY, NC, ND, SA). I contenuti pubblicati possono riguardare anche aggiornamenti ed eventualmente informazioni di carattere emergenziale. Sfruttando le opportunità di questi servizi, IRST può condividere e rilanciare contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzate da soggetti terzi (Comunità Europea, Ministero della Salute, Regione, altri enti, soggetti o cittadini della comunità).

Per l'individuazione dei differenti target della comunicazione e la gestione dei flussi decisionali, si rimanda al Piano Comunicazione IRST e relative schede allegate. Lo stile utilizzato nella costruzione dei vari contenuti per social media segue le indicazioni contenute nel Piano Comunicazione IRST, oltre a caratterizzarsi per essere:

- non formale, più amichevole, più "lato" utente;
- semplice, comprensibile, chiaro;
- completo, serio, ricco di riferimenti e spunti;
- coerente nei tempi e modi rispetto alla finalità della comunicazione;
- aperto a input provenienti da altri media e ambiti.

## 4.3 Principi base della comunicazione IRST tramite social media

### Trasparenza e diritti degli utenti

1. IRST rispetta e protegge la sfera privata dei dipendenti, lavoratori, utenti e di chiunque abbia relazione con l'Istituto, secondo le normative sulla privacy, le vigenti politiche di sicurezza, le leggi e i regolamenti.
2. IRST rispetta il diritto dei dipendenti e lavoratori di utilizzare liberamente blog, forum, chat e altri strumenti di social media non solo come forma di auto-espressione, ma anche come un mezzo per promuovere le attività d'Istituto.
3. IRST si impegna a rispettare i diritti d'autore, i diritti di pubblicità, la proprietà intellettuale.
4. La comunicazione IRST, attraverso qualunque canale media, non può avvenire mai in maniera anonima: dev'essere sempre possibile risalire a chi ha pubblicato, prodotto un materiale comunicativo o lo ha condiviso.

### Contenuti e finalità di quanto si pubblica

5. Se l'onestà, la trasparenza, il buon senso e il rispetto altrui sono i principi primi di ogni comunicazione, lo sono anche per ogni interazione tramite social media.
6. Tutto ciò che il titolare della Comunicazione IRST scrive, afferma, pubblica ha un duplice valore, porta in sé una duplice responsabilità: di Servizio e d'Istituto. Il mancato rispetto delle indicazioni di questo decalogo possono seriamente mettere a rischio non solo la propria immagine ma anche la credibilità di IRST.
7. Ciò che si pubblica o condivide deve sempre rispondere a precise finalità informative o comunicative d'Istituto, essere veritiero, privo di secondi fini, scientificamente solido, verificabile.
8. I contenuti devono sempre aderire alla politica aziendale e al Piano di Comunicazione IRST.

9. Le interazioni – che si tratti di una risposta a una domanda, di un intervento in una discussione, della pubblicazione di un contenuto ex novo – devono aggiungere valore, soddisfare aspettative, promuovere l’approccio critico-scientifico ai problemi.

10. Se si commette un errore, è sempre bene ammetterlo pubblicamente.

11. Qualunque riferimento diretto, indiretto o potenziale a pazienti o utenti generici, così come qualunque dato sensibile, deve esser rimosso, cancellato o anonimizzato.

#### **Se e come intervenire in chat, forum, dibattiti web**

12. Non è sempre semplice da identificare ma esiste una linea di demarcazione tra il sano dibattito e lo sterile scambio di battute: la prima incrementa le conoscenze e lo spirito critico, il secondo fa perdere tempo e autorevolezza a chi vi prende parte.

13. In un dibattito pubblico/aperto non è obbligatorio rispondere a ogni critica.

14. La tempestività nel rispondere, pubblicare o intervenire è segno di attenzione e rispetto: ogni richiesta o esigenza comunicativa deve essere evasa nella maniera più puntuale possibile.

15. E’ obbligatorio mantenere un atteggiamento educato, coerente, misurato, serio ed esigere che l’interlocutore faccia altrettanto.

16. Durante l’azione di monitoraggio/gestione dei propri spazi social, in caso un utente pubblici contenuti di carattere sfavorevole, al fine di offrire comunque un’immagine di correttezza e attenzione, è opportuno dare una risposta circostanziata, completa, eventualmente chiedendo il supporto di altre Unità o Servizi IRST; se il contenuto è invece offensivo, denigratorio e/o completamente fuori contesto, è lecito procedere alla eliminazione, a valutare se bannare l’utente e procedere per vie legali al fine di tutelare l’immagine dell’Istituto.

17. Se testi, immagini, documenti di carattere in qualunque modo lesivi dell’immagine dell’IRST sono pubblicati su pagine pubbliche o forum o blog non in gestione diretta IRST è opportuno procedere presso il titolare dei medesimi affinché provveda alla rimozione del contenuto in oggetto, valutando se e come procedere alla tutela presso sedi legali.

18. Per ogni quesito o dubbio inerente eventuali danni d’immagine, violazione delle norme vigenti, regolamenti interni o Codice etico, il titolare della Comunicazione IRST si avvale degli uffici competenti, in particolare gli Ufficio personale e Affari legali.