



Social Media Policy

Parte I

Linee guida per uso social e rapporti con la stampa per il personale dell'Istituto Tumori 'Giovanni Paolo II' di Bari.

Finalità

Le presenti linee guida intendono orientare i comportamenti che il personale dell'Istituto Tumori 'Giovanni Paolo II' di Bari è tenuto ad osservare nei rapporti con la stampa, con i mezzi di informazione in genere e nell'uso dei social network, al fine di assicurare un'informazione esterna coerente, coordinata, aggiornata e immediata delle attività dell'Istituto e dei singoli servizi aziendali.

Ambito di applicazione

Le presenti linee si applicano ai dipendenti con contratto a tempo indeterminato e determinato dell'Istituto, al personale appartenente ad altre amministrazioni e in posizioni di comando, distacco o fuori ruolo presso l'azienda, ai contrattisti di ricerca ai consulenti, agli esperti e ai soggetti esterni che a qualunque titolo collaborano con l'Istituto, ai dipendenti e ai collaboratori a qualsiasi titolo d'impresе fornitrici di beni o servizi e che realizzano opere in favore della stessa amministrazione.

È fatto salvo il diritto di esprimere valutazioni e diffondere informazioni a tutela dei diritti sindacali.

Riferimenti normativi

Le presenti linee guida specificano e dettagliano quanto già contenuto nel 'Codice di comportamento' dell'Istituto, approvato con deliberazione n.62 del 07.02.2014 e successivamente novellato con deliberazione del Direttore Generale del 29.07.2019.

In particolare, gli articoli 10 comma 2, 12 comma 6 e 15 comma 3 del 'Codice di comportamento' dell'Istituto, specificano le norme in tema di riservatezza e rapporti con i mezzi di informazione.

Ulteriori indicazioni sono contenute nelle 'Indicazioni operative relative ai rapporti con la stampa', prot. n. 5700 del 22.03.2021, che precisano, in particolare, le modalità di comunicazione in uscita, in particolare per eventuali interviste e rapporti con i giornalisti.

In merito all'uso dei social media, le presenti linee guida tengono conto del regolamento concernente modifiche al decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013, n. 62, recante: «Codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165».

Si precisa infine che le indicazioni riportate in queste linee guida sono soggette ad una costante evoluzione tecnologica, sociale e normativa che richiede un aggiornamento continuo.

Principi generali



Ufficio stampa e comunicazione

In osservazione del succitato 'Codice di comportamento', i dipendenti sono tenuti ad osservare, in ogni tipo di comunicazione pubblica, formale e informale, scritta o parlata, i principi di disciplina e onore, così come previsto dalla Costituzione. Dovranno conformare la propria comunicazione ai principi di buon andamento e imparzialità dell'azione amministrativa, perseguendo l'interesse pubblico senza abusare della posizione o dei poteri di cui sono titolari, rispettando altresì i principi di integrità, correttezza, buona fede, proporzionalità, obiettività, trasparenza, equità e ragionevolezza, agendo in posizione di indipendenza e imparzialità.

I dipendenti sono chiamati a rispettare il segreto d'ufficio e a mantenere riservate le notizie e le informazioni apprese nell'esercizio delle loro funzioni.

I dipendenti sono chiamati a evitare di diffondere notizie e informazioni che possano ostacolare il corretto svolgimento delle attività di ricerca e cura dell'Istituto o che possano nuocere gli interessi o l'immagine dell'Istituto.

Rapporti con la stampa

In base a quanto espressamente contenuto nel 'Codice di comportamento' i rapporti con la stampa (testate cartacee, on line, radiofoniche e televisive) sono regolamentati come segue.

Come previsto dall'art.10, i dipendenti rispettano il segreto professionale, mantengono riservate le notizie e le informazioni apprese nell'esercizio delle loro funzioni in particolare tutte le informazioni che riguardano i pazienti – diagnosi, prognosi, cure, terapie, decorso ospedaliero ecc. ecc. – atteso che si tratta di dati sensibili e ultrasensibili. L'accesso a tali informazioni è consentito solo a coloro che ne abbiano titolo.

In caso di notizie relative agli argomenti istituzionali, all'attività di cura e/o di ricerca, il personale dipendente concorda con l'ufficio stampa e con la direzione generale dell'istituto i modi e i tempi più opportuni per divulgare tali notizie. I rapporti con i mezzi d'informazione (eventuali interviste, richieste di informazione, conferme e/o smentite, ospitate nei programmi radiofonici e/o televisivi), sugli argomenti istituzionali, saranno tenuti prioritariamente dal Direttore Generale e dagli organi di diretta collaborazione che, di volta in volta, potrà delegare dipendenti espressamente incaricati.

Particolare attenzione dovrà essere assicurata in caso di notizie inerenti scoperte scientifiche e trattamenti o percorsi terapeutici sperimentali, anche al fine di non generare false speranze per i pazienti e per i loro cari.

Il più stretto riservo dovrà essere assicurato nel caso di notizie, eventi e circostanze oggetti di procedimenti giudiziari e/o disciplinari.

In caso di manifestazioni, convegni ed eventi, l'attività di comunicazione e promozione dovrà essere coordinata e condivisa con la direzione generale dell'Istituto e con l'ufficio stampa, anche al fine di contribuire, in un'ottica di reciproca collaborazione, alla migliore copertura mediatica degli eventi.



Ufficio stampa e comunicazione

Ai dipendenti si chiede inoltre, così come già previsto dal 'Codice di comportamento', di astenersi da ogni dichiarazione pubblica che possa nuocere il prestigio e l'immagine dell'Istituto, che possa ingenerare strumentalizzazioni e sfavorevoli generalizzazioni, che, anche senza recare direttamente pregiudizio all'immagine dell'Istituto, sia difforme da quanto espressamente comunicato tramite canali ufficiali. Si eviterà sempre di diffondere notizie e/o dichiarazioni offensive nei confronti dell'amministrazione, dei colleghi e dei collaboratori.

Così come espressamente previsto dall'art. 15 del 'Codice di comportamento', i dipendenti sono invitati a non intrattenere rapporti con i mezzi di informazione in merito alle attività istituzionali dell'Istituto e a non sollecitare la divulgazione, in qualunque forma, di notizie inerenti all'attività dell'amministrazione, atteso che è compito dell'ufficio stampa curare i rapporti con i mezzi di informazione e la divulgazione di notizie, tramite comunicati stampa e/o altri strumenti, anche al fine di evitare la diffusione di notizie incomplete, parziali e potenzialmente strumentalizzabili.

Così come previsto dalle succitate 'Indicazioni operative relative ai rapporti con la stampa', prot. n. 5700 del 22.03.2021, qualora personalmente contattato da una redazione e/o da un giornalista per eventuali interviste, richieste di informazioni, chiarimenti, richieste di ospitate nei programmi radiofonici e/o televisivi, il dipendente informa tempestivamente la direzione generale, anche per le vie brevi e anche attraverso l'ufficio stampa. Tutte le interviste dovranno essere preventivamente autorizzate.

L'accesso dei giornalisti all'Istituto dovrà sempre essere autorizzato.

Eventuali riprese fotografiche e video all'interno delle strutture dovrà essere altresì autorizzato e trattato secondo quanto previsto dalla più recente normativa in materia di privacy.

Uso dei social

Per l'uso dei social e delle app di messaggistica istantanea, si intendono validi gli stessi principi generali e riferimenti normativi già indicati nella sezione 'rapporti con la stampa'. Fermi restando i principi costituzionalmente sanciti della libertà di espressione e della riservatezza della corrispondenza, i dipendenti, in particolare coloro che possono essere facilmente e direttamente identificati come dipendenti dell'Istituto, dovranno richiamarsi ai principi di cautela, decoro, sobrietà e moderazione nell'utilizzo dei social che, per certi versi, amplificano il ruolo e lo status che ogni dipendente ricopre. Pertanto, nell'utilizzo dei propri account di social media e, laddove presenti, account, pagine e profili espressamente riconducibili all'Istituto, i dipendenti sono invitati a:

- garantire la riservatezza delle informazioni, specie di quelle che attengono dati sensibili e ultrasensibili dei pazienti; massima riservatezza anche per l'uso delle immagini, anche laddove l'utilizzo sia stato precedentemente autorizzato dai soggetti rappresentati;
- coordinare – e laddove possibile condividere - le attività di comunicazione con la direzione generale dell'Istituto e con l'ufficio stampa;
- porre particolare attenzione nella divulgazione di notizie inerenti l'attività di ricerca e di cura, anche al fine di evitare di ingenerare false speranze da parte dei malati e/o dei loro



Ufficio stampa e comunicazione

- pazienti;
- assicurare il riserbo sulle notizie su fatti ed eventi oggetto di procedimenti penali e/o disciplinari;
- astenersi da dichiarazioni – o dalla condivisione di dichiarazioni e messaggi - che possano nuocere all'immagine dell'Istituto o che siano contraddittorie e/o diffami rispetto alle comunicazioni ufficiali;
- astenersi da qualsiasi intervento o commento che possa nuocere al prestigio, al decoro o all'immagine Istituto o della pubblica amministrazione in generale;
- evitare sempre di diffondere notizie e/o dichiarazioni offensive nei confronti dell'amministrazione, dei colleghi e dei collaboratori;
- utilizzare ogni cautela affinché le proprie opinioni o propri giudizi su eventi, cose o persone, non siano in alcun modo attribuibili direttamente all'Istituto.

I dipendenti, in particolare laddove ricoprano ruoli apicali, dovranno inoltre curare la propria web reputation, attraverso il monitoraggio del web e dei social, e sono tenuti ad intervenire in modo mirato – per esempio richiedendo la cancellazione di un contenuto falso, fuorviante e lesivo – al fine di evitare il rebound negativo sull'Istituto di recensioni, post, commenti. In particolare, il personale medico è tenuto a curare la propria web reputation sui siti che promuovono servizi medici, al fine di tenere sempre chiaramente distinte le attività svolte in regime di servizio sanitario nazionale e le attività svolte in regime libero-professionale, anche al fine di non generare nel paziente/utente confusione in tema di accesso alle cure, modalità di prenotazione e servizi resi.

I dipendenti, in particolare laddove ricoprano ruoli apicali, non usano in modo strumentale i social per orientare il dissenso dei pazienti/utenti e si astengono promuovere le cosiddette shitstorm, cioè la pioggia di commenti negativi.

Sanzioni disciplinari

Restano ferme le indicazioni del "Codice di comportamento aziendale", in specie gli artt. 10 comma 2: "I contenuti pubblicati su social network o comunque presenti in internet che possano nuocere all'immagine dell'Istituto Tumori di Bari comportano illecito disciplinare, come tale sanzionato in aderenza alla procedura operativa relativa ai procedimenti disciplinari"; 12 comma 6: "I dipendenti e gli altri destinatari del Codice, quando agiscono in nome e per conto dell'Istituto Tumori di Bari, non rilasciano dichiarazioni pubbliche o qualsiasi altra forma di esternazione in contesti pubblici interessanti l'Istituto Tumori di Bari, salvo esplicita autorizzazione del Direttore Generale. In ogni caso ed in particolare nei rapporti con i media, si astengono da dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Istituto Tumori di Bari anche a titolo personale"; e 15 comma 3 "A nessun dipendente è consentito scrivere articoli, rilasciare interviste o partecipare a programmi di informazione in nome dell'Istituto Tumori di Bari se non espressamente autorizzato dalla Direzione Generale. Le relazioni con i mezzi di informazione devono essere improntate a principi di trasparenza e veridicità", adottato con Deliberazione n. 684/2019, sono pienamente applicabili anche all'utilizzo delle



Ufficio stampa e comunicazione

comunicazioni con i media e dei social media le specifiche norme di comportamento richiamate, la cui violazione può essere fonte di responsabilità disciplinare.

Il dipendente che non rispetti le norme previste in merito ai conflitti di interesse sarà assoggettabile alle norme sui procedimenti disciplinari vigenti nella Contrattazione Collettiva, in specie per il Comparto Sanità (CCNL 21.08.2018) artt. 64-71, per l'Area Sanità (CCNL 19.12.2019) artt. 69-79 e per le Funzioni locali (CCNL 21.05.2018) artt. 57-63, nonché alle segnalazione alle autorità competenti in materia.

Sono pienamente applicabili all'utilizzo dei media e dei social media anche le norme generali sull'ordinamento giuridico, comprese quelle che prevedono responsabilità civili e penali in caso di diffusione di notizie false, diffamazione o tali da ledere diritti altrui o interessi altrui, oltre che l'immagine dell'Istituto Tumori di Bari.

Parte II

Social media policy esterna

La social media policy esterna definisce le regole di comportamento a cui gli utenti dovranno attenersi sulle pagine social dell'Istituto Tumori 'Giovanni Paolo II di Bari, Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (di seguito indicato come Istituto Tumori o Istituto) e indica i contenuti e le modalità di relazione.

Per la social media policy interna, invece, si rimanda al Regolamento sull'uso dei social.

Ufficio che gestisce i canali social

La gestione dei canali social dell'Istituto Tumori è affidato all'Ufficio Stampa e Comunicazione che, così come previsto dal piano annuale di comunicazione, concorda e definisce il piano editoriale con la direzione generale dell'Istituto.

Gli account istituzionali

L'Istituto Tumori è presente su Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube esclusivamente attraverso il proprio profilo ufficiale. L'attivazione di account su altre piattaforme dovrà essere valutata e concordata nell'ambito del piano di comunicazione.

- Il profilo Facebook dell'Istituto è 'Istituto Tumori 'Giovanni Paolo II' Bari - IRCCS', raggiungibile all'indirizzo <https://www.facebook.com/IstitutoTumoriGiovanniPaoloIIBariIRCCS>. È possibile commentare, condividere e interagire con i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. L'Istituto non risponde di ulteriori account - ad essa riferiti - presenti su Facebook.
- Il profilo Instagram dell'Istituto è 'istitutotumoribari', raggiungibile all'indirizzo <https://www.instagram.com/istitutotumoribari/>. È possibile commentare, condividere e interagire con i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. L'Istituto non risponde di ulteriori account - ad essa riferiti - presenti su Instagram.
- Il profilo LinkedIn dell'Istituto è 'Istituto Tumori 'Giovanni Paolo II' Bari - IRCCS', raggiungibile all'indirizzo <https://www.linkedin.com/company/78305853/admin/dashboard/>. È



Ufficio stampa e comunicazione

possibile commentare, condividere e interagire con i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. L'Istituto non risponde di ulteriori account - ad essa riferiti - presenti su LinkedIn.

- Il profilo You Tube dell'Istituto è 'Istituto Tumori Giovanni Paolo II di Bari', raggiungibile all'indirizzo <https://www.youtube.com/@istitutotumorigiovannipaol185>. È possibile commentare, condividere e interagire con i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. L'Istituto non risponde di ulteriori account - ad essa riferiti - presenti su You Tube.

I contenuti

I contenuti pubblicati sono concepiti per informare i cittadini, i pazienti, la comunità medica e scientifica, il mondo dell'informazione, le pubbliche amministrazioni e le aziende, sulle attività, i progetti, le iniziative e gli eventi promossi dall'Istituto Tumori di Bari. Particolare attenzione sarà riservata ai contenuti legati ai servizi di cura e assistenza per i malati oncologici, all'attività di ricerca e studio dell'Istituto, ai temi della prevenzione oncologica.

L'ufficio stampa e comunicazione realizza contenuti originali per testi, foto, video, infografiche. Potranno inoltre essere condivisi e così rilanciati contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità, legati sempre al mondo dell'oncologia, della medicina e della ricerca scientifica, realizzati da soggetti terzi (Istituzioni, associazioni, imprese, cittadini, dipendenti). In particolare, l'Istituto Tumori si impegna a rilanciare i contenuti redatti da Regione Puglia e da tutte le altre aziende sanitarie o enti di ricerca con cui l'Istituto è in rete per progetti, ricerche e studi.

La presenza di eventuali spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dall'Istituto non è sotto il controllo dell'Istituto, ma fa capo alle singole piattaforme social.

Principali norme sull'uso dei canali social dell'Istituto

I canali social dell'Istituto sono gestiti e moderati dal personale dell'ufficio stampa e comunicazione. L'Istituto si impegna a garantire spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili social, purché la propria opinione sia espressa con correttezza e misura, possibilmente basando le proprie osservazioni su fatti verificabili e nell'assoluto rispetto delle opinioni altrì.

Si richiede inoltre di rispettare il tema specifico delle discussioni, evitando di allargare il confronto in modo generico, indiscriminato. I contenuti palesemente off topic potranno essere rimossi.

Ogni utente si assume la responsabilità di quanto postato. Saranno pertanto non pubblicati, rimossi o oscurati tutti i post, commenti o materiali audio/video che:

- presentano un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o irrispettoso;
- organizzano il dissenso in modo strumentale (cosiddette shitstorm);



Ufficio stampa e comunicazione

- presentano contenuto osceno, pornografico o pedopornografico, o tale da offendere la sensibilità degli utenti;
- hanno contenuti offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in violazione di diritti di terzi, con particolare riguardo ai diritti di privacy (contenuti che divulgano dati e informazioni personali);
- hanno un contenuto discriminatorio per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali;
- presentano contenuti illeciti o che incitano a compiere attività illecite;
- promuovono o sostengono attività che violano il copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato;
- hanno un contenuto pubblicitario, spam o di promozione di interessi privati;
- hanno un contenuto partitico, sindacale o propagandistico.
- Tutti i contenuti pubblicati sui canali social dell'Istituto devono avere interesse pubblico, legato principalmente all'oncologia, alla medicina e alla ricerca scientifica. I moderatori si riservano dunque di non pubblicare, rimuovere o oscurare:
- tutti i contenuti che abbiano scopi e finalità diversi da quelli istituzionali dell'Istituto;
- tutti i contenuti che affrontano casi personali, segnalano disservizi e disagi specifici e personali, facciano riferimento a situazioni specifiche, richiedano specifica assistenza. In questi casi, le segnalazioni saranno oscurate per poi essere inoltrate all'Ufficio Relazioni con il Pubblico che provvederà a prendere in carico la segnalazione.

I messaggi che contengono dati personali (indirizzi mail, numeri di telefono, indirizzi) oppure dati sensibili (dati riferiti in particolare alla propria condizione clinica) saranno rimossi a maggior tutela delle persone interessate.

Chi dovesse violare ripetutamente le finalità istituzionali dei canali social dell'Istituto e le policy indicate, dopo un primo avvertimento, potrà essere bloccato o bannato e segnalato alle autorità competenti.

Altre norme sull'uso dei canali social

I canali social dell'Istituto non possono essere utilizzati per richiedere (tramite messaggi diretti, commenti, menzioni, ecc.) informazioni personali o assistenza diretta, soprattutto se queste attengono alla storia clinica di ognuno. Per tali necessità si deve fare riferimento esclusivamente ai canali di contatto ufficiali, in particolare l'URP, l'ufficio relazioni con il pubblico, all'indirizzo mail urp@oncologico.bari.it. L'URP provvede alla presa in carico della segnalazione.

Non è garantita la risposta diretta alle menzioni, ai messaggi o ai commenti.

L'Istituto non risponde ai commenti di post e contenuti riferiti all'Istituto pubblicati su altri profili social.

Si precisa che non esistono tempi minimi o massimi di risposta. I moderatori si riservano di rispondere a commenti e messaggi o intervenire in discussioni solo quando ne ravvisa



Ufficio stampa e comunicazione

l'effettiva utilità anche in termini di corretta informazione al pubblico, valutando la correttezza e l'adeguatezza dello stile comunicativo dell'utente.

Chi segue un canale social dell'Istituto non viene automaticamente seguito.

Se l'Istituto segue account di altri utenti, stringe amicizia con essi o li inserisce nelle sue liste di interesse, oppure commenta contenuti di altri utenti e/o vi attribuisce dei "like", ciò non implica la condivisione da parte dell'Istituto della linea di pensiero degli utenti interessati o l'approvazione di tutti i contenuti pubblicati dagli stessi.

Protezione dei dati personali

Il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate. I dati personali o sensibili inseriti in commenti o post pubblici all'interno dei canali sui social media del Garante potranno essere rimossi.

I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati inviati direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle norme vigenti sulla protezione dei dati personali e della Informativa sulla protezione dati presente sul sito dell'Istituto.

Contatti

Gli utenti possono inviare segnalazioni relative ai contenuti di questa media policy all'indirizzo ufficio.stampa@oncologico.bari.it