

Risoluzione su principi di indirizzo e linee guida sull'utilizzo dei *social media* da parte dei dipendenti e collaboratori della RAI presentata dal presidente, senatore Barachini e dal deputato Anzaldi.

(Approvata nella seduta del 9 ottobre 2019)

La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi,

premessi che:

- l'articolo 1 della legge 14 aprile 1975, n. 103, e l'articolo 49, comma 12-ter, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), attribuiscono alla Commissione funzioni di indirizzo generale e di vigilanza dei servizi pubblici radiotelevisivi;

- l'articolo 14 del Regolamento interno stabilisce che essa esercita i poteri e le funzioni che le sono attribuiti dalla legge, adottando, quando occorra, risoluzioni contenenti direttive per la società concessionaria;

- l'articolo 21 della Costituzione garantisce che “tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione”;

- il Testo unico dei doveri del giornalista prevede che ogni iscritto all'ordine “applica i principi deontologici nell'uso di tutti gli strumenti di comunicazione, compresi i *social network*”;

considerato che la Commissione medesima già da tempo ha avviato una riflessione sulla necessità di una disciplina che regoli la gestione e l'utilizzo dei *social network* da parte dei dipendenti e collaboratori della RAI, come evidenziato sia nell'ambito dell'Ufficio di Presidenza integrato dai rappresentanti dei Gruppi sia nelle sedute della stessa Commissione del 17 e 31 luglio 2019, nonché attraverso la sottoposizione alla RAI di diversi quesiti in merito;

ritenuta l'opportunità di formulare indirizzi, sotto forma di linee guida, per la predisposizione di un codice interno di cui la RAI intende dotarsi in materia di gestione e utilizzo dei *social network* da parte dei dipendenti e collaboratori,

adotta le Linee guida sotto riportate da sottoporre all'Azienda che dovrà predisporre il codice interno entro due mesi dall'approvazione della presente risoluzione.

PREMESSA: FINALITÀ E DESTINATARI.

Le presenti Linee guida sono volte a regolare la gestione e l'utilizzo dei *social network* (quali *facebook*, *twitter*, *blog*, *chat*, *forum* di discussione e strumenti simili) da parte del personale e dei collaboratori della RAI - Radiotelevisione italiana S.p.A. (in prosieguo denominata, *breviter*, "RAI" o "Azienda"), in considerazione della rilevanza di tale mezzo di comunicazione, dell'impatto reputazionale che può avere sull'Azienda e dell'effetto che può esercitare sugli utenti la comunicazione espressa da un dipendente del servizio pubblico.

Le presenti Linee guida sono rivolte al personale dipendente dell'Azienda e ai collaboratori, a qualsiasi titolo, anche occasionali e/o temporanei, e riguardano:

- l'uso dei profili ufficiali delle testate e delle trasmissioni di rete;
- l'uso privato dei *social media*.

1. PRINCIPI GENERALI.

Prima di pubblicare un contenuto di qualsiasi natura si tenga a mente che:

- la diffusione del pensiero a mezzo dei *social network* è assimilabile alle dichiarazioni rese attraverso i tradizionali strumenti di comunicazione di massa (giornali, radio, televisione);
- lo spazio virtuale degli strumenti *social* è a tutti gli effetti uno spazio pubblico;
- le conseguenze di un'azione nell'ambiente digitale sono rapide e suscettibili di raggiungere un pubblico vasto;
- tutto ciò che viene pubblicato sui *social network* può diventare permanente ed essere rintracciato dai motori di ricerca anche molto tempo dopo la pubblicazione.

Si ricorda che sono applicabili anche alle condotte poste in essere sui *social network* le vigenti norme dell'ordinamento giuridico italiano che prevedono la responsabilità civile e penale in caso di: violenza e minaccia, pubblicazione di contenuti diffamatori o discriminatori, *hate speech*, negazione, minimizzazione, approvazione o giustificazione del genocidio o di altri crimini contro l'umanità,

diffusione di contenuti pedopornografici e *fake news*, propaganda terroristica, cyberbullismo, lesione dei diritti dei terzi, violazione della *privacy* e del *copyright*.

Per quanto riguarda i giornalisti rimane ferma l'applicazione, alle condotte poste in essere, del "Testo unico dei doveri del giornalista" che, all'articolo 2, lettera g), prevede l'osservanza dei principi deontologici nell'uso di tutti gli strumenti di comunicazione, ivi compresi i *social network*.

2. USO DEI PROFILI UFFICIALI DELL'AZIENDA.

I profili e le pagine dell'Azienda sono solo quelli ufficiali dalla stessa autorizzati e aperti. Tali pagine e profili sono gestiti esclusivamente dal personale incaricato. È fatto divieto di creare pagine e profili riconducibili all'Azienda attraverso *account* personali o di gruppo o di struttura.

Si invita l'Azienda ad attivare ogni procedura atta a individuare l'utilizzatore dei profili ufficiali.

Si raccomanda agli incaricati della gestione degli *account* ufficiali di interagire con il pubblico in modo rispettoso, educato e aperto al dialogo. Vanno assolutamente evitati *flaming* e *hate speech*.

In presenza di commenti offensivi e attacchi gratuiti da parte del pubblico, si raccomanda agli incaricati della gestione dell'*account* di rispondere puntualmente attenendosi ai fatti ed evitando di usare linguaggi e modi che possano nuocere alla reputazione dell'Azienda.

3. USO DEI PROFILI PERSONALI.

Il dipendente o collaboratore della RAI è libero di rendere noto sui propri profili *social* il ruolo dal medesimo ricoperto all'interno dell'Azienda. Si invita la RAI a disciplinare l'utilizzo del proprio logo ufficiale sui profili privati per non indurre in equivoco sull'ascrivibilità all'Azienda dei contenuti pubblicati.

Si raccomanda di adottare ogni cautela affinché i pensieri espressi, i toni utilizzati e i contenuti condivisi sui *social network* - anche se provenienti da terzi - siano rispettosi dei principi di cui al Contratto nazionale di servizio, quali l'imparzialità, l'indipendenza, il pluralismo, il principio di legalità, il divieto di discriminazione, il rispetto della dignità della persona, il contrasto ad ogni forma di violenza.

Nel manifestare il proprio pensiero e nel condividere contenuti sui *social network* si invita a rispettare la correttezza espressiva e la verità dei fatti e a non diffondere *fake news*.

Si valuti attentamente l'opportunità di esprimere e condividere opinioni che possano minare la credibilità e l'autorevolezza dell'Azienda che, in qualità di concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale, è tenuta al rispetto dei canoni di equilibrio, pluralismo, obiettività, imparzialità e indipendenza.

È fatto divieto di utilizzare il proprio profilo personale per la divulgazione di informazioni riservate riguardanti l'Azienda.

4. PROFILI SANZIONATORI.

Quanto alle conseguenze, sul piano disciplinare, dei comportamenti contrastanti con i sopra enunciati principi, si rimanda alle norme disciplinari dell'Azienda e a quanto già previsto dal Codice etico in vigore.