



## SOCIAL MEDIA POLICY

### DISCIPLINA NELL'USO DEI SOCIAL NETWORK

#### Prefazione

La Chiesa giudica molto positivamente l'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa, in particolare quelli di nuova concezione, legati al W.W.W., affidando loro un duplice scopo: "Uno è quello di incoraggiare la loro giusta evoluzione e il loro giusto utilizzo per il bene dello sviluppo umano, della giustizia e della pace, per l'elevazione della società a livello locale, nazionale e comunitario, alla luce del bene comune e in spirito di solidarietà"; vi è poi un secondo scopo, pertinente, tra le altre cose, alle attività ad intra, ossia relativo a coloro che operano in tali settori e che appartengono con varia identità alla Chiesa: "...la Chiesa si preoccupa anche della propria comunicazione e di quella al suo interno. Questa comunicazione è qualcosa di più che un esercizio tecnico perché comincia nella comunione di amore fra le Persone divine e nella Loro comunicazione con noi nonché nella comprensione del fatto che la comunicazione trinitaria «si estende all'umanità: il Figlio è il Verbo, eternamente « pronunciato » dal Padre e, in Gesù Cristo e attraverso di Lui, Figlio e Verbo incarnato, Dio comunica se stesso e la sua salvezza alle donne e agli uomini»<sup>1</sup>.

La C.E.I. si è interessata all'utilizzo di internet attraverso un Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa<sup>2</sup>, dal titolo "Comunicazione e missione", toccando in alcuni punti, specificamente, l'argomento di sacerdoti o religiosi che operano in questo settore. In tale documento si è mutuata dal Codice di diritto canonico la disciplina relativa alla partecipazione di Chierici o membri di Istituti Religiosi<sup>3</sup> a trasmissioni radiofoniche o televisive, estendendola alle attività di dette persone sui media e sulle "nuove forme di comunicazione"<sup>4</sup>.

Non perdendo di vista la norma canonica generale attribuita ai laici ma applicabile, mutatis mutandis, ai Chierici e appartenenti agli Istituti Religiosi, per la quale sono chiamati ad evitare "di presentare nelle questioni opinabili la propria tesi come dottrina della Chiesa"<sup>5</sup>, il Direttorio

<sup>1</sup> PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e Internet*, 28 febbraio 2002, n. 3.

<sup>2</sup> CEI, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*, 18 giugno 2004.

<sup>3</sup> Cfr. Can. 831 §2.

<sup>4</sup> "È necessario che i chierici e i membri di istituti religiosi che partecipano a trasmissioni radiofoniche o televisive che trattino questioni attinenti la dottrina cattolica o la morale dispongano della licenza, almeno presunta, del proprio Ordinario. Si astengano, comunque, dall'intervenire in programmi di mero intrattenimento e quando la loro presenza può suscitare turbamento o scandalo nei fedeli. Chi interviene abitualmente sulla stampa o partecipa in maniera continuativa a trasmissioni radiofoniche o televisive che illustrano la dottrina cristiana richieda la licenza dell'Ordinario proprio o dell'Ordinario del luogo. Tali criteri normativi si applicano per analogia a tutti i media e alle nuove forme di comunicazione". CEI, *Comunicazione e missione*. cit., n. 151.

<sup>5</sup> Cfr. Can. 227.



sulle Comunicazioni pone poi l'esigenza, almeno presunta, della licenza del proprio ordinario nel trattare pubblicamente, quindi anche su social network, argomenti relativi alla dottrina e morale cattolica<sup>6</sup>.

A fronte di tale disciplina cogente, "l'ordinario (religioso), potrà affrontare inoltre singole situazioni in cui il Chierico o il consacrato non si attengano alle disposizioni date ricorrendo al precetto singolare<sup>7,8</sup>".

Alla luce di quanto esposto sopra, è evidente che la Chiesa in tutto ciò che concerne le comunicazioni internet è orientata a garantirsi, a prescindere da chi vi opera, nella tutela della propria vera identità e genuina dottrina, lato sensu considerata.

Appare altrettanto chiaro che in relazione all'attività di comunicazione sociale compiuta da Chierici o appartenenti ad Istituti Religiosi, vi sia una considerazione ulteriore: essi, se utilizzano i mezzi di comunicazione web, ed in particolare fanno uso di social network, sono tenuti, in virtù della loro identità, ad assumere un profilo sempre adeguato al tenore della dottrina e dei costumi che la Chiesa propugna.

Il codice di regolamentazione sull'utilizzo specifico dei social network, attuato dalla Congregazione Salesiana di San Francesco di Sales (ICP), raggiunge pertanto quegli obiettivi che la volontà della Chiesa va in questo tempo richiedendo per evitare disorientamento mediatico nel popolo di Dio. Per la sua reale efficacia, tale regolamentazione deve attingere agli strumenti di coercizione che il Diritto Canonico prevede in caso di mancata ottemperanza alle norme previste<sup>9</sup>.

## Introduzione

La Rete Internet ed i molteplici servizi della società dell'informazione presenti sul web consentono di essere presenti nel nostro tempo per diffondere efficacemente i valori della missione salesiana. L'utilizzo delle tecnologie digitali, dalla posta elettronica ai siti web, sino alla messaggistica e alle piattaforme di social network consentono di entrare in contatto con intere comunità e di raggiungere senza mediazione una platea potenzialmente globale di persone.

Le opportunità offerte dalla rete conferiscono ad ogni utente del web un grande potere e dunque richiedono grandi responsabilità. E' necessario conoscere le dinamiche della Rete e comprendere il valore della propria comunicazione in rete per esercitare consapevolmente la propria missione.

Sul web ogni comunicazione lascia una traccia indelebile; una comunicazione espressa in un dato contesto rimane in rete potenzialmente per sempre, e può esser estropolata ed assumere

---

<sup>6</sup> Cfr. CEI, *Comunicazione e missione* n. 151. Ibid.

<sup>7</sup> Cfr. Can. 49.

<sup>8</sup> MARINO MOSCONI, *Comunicazione ecclesiale e vigilanza canonica nel contesto degli attuali strumenti di comunicazione sociale*, in *Quaderni di diritto ecclesiale*, gennaio 2018, n. 1, pg.84.

<sup>9</sup> Cann. 49; 1314; 1319.



un diverso significato; un messaggio inviato ad una specifica comunità in un dato tempo può esser letto o diffuso domani in un diverso contesto, assumendo diversa valenza; sui Social Network ed in generale sul web il concetto di spazio individuale e privato nella sua accezione sociale ha confini assai labili e la permanenza delle informazioni che conferiamo più o meno volontariamente utilizzando le tecnologie digitali ed in particolare le piattaforme di SN, vanno a comporre un'immagine pubblica della nostra identità personale, e tramite essa, l'immagine della Comunità Salesiana.

Il presente documento vuole dettare principi e regole nell'utilizzo delle piattaforme generaliste di social network, affinché la fondamentale presenza in rete dei religiosi salesiani sia sempre aderente alla propria missione e al proprio carisma.



# SOCIAL MEDIA POLICY

## DISCIPLINA NELL'USO DEI SOCIAL NETWORK

### Art. 1 - Obiettivi e finalità

1. *La Congregazione Salesiana [L'Ispettorica...]*, viste le norme di riferimento, e tenuto conto della missione, della propria organizzazione e delle aree di opportunità e rischio individuate nell'utilizzo dei servizi della società dell'informazione presenti in internet, adotta il presente documento quale codice comportamentale (di seguito codice) volto a regolamentare l'utilizzo e la gestione dei profili personali pubblici dei religiosi della Comunità Salesiana presenti sui servizi della società dell'informazione aventi ad oggetto la creazione e la facilitazione di reti sociali, usualmente noti come Servizi di Social Network.

2. E' compito dei Superiori attivare le opportune iniziative volte a creare una corretta informazione predisponendo specifici percorsi di formazione sulle opportunità e altresì sui rischi che i servizi della società dell'informazione presentano ai membri della Comunità Salesiana, al fine di consentire ai religiosi salesiani di fruire con consapevolezza e con coerenza ai valori della missione e del carisma delle straordinarie opportunità offerte dalle tecnologie digitali.

### Art. 2 - Ambito di applicazione

1. Il codice opera nei confronti di tutti gli iscritti alla Pia Società di San Francesco di Sales, a prescindere dal ruolo e dalla funzione esercitata. *[Gli obblighi di condotta previsti dal presente codice sono estesi, per quanto compatibili, a tutti i collaboratori o consulenti, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo].*

2. Il codice regola le attività di comunicazione e diffusione sui social network, ovvero su qualsivoglia piattaforma web che consenta la diffusione al pubblico o la comunicazione a gruppi rilevanti di persone tramite account o profili pubblici, quali, a soli fini esemplificativi, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, nonché la pubblicazione su siti web accessibili al pubblico (istituzionali o meno) e la partecipazione a forum pubblici.



### Art. 3 - Obblighi di comunicazione

1. Il Salesiano ha l'obbligo di comunicare al proprio *Referente [referente preposto]*, istituito presso *ogni Ispettorato (?)*, gli account aperti sulle piattaforme di Social Network, anche quando sia pubblico solo il profilo utente e sia per impostazione limitato l'accesso ai contenuti postati. Del pari sarà comunicata la cancellazione o la chiusura di account pubblici precedentemente aperti.
2. Il Salesiano individua *tra i religiosi salesiani [confratelli]* una persona di propria fiducia a cui comunicherà in via riservata le proprie credenziali di accesso ai propri account sui Social Network, dando se lo ritiene disposizioni al fiduciario in caso di impedimento o di morte. Il nome del fiduciario dovrà esser comunicato al Referente di cui al comma 1.

### Art. 4 - Principi generali

1. Il Salesiano, a cui è comunque richiesta la riconoscibilità anche nella presenza sulla rete internet e sul web, deve sempre esser coerente ai valori della missione ed al carisma; le piattaforme di Social Network sono una pubblica piazza.
2. Ogni contenuto (in parole, immagini o audio) comunicato, pubblicato o condiviso, anche tramite link a fonti terze, racconta qualcosa della persona che lo diffonde: la pubblicazione deve rispondere ad una legittima finalità, anche dei destinatari della comunicazione; deve rispondere a verità e deve esser espresso con continenza, con attenzione alle parole, che devono esser adeguate al contesto.
3. Come nelle relazioni interpersonali, il rispetto dell'interlocutore e l'ascolto sono fondamentali in rete. Le idee si possono sempre discutere, le persone si rispettano, anche a fronte di provocazioni e messaggi ostili. Nel caso si ricevano messaggi, commenti o contenuti ostili o molesti (troll) il Salesiano dovrà evitare di alimentare la conflittualità, e se del caso anche abbandonando la conversazione.
4. La comunicazione sociale avviene principalmente con le relazioni personali. Le reti sociali sono fatte da persone e non da account o da profili digitali. Il mondo virtuale è al servizio del mondo reale: il tempo dedicato sulla rete internet non deve mai pregiudicare o limitare il lavoro, le relazioni personali ed un corretto stile di vita. Il Salesiano deve controllare e monitorare quanto tempo trascorre sulle piattaforme di Social Network e in caso di possibili eccessi o di dipendenza informa il Referente di cui all'art.3.1



## **Art. 5 - Confidenzialità Riservatezza Copyright**

1. La pubblicazione di notizie relative alla vita della Congregazione Salesiana è fondamentale e fa parte della comunicazione sociale delle attività e delle opere della missione. Tuttavia prima di diffondere o comunicare notizie relative al mondo Salesiano, è necessario accertarsi, se la notizia non è già di pubblico dominio, che la sua diffusione sia opportuna e utile alla comunità.

2. La diffusione di dati personali di terzi, cioè di informazioni relative a persone identificate o anche solo potenzialmente identificabili può avvenire, in generale, solo con il consenso dell'interessato, salvo che non si tratti di dati di pubblico dominio o che il soggetto stesso ha reso pubblici. Il rispetto della dignità e della vita privata e familiare di ogni persona può sul web esser vanificato, in buona fede, anche dalla diffusione di notizie ed informazioni apparentemente neutri.

3. La condivisione e l'utilizzo per fini non commerciali, per finalità argomentative, di informazione o di critica, di parti di testi o di opere sonore e di immagini create da terzi e tratte dal web è usualmente lecito, ma è sempre necessario riconoscere esplicitamente l'attribuzione delle opere all'autore, citando la fonte.

4. Nel caso vi siano dubbi circa l'opportunità o meno di pubblicare una notizia potenzialmente confidenziale, ovvero che un'informazione possa violare anche indirettamente la riservatezza (la privacy) di un soggetto identificato o identificabile, ovvero nel dubbio circa la necessità di ottenere espresse autorizzazioni in relazioni ad opere tutelate dal diritto d'autore, è necessario chiedere al proprio Referente prima di procedere alla pubblicazione.

## **Art. 6 - Sicurezza**

1. Poiché gli account e i profili pubblici sui Social Network rappresentano la persona e sono fonte di costante informazione divenendo parte dell'identità digitale del titolare, il Salesiano è l'unico responsabile dei propri profili social personali. Eventuali deleghe o autorizzazioni d'accesso a terzi non esimono da responsabilità per ciò che viene postato in rete sul proprio profilo personale.

2. Il Salesiano custodisce le credenziali di accesso (user id e password) e provvede a proteggere i propri dispositivi, fissi o mobili, al fine di prevenire possibili accessi abusivi agli account social.



## **Art 7 - Situazioni anomale**

Nel caso si riscontrino situazioni anomale sul proprio profilo personale, quali a mero titolo esemplificativo si abbia il sospetto che il proprio profilo sia stato oggetto di accessi abusivi, ovvero sia stato utilizzato senza autorizzazione, ovvero che sia oggetto di attacchi o anche solo di particolari attenzioni da parte di terzi, è necessario avvisare immediatamente il proprio Referente che attiverà le opportune procedure.

## **Art.8 - Responsabilità**

Il mancato rispetto delle disposizioni del presente codice, qualora sia fonte di danno patrimoniale o di lesione della reputazione o all'immagine della Congregazione Salesiana o di suoi appartenenti, comporta la responsabilità diretta del titolare del profilo o dell'account fonte di pregiudizio e la Congregazione si riserva le opportune iniziative in conformità all'ordinamento canonico e civile.