



SOMMARIO

1 INTRODUZIONE	2
2 SCOPO	2
3 CAMPO DI APPLICAZIONE	4
4 RIFERIMENTI	4
5 REGOLAMENTO	6
ARTICOLO 1 - PROPRIETÀ PUBBLICA DEI CONTENUTI PUBBLICATI SUI MEDIA AZIENDALI.....	6
ARTICOLO 2 - SITO WEB AZIENDALE.....	6
ARTICOLO 3 - SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA - USO PRIVATO DEI SOCIAL MEDIA.....	6
ARTICOLO 4 - GESTIONE PAGINE E PROFILI AZIENDALI.....	9
ARTICOLO 5 - GESTIONE DEI CONTENUTI.....	10
ARTICOLO 6 - SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA.....	11
ARTICOLO 7 - RESPONSABILITÀ.....	11
ARTICOLO 8 - MODALITÀ DI ACCESSO E NORME DI COMPORTAMENTO DEGLI UTENTI.....	13
6 LISTA DI DISTRIBUZIONE	13
7 ALLEGATI.....	13
Allegato 1 – “Manifesto della Comunicazione Non Ostile”	14

Gruppo di redazione: Maria Antonietta Cruciatà (Dirigente UOS Comunicazione). Strutture aziendali con cui sono stati condivisi i contenuti: Raffaella Giardiello (Direttore UOC Affari Generali), Matteo Sammartino (Direttore UOC Amministrazione del Personale), Barbara Tonietti (Direttore Staff di Direzione Aziendale), Gabriele Marconcini (Direttore di Area Relazioni di lavoro e comunicazione), Angela Brandi (Direttore Dipartimento Professioni Sanitarie), Laura Belloni (Direttore UOC Clinica delle Organizzazioni – Centro di riferimento regionale criticità relazionali), Giovanni Squarci (Funzione addetto stampa).

	NOME	FUNZIONE	DATA	FIRMA
REDAZIONE	Maria Antonietta Cruciatà	Dirigente UOS Comunicazione	17/11/2022	Emessa in via informatica
VERIFICA	Alberto Seghini	U.O. Accreditamento Qualità e Risk Management	17/11/2022	Emessa in via informatica
APPROVAZIONE	Maria Chiara Innocenti	Direttore Amministrativo	Con Provv.to DG n.744 del 23/12/2022	
EMISSIONE	Rocco Donato Damone	Direttore Generale		

Consultabile sul sito web aziendale www.aou-careggi.toscana.it (internet e intranet)



INTRODUZIONE

Il Regolamento relativo alla Social Media Policy, interna ed esterna, si inserisce nella pianificazione delle attività di comunicazione e informazione dell'Azienda Ospedaliero Universitaria (AOU) Careggi. I profili social istituzionali, infatti, hanno l'obiettivo di illustrare le attività di ricerca, didattica e assistenza, gli eventi e le novità che riguardano l'AOU Careggi, agevolandone la conoscenza nei cittadini, utenti, enti, istituzioni e stakeholders in generale, favorendo anche la promozione dell'immagine aziendale, la partecipazione e la condivisione su temi di rilevante interesse pubblico e sociale.

Il corretto uso dei social permette di ampliare l'audience e intercettare nuovo pubblico, di favorire la condivisione di valori, contenuti e messaggi e di agevolare quindi la trasparenza, il coinvolgimento e il senso d'appartenenza.

SCOPO

La Social Media Policy interna individua le principali norme di comportamento, che i professionisti dell'AOU Careggi (intesi come dipendenti, collaboratori, consulenti e tutte le persone che, a vario titolo, lavorano o collaborano con l'AOU Careggi, ivi compresi gli studenti tirocinanti e i volontari) sono tenuti a osservare nei confronti dell'AOU Careggi nel momento in cui accedono ai social network con i profili social personali.

La Social Media Policy interna, regola inoltre l'uso, ma anche i ruoli e le funzioni, di chi gestisce gli account istituzionali della AOU Careggi.

La Social Media Policy esterna contiene le informazioni rivolte agli utenti circa le finalità, le tipologie di contenuti e i comportamenti consentiti nell'utilizzo e nell'interazione con i profili social istituzionali dell'AOU Careggi.

L'AOU Careggi utilizza i social media nel rispetto dei principi della "Comunicazione non ostile" (vedi Allegato 1) con le seguenti finalità:

Comunicazione istituzionale

La funzione istituzionale dell'AOU Careggi si esplicita nella cura e assistenza, nella ricerca e didattica. Ne consegue che la Comunicazione istituzionale è finalizzata al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- consolidare il posizionamento socio-istituzionale dell'Azienda nella comunità di riferimento;
- favorire l'interazione e l'alleanza tra le istituzioni per la salute al fine di condividere e attuare quanto previsto da politiche e programmazione sanitarie;
- rafforzare la fiducia nelle istituzioni, negli operatori, nella qualità dei servizi;
- supportare l'innovazione, la ricerca e la didattica in collaborazione con l'Università degli Studi di Firenze.

Comunicazione esterna

- far conoscere l'AOU Careggi e le sue attività;



- rafforzare la fiducia nella qualità delle prestazioni, nell'affidabilità degli operatori e nell'organizzazione dei servizi;
- promuovere la salute, i corretti stili di vita, la consapevolezza (empowerment);
- informare su servizi, prestazioni, iniziative;
- raccogliere commenti e suggerimenti per migliorare l'organizzazione dei servizi;
- promuovere la conoscenza di norme e tematiche riguardanti la prevenzione e l'assistenza;
- informare i cittadini sulle modalità di invio all'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) di quesiti, istanze e segnalazioni che richiedano una risposta personalizzata o un'apposita attività istruttoria;
- promuovere le attività di ricerca in collaborazione con l'Università degli Studi di Firenze.

Comunicazione interna

- accrescere e migliorare il senso di appartenenza nei dipendenti;
- coinvolgere e responsabilizzare il personale aziendale;
- valorizzare gli operatori, i loro ruoli e competenze, per favorire la co-responsabilità, l'autonomia, il coinvolgimento, la partecipazione;
- favorire la conoscenza e la condivisione dei valori, ideali e obiettivi aziendali nei dipendenti;
- contribuire allo sviluppo degli strumenti informativi interni (forum, blog, portale aziendale, eccetera) favorendone la conoscenza, l'utilizzo e la diffusione;
- favorire il miglioramento continuo dei servizi;
- favorire la collaborazione e lo scambio di buone pratiche;
- favorire l'innovazione organizzativa;
- migliorare il clima aziendale e il benessere organizzativo;
- supportare lo sviluppo della didattica.

L'AOU Careggi nell'ambito del processo di digitalizzazione comunica con gli operatori, le persone assistite, gli utenti, le imprese, le associazioni e gli enti locali avvalendosi anche di spazi virtuali (social network) che favoriscono la condivisione di informazioni e contenuti, con strumenti quali:

- sito web istituzionale
- rete intranet
- social media compresi i sistemi di messaggistica istantanea

Attualmente i profili social istituzionali dell'AOU Careggi sono:

- pagina facebook @aoucareggi
- account Twitter @aoucareggi
- account Instagram @aoucareggi
- canale Youtube @ospedalecareggi
- account LinkedIn Azienda Ospedaliero-Universitaria Careggi



CAMPO DI APPLICAZIONE

La Social Media Policy interna è un documento indirizzato agli operatori dell'Azienda e mira a sensibilizzare e informare sull'uso corretto dei social media sia quando nominano l'Azienda che quando interagiscono con l'Azienda e i suoi canali ufficiali. Si tratta di una linea guida per tutti gli operatori coinvolti attivamente e responsabilmente nei processi comunicativi dell'AOU Careggi. Operatori attivi sui social, influenti, credibili e riconosciuti da tutti come competenti e titolati rispetto a specifici contenuti, rappresentano una preziosa risorsa per aumentare la fiducia verso l'Azienda (ambassador).

Le disposizioni inerenti alla Social Media Policy interna si applicano a tutti i dipendenti dell'AOU Careggi, nonché a ogni collaboratore/collaboratrice e consulente, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo, che prestino la loro attività nell'ambito dell'organizzazione dell'Azienda, ivi compresi borsisti, stagisti, tirocinanti, addetti al servizio civile, volontari, specializzandi e tutti i soggetti titolari di rapporto di lavoro con il SSN, che dovranno prendere visione del presente Regolamento messo a loro disposizione su sito web aziendale.

Tali disposizioni si applicano altresì, in quanto compatibili, al personale convenzionato con il SSN e ai soggetti terzi che erogano servizi/attività a favore dell'Azienda. Le disposizioni della presente sezione si applicano al Direttore Generale, al Direttore Amministrativo e al Direttore Sanitario.

La Social Media Policy esterna regola l'utilizzo dei canali istituzionali dell'AOU Careggi e definisce in essi le modalità di pubblicazione, redazione, gestione delle informazioni e della moderazione dei contenuti.

RIFERIMENTI

- Legge 22 aprile 1941 n. 633 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio";
- Legge 20 maggio 1970 n. 300 "Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sul collocamento";
- Decreto Legislativo 30 dicembre 1992 n. 502 "Riordino della disciplina in materia sanitaria, a norma dell'articolo 1 della Legge 23 ottobre 1992, n. 421" e smi;
- Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e smi;
- Direttiva 2002/58/CE (cd Direttiva ePrivacy);
- Legge 9 gennaio 2004 n. 4 "Disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici" e smi;
- Decreto Legislativo 7 marzo 2005 n. 82 "Codice dell'Amministrazione Digitale" e smi; definisce il documento informatico come "rappresentazione informatica di atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti" in contrapposizione al documento analogico ("rappresentazione non informatica di atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti");



- Legge Regionale 24 febbraio 2005, n. 40 “Disciplina del Servizio Sanitario Regionale” e smi;
- Rapporto e Linee-Guida in materia di privacy nei servizi di social network "Memorandum di Roma" Adottato in occasione del 43° incontro, 3-4 marzo 2008, Roma - International working group on data protection in telecommunications;
- Indicazioni operative e aspetti tecnici contenuti nel “Vademecum Pubblica Amministrazione e social media” redatto da Formez PA, contenente le “Linee guida per i siti web delle Pubbliche Amministrazioni” previste dalla Direttiva del Ministro per la Pubblica Amministrazione e l’Innovazione n. 8 del 26 novembre 2009;
- Decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013 n. 62 “Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell’articolo 54 del Decreto Legislativo 30 marzo 2001, n. 165” e smi;
- Vademecum Garante per la protezione dei dati personali “Social privacy-Come tutelarsi nell’era dei social network”, 23 maggio 2014;
- Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 “Regolamento Generale sulla Protezione dei dati –RGPD”;
- Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 “Codice in materia di protezione dei dati personali” così come modificato dal Decreto Legislativo 10 agosto 2018 n. 101 “Disposizioni per l’adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)” e smi;
- Nota Ministero della Salute “Diffusione di foto e video da parte di esercenti delle professioni sanitarie realizzati all’interno di strutture sanitarie”, Direzione Generale delle Professioni Sanitarie e delle Risorse Umane del Servizio Sanitario Nazionale, 29/03/2017;
- “Uso consapevole degli strumenti web: linee guida per una policy istituzionale”, ARS Toscana 2018;
- Regolamento europeo eIDAS (electronic IDentification Authentication and Signature) n. 910/2014: definisce il documento elettronico come “qualsiasi contenuto conservato in forma elettronica, in particolare testo o registrazione sonora, visiva o audiovisiva”;
- Codice di comportamento aziendale AOU Careggi (D/903/115).

REGOLAMENTO

ARTICOLO 1 - PROPRIETÀ PUBBLICA DEI CONTENUTI PUBBLICATI SUI MEDIA AZIENDALI

- 1 I contenuti raccolti negli ambiti di interesse dell'AOU Careggi e pubblicati sui social aziendali sono di proprietà pubblica. L'utente al momento della pubblicazione accetta di trasferire ogni diritto materiale sul contenuto, che ha deciso di condividere, all'AOU Careggi, consapevole di assumersi personalmente ogni responsabilità per eventuali danni a terzi.
- 2 L'AOU Careggi potrà disporre illimitatamente dei contenuti pubblicati sui suoi media nell'interesse pubblico e, qualora valuti un pregiudizio in tal senso, ha la facoltà in piena autonomia discrezionale di cancellare il contenuto ritenuto lesivo o potenzialmente tale, oltre a inibire l'interazione con i propri media al soggetto responsabile della pubblicazione.

ARTICOLO 2 - SITO WEB AZIENDALE

- 1 Il sito internet istituzionale **www.aou-careggi.toscana.it** e la intranet dell'Azienda intranetcareggi/intranet/index.php sono il contenitore digitale di documenti, informazioni e notizie con valenza ufficiale e legale con cui sono integrati tutti gli altri canali di comunicazione.
- 2 La struttura che cura la gestione dei canali dell'AOU Careggi (pubblicazione di contenuti, interazioni con gli utenti, monitoraggio degli aggiornamenti dei termini di servizio) è la UOS Comunicazione.

ARTICOLO 3 - SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA - USO PRIVATO DEI SOCIAL MEDIA

- 1 I contenuti della Social Media Policy interna sono coerenti con il vigente quadro normativo in materia di protezione dei dati personali, con il D.P.R. 16 aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici" e con il codice di comportamento aziendale (D/903/115).
- 2 In particolare, tale Regolamento obbliga:
 - al non utilizzo per fini privati di informazioni di cui si dispone per ragioni di ufficio;
 - all'utilizzo di materiale, attrezzature, servizi telematici e telefonici dell'Azienda e social network, nel rispetto dei vincoli posti dalla stessa ed esclusivamente per ragioni di ufficio, fatta salva l'attività di ripresa foto-video di persone fisiche in ambito aziendale per finalità istituzionali;
 - a non effettuare riprese con strumenti/apparecchiature personali (inclusi smartphone) di immagini foto-video dei pazienti per qualsivoglia finalità;
 - a non diffondere attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione, compresi i social network e gli altri strumenti telematici, dati, commenti, immagini (foto, video, audio) informazioni, documenti connessi in qualsiasi modo all'attività lavorativa, che possano provocare violazioni della privacy e danni all'Azienda o a terzi, ledere l'onorabilità dei colleghi, nonché la riservatezza e la dignità delle persone, in particolare dei pazienti.



3. I profili social dei dipendenti, dei collaboratori e dei consulenti dell'AOU Careggi sono gestiti a titolo personale e, per quanto attiene alle attività svolte a favore dell'Azienda, nel rispetto del Codice di comportamento dei dipendenti pubblici DPR 62/2013, del Codice di Comportamento Aziendale e delle indicazioni presenti nell'Articolo 3 di questo Regolamento.
4. I soggetti di cui al punto 1 possono accedere ai propri account personali dei vari social media e consultarli in orario di lavoro esclusivamente per scopi istituzionali e di informazione pertinenti al proprio lavoro o per condividere contenuti dalla pagina istituzionale dell'Azienda.
5. Nel caso in cui si acceda a un social network con un account personale, si deve tenere presente che si può essere comunque identificati dagli altri utenti come riconducibili all'Azienda di appartenenza. Ne consegue, dunque, l'impegno a mantenere un comportamento corretto sia nei confronti dell'Azienda che dei soggetti terzi.
6. Per quanto sopra esposto e nel rispetto della deontologia dell'ordine professionale di appartenenza, è necessario:
 - specificare che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non come operatore dell'Azienda. I confini tra pubblico e privato, tra professionale e personale non sono sempre distinguibili dagli utenti della rete. Al fine di ridurre al minimo il rischio di equivoco è opportuno, quando si fanno considerazioni su argomenti che riguardano valori fondamentali come la salute, la sicurezza, la dignità personale, la privacy e affini, specificare che le opinioni espresse hanno carattere personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'Azienda;
 - verificare le fonti prima di condividere informazioni se i contenuti riguardano la salute o affini;
 - non diffondere informazioni, commenti o immagini che per le forme e i contenuti possano nuocere l'immagine o l'onorabilità di cittadini, di colleghi, superiori o dell'Azienda in generale, fermo restando il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica;
 - ricordare che l'AOU Careggi è un'organizzazione complessa, i cui operatori e utenti riflettono un insieme diversificato di culture, valori e punti di vista per cui è opportuno esprimersi sempre con rispetto, salvaguardando la dignità e la riservatezza delle persone;
 - considerare che i social media e la rete in generale non devono essere utilizzati per divulgare informazioni e foto, che identifichino persone senza il loro consenso, ai sensi della normativa in materia di privacy;
 - assicurarsi che il contenuto pubblicato rispetti i doveri del dipendente pubblico (D.P.R. 16 aprile 2013 n. 62).
7. Nello specifico, salvo il corretto esercizio delle libertà sindacali, è fatto divieto di:
 - a. rendere pubbliche informazioni, dati, immagini e documenti in possesso dell'AOU Careggi, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti identificate/identificabili (soggetti privati, altri dipendenti, altre Pubbliche Amministrazioni) di cui si è a conoscenza in ragione del proprio lavoro, servizi, progetti e documenti non ancora segnalati sui canali social ufficiali e non



- apparsi sul sito web ufficiale, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso prima della formalizzazione ufficiale;
- b. pubblicare sui propri profili personali qualsiasi tipo di informazione o notizia ad esclusivo uso interno;
 - c. utilizzare il logo o le immagini aziendali senza autorizzazione, previa richiesta all'UOS Comunicazione (per l'uso del marchio v. D/903/88);
 - d. trattare sui social media casi clinici direttamente o indirettamente riconducibili a pazienti/utenti dei servizi aziendali identificati/identificabili;
 - e. pubblicare e diffondere contenuti/informazioni/commenti/audio/foto/video e qualsiasi materiale multimediale direttamente o indirettamente riferibili a pazienti/utenti, anche non direttamente identificabili, nonché contattare pazienti/utenti per ragioni legate al servizio;
 - f. divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali e personale dell'Azienda senza esplicita autorizzazione della UOS Comunicazione, fatta eccezione per gli eventi autorizzati dall'Azienda che si svolgono presso la sede di lavoro;
 - g. procedere a forme di spettacolarizzazione dell'attività lavorativa, attraverso la pubblicazione sui social di fotografie e selfie, soprattutto in ambito clinico e di setting assistenziale;
 - h. aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'Azienda, che trattino argomenti a essa riferiti, senza l'autorizzazione preventiva, di cui al successivo Articolo 4 "Pagine e profili di servizi aziendali".
8. Le prescrizioni di cui sopra costituiscono direttive formalmente impartite dall'Azienda, nonché, limitatamente ai punti d. ed e., istruzioni del titolare del trattamento a integrazione di quelle impartite all'atto della designazione a preposto o incaricato del trattamento dei dati personali. L'inosservanza di tali prescrizioni da parte del personale dipendente integra una forma di responsabilità disciplinare da declinare in riferimento ai rispettivi contratti di lavoro e da accertare in esito al procedimento disciplinare come da normativa in vigore, fermo restando ogni ulteriore fattispecie di responsabilità (penale, civile, amministrativa, contabile) a carico del dipendente e comunque di illecito nel caso di personale con altro rapporto di lavoro;
9. Al fine di assicurare l'osservanza delle prescrizioni, di cui sopra, da parte dei destinatari non soggetti al potere disciplinare dell'Azienda, negli atti di incarico, nei bandi, negli avvisi e nei contratti/convenzioni di acquisizione delle collaborazioni, delle consulenze o dei servizi, le competenti strutture dell'Azienda inseriscono apposite disposizioni/clausole di risoluzione/decadenza del rapporto in caso di violazione di dette prescrizioni.
10. Per quanto riguarda l'utilizzo dei sistemi di messaggistica, per la trasmissione di immagini e dati (immagini diagnostiche, refertazioni, eccetera), il ricorso a tali strumenti non è da considerarsi affidabile, in quanto la non completa conformità degli stessi al RGPD (Regolamento Generale per la Protezione dei Dati - Regolamento (UE) 2016/679) non fornisce adeguate garanzie circa la sicurezza dei dati sensibili del paziente. Pertanto, nell'ambito del processo diagnostico/assistenziale, sia nella relazione con il paziente che tra professionisti, l'uso di tali strumenti è da evitare, fatta eccezione per casi di assoluta necessità e urgenza per finalità esclusivamente di cura; in ogni caso



L'utente si assume la responsabilità dell'impiego di tali strumenti e delle relative condizioni/modalità di utilizzo, in particolare per quanto riguarda il dovere di ricorrere ad accortezze, che impediscano di ricondurre i dati relativi alla salute a soggetti individuati o individuabili.

ARTICOLO 4 - GESTIONE PAGINE E PROFILI AZIENDALI

1. L'UOS Comunicazione è responsabile degli account dell'Azienda e può autorizzare – su richiesta di livelli direzionali/singole strutture/servizi aziendali – l'apertura sui social media di nuovi profili o pagine con finalità istituzionali. Per i sistemi di messaggistica (es. chat) valgono le indicazioni riportate in questo Regolamento. Si ricorda a tal proposito l'opportuno bilanciamento tra carenza (blackout) e sovraccarico di informazioni (overflow) e l'importanza che ogni Direttore definisca chi invia quali informazioni a quali destinatari e con quale periodicità. La comunicazione, online come quella offline richiede, infatti, di essere allo stesso modo chiara, sintetica e strutturata.
2. I profili e le pagine riferibili all'Azienda devono essere aperti e gestiti solo ed esclusivamente per mezzo di account ufficiali e autorizzati dall'UOS Comunicazione. Non è prevista alcuna deroga. Formale richiesta deve essere indirizzata a comunicazione@ao-careggi.toscana.it, specificando: obiettivi, contenuti, modalità, tempi, ruoli e responsabilità nella gestione.
3. L'Azienda avvierà azioni interdittive, nel rispetto della libertà di espressione, per la chiusura di pagine e profili riferibili all'AOU Careggi attraverso account o per conto di gruppi e strutture non autorizzate e diffida dall'attivazione spontanea di attività di comunicazione non concordate.
4. La UOS Comunicazione procederà alla valutazione della richiesta e inoltrerà la stessa, corredata di parere, alla Direzione Generale per l'autorizzazione, mantenendo una costante supervisione sull'attività, se approvata.
5. Gli operatori autorizzati alla gestione e alla pubblicazione di contenuti sui social media (social media editor) devono agire in coordinamento costante con l'UOS Comunicazione e in osservanza di tutte le leggi sulla comunicazione e informazione pubblica, comprese le norme sulla privacy.
6. Responsabili della gestione e dei contenuti degli specifici account sono i social media editor, operatori individuati dalla struttura di appartenenza, in accordo con l'UOS Comunicazione.
7. I social media editor ai quali viene delegato di agire in nome e per conto della AOUC Careggi devono rispettare le Policy aziendali, le norme di comportamento dei dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni, nei confronti sia dell'Azienda sia degli utenti. Al momento di ogni autorizzazione, l'UOS Comunicazione esplicherà l'obbligo di attenersi alle disposizioni del presente Regolamento, specificando le regole d'ingaggio nei rapporti con il pubblico, le modalità di risposta e gli stili di relazione.
8. Per ogni evenienza, il social media manager (ovvero chi per conto della UOS Comunicazione gestisce i social) può essere aggiunto fra gli amministratori dei profili e delle pagine, in modo da poter



accedere e intervenire all'occorrenza. Tutte le password di coloro che hanno accesso ai social media dell'Azienda dovranno rispettare rigorosi requisiti di sicurezza.

9. I contenuti informativi dovranno comunque rispettare quanto disposto nel presente Regolamento e dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche di qualità:
 - pertinenza: attinenti alla tematica specifica per cui l'account è stato previsto;
 - trasparenza: i contenuti devono essere chiari e per quanto possibile corredati di indirizzo e-mail o numero di telefono aziendali ai quali gli utilizzatori possono chiedere ulteriori dettagli o supporto;
 - complementarità: i contenuti devono essere destinati a incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti tra paziente e medico, utenti e personale sanitario, eccetera.
10. L'UOS Comunicazione mantiene un elenco costantemente aggiornato dei soggetti autorizzati a operare sulle pagine o sugli account e disattiva prontamente le autorizzazioni relative a soggetti non più legittimati, a esempio, per cessazione del rapporto di lavoro o collaborazione o per modifica delle mansioni lavorative. È fondamentale che chiunque apra e gestisca un profilo o una pagina, per diffondere informazioni per conto della Azienda, sia dotato di strumenti e indicazioni necessarie per creare un'immagine coordinata con gli standard di comunicazione istituzionale (logo, allineamento grafico e stilistico, codice redazionale, eccetera).
11. Con successiva specifica procedura saranno definite le modalità di rilascio/revoca dell'autorizzazione all'apertura di profili/pagine di struttura.

ARTICOLO 5 - GESTIONE DEI CONTENUTI

- 3 La struttura che presidia le piattaforme online è l'UOS Comunicazione, che mette a disposizione anche modalità alternative di fruizione dei contenuti pubblicati sui social media, in collaborazione con la funzione dell'addetto stampa in ambito informativo e con l'afferente Ufficio Relazioni con il Pubblico in ambito comunicativo. La struttura può essere contattata all'indirizzo comunicazione-social@ao-u-careggi.toscana.it.
- 4 La Direzione Aziendale, inoltre, al fine di rendere più tempestiva la circolazione delle informazioni con il top e il middle management, utilizza sistemi di messaggistica come sms e altre piattaforme.
- 5 L'aggiornamento periodico dei membri delle comunità social aziendali è curato dalla UOS Comunicazione.
- 6 La UOS Comunicazione cura i contenuti, in rapporto con l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, e le attività di informazione di competenza dell'addetto stampa, definisce il Piano editoriale e monitora l'andamento dei canali social aziendali.

ARTICOLO 6 - SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

1. Attraverso le piattaforme social, la AOUC Careggi comunica ai cittadini contenuti su salute, servizi, professionisti, nuove tecnologie, progetti e iniziative, scadenze, eventi, bandi, opportunità di partecipazione e offre aggiornamenti in situazioni di emergenza.
2. I canali social dell'AOUC Careggi sono utilizzati, inoltre, per raccogliere commenti, critiche e suggerimenti e per dare informazione ai cittadini su come inoltrare richieste, domande o istanze all'Azienda tramite l'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

ARTICOLO 7 - RESPONSABILITÀ

1. Le pagine e gli account social, gestiti dall'UOS Comunicazione dell'AOUC Careggi, non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, né per inviare quesiti o istanze che richiedano un'apposita attività istruttoria, che vanno invece indirizzati all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, secondo le modalità previste dal vigente Regolamento aziendale di Pubblica Tutela.
2. L'AOUC Careggi può condividere e rilanciare contenuti e messaggi di pubblico interesse realizzati da soggetti terzi (altri enti o soggetti accreditati). Verifica nel migliore dei modi possibili l'attendibilità delle comunicazioni dei terzi in merito all'identità del soggetto emittente, che resta responsabile dei contenuti. Non si assume responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate.
3. La presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dall'AOUC Careggi non è sotto il controllo dell'amministrazione, ma è gestita in autonomia dai gestori delle piattaforme social. I contenuti multimediali e in generale le opere dell'ingegno, pubblicate tramite i social media a cui viene espressamente applicata la licenza Creative Commons CC BY 4.0, possono essere riprodotti liberamente, ma devono sempre essere accreditati al canale originale di riferimento.
4. L'interazione sui social aziendali di un ente del Servizio Sanitario della Regione Toscana come l'AOUC Careggi con soggetti terzi portatori di interessi privati, eventualmente orientati allo sfruttamento commerciale anche dell'immagine pubblica dell'AOUC Careggi, non è consentita. Qualora tali soggetti dovessero interagire con i social aziendali di Careggi, per finalità non commerciali, sono tenuti a esplicitare chiaramente la loro natura e a pubblicare contenuti che non siano in contrasto con l'utilità sociale la tutela della salute, l'ambiente, la sicurezza, a libertà e dignità delle persone.
5. Nella gestione dei contenuti, la moderazione non è preventiva, ma successiva alla pubblicazione, e mira esclusivamente al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle norme d'uso. Commenti con contenuti volgari, offensivi, xenofobi, diffamatori o che consistano in una diffusione di dati personali, verranno cancellati, i rispettivi autori bloccati e nei casi ritenuti più gravi segnalati ai gestori delle piattaforme. L'Azienda si riserva, inoltre, la possibilità di bloccare e segnalare i profili non conformi alle regole.
6. Negli spazi social istituzionali sono vietati commenti:



- relativi a persone coinvolte in eventi assistenziali direttamente o indirettamente riconducibili a soggetti identificati/identificabili;
 - riferiti a tematiche oggetto di controversie legali in atto con l'Azienda o prodromiche a esse;
 - che divulgano direttamente o indirettamente dati e informazioni personali (nomi, account privati di posta elettronica, indirizzi, numeri di telefono, codici fiscali, video o foto di persone riconoscibili senza autorizzazione...) o che in qualunque modo possono cagionare danni o ledere la sfera di riservatezza o la reputazione degli interessati;
 - che riportano, direttamente o indirettamente, informazioni riferite a minori/soggetti vulnerabili identificati/identificabili;
 - che divulgano dati particolari (dati relativi alla salute, orientamento sessuale, all'origine razziale o etnica, opinioni politiche, convinzioni religiose o filosofiche, appartenenza sindacale) e dati giudiziari direttamente o indirettamente riconducibili a soggetti identificati/identificabili.
7. La rimozione di un contenuto che violi questa Policy può comportare anche la rimozione dei successivi commenti di utenti, anche se questi non violano la Policy, a causa della configurazione delle diverse piattaforme social e non per volontà dell'AOU Careggi. Tutto ciò che è pubblicato dagli utenti è sottoposto ai termini del servizio dei canali social e può essere utilizzato dalle società proprietarie come da condizioni generali di contratto sottoscritte dall'utente. Per maggiori informazioni, occorre consultare i rispettivi termini del servizio.
8. Per chi dovesse violare ripetutamente queste condizioni o quelle previste nei termini di servizio delle piattaforme social, l'amministratore/moderatore si riserva il diritto di utilizzare il ban o il blocco, nonché di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte, ferme restando le conseguenze in ambito disciplinare a livello aziendale secondo le procedure previste dall'apposito Codice.
9. Gli eventi organizzati da singoli e associazioni saranno diffusi e pubblicizzati solo se patrocinati dall'Azienda, come previsto dal Regolamento per la richiesta di gratuito patrocinio e uso del marchio dell'AOU Careggi (D/903/88 - "Regolamento per l'uso del marchio aziendale e la concessione del gratuito patrocinio").
10. Messaggi e commenti pubblicati sulla pagina vengono controllati dall'UOS Comunicazione dell'AOU Careggi abitualmente dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 18 (festivi esclusi) e gestiti direttamente o mediante informativa all'utente sulle modalità di presentazione di richieste e segnalazioni all'Ufficio Relazioni con il Pubblico. In caso eccezionale o di emergenza, il servizio garantirà tempestive comunicazioni.
11. Il trattamento dei dati personali degli utenti è regolato dalle Policy dei diversi social media utilizzati. In ogni caso i dati personali o sensibili inseriti in commenti o post pubblici all'interno dei canali social dell'Azienda saranno rimossi.
12. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati inviati alla struttura che gestisce i profili social aziendali (es. messenger), per quanto non previsto già dalle Policy delle singole

piattaforme sottoscritte dall'utente che utilizza il canale, saranno trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali, con modalità conformi a quanto indicato nell'informativa sulla protezione dei medesimi presente nel sito dell'Azienda e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'utente.

ARTICOLO 8 - MODALITÀ DI ACCESSO E NORME DI COMPORTAMENTO DEGLI UTENTI

1. L'accesso ai profili istituzionali dell'AOUC Careggi è limitato alla pubblicazione di commenti ai post.
2. Il soggetto che si esprime potrà farlo liberamente in forma propositiva o critica, ma sempre con un linguaggio decoroso senza espressioni volgari o che neghino o offendano l'orientamento sessuale, la provenienza etnica o l'orientamento religioso.
3. I commenti e le foto che possono essere inseriti devono essere di interesse generale e devono rispettare le norme per la riservatezza.
4. Ogni utente deve tenere un comportamento rispettoso dell'etica e delle norme di buon uso dei servizi in rete ed è direttamente responsabile civilmente e penalmente, a norma delle leggi vigenti, dell'uso fatto del servizio. Il controllo e la verifica del corretto comportamento, fermo l'obbligo di denuncia all'autorità giudiziaria, è in capo all'UOS Comunicazione e al Dirigente del servizio, che è responsabile dei contenuti come previsto dal presente Regolamento.
5. Saranno rimossi commenti e tag:
 - di contenuto politico e/o propagandistico;
 - volti a promuovere attività commerciali e con finalità di lucro;
 - aventi linguaggio inappropriato e/o tono minaccioso, violento, volgare o offensivo;
 - dai contenuti discriminatori, osceni, pedo/pornografici, illeciti o tesi ad incitare il compimento di attività illecite;
 - offensivi, ingannevoli, allarmistici o in grado di violare i diritti di terzi, come nel caso di divulgazione di dati e informazioni personali o violazione di copyright.

LISTA DI DISTRIBUZIONE

Tutte le strutture aziendali. Il regolamento sarà consultabile sulla intranet aziendale e sul sito web istituzionale.

ALLEGATI

Allegato 1 – “Manifesto della Comunicazione Non Ostile”



Allegato 1

MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE NON OSTILE*

Virtuale è reale

So che ogni parola in rete ha conseguenze concrete e può costruire o distruggere relazioni reali. Modero i toni e valorizzo l'empatia, l'ascolto rispettoso e, se è il caso, lo humor. Sono coerente e mantengo le promesse fatte online. Si è ciò che si comunica. Quanto comunico rispecchia valori e identità miei e dell'azienda. Promuovo la fiducia e la trasparenza. Sono leale e intellettualmente onesto con i concorrenti. Curo la qualità di ciò che comunico così come curo quella di ciò che produco.

Le parole danno forma al pensiero

Comunico in modo semplice e chiaro, con l'obiettivo di farmi capire, e mi prendo il tempo che serve per riuscirci. Evito i tecnicismi inutili, do sempre le informazioni necessarie. So che le mie idee avranno successo solo se le racconto bene.

Prima di parlare bisogna ascoltare

L'ascolto prescinde dalla gerarchia: solo ascoltando gli altri, colleghi partner o clienti, posso costruire un progetto vincente per tutti. Agevolò la comunicazione. Rispondo alle domande, accolgo le critiche e le uso per migliorare.

Le parole sono un ponte

Trovo parole giuste, entusiasmanti, ospitali, inclusive, tali da creare un terreno comune e costruire relazioni di valore. Cerco di conoscere ragioni e interessi dei miei interlocutori per capire il loro punto di vista e sono disposto a cambiare il mio.

Le parole hanno conseguenze

Le mie parole rappresentano la mia azienda, hanno un peso e concorrono alla creazione dell'immaginario collettivo: ne sono consapevole e me ne assumo la responsabilità. Ho il coraggio di rispondere ad attacchi ostili con gentilezza.

Condividere è una responsabilità

Quanto condiviso in rete influisce sulla reputazione e la credibilità dell'Azienda. Seleziono e valuto fonti e contenuti, non diffondo mai notizie, informazioni, dati falsi o riservati. Rispetto la privacy e tutelo la sicurezza.

Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare

Discutere aiuta a crescere. Discutendo opinioni e prospettive, valorizzo la libera espressione delle idee, indipendentemente dalle gerarchie. Rispettare sempre le persone, la loro diversità e la multiculturalità.



Gli insulti non sono argomenti

L'aggressività è nemica di una comunicazione efficace e costruttiva. Insultare è umiliante e sterile, e chi insulta dimostra solo di non avere argomenti migliori. Sensibilizzo i miei collaboratori a comunicare in modo equilibrato e non ostile.

Anche il silenzio comunica

C'è un tempo per ascoltare, un tempo per riflettere, un tempo per rispondere. So quando è meglio la parola e quando è meglio il silenzio: tacere aiuta a dare risposte lucide al momento giusto, e il silenzio può anche esprimere valore e forza.

*Associazione Parole O_Stili (www.paroleostili.it)