

Deliberazione 2100

adottata dal Direttore Generale in data 23 NOV. 2016

Oggetto: Approvazione delle linee d'indirizzo "Social Media Policy" interne ed esterne per la presenza dell'AOB sui social media

Publicata all'Albo Pretorio dell'Azienda a partire dal 23 NOV. 2016 per 15 giorni consecutivi e posta a disposizione per la consultazione.

Il Direttore Amministrativo

Il Direttore Generale Dott.ssa Graziella Pintus

coadiuvato da

Direttore Amministrativo Dott.ssa Laura Balata

Direttore Sanitario Dott. Vinicio Atzeni

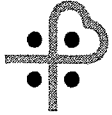
Su proposta della S.C. Affari Generali:

Premesso che l'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari (di seguito AOB) pubblica contenuti istituzionali attraverso il sito web www.aobrotzu.it e che il sito è il principale depositario delle informazioni e delle comunicazioni d'interesse pubblico rivolte ai cittadini.

Considerato che le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione possono rappresentare un importante strumento per entrare in contatto col pubblico e permettere di costruire coi cittadini nuove forme di dialogo e condividere informazioni e contenuti e per lo scambio di opinioni e conoscenze e che i Social Network si sono ormai affermati nella società come piattaforme di contatto e dialogo offrendo la possibilità di un flusso costante di informazioni al loro interno;

Considerato inoltre che è interesse dell'Azienda sfruttare le potenzialità offerte dai Social Media creando degli appositi profili e che la presenza dell'AOB nei social media, considerato il ruolo svolto, impone alcune attività preliminari quali l'adozione e la condivisione di linee d'indirizzo "Social Media Policy" interne ed esterne per la presenza dell'AOB sui social media;

Viste **la Legge n. 150/2000** "Disciplina delle attività di informazione di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" (Regolamento attuativo - Direttiva DPCM 21.09. 2000);
le Linee guida per i siti Web della pubblica amministrazione anno 2011 (art 4 della direttiva n. 8/2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione) ed il relativo vademecum "Pubblica Amministrazione e social media" (Formez P.A 2011);
le Linee guida per la comunicazione on line del Ministero della Salute, dicembre 2010;



le Linee guida del garante della privacy in materia di trattamento dei dati personali contenuti anche in atti e documenti amministrativi emanati da soggetti pubblici per finalità di pubblicazione diffusione sul Web, pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale N. 64 del 19/03/2011;

- Viste** le Social media Policy "Termini e condizioni di utilizzo dei canali Social Media dell'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari" predisposte dall'Ufficio di Comunicazione e che si allegano al presente atto per farne parte integrante e sostanziale (All. A – fg. 09);
- Ritenuto** opportuno approvare formalmente il contenuto delle citate linee guida per poterle quindi adottare;
- Con** il parere favorevole del Direttore Amministrativo e del Direttore Sanitario;

DELIBERA

Per i motivi esposti in premessa:

- Di approvare le Social media Policy "Termini e condizioni di utilizzo dei canali Social Media dell'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari" predisposte dall'Ufficio di Comunicazione e che si allegano al presente atto per farne parte integrante e sostanziale (All. A – fg. 09);
- Di dare atto che le stesse linee guida saranno adeguatamente diffuse tra il personale dipendente e il pubblico ed inserite tra i regolamenti pubblicati nella sezione "Amministrazione trasparente" del sito aziendale;

Il Direttore Amministrativo

Dr.ssa Laura Balata

Il Direttore Sanitario

Dott. Vinicio Atzeni

Il Direttore Generale

Dr.ssa Graziella Pintus

S.C. Affari Generali
Direttore Dr.ssa R. Maddalena

Ufficio Comunicazione
Resp. Dr. Pier Paolo Fusciani



designed by  freepik.com

SOCIAL MEDIA POLICY AOB



AO Brotzu
Termini e condizioni di
utilizzo dei canali social
media dell'Azienda
Ospedaliera G. Brotzu



*Social Media Policy Esterna e Interna
Termini e condizioni di utilizzo dei canali social media
dell'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari*

FINALITÀ

L'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari (di seguito AOB) potrà utilizzare i social media con finalità istituzionali e di interesse generale per informare, comunicare e ascoltare e per consentire una relazione più diretta e una maggiore partecipazione dei cittadini alle attività dell'Azienda.

I canali social potranno, inoltre, essere utilizzati dall'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari per favorire la partecipazione, il confronto e il dialogo con cittadini e utenti, nell'ottica della trasparenza e della condivisione. I canali istituzionali sono gestiti da uno staff digital che fa capo all'amministrazione.

Questo documento definisce le linee guida ("netiquette") per l'utilizzo dei social media. Tale utilizzo avviene nel rispetto del Regolamento aziendale, delle altre disposizioni amministrative e delle norme di legge. I canali istituzionali sono gestiti sotto la responsabilità del Ufficio di Comunicazione Istituzionale

Il presente documento si ispira ai principi delle Linee Guida emanate dal Dipartimento della Funzione Pubblica nel dicembre 2011, ed è articolato nelle seguenti sezioni:

SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

Sezione 1. Cosa pubblichiamo sui social network

Sezione 2. Cosa non pubblichiamo

Sezione 3. Netiquette

Sezione 4. Quali social network

Sezione 5. Informazioni ulteriori

Sezione 6. Privacy

Sezione 7. Contatti e suggerimenti

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Sezione 8. Social media policy interna

Sezione 9. Apertura account da parte di singoli Servizi aziendali

Sezione 10. Uso di sistemi di messaggistica nell'ambito del processo diagnostico

SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

SEZIONE 1. COSA PUBBLICHIAMO SUI SOCIAL NETWORK

Sulle diverse piattaforme di social networking su cui gestiamo account e pagine, informiamo i cittadini sulle novità normative, sui servizi e le iniziative dell'Azienda, sulle attività che coinvolgono l'Azienda assieme al Ministero della Salute, alla Regione, agli Enti locali, a organizzazioni e istituzioni nazionali e sovranazionali.

Secondo principi di trasparenza e partecipazione le reti sociali digitali sono utilizzate dall'AOB di Cagliari per favorire la condivisione delle azioni intraprese, il confronto e il dialogo con i cittadini secondo livelli incrementali di ascolto, presidio, partecipazione, interazione.

I contenuti pubblicati comprendono comunicazioni sulle attività e i servizi erogati, comunicati stampa, pubblicazioni e documenti ufficiali, novità normative, informazioni su iniziative ed eventi di settore, immagini e video istituzionali e relativi a eventi a cui l'Azienda partecipa.

I canali producono propri contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali che possono essere riprodotti liberamente, ma devono sempre essere accreditati al canale originale di riferimento.

Commenti e "post" degli utenti, che dovrebbero sempre presentarsi con nome e cognome, rappresentano l'opinione dei singoli e non quella dell'amministrazione, che non può essere ritenuta responsabile della veridicità o meno di ciò che viene postato sui canali da terzi, entità giuridiche o naturali.

Dopo una verifica dell'attendibilità della fonte possiamo valutare di rilanciare informazioni di interesse pubblico veicolate da soggetti terzi (Ministero della Salute, Regione, soggetti pubblici ed autonomie locali, istituti di ricerca, mezzi di informazione) al fine di incoraggiare la diffusione delle informazioni e la partecipazione degli utenti.

La presenza di spazi pubblicitari a margine di contenuti pubblicati nelle pagine dei social media utilizzati dall'AOB non è sotto il controllo dell'Azienda, ma è gestita in autonomia dagli stessi social media.

SEZIONE 2. COSA NON PUBBLICHIAMO

In nessuno spazio digitale pubblico dall'AOB di Cagliari verranno trattati casi medici specifici o personali: questo tipo di informazioni è altamente riservato, e va discusso solo in privato con il personale sanitario;

- Informazioni su tematiche oggetto di controversie legali o su affermazioni che potrebbero essere utilizzate contro l'Azienda;
- Informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti

(a titolo esemplificativo non esaustivo istituzioni, utenti, stakeholder, etc...) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti;

- Informazioni personali e dati sensibili.

SEZIONE 3. NETIQUETTE

Le "regole di conversazione" (Netiquette) con i nostri interlocutori in rete sono un patto di dialogo.

La moderazione da parte dell'amministrazione all'interno dei propri spazi avviene a posteriori, ovvero in un momento successivo alla pubblicazione, ed è finalizzata unicamente al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle norme d'uso.

Tutti hanno il diritto di intervenire ed esprimere la propria libera opinione in quanto nei canali social dall'AOB di Cagliari non è prevista alcuna moderazione preventiva.

Qualsiasi interlocutore è responsabile dei messaggi che invia, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime. Non saranno comunque tollerati insulti, volgarità, offese, minacce, e in generale, atteggiamenti violenti.

A tutti si chiede di esporre la propria opinione con correttezza e misura e di rispettare le opinioni altrui.

L'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale: non è possibile utilizzare questi spazi per affrontare casi personali.

Non è tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali.

Nei social network i contenuti pubblicati devono rispettare la privacy delle persone. Vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica, atteggiamenti violenti, offensivi o discriminatori rispetto a genere, orientamento sessuale, età, religione, convinzioni personali, orientamenti politici, origini etniche, disabilità.

Va altresì evitata la pubblicazione di dati personali (caselle email, numeri di telefono, numeri di conto corrente, indirizzi), in caso contrario i contenuti postati saranno rimossi per tutelare le persone interessate.

Non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.

Sono inoltre scoraggiati e comunque soggetti a moderazione commenti e contenuti dei seguenti generi:

- commenti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato (off topic);
- osservazioni pro o contro campagne politiche o indicazioni di voto;
- linguaggio o contenuti offensivi;
- commenti e i post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social;
- spam;
- interventi inseriti ripetutamente

- i commenti e i post scritti per disturbare la discussione (cosiddetti "trolling" o "flame").

In caso di mancato rispetto delle regole condivise in questo documento, l'Azienda si riserva la possibilità di cancellare i contenuti, allontanare gli utenti dai propri spazi e segnalarli ai filtri di moderazione del social network ospitante ovvero saranno rimossi commenti e post che violino le condizioni esposte in questo documento.

SEZIONE 4. QUALI SOCIAL NETWORK

Al momento dell'approvazione del presente regolamento profili l'AOB di Cagliari intende aprire tre profili rispettivamente su Facebook, Instagram e YouTube. I contenuti del presente Regolamento sono da considerarsi validi anche in riferimento ad eventuali ulteriori account e pagine l'Azienda intendesse gestire nel futuro in altri social network. Eventuali profili in diversi social network del personale dall'AOB di Cagliari sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

L'AOB di Cagliari non è responsabile dei contenuti, delle descrizioni e dei commenti dei video delle categorie "related" e "promoted" che la piattaforma autonomamente suggerisce e visualizza ai navigatori in correlazione ai contenuti del canale.

La funzionalità "messaggi diretti" non è utilizzata per rispondere agli utenti.

Il canale YouTube dall'AOB di Cagliari è gestito dall'Ufficio Comunicazione e in esso si pubblicano i video di conferenze stampa, eventi, interviste, videomessaggi prodotti ad hoc per la fruizione in rete, campagne di comunicazione istituzionale.

Non sono consentiti commenti sui video.

Dei video pubblicati su YouTube è consentito l'embed su siti e blog.

L'AOB di Cagliari non è responsabile dei contenuti, delle descrizioni e dei commenti dei video delle categorie "related" e "promoted" che la piattaforma autonomamente suggerisce e visualizza ai navigatori in correlazione ai contenuti del canale.

I contenuti multimediali pubblicati rispondono ai requisiti tecnici della piattaforma generale di YouTube, ragion per cui - non essendo YouTube soggetto a specifici obblighi di legge - allo stato non risultano totalmente compatibili con i requisiti di accessibilità a cui la Pubblica Amministrazione è tenuta sulla base delle linee guida per l'abbattimento delle barriere informatiche presenti nella normativa nazionale.

SEZIONE 5. INFORMAZIONI ULTERIORI

I canali istituzionali dall'AOB di Cagliari vengono presidiati, di regola, **dal lunedì al venerdì, in orario d'ufficio**, per rispondere alle richieste dei cittadini direttamente, se possibile, o trasferendole alle Strutture competenti.

Tutti i quesiti e messaggi vengono letti dall'Ufficio Comunicazione. Quando richiesto

viene sempre fornita risposta nel più breve tempo possibile.

I tempi di risposta variano in base alla tipologia della richiesta. L'obiettivo è di rispondere alle richieste dei cittadini ogni volta che sia possibile o di indirizzare agli uffici competenti per fornire la risposta più pertinente, o di segnalare link a documenti che riteniamo utili a fornire una risposta nel più breve tempo possibile.

Non tutto può essere risolto attraverso i canali social, ma sarà fatto il possibile per indicare le soluzioni migliori. **Le pagine e gli account dall'AOB di Cagliari non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, che invece vanno indirizzati all'Ufficio Relazioni con il Pubblico.**

Per dare risposta alle richieste di informazione più comuni l'AOB di Cagliari pubblica nel sito web istituzionale e aggiorna regolarmente notizie/dati riguardanti l'attività istituzionale, i servizi e gli atti e tutte le informazioni e servizi interattivi che possono risultare utili al cittadino, alle Istituzioni, al Terzo settore, ai Mass media, alle altre Pubbliche amministrazioni, agli operatori sanitari e ai dipendenti dell'Azienda.

L'AOB di Cagliari non risponde a messaggi su proposte, programmi, prese di posizione di movimenti e partiti politici.

SEZIONE 6. PRIVACY

Il trattamento dei dati personali degli utenti segue le policy in uso nelle diverse piattaforme utilizzate. In ogni caso i dati sensibili contenuti in commenti o interventi all'interno dei profili social attivati dall'AOB di Cagliari verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati spediti direttamente alla struttura che gestisce i profili social saranno trattati nel rispetto del D. Lgs. n. 196/2003 e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'Utente.

SEZIONE 7. CONTATTI E SUGGERIMENTI

Gli utenti possono rivolgere le loro segnalazioni (ad esempio per segnalare abusi o violazioni del copyright) ed i loro suggerimenti all'Ufficio di Comunicazione: comunicazione@aob.it

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

SEZIONE 8. SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Nella social media policy interna sono descritte le principali norme di comportamento che i dipendenti sono tenuti ad osservare quando accedono ai social network (Facebook, Twitter, ecc...) con i loro account personali, nonché alcune precauzioni da adottare nell'uso dei servizi di messaggistica a scopo professionale.

Il personale dipendente dell'AOB di Cagliari, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui social network è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento. Si tratta, in generale, di indicazioni tese a garantire tanto la salvaguardia dell'Azienda, quanto delle persone che vi lavorano.

Il personale che sceglie di rendere nota la sua attività lavorativa è tenuto a indicare la qualifica rivestita all'interno dell'Azienda, citando inoltre l'account istituzionale dell'AOB di Cagliari qualora fosse presente sullo stesso social network, specificando che le opinioni espresse hanno carattere personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'Azienda.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'AOB di Cagliari: informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche.

Allo stesso tempo è tenuto ad osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora, conformemente a quanto disposto nel D.Lgs 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali", D.P.R. 16 Apr. 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici" e nel **Codice di comportamento dell'AOB di Cagliari, approvato con Delibera del Commissario Straordinario n. 2049 del 25/11/2015 (in particolare all'art. 10)**.

Nello specifico:

- non può trattare sui social network casi medici specifici o personali, né può divulgare attraverso essi informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti di cui è a conoscenza (ad esempio partner, istituzioni, utenti, stakeholder, etc...) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti interessate;
- fermi restando il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica, deve astenersi dalla trasmissione e diffusione, mediante qualsivoglia strumento ovvero canale di comunicazione a sua disposizione, di messaggi minatori ovvero ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Azienda, riferiti alle attività istituzionali e, più in generale, al suo operato, che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere all'AOB, ledendone l'immagine o il prestigio o compromettendone l'efficienza;
- deve rispettare la privacy dei colleghi, evitando riferimenti al lavoro che stanno seguendo o in generale all'attività svolta nell'ambito dell'AOB, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;
- ad eccezione di eventi pubblici che si svolgono presso la sede di lavoro non può divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali aziendali e personale senza l'esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte;
- non può aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'AOB di Cagliari o che trattino

argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'Azienda, senza autorizzazione preventiva;

- non può utilizzare il logo o l'immagine dell'AOB di Cagliari su account personali.

SEZIONE 9. APERTURA ACCOUNT DA PARTE DI SINGOLI SERVIZI AZIENDALI

Qualora un singolo Servizio aziendale voglia ottenere un account per la gestione di un social network con finalità istituzionali dovrà inoltrare formale richiesta alla Direzione Generale specificando:

- Obiettivi
- Modalità
- Tempi
- Ruoli e responsabilità nella gestione
- Contenuti

Si procederà alla valutazione della richiesta e nel caso sarà data la necessaria autorizzazione, mantenendo una costante supervisione sull'attività, se approvata da parte dell'Ufficio Comunicazione

I contenuti informativi dovranno comunque rispettare quanto disposto nel presente Regolamento e dovranno, comunque, rispondere alle seguenti caratteristiche di qualità:

- **Pertinenza:** attinenti alla tematica specifica per cui l'account è stato previsto
- **Validità scientifica e documentazione:** le informazioni debbono essere fornite da professionisti qualificati ed essere scientificamente giustificate da prove adeguate, con una chiara attribuzione delle fonti scientifiche di riferimento e del loro aggiornamento;
- **Trasparenza:** i contenuti debbono essere più chiari possibile, fornendo un indirizzo e-mail al quale gli utilizzatori possono chiedere ulteriori dettagli o supporto;
- **Complementarietà:** i contenuti debbono essere destinati ad incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti tra paziente e medico, utenti e personale sanitario, ecc.

SEZIONE 10. USO DI SISTEMI DI MESSAGGISTICA NELL'AMBITO DEL PROCESSO DIAGNOSTICO

Riguardo all'utilizzo dei sistemi di messaggistica (WhatsApp, Facebook Messenger, Skype ecc), si ricorda che le informazioni scambiate con tali sistemi sono assimilabili a quelle trasmesse tramite una normale telefonata, così come la trasmissione di

immagini e dati (immagini diagnostiche, refertazioni, ecc.) non è da considerarsi affidabile, in quanto non è tracciabile e non garantisce la sicurezza dei dati sensibili del paziente stesso.

L'uso di tali strumenti nell'ambito del processo diagnostico è quindi sconsigliato, deve limitarsi a casi di assoluta necessità e, comunque, se si sceglie di ricorrere a tali sistemi, lo si fa sotto la propria responsabilità.

GLOSSARIO

Policy: repertorio di limiti e di linee di condotta che, se stabiliti in un regolamento, sono legati al rispetto delle leggi e delle normative vigenti.

Social media – Social network: gruppo di applicazioni Internet basate sui presupposti ideologici e tecnologici del Web 2.0, che consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio.

Account: Un account, in informatica, indica quell'insieme di funzionalità, strumenti e contenuti attribuiti ad un nome utente in determinati contesti operativi, spesso in siti web o per usufruire di determinati servizi su Internet.

Embed (codice): codice che, copiato dalla pagina web contenente un video o un documento, consente di incorporarlo e incollarlo nel proprio sito o blog.

Blog: Il termine blog è la contrazione di web-log, ovvero "diario in rete". Nel gergo di Internet, un blog è un particolare tipo di sito web in cui i contenuti vengono visualizzati in forma cronologica. In genere un blog è gestito da uno o più blogger che pubblicano, più o meno periodicamente, contenuti multimediali, in forma testuale o in forma di post.

Related e Promoted (categorie): post promossi che vengono visualizzati da coloro che accedono ad una pagina di canali social. Tali post recano l'etichetta "Sponsorizzato".

Link: è una parola inglese dal significato di catena, collegamento, legame. Nel web, sta a indicare un collegamento tra pagine diverse (collegamento ipertestuale).

Copyright: termine di lingua inglese che letteralmente significa diritto di copia, è l'equivalente del diritto d'autore.

Stakeholder: portatore di interessi. Tutti i soggetti, individui od organizzazioni che abbiano legittime attese nei confronti di un'impresa. In sanità gli stakeholders principali sono i cittadini, i familiari, le organizzazioni di rappresentanza dei cittadini, le associazioni di volontariato, gli enti locali, il personale e i dirigenti delle aziende sanitarie, i sindacati e le assicurazioni ecc.

ACRONIMI:

PEC: Posta Elettronica Certificata

D.P.R. : Decreto del Presidente della Repubblica

D.lgs: Decreto Legislativo

La prima pubblicazione del presente documento avverrà successivamente alla sua approvazione con Delibera del direttore Generale. Il testo potrà essere rivisto e aggiornato nel tempo in base alle esigenze.

Revisione 00 – novembre 2016