
Regolamento sull'Uso dei Social Media

SOCIAL MEDIA POLICY

Indice sommario

CAPO I - Disposizioni generali

Art. 1 Premessa	2
Art. 2 Oggetto e finalità	3
Art. 3 Riferimenti normativi	4

CAPO II - Social Media Policy Interna

Art. 4 Scopo	5
Art. 5 Campo di applicazione e destinatari	6
Art. 6 Uso privato dei social media	6
Art. 8 Pagine e Profili aziendali	8

CAPO III - Social Media Policy esterna

Art. 10 Scopo	9
Art. 11 Campo di applicazione e destinatari	10
Art. 12 Responsabilità	10
Art. 13 Modalità di accesso e norme di comportamento degli utenti	11

Allegato

MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE NON OSTILE



Regolamento sull'Uso dei Social Media

SOCIAL MEDIA POLICY

CAPO I

Disposizioni generali

Articolo 1

Premessa

1. La AUSL Toscana sud est nell'ambito del processo di digitalizzazione, comunica con gli operatori, le persone assistite, le imprese, le associazioni, gli enti locali anche con strumenti quali:
 - sito web istituzionale
 - rete intranet
 - social media tra cui sistemi di messaggistica istantanea

per creare social network, ovvero, reti sociali virtuali che favoriscono la condivisione.

2. I profili social istituzionali dell'Azienda USL Toscana sud est attualmente sono:
 - pagina Facebook@UsIToscSudEst;
 - account Twitter@UsIToscSudEst;
 - account Instagram@usltoscSudEst;
 - canale YouTube Comunicazione AUSL Toscana sud est;
 - sistema di messaggistica Whatsapp.

L'hashtag che deve essere inserito per identificare e ritrovare post relativi all'Azienda sui social è #salutetoscanasudest.

3. Il sito istituzionale www.uslsudest.toscana.it e la intranet dell'Azienda <https://intranet.uslsudest.toscana.it/> sono il contenitore digitale di documenti e notizie con valenza ufficiale e legale con cui sono integrati tutti gli altri canali di comunicazione.
4. La struttura che si occupa della gestione dei canali dell'Azienda Sanitaria (pubblicazione contenuti, interazioni con gli utenti, monitoraggio degli aggiornamenti dei termini di servizio) è la UOSD Comunicazione Interna e Fundraising. I contenuti pubblicati:
 - hanno uno stile comunicativo semplice e comprensibile;
 - sono verificati o condivisi da fonti affidabili e riguardano prevalentemente attività istituzionali, iniziative, nuovi servizi, eventi, scadenze;
 - sono coordinati con gli altri strumenti di comunicazione della AUSL Toscana sud est.



5. Considerato che anche in rete è necessario mantenere l'ambiente di lavoro confortevole e professionale, al fine di condividere un appropriato stile di comunicazione si ricorda che l'AUSL Toscana sud est si ispira ai principi della Comunicazione non ostile di cui all'Allegato.

Articolo 2

Oggetto e finalità

1. Questo documento definisce le linee guida (netiquette) per l'uso dei social media da parte degli operatori (Social Media Policy interna) e dell'Azienda Sanitaria nel rapporto con la comunità (Social Media Policy esterna) con l'obiettivo di assicurare una corretta e proficua presenza sui social basata su regole chiare e condivise.

2. L'Azienda utilizza i social media con le seguenti finalità:

Comunicazione istituzionale

- consolidare il posizionamento socio-istituzionale dell'Azienda nella comunità di riferimento;
- favorire l'interazione e l'alleanza tra le istituzioni per la salute.
- rafforzare la fiducia nelle Istituzioni, negli operatori, nella qualità dei servizi;

Comunicazione esterna

- far conoscere l'Azienda USL Toscana sud est;
- 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 una apposita attività istruttoria.

Comunicazione interna

- diffondere l'informazione e far sentire gli operatori interconnessi e parte viva dell'organizzazione;
- valorizzare gli operatori, i loro ruoli e le loro competenze per favorire la corresponsabilità, l'autonomia, il coinvolgimento;
- favorire la collaborazione e lo scambio di buone pratiche;
- favorire l'innovazione organizzativa;
- migliorare il clima aziendale;
- sviluppare la cultura aziendale;



Articolo 3

Riferimenti normativi

1. Legge 22 aprile 1941 n.633 “Protezione del diritto d’autore e di altri diritti connessi al suo esercizio”;
2. Legge 300 maggio 1970 “Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell’attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sul collocamento”;
3. 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;
4. Legge 7 giugno 2000, n. 150 “Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni” e smi;
5. Direttiva 2002/58/CE(cd Direttiva ePrivacy);
6. 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;
7. Decreto Legislativo 7 marzo 2005 n. 82 “Codice dell’amministrazione digitale” e smi;
8. Legge Regionale 24 febbraio 2005, n. 40 “Disciplina del Servizio Sanitario Regionale” e smi;
9. 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 - Interational working group on data protection in telecommunications;
10. Indicazioni operative e aspetti tecnici contenuti nel “Vademecum Pubblica Amministrazione e social media” redatto da FormezPA, 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;
11. 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”;
12. Vademecum Garante per la protezione dei dati personali “” Social privacy-Come tutelarsi nell’era dei social network”, 23 maggio 2014;
13. Deliberazione del Direttore Generale n. 1234 del 10 ottobre 2016 “Adozione del Codice di Comportamento dell’Azienda USL Toscana sud est”;
14. Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 “Regolamento Generale sulla Protezione dei dati –RGPD”;
15. 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;
16. 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;
17. “Uso consapevole degli strumenti web: linee guida per una policy istituzionale”, ARS Toscana 2018
18. Circolare Direttore Generale 11 maggio 2018 “Riprese foto-video in ambienti aziendali e loro diffusione mediante social network, direttive per gli operatori”;
19. Deliberazione del Direttore Generale n. 893 del 11 agosto 2020 “Approvazione aggiornamento del Codice di Comportamento dell’Azienda USL Toscana Sud Est ai sensi dell’art. 54 del D.lgs 30 marzo 2001, n.165”.



CAPO II

Social Media Policy Interna

Articolo 4

Scopo

1. 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, sia quando interagiscono con l'Azienda ed i suoi canali ufficiali. Si tratta, di una linea guida per tutti gli operatori perché siano coinvolti attivamente, ma correttamente, nella vita anche virtuale dell'Azienda Sanitaria. 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). Il loro corretto uso dei social permette all'Azienda di ampliare l'audience e intercettare nuovo pubblico, di favorire la condivisione di valori, contenuti e messaggi, quindi la trasparenza, il coinvolgimento ed il senso d'appartenenza.
2. La Social Media Policy interna, regola inoltre l'uso, ma anche i ruoli e le funzioni, di chi gestisce gli account istituzionali della AUSL Toscana sud est.
3. 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", nonché con le disposizione del Codice di comportamento approvato con Deliberazione Direttore Generale n. 1234 del 10 ottobre 2016 e aggiornato con deliberazione n. 893 dell'11 agosto 2020 cui ogni dipendente consulente o collaboratore a seguito della sottoscrizione del contratto di lavoro consulenza o collaborazione è vincolato. In particolare l'art. 11 del Citato codice, obbliga:
 - al non utilizzo per fini privati di informazioni di cui si dispone per ragioni di ufficio (cfr. anche art. 3, comma 5 del Codice);
 - all'utilizzo di materiale, attrezzature, servizi telematici e telefonici dell'Azienda, 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 riprendere con strumenti/apparecchiature personali (inclusi smartphone) immagini foto-video dei pazienti per qualsivoglia finalità;
 - a non diffondere attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione compresi i social network 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
4. La struttura che presidia le piattaforme online è l'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising che in collaborazione con l'Ufficio Stampa e l'UOC Relazioni con l'utenza e partecipazione mette a disposizione anche modalità alternative di fruizione dei contenuti pubblicati sulle piattaforme di social media. L'ufficio può essere contattato all'indirizzo social@uslsudest.toscana.it.

Articolo 5

Campo di applicazione e destinatari

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano a tutti i dipendenti dell'azienda nonché a tutti i/le collaboratori/collaboratrici o consulenti, 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 i soggetti titolari di rapporto di lavoro con il SSN operanti negli istituti penitenziari.
2. 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, Direttore Amministrativo, Direttore Sanitario, Direttore dei Servizi Sociali e Direttore di Zona Distretto.
3. Nell'ambito della comunicazione interna tramite Social, l'Azienda Usl Toscana sud est ha un gruppo (privato) su Facebook denominato "Dipendenti Azienda USL Toscana sud est" a cui possono chiedere di iscriversi dipendenti dell'Azienda i cui profili sono riconoscibili e che abbiano risposto alle domande previste al momento della richiesta di ammissione. Il Gruppo favorisce lo scambio di informazioni, interessi, buone pratiche, opportunità tra i membri della Community dell'Azienda USL Toscana sud est.
4. La Direzione Aziendale, inoltre, al fine di rendere più tempestiva la circolazione delle informazioni con il top ed il middle management utilizza sistemi di messaggistica come Whatsapp. L'aggiornamento periodico dei membri dei gruppi è curato dalla UOSD Comunicazione Interna e Fundraising.
5. La UOSD Comunicazione Interna e Fundraising cura i contenuti, in stretto rapporto con l'ufficio stampa e con l'UOC Rapporti con l'utenza e partecipazione, definisce il Piano editoriale e monitora l'andamento dei canali social aziendali.

Articolo 6

Uso privato dei social media

1. I profili social del personale, dei collaboratori e dei consulenti della AUSL Toscana sud est sono gestiti a titolo personale nel rispetto del Codice di comportamento e delle indicazioni presenti in questa Social Media Policy interna.
2. Con propri account personali, gli operatori della AUSL Toscana sud est sono autorizzati ad accedere ai social media e a consultarli in orario di lavoro esclusivamente per scopi istituzionali e di informazione pertinente al proprio lavoro o per condividere contenuti dalla pagina istituzionale dell'Azienda.
3. Nel caso in cui gli operatori accedano ad un social network con un account personale, devono tenere presente che possono essere comunque identificati dagli altri utenti come operatori dell'Azienda e, come tali, devono impegnarsi a mantenere un comportamento corretto, sia nei confronti degli utenti che nei confronti della propria Amministrazione, secondo quanto previsto dalla normativa in materia.
4. Per queste ragioni è necessario:
 - a. fare attenzione a come ci si presenta.
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 la salute e affini, specificare che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non come operatore dell'Azienda;
- b. verificare le fonti prima di condividere informazioni se i contenuti riguardano la salute o affini.
 - c. evitare di diffondere informazioni, commenti o immagini atti a ledere l'immagine o l'onorabilità di cittadini, di colleghi, superiori o dell'Azienda in generale;
 - d. ricordare che la AUSL Toscana sud est 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;
 - e. 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 permesso, ai sensi della norma in materia di privacy.
 - f. assicurarsi che il contenuto pubblicato rispetti gli obblighi del dipendente pubblico;
5. Nello specifico, è fatto divieto di:
- a. rendere pubbliche informazioni riservate in possesso della AUSL Toscana sud est, 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, informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso prima della formalizzazione ufficiale;
 - b. utilizzare il logo o le immagini aziendali in maniera indebita;
 - c. trattare sui social media casi clinici direttamente o indirettamente riconducibili a pazienti/utenti dei servizi aziendali identificati/identificabili;
 - d. pubblicare/diffondere contenuti/informazioni/commenti/audio/foto/video/qualsiasi materiale multimediale direttamente o indirettamente riferibili a pazienti/utenti identificati/identificabili, nonché contattare pazienti/utenti per ragioni legate al servizio;
 - e. divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali e personale dell'Azienda senza esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte, fatta eccezione per gli eventi autorizzati dall'Azienda che si svolgono presso la sede di lavoro;
 - f. 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;
 - g. pubblicare messaggi minatori, ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Azienda, ledendone immagine e compromettendone l'efficienza, fatto salvo il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica;
 - h. effettuare riferimenti al lavoro/attività dei colleghi (eccettuate le informazioni di dominio pubblico);
 - i. aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'Azienda, o che trattano argomenti a essa riferiti, senza l'autorizzazione preventiva di cui al successivo paragrafo "Pagine e profili di servizi aziendali".
6. Le prescrizioni di cui sopra costituiscono direttive formalmente impartite dall'Azienda nonché, limitatamente ai punti c.,d.,e.,h., 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 di cui al "Regolamento per i procedimenti disciplinari in esecuzione

al Capo VII decreto legislativo 25 maggio 2017 n. 75" approvato con delibera n.743 del 29.08.2017, fermo restando ogni ulteriore fattispecie di responsabilità (penale, civile, amministrativa, contabile) a carico del dipendente.

7. 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.
8. Per quanto riguarda l'utilizzo dei sistemi di messaggistica (es. Whatsapp), per la trasmissione di immagini e dati (immagini diagnostiche, refertazioni, ecc.), il ricorso a tali strumenti non è da considerarsi affidabile, in quanto la non completa conformità degli stessi al RGPD 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'utilizzatore 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 8

Pagine e profili aziendali

1. L'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising deve essere informata su tutti gli 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 (cd. 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'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising. Non è permessa alcuna deroga.
3. È pertanto assolutamente vietato creare pagine e profili riferibili all'Azienda attraverso account o per conto di gruppi e strutture non autorizzate. Formale richiesta deve essere indirizzata a social@uslusted.toscana.it specificando: obiettivi, contenuti, modalità, tempi, ruoli e responsabilità nella gestione.
4. La funzione 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'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising 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'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising.
7. I social media editor ai quali viene delegato di agire in nome e per conto della AUSL Toscana sud est devono rispettare le Policy aziendali, le norme di comportamento dei dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni, sia nei confronti della Asl che nei confronti degli utenti. Al momento di ogni autorizzazione, l'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising 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 UOSD Comunicazione Interna e Fundraising gestisce i social) deve essere aggiunto fra gli amministratori di tutti i profili e di tutte le pagine, in modo da poter accedere e intervenire all'occorrenza. Tutte le password di coloro che hanno accesso ai social media della Asl, 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;
 - Validità scientifica: le informazioni devono essere fornite da professionisti qualificati o attribuibili a soggetti istituzionali (es. Ministero della Salute, ISS, Agenas, AIFA, Regione Toscana, Ars...);
 - Trasparenza: i contenuti devono essere chiari e per quanto possibile corredati da indirizzo e-mail o numero di telefono 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.
10. L'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising 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, ad 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 Asl, sia dotato di strumenti e indicazioni necessarie per creare un'immagine coordinata con gli standard di comunicazione istituzionali (logo, allineamento grafico e stilistico, codice redazionale, ecc.).
11. Con successiva specifica procedura saranno definite le modalità di rilascio/revoca dell'autorizzazione all'apertura di profili/pagine di struttura.

CAPO III

Social Media Policy esterna

Articolo 10

Scopo

1. La Social media policy esterna, regola l'utilizzo dei canali istituzionali dell'Azienda USL Toscana sud est e definisce in essi le modalità di pubblicazione, redazione, gestione delle informazioni e della moderazione dei contenuti.
2. Di seguito sono indicati i profili istituzionali ufficiali dell'Azienda UsI Toscana sud est sui social media (tra cui le piattaforme di messaggistica istantanea):
 - pagina Facebook@UsIToscSudEst;
 - account Twitter@UsIToscSudEst;
 - account Instagram@usltoscsudest;
 - canale YouTube Comunicazione AUSL Toscana sud est;
 - sistema di messaggistica Whatsapp;

Articolo 11

Campo di applicazione e destinatari

1. Attraverso le piattaforme social, la AUSL Toscana sud est informa i cittadini su salute, servizi, professionisti, nuove tecnologie, progetti e iniziative, scadenze, eventi, bandi, opportunità di partecipazione e offre aggiornamenti in situazioni di emergenza. I canali social della AUSL Toscana sud est sono utilizzati, inoltre, per raccogliere commenti, richieste, domande, critiche e suggerimenti, dando eventuale informazione ai cittadini sulle modalità per l'invio di specifici quesiti o istanze all'UOC Relazioni con l'utenza e partecipazione.

Articolo 12

Responsabilità

1. Le pagine e gli account social sono gestiti dall'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising dell'AUSL Toscana sud est non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, né per inviare quesiti o istanze che richiedano una apposita attività istruttoria, che vanno invece indirizzati all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, afferente alla UOC Relazioni con l'utenza e Partecipazione, secondo le modalità previste dal vigente Regolamento aziendale di Pubblica Tutela.
2. La AUSL Toscana sud est può condividere e rilanciare contenuti e messaggi di pubblico interesse realizzate da soggetti terzi (altri enti o soggetti accreditati). 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'AUSL Toscana sud est 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. 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.
 5. Saranno eliminati messaggi che pubblicizzano attività commerciali, annunci di compravendita, offerte o omaggi di qualsiasi tipo nonché tutti quelli di propaganda politica. Verranno, inoltre, rimossi messaggi di spam o off topic (fuori tema) ed i messaggi in cui viene indicato stato di salute o patologie di un utente
 6. Negli spazi social istituzionali non sono ammessi commenti con contenuti/informazioni/materiali audio-foto-video:
 - relativi a casi medici direttamente o indirettamente riconducibili a soggetti identificati/identificabili;
 - riferiti a tematiche oggetto di controversie legali in atto con l'Azienda o prodromiche ad 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. In caso di rimozione di un contenuto che violi questa Policy può verificarsi 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'Azienda Sanitaria della Toscana sud est. 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.
 9. Gli eventi organizzati da singoli e associazioni saranno diffusi e pubblicizzati solo se patrocinati dall'Azienda.
 10. Messaggi e commenti pubblicati sulla pagina vengono controllati dall'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising dell'Asl Toscana sud est 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 (URP).

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 13

Modalità di accesso e norme di comportamento degli utenti

1. L'accesso ai profili istituzionali dell'Azienda Sanitaria 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 scurrili, 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 di quanto disposto fermo l'obbligo di denuncia all'autorità giudiziaria, è in capo all'UOSD Comunicazione Interna e Fundraising e al Dirigente del servizio che è responsabile dei contenuti come previsto dallo stesso 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 un 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.

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)