

REGOLAMENTO SOCIAL MEDIA POLICY A.O.U. FEDERICO II

Siamo dove sono i cittadini



AGGIORNAMENTO FEBBRAIO 2025

A cura

I.O. Comunicazione, URP e Ufficio Stampa

U.O.S.D. Coordinamento della Segreteria della Direzione Strategica

Sommario

Premessa	3
SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA	4
I canali digitali dell’A.O.U. Federico II	4
Pagina Facebook dell’A.O.U. Federico II	4
Account Instagram dell’A.O.U. Federico II	5
Profilo X (ex Twitter) dell’A.O.U. Federico II	6
Web Magazine Aziendale Area Comunicazione	7
Moderazione	8
Post, tweet, storie e reel	9
Cosa postiamo sui social network	9
Cosa non postiamo sui social network	9
Netiquette	9
Privacy, copyright e sponsorizzazioni	10
Impiego dei servizi di intelligenza artificiale	10
Contatti e suggerimenti	10
SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA	11
Un invito a comunicare	11
Gestione dei profili personali di dipendenti e collaboratori	11
Richiesta apertura account da parte di singole realtà dipartimentali	13

SOCIAL MEDIA POLICY A.O.U. FEDERICO II

Premessa

Social? Sì, grazie! Ma utilizziamoli in modo consapevole...

L'Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II (di seguito denominata Azienda oppure A.O.U.) utilizza i social media per **informare, comunicare, ascoltare i cittadini** e favorire l'accesso degli utenti ai servizi assistenziali offerti, valorizzando l'immagine e l'identità dell'Azienda.

Lo scenario contemporaneo offre numerose opportunità di semplificare i processi di comunicazione, coinvolgimento e partecipazione dei cittadini-utenti. Tali processi devono essere realizzati secondo una strategia coerente alla missione dell'Azienda. Pertanto, l'obiettivo dell'A.O.U. è rendere gli spazi digitali funzionali alla **tutela dei cittadini** e all'attuazione dei principi di **trasparenza** e **partecipazione** attraverso un **approccio competente** (funzione specialistica della comunicazione) e **consapevole** (funzione diffusa della comunicazione).

In particolare, la comunicazione tramite social media dell'Azienda può declinarsi in diverse funzioni: comunicazione delle attività istituzionali, comunicazione normativa (regole e procedure di accesso, indicazioni per la fruizione dei servizi...), comunicazione di brand (immagine, vision e mission dell'Azienda), comunicazione delle *issues* socialmente rilevanti, comunicazione di servizio, comunicazione interna e valorizzazione delle risorse.

La Social Media Policy dell'A.O.U. Federico II intende rivolgersi sia agli interlocutori esterni (cittadini, pazienti, imprese, associazioni e altri stakeholder), sia a quelli interni (dipendenti, collaboratori con qualsiasi tipologia di contratto o incarico che, a vario titolo, garantiscono le proprie prestazioni all'interno dell'Azienda).

La **Social Medica Policy esterna** contiene le informazioni rivolte agli utenti circa le finalità, le tipologie di contenuti e i comportamenti consentiti sulle pagine/profili istituzionali creati nell'ottica del perseguimento degli obiettivi della comunicazione esterna.

In tal senso, gli obiettivi della comunicazione esterna sono:

- promuovere l'immagine dell'A.O.U. per rendere l'Azienda un punto di riferimento per i pazienti e gli altri stakeholder del territorio;
- diffondere informazioni in merito ai servizi, alle prestazioni e alle iniziative messe in atto dall'Azienda;
- promuovere forme di coinvolgimento e partecipazione attraverso la raccolta di suggerimenti per il miglioramento delle attività realizzate;
- informare gli utenti in merito alle modalità di accesso alle strutture e ai servizi di assistenza nel caso di segnalazioni, elogi, reclami, gestite dall'U.R.P. e che richiedono, in alcuni casi, apposita attività istruttoria.

La **Social Medica Policy interna** individua le principali norme di comportamento che tutto il personale dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II è tenuto ad osservare nel momento in cui accede ai social media con i propri account personali, al fine di migliorare i processi di comunicazione interna posti in essere per il perseguimento dei seguenti obiettivi:

- migliorare i processi di collaborazione orizzontale e verticale e il clima Aziendale;
- promuovere una cultura valoriale condivisa per lo sviluppo del senso di appartenenza all'Azienda;
- valorizzare le attività dei dipendenti che a vario titolo collaborano con l'Azienda.

SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

I canali digitali dell'A.O.U. Federico II

Essere dove sono i cittadini: ecco dove puoi trovarci

Attualmente l'A.O.U. Federico II è presente sui social media Facebook, Instagram e X (ex Twitter). La mission dell'Azienda è quella di presidiare i canali su cui sono presenti i cittadini e promuovere l'aggiornamento periodico dei propri canali. La gestione dei social media aziendali è a cura della I.O. Comunicazione, URP e Ufficio Stampa.

Pagina Facebook dell'A.O.U. Federico II



<https://www.facebook.com/areacomunicazione.A.O.U.federicoII>

L'A.O.U. Federico II per diffondere contenuti su Facebook utilizza gli strumenti di programmazione e pianificazione offerti gratuitamente da Meta Business Suite.

Sulla pagina vengono pubblicati:

- Notizie, foto, video e news tratte dai comunicati stampa relativi alle attività della A.O.U. Federico II.
- Dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda.
- Segnalazioni di articoli sulle attività dell'A.O.U. Federico II.
- Resoconti di attività in corso di svolgimento.
- Contenuti per favorire l'*empowerment* del cittadino rispetto ad una gestione consapevole dei servizi assistenziali e della propria salute

La decisione di seguire altre pagine non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati.

Messaggi diretti in modalità privata

Si esaminano tutti i messaggi con elevata tempestività. Quando possibile si segnalano link a documenti che sono ritenuti utili a fornire una risposta. Sono gestite esclusivamente le richieste di natura informativa. Per eventuali segnalazioni di disservizio, gli utenti sono invitati a seguire la procedura approvata dal Regolamento Aziendale di Pubblica Tutela (Delibera n. 1454 del 21/12/2023).

Account Instagram dell'A.O.U. Federico II



<https://www.instagram.com/policlinico.unina/>

L'A.O.U. Federico II per diffondere contenuti su Instagram utilizza gli strumenti di programmazione e pianificazione offerti gratuitamente da Meta Business Suite.

Sulla pagina vengono pubblicati:

- Foto e video con brevi didascalie sulle attività della A.O.U. Federico II.
- Informazioni di servizio, avvisi, eventi e iniziative.
- Resoconti di attività in corso di svolgimento.
- Contenuti per favorire l'*empowerment* del cittadino rispetto ad una gestione consapevole dei servizi assistenziali e della propria salute

La decisione di seguire altre pagine non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati.

Messaggi diretti in modalità privata

Si esaminano tutti i messaggi con elevata tempestività. Quando possibile si segnalano link a documenti che sono ritenuti utili a fornire una risposta. Sono gestite esclusivamente le richieste di natura informativa. Per eventuali segnalazioni di disservizio, gli utenti sono invitati a seguire la procedura approvata dal Regolamento Aziendale di Pubblica Tutela (Delibera n. 1454 del 21/12/2023).

Profilo X (ex Twitter) dell'A.O.U. Federico II



https://twitter.com/AC_A.O.U._FedII

L'A.O.U. Federico II non utilizza alcun meccanismo di pubblicazione automatica per diffondere contenuti su X. I tweet riguardano:

- Notizie, foto, video e sintesi di comunicati stampa sulle attività dell'A.O.U. Federico II.
- Dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda.
- Segnalazioni di articoli sulle attività dell'A.O.U. Federico II.
- Resoconti di attività in corso di svolgimento.
- Contenuti per favorire l'*empowerment* del cittadino rispetto ad una gestione consapevole dei servizi assistenziali e della propria salute.

La decisione di seguire un altro profilo X non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati.

Messaggi diretti in modalità privata

Si esaminano tutti i messaggi con elevata tempestività. Quando possibile si segnalano link a documenti che sono ritenuti utili a fornire una risposta. Sono gestite esclusivamente le richieste di natura informativa. Per eventuali segnalazioni di disservizio, gli utenti sono invitati a seguire la procedura approvata dal Regolamento Aziendale di Pubblica Tutela (Delibera n. 1454 del 21/12/2023).

Web Magazine Aziendale Area Comunicazione



<https://areacomunicazione.policlinico.unina.it/>

Le informazioni veicolate attraverso i social media, Facebook, Instagram e X (ex Twitter), trovano fonte principale negli articoli pubblicati sul magazine Aziendale Area Comunicazione, raggiungibile all'indirizzo

<http://areacomunicazione.policlinico.unina.it>.

È una testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Napoli (n.02/2017 del 15/03/2017). Il web magazine rappresenta uno strumento di comunicazione interna, perché consente ai professionisti dell'Azienda di condividere le numerose attività assistenziali e di ricerca svolte nell'Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II, e di comunicazione esterna, attraverso la creazione di un dialogo aperto, semplice e trasparente con la cittadinanza sui temi della salute e del benessere.

I contenuti del web magazine sono relativi ad eventi, iniziative, progettualità, nuovi servizi, percorsi diagnostico - terapeutici, innovazioni tecnologhe, nuovi percorsi organizzativi ed accesso ai servizi che riguardano l'A.O.U. Federico II. Gli articoli sono a cura della I.O. Comunicazione, URP e Ufficio Stampa.

Ogni *news* pubblicata è a firma della "Redazione". La pubblicazione degli articoli è autorizzata esclusivamente dal direttore responsabile della testata giornalistica.

La realizzazione degli articoli avviene attraverso WordPress, una piattaforma di Content Management System, open source. Si tratta, quindi, di un sistema di creazione, gestione e pubblicazione di contenuti di libero utilizzo.

Qualsiasi altro account social o blog non citato nel presente documento non è da ritenersi fonte ufficiale dell’Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II.

Tale regolamento è da considerarsi valido non solo per gli account già esistenti ma anche per eventuali nuove pagine che l’Azienda intendesse gestire su altre piattaforme social.

Moderazione

Contenuti interessanti nel rispetto di tutte/i

I canali social dell’A.O.U. Federico II vengono moderati in orari di ufficio. Ogni richiesta viene monitorata e presa in carico.

La moderazione avviene a posteriori, ovvero in un momento successivo alla pubblicazione, ed è finalizzata unicamente al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle norme d’uso.

Le risposte ad eventuali richieste informative avvengono in un massimo di 48 ore lavorative.

Le pagine e gli account social dell’A.O.U. Federico II non sono canali deputati a raccogliere segnalazioni di disservizio o reclami che gli utenti dovranno indirizzare all’U.R.P secondo la procedura approvata dal Regolamento Aziendale di Pubblica Tutela (Delibera n. 1454 del 21/12/2023). I canali social rappresentano altresì una importante prima interfaccia con gli utenti per le richieste informative e per la risoluzione di eventuali problematiche che richiedano prevalentemente un supporto nel percorso di accoglienza e accessibilità ai servizi.

L’A.O.U. Federico II non risponde in alcun caso a messaggi su proposte, programmi, prese di posizione di movimenti e partiti politici.

I canali social non possono essere utilizzati per pubblicare post e commenti/contenuti che siano discriminatori o offensivi nei confronti di altri utenti, presenti o meno alla discussione, di enti, associazioni, aziende per nessuna ragione.

Non saranno tollerati insulti, turpiloquio, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità personale, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza.

In ogni caso, saranno rimossi dall’amministratore tutti i post, i commenti o i materiali multimediali che:

- hanno un contenuto politico/propagandistico;
- mirano a promuovere attività commerciali e con finalità di lucro;
- presentano un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o irrispettoso;
- presentano contenuti illeciti o di incitamento a compiere attività illecite;
- hanno contenuti offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in violazione di diritti di terzi;
- divulgano dati e informazioni personali o che possono cagionare danni o ledere la reputazione a terzi;
- presentano contenuti a carattere osceno, pornografico o pedopornografico, o tale da offendere la morale comune e la sensibilità degli utenti;
- hanno un contenuto discriminatorio per genere, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali;
- promuovono o sostengono attività illegali, che violano il copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato;
- contenuti classificabili come spam.

L'A.O.U. Federico II si riserva il diritto di rimuovere qualsiasi contenuto che venga ritenuto in violazione di questa Social Media Policy o di qualsiasi legge applicabile. In caso di inosservanza delle indicazioni sin qui descritte e di quelle contenute nelle policy delle piattaforme coinvolte – con commenti o qualsiasi tipo di contenuto considerato non conforme e inappropriato – ci si riserva il diritto di usare il “blocco utente” per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle autorità competenti.

Post, tweet, storie e reel...

Sì alla qualità dei contenuti e alla partecipazione

La qualità dei contenuti, una corretta e responsabile interazione con gli utenti è una priorità per l'Azienda ed è fondamentale nella gestione dei social media.

Cosa possiamo sui social network

- comunicazioni sulle attività e i servizi erogati;
- comunicati stampa;
- novità normative e/organizzative;
- informazioni su iniziative ed eventi;
- nuovi servizi disponibili;
- immagini e video istituzionali.

I canali social dell'A.O.U. Federico II sono utilizzati, inoltre, per raccogliere commenti, richieste, domande, critiche e suggerimenti.

Cosa non possiamo sui social network

- casi medici specifici o personali;
- informazioni su tematiche oggetto di controversie legali;
- informazioni riservate 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;
- foto e/o video con persone riconoscibili a cui non sia stata chiesta l'autorizzazione;
- foto e/o video trovati on-line e protetti da diritti d'autore;
- foto e/o video di minori non oscurate e senza apposita liberatoria;
- qualsiasi altro contenuto che possa violare il Regolamento generale (UE) 2016/679 sulla Protezione dei Dati sulla protezione dei dati e la Legge a protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio (Legge 22 aprile 1941, n. 633).

Netiquette

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. Si richiede, inoltre, l'uso di un linguaggio non sessista, equo e rispettoso del genere.

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. I contenuti pubblicati sui social media devono rispettare la privacy delle persone e non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.

Privacy, copyright e sponsorizzazioni

Il trattamento dei dati personali degli utenti segue le policy in uso nelle diverse piattaforme utilizzate. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati inviati direttamente alla struttura che gestisce i profili social saranno trattati nel rispetto Regolamento generale (UE) 2016/679 sulla Protezione dei Dati e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'utente.

I contenuti pubblicati sugli account social devono, inoltre, rispettare le regole in vigore in materia di diritto d'autore.

L'Azienda si riserva la possibilità di sponsorizzare post e messaggi rivolti a precisi target di riferimento con l'obiettivo di favorire la partecipazione e la consapevolezza dei cittadini nella gestione della propria salute e nell'accesso ai servizi dell'Azienda.

Impiego dei servizi di intelligenza artificiale

Come è noto, nel settore della sanità l'intelligenza artificiale è una delle ultime frontiere della rivoluzione digitale, anche per quanto riguarda la gestione e organizzazione dei servizi. La I.O. Comunicazione, URP e Ufficio Stampa, sta valutando soluzioni innovative che prevedano l'uso dell'intelligenza artificiale al fine di snellire, migliorare ed ottimizzare il flusso di comunicazione con l'utenza e guidare i cittadini nell'accesso e nella fruizione dei servizi.

Contatti e suggerimenti

Aiutaci a migliorare: tienici d'occhio!

Gli utenti possono rivolgere le loro proposte di miglioramento relativamente alla Social Media Policy, e più in generale all'uso dei social media aziendali, e segnalazioni connesse a possibili violazioni della Social Media Policy Aziendale a: areacomunicazione.aou@unina.it.

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Un invito a comunicare

Tu sei un ambassador!

Tutti i collaboratori dell'A.O.U. sono *ambassador* delle attività aziendali, protagonisti della comunicazione che, anche attraverso il sostegno e la condivisione dei contenuti promossi dall'Azienda grazie alle diverse piattaforme in uso, favoriscono la conoscenza dei servizi offerti dall'A.O.U. e contribuiscono al consolidamento dell'identità aziendale. L'Azienda federiciana, infatti, incoraggia e stimola la partecipazione attiva di tutti i dipendenti e collaboratori e valorizza l'uso dei social media aziendali quali strumenti di comunicazione organizzativa che hanno la possibilità di favorire il senso di appartenenza e la diffusione di informazioni utili per i cittadini e per i dipendenti e collaboratori. Coniugando la funzione specialistica e diffusa della comunicazione è possibile valorizzare la coerenza dei messaggi comunicativi e rinsaldare una rete interna a sostegno di una maggiore fluidità della relazione con l'utenza.

Gestione dei profili personali di dipendenti e collaboratori

Poche, semplici regole a tutela di tutti

La Social Media Policy interna si rivolge a tutti i dipendenti dell'A.O.U. Federico II, ai collaboratori e ai consulenti, e a tutti coloro che, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico, e a qualsiasi titolo, prestino la loro attività presso l'Azienda. Devono ritenersi compresi medici in formazione, tirocinanti, operatori del servizio civile universale, volontari, specializzandi. Le seguenti 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.

Il personale tutto dell'A.O.U. Federico II, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui social network è tenuto a rispettare alcune indicazioni tese a garantire tanto la salvaguardia dell'Azienda, quanto delle persone che vi lavorano.

Eventuali profili social del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia; ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, nel rispetto delle indicazioni della Social Media Policy interna.

Fatto salvo il diritto, costituzionalmente garantito, di poter manifestare liberamente il proprio pensiero, il personale è tenuto ad osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora, in linea con quanto previsto dal Nuovo Codice di Comportamento DPR n.81 del 13 giugno 2023 (aggiornamento del DPR 62/2013). In particolare, come indicato nell'art. 11-ter (Utilizzo dei mezzi di informazione e dei social media):

1. Nell'utilizzo dei propri account di social media, **il dipendente utilizza ogni cautela affinché le proprie opinioni o i propri giudizi su eventi, cose o persone, non siano**

- in alcun modo attribuibili direttamente alla pubblica amministrazione di appartenenza.**
2. In ogni caso **il dipendente è tenuto ad astenersi da qualsiasi intervento o commento che possa nuocere al prestigio, al decoro o all'immagine dell'amministrazione** di appartenenza o della pubblica amministrazione in generale.
 3. Al fine di garantirne i necessari profili di riservatezza **le comunicazioni, afferenti direttamente o indirettamente il servizio non si svolgono, di norma, attraverso conversazioni pubbliche mediante l'utilizzo di piattaforme digitali** o social media. Sono escluse da tale limitazione le attività o le comunicazioni per le quali l'utilizzo dei social media risponde ad una esigenza di carattere istituzionale.
 4. Fermi restando i casi di divieto previsti dalla legge, **«i dipendenti non possono divulgare o diffondere per ragioni estranee al loro rapporto di lavoro con l'amministrazione e in difformità alle disposizioni di cui al decreto legislativo 13 marzo 2013, n. 33, e alla legge 7 agosto 1990, n. 241, documenti, anche istruttori, e informazioni di cui essi abbiano la disponibilità».**

Nello specifico, il dipendente:

- 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;
- fermo restando il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica, il dipendente 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'A.O.U. Federico II, 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'A.O.U. Federico II, 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'A.O.U. Federico II o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'Azienda, senza autorizzazione preventiva;
- non può utilizzare il logo o l'immagine dell'A.O.U. Federico II su account personali.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'A.O.U. Federico II: informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche.

Richiesta apertura account da parte di singole realtà dipartimentali

Comunicare? Sì ma nel modo giusto!

Qualora una singola realtà dipartimentale volesse ottenere un account per la gestione di un social network con finalità istituzionali, il Direttore del DAI inoltrerà formale richiesta alla I.O. Comunicazione, URP e Ufficio Stampa specificando:

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

L'I.O. Comunicazione, URP e Ufficio Stampa 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. I contenuti informativi dovranno comunque rispettare quanto disposto nel presente Regolamento e dovranno, comunque, rispondere alle seguenti caratteristiche di qualità:

- pertinenza: attinenza 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 devono essere più chiari possibile, fornendo un indirizzo e-mail al quale gli utenti 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.

In assenza della procedura indicata eventuali account non saranno ritenuti fonte ufficiale dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II e si inviterà il responsabile alla chiusura delle suddette pagine.

Siamo dove sono i cittadini

per raccontare chi siamo

per garantire il diritto di informazione, accesso e partecipazione

per agevolare l'utilizzo dei servizi offerti

per attuare i processi di verifica della qualità dei servizi