



Social media policy dell'Università degli studi di Bergamo

L'Università degli studi di Bergamo, nell'ambito dei processi di digitalizzazione dell'informazione e dell'erogazione di servizi, nel rispetto degli obblighi di trasparenza, del diritto di accesso e comunicazione propri della Pubblica Amministrazione, sulla base degli artt. 11-bis e 11-ter del Decreto del Presidente della Repubblica del 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", adotta la presente Policy al fine di regolare l'utilizzo da parte dell'Università degli studi di Bergamo dei social media ufficiali amministrati dall'Ateneo ed i comportamenti del personale preposto alla gestione degli account e delle pagine social ufficialmente amministrate e riconducibili all'Ateneo, come da allegato 1, nonché le "regole di comportamento" che devono essere tenute dagli utenti nell'uso dei canali social istituzionali e nella condivisione dei contenuti (siano essi immagini, testi, file audio, video o un mix di questi) nonché indica le modalità d'interazione di dialogo virtuale con l'Ateneo.

Il contesto e l'attività social dell'Università degli studi di Bergamo

Per rispondere alla sua Mission di servire la collettività attraverso la produzione e la comunicazione di informazioni e al fine di sviluppare un'approfondita conoscenza della realtà ambientale, economica e sociale dell'Università degli studi di Bergamo e favorire i processi conoscitivi decisionali di tutti i soggetti della società (cittadini, amministratori pubblici, media, imprenditori, ricercatori, ecc.) viene predisposta la Social Media Policy che rappresenta il codice di condotta che regola la relazione sul web, ed in particolare sui social media sites, tra l'ente e i suoi dipendenti (Social Media Policy Interna) e tra l'ente e i suoi utenti (Social Media Policy Esterna).

La presenza dell'Università degli studi di Bergamo sui social

L'Università degli studi di Bergamo utilizza i principali social media per diffondere le proprie iniziative ed attività. I profili istituzionali ufficiali sono coordinati e gestiti dal Social media manager con il supporto dell'Unità operativa Comunicazione ed eventi dell'Ateneo.

La presenza sui social media costituisce un'interfaccia complementare agli strumenti tradizionali e istituzionali per rapportarsi con quanti vogliano condividere questi spazi e in particolar modo con gli stakeholder di Ateneo.

Lo scopo dell'Università degli Studi di Bergamo è quello di comunicare e informare, ma anche ricevere feedback e stimolare l'interazione tra l'Ateneo e i suoi utenti sfruttando una molteplicità di canali media attivati che assieme ai canali social affiancano il portale web dell'Università degli studi di Bergamo che, in ultima analisi, rimane la vetrina dell'Ateneo, come



veicolo di ogni sua attività, secondo le norme di legge previste dalla Direttiva n. 8 del 26 novembre 2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione e SMI,

I contenuti diffusi dall'Ateneo attraverso i propri social media non sono volti ad adempiere agli obblighi istituzionali di pubblicità e trasparenza.

Essendo espressione dell'Università degli studi di Bergamo o di suoi organismi, le pagine social ufficiali di cui all'allegato 1 si attengono alle indicazioni del Codice Etico di Ateneo e dei regolamenti interni, nel promuovere e garantire i valori ivi espressi in combinato disposto con quanto previsto dal Codice di Comportamento dei Dipendenti pubblici.

Canali social istituzionali dell'Università degli Studi di Bergamo

Al momento della pubblicazione della presente policy, l'Ateneo è presente con i propri canali istituzionali "Università degli studi di Bergamo" nei seguenti social network come indicato nell'allegato 1: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube, Telegram, Whatsapp, Threads, Twitch.

Le indicazioni illustrate nel presente documento rispettano e si aggiungono ai requisiti tecnici e alle Policy di utilizzo specifiche di tali piattaforme e saranno applicate anche in caso di attivazione di ulteriori Social network da parte dell'Ateneo.

Eventuali altri profili social e di messaggistica che si presentano come riferiti all'Università degli studi di Bergamo non sono gestiti dall'Ufficio Comunicazione ed Eventi dell'Ateneo o ad esso riconducibili.

In relazione alle norme sull'accesso civico generalizzato (cd. FOIA), l'Università degli studi di Bergamo promuove e valorizza il dialogo collaborativo con le comunità di utenti dei social media, secondo le indicazioni dell'articolo 8 comma 2 della Circolare 2/2017 del Dipartimento della funzione pubblica inerente "la valorizzare del dialogo con le comunità di utenti dei social media

La presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dall'Università degli studi di Bergamo non è sotto il controllo della medesima, ma è gestita in autonomia dagli amministratori dei singoli social network.

Contenuti

Sui propri canali social l'Università degli studi di Bergamo pubblica, informazioni relative alle attività svolte e ai servizi erogati, nonché comunicati stampa, servizi giornalistici, pubblicazioni e documenti ufficiali, informazioni su iniziative ed eventi di settore, immagini e video istituzionali relativi a eventi a cui l'Ateneo partecipa o di cui è stato promotore.

I contenuti possono essere prodotti dall'Ateneo o rilanciati da soggetti terzi.



In questo caso, dopo la verifica dell'attendibilità della fonte, l'Ufficio Comunicazione ed Eventi potrà valutare di condividere informazioni ritenute di interesse pubblico, al fine di incoraggiarne la diffusione e promuovere la partecipazione degli utenti alle attività promosse.

I profili social pubblicano contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali originali che sono da considerarsi in licenza Creative Commons CC BY ND 4.0 [Attribuzione - Non uso commerciale - Non opere derivate]: possono essere condivisi nei vincoli imposti dalle piattaforme e devono sempre essere accreditati all'autore o al canale originale di riferimento.

REGOLAMENTAZIONE DEI CONTENUTI:

I contenuti pubblicati devono rispettare la normativa in materia di dati personali. È pertanto vietata la pubblicazione di dati personali propri o di soggetti terzi (a mero titolo esemplificativo: caselle email, numeri di telefono, numeri di conto corrente, indirizzi, domicilio e residenza etc.). I contenuti postati in violazione della normativa sulla protezione dei dati personali e dei diritti e delle libertà fondamentali delle persone fisiche saranno periodicamente rimossi. Non rientrano nel predetto divieto i contatti email istituzionali e/o ufficiali necessari per la comunicazione tra i referenti di specifici progetti o corsi di studio e comunque resi già pubblici anche sul sito web istituzionale.

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

L'Ateneo si impegna a prevenire e contrastare tali violazioni, restando la responsabilità di quanto condiviso in capo all'autore del post ai sensi del comma 3 dell'art. 11-bis del DPR 16 aprile 2013, n. 62.

Regole di comportamento (netiquette)

In generale, tutti gli utenti collegati ai profili social sono tenuti a rispettare le comuni regole di buona educazione e buon senso. Per garantire un confronto civile è quindi richiesto un linguaggio appropriato.

Ciascun membro della community è inoltre consapevole di essere personalmente responsabile dei post inseriti e delle conseguenze giuridiche di dichiarazioni e comportamenti

Le "regole di conversazione" (netiquette) con gli interlocutori in rete sono un "patto di dialogo", secondo quanto segue:

- la propria opinione deve essere espressa con educazione, correttezza, misura e utilizzando un linguaggio appropriato. Non sono tollerati insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti e comportamenti violenti o diffamatori. Resta



inteso che ognuno è responsabile, anche legalmente, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime;

- i contenuti ed eventuali commenti devono essere pertinenti rispetto all'attività istituzionale dell'Ateneo;
- dati, notizie o opinioni su fatti o tematiche specifiche devono essere fondate e non pretestuose e fare riferimento a fonti attendibili e verificabili;
- i contenuti pubblicati devono rispettare sempre la privacy delle persone. Vanno in ogni caso evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi;
- non è ammessa alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illecite o illegali: qualora vengano postati contenuti di tale natura verranno rimossi non appena possibile, fatte salve le azioni, previste dall'ordinamento, che l'Università potrà intraprendere a tutela dei propri interessi.
- non sono ammessi contenuti che violino il copyright, né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati o attività che:
 - promuovano, favoriscano, o perpetrino discriminazioni sulla base del genere, dell'origine, della nazionalità, della lingua, della religione, delle opinioni politiche, del credo, dell'età, dello stato civile, dello status in relazione alla pubblica assistenza, della disabilità fisica o mentale o dell'orientamento sessuale;
 - presentino un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o irrispettoso, ingannevole o allarmistico;
 - abbiano contenuto illecito o incitino a compiere attività illecite;
 - violino il copyright o utilizzino in modo improprio un marchio registrato;
 - abbiano contenuto politico o propagandistico (ivi inclusi, osservazioni pro o contro campagne politiche o indicazioni di voto);
 - mirino a promuovere attività commerciali con finalità di lucro;
 - divulgino dati e informazioni personali o che possano cagionare danni o ledere la reputazione di terzi, in violazione della vigente normativa, con particolare riguardo a quella sulla protezione dei dati personali (Regolamento UE 2016/679 e D.Lgs. 196/2003);
 - abbiano contenuti osceni, pornografici o pedopornografici, o tali da offendere la morale comune e la sensibilità degli utenti;
 - rappresentino spam.

Sono, inoltre, scoraggiati e comunque soggetti a moderazione, i seguenti commenti e contenuti:

- commenti non pertinenti all'argomento pubblicato (off topic);
- commenti e post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social o altro personale dell'Ateneo; interventi inseriti ripetutamente.
- A tutti è consentito esporre la propria opinione, con correttezza e misura, nel rispetto delle opinioni altrui.



- Qualsiasi interlocutore è responsabile dei messaggi che invia, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime. Non sono comunque tollerati insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti violenti. L'Ateneo valuta, a seconda dei casi, le azioni da intraprendere per la tutela dei propri diritti eventualmente lesi.
- L'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale per l'interazione: non è possibile utilizzare questi spazi per affrontare casi personali diversi dalle tematiche collegate alla propria esperienza universitaria.
- Non è consentito utilizzare i social media dell'Ateneo per comunicare o trasferire informazioni o categorie particolari di dati (particolari o comuni): qualora vengano postati contenuti di tale natura verranno rimossi non appena possibile, per tutelare le persone interessate.

Attività di Moderazione

Per moderazione si intende l'attività svolta dagli amministratori degli account istituzionali e ufficiali di Ateneo durante l'interazione tra gli utenti della specifica piattaforma.

L'Ateneo si riserva il diritto di rimuovere i contenuti che violino i principi richiamati nella presente Policy e di bloccare il profilo degli utenti, qualora si verificano evidenti tentativi di frode/phishing e siano pubblicati ripetutamente commenti che violano la netiquette.

Qualora si dovessero ravvisare attività riconducibili a violazioni della legge amministrativa, penale e civile, oltre alle misure precauzionali indicate sopra, gli autori delle attività sono consapevoli che l'Università potrà agire nelle sedi legali che riterrà più opportune per tutelare la propria posizione. giuridica soggettiva.

Promozione di eventi e iniziative

Ognuno può partecipare alla community, se quanto esprime è di interesse per il mondo universitario e la vita dell'Ateneo. I commenti e i post che nulla hanno a che vedere con l'Università degli studi di Bergamo saranno rimossi così come i contenuti meramente pubblicitari.

il Servizio Comunicazione e gestione eventi valuterà le richieste di diffusione o condivisione di contenuti provenienti solo dai profili ufficialmente riconosciuti.

Risposte dell'Ateneo

Le pagine e gli account dell'Università degli studi di Bergamo sui social media non sono canali ufficiali utilizzabili per avere informazioni specifiche e particolareggiate o per inviare segnalazioni



Come ribadito dall'art. 11-ter comma 3 del DPR n. 81 del 13 giugno 2023 "Al fine di garantire 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". La comunicazione sui social media non vuole e non può sostituirsi alle competenze specifiche di uffici ed organi dell'Ateneo e ai canali istituzionalmente riconosciuti, soprattutto laddove la comunicazione assuma valore legale o funzionale alle attività didattiche (ad es. non si utilizzano i profili social per comunicare una variazione di orario delle lezioni).

Dove non possa essere fornita la soluzione diretta alla richiesta dell'utente verrà suggerito il canale più autorevole per ruolo, dati, notizie e spiegazioni, in modo da poter garantire la risposta più adeguata ad ogni singolo caso.

Le pagine e gli account dell'Università degli studi di Bergamo sui social media non sono canali ufficiali utilizzabili per avere informazioni specifiche e particolareggiate.

Si ricorda che per inviare segnalazioni o reclami è necessario rivolgersi agli uffici interessati indicati all'indirizzo web <https://www.unibg.it/ateneo/amministrazione/uffici-e-contatti>.

Per dare risposta alle richieste di informazione più comuni, l'Ateneo pubblica e aggiorna regolarmente, sul sito web istituzionale <https://www.unibg.it/>, tutte le notizie e i dati riguardanti l'attività istituzionale, i servizi e tutte le informazioni che possano risultare utili agli utenti.

Orario in cui i canali sono presidiati

I tempi di risposta alle richieste pervenute via social possono variare in base alla tipologia della richiesta. Le risposte vengono fornite, grazie al coordinamento dello Staff con gli Uffici competenti in relazione ai contenuti, di regola entro 48 ore dalla richiesta o, in caso di festività o chiusure dell'Ateneo, entro i primi 2 giorni lavorativi successivi.

Profili tematici

I Profili tematici ufficiali di Ateneo sono quei profili sui social media, creati antecedentemente alla presente policy, che rappresentano i diversi organismi di Ateneo e che vengono gestiti in autonomia dai loro referenti in linea con le social media policy di Ateneo e con il codice etico dell'Ateneo.

Nella gestione dei Profili tematici, l'Ateneo richiede che ci si attenga ai termini di utilizzo delle piattaforme usate e alle presenti policy. In linea con i punti successivi, i gestori dei profili tematici sono ritenuti responsabili in toto di qualsiasi azione che danneggi l'immagine o la reputazione dell'Ateneo, portando all'immediata chiusura del Profilo e la segnalazione alle piattaforme presidiate. L'Ateneo non si assume alcuna responsabilità circa i contenuti



pubblicati, le opinioni espresse e verso le relative modalità di interazione con gli utenti da parte dei Profili tematici non presenti nell'allegato 1.

La creazione e la gestione dei Profili tematici sui social media, così come la definizione dei ruoli di moderazione e delle responsabilità gestionali e operative delle piattaforme, devono essere conformi al Codice Etico di Ateneo e alle modifiche introdotte dal Decreto del Presidente della Repubblica del 13 giugno 2023 n. 81 in materia di "Utilizzo delle tecnologie informatiche e Utilizzo dei mezzi di informazione e dei social media"

L'Unità operativa comunicazione ed eventi e il social media manager di Ateneo valuteranno le richieste di diffusione o condivisione di contenuti provenienti solo dai profili riconosciuti su contenuti in linea con il piano editoriale di Ateneo.



Social Media Policy Interna di Ateneo

Ai sensi dell'art. 11-bis del D.P.R. n. 62 del 16 aprile 2023,, come modificato dal D.P.R. n. 81 del 13 giugno 2023 l'Università degli studi di Bergamo individua come soggetti preposti ad alimentare gli account istituzionali esclusivamente i dipendenti assegnati del Servizio Comunicazione ed eventi, in collaborazione attiva con i soggetti individuati dall'Università degli studi di Bergamo che producono contenuti testuali, materiale multimediale e informazioni che costituiscono i contenuti della comunicazione.

La Social Media Policy interna è un documento indirizzato a tutti i dipendenti, i collaboratori e i consulenti, che prestano a vario titolo la loro attività nell'ambito dell'Università degli studi di Bergamo (d'ora in avanti il "Personale").

Tale Policy mira a sensibilizzare e informare sull'uso corretto dei social media in uso presso l'Università degli studi di Bergamo principalmente quando si nomina l'Ateneo e quando si interagisce con l'Ateneo e i suoi canali ufficiali.

Si tratta di linee guida rivolte a tutto il Personale perché sia coinvolto, attivamente e correttamente, anche nella vita dell'Ateneo indicazioni tese a garantire tanto la salvaguardia dell'Ateneo, quanto delle persone che vi lavorano ai sensi dell'art. 11-ter del D.P.R. n. 62 del 16 aprile 2013

Il Personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'Ateneo: informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche ma allo stesso tempo è tenuto a osservare un comportamento rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora, conformemente a quanto disposto dal D.P.R. 16 Apr. 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici" come modificato dal DPR n. 81 del 13 giugno 2023 nonché la normativa in materia di trattamento di dati personali relative all'utilizzo delle tecnologie informatiche e per l'utilizzo dei mezzi di informazione e dei social media" previste dal D.P.R. 13 giugno 2023, n. 81 - G.U. n. 150 del 29 giugno 2023.

La Social media policy interna contribuisce ai seguenti obiettivi strategici: ottimizzare l'efficacia della promozione sui social; proteggere l'ente da possibili rischi di comunicazione e d'immagine; difendere e tutelare il personale dell'Ateneo.

In conformità al "Codice di comportamento dell'Università degli studi di Bergamo" e con le regole descritte dalla presente Policy, la violazione di tali disposizioni e regole di comportamento potrà eventualmente determinare l'applicazione di sanzioni disciplinari. Restano ferme, inoltre, le responsabilità civili, penali, amministrative e contabili in capo all'autore rispetto ai contenuti prodotti.



Nello specifico fermo restando il diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero e il pieno esercizio delle libertà sindacali, il dipendente:

- Non deve divulgare attraverso i social network informazioni riservate, come, a titolo esemplificativo, 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;
- 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'Ateneo, riferiti alle attività istituzionali e, più in generale, al suo operato, che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere all'Ateneo, ledendo 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'Ateneo, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;
- Non può divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali e personale dell'Ateneo senza l'esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte ;
- Non può aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'Ateneo o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'Ateneo, senza autorizzazione preventiva dell'Ufficio Comunicazione ed eventi che potrà supportare o indicare valide alternative;
- Non può utilizzare il logo o l'immagine dell'Ateneo su account personali.
- Non può utilizzare o condividere, con finalità promozionali, i riferimenti di soggetti terzi che intrattengono rapporti con l'Ateneo per fini istituzionali, di Didattica, Ricerca e Terza Missione.

Ufficio di riferimento dei canali social e contatti

I profili social istituzionali dell'Ateneo sono gestiti dall'Ufficio Comunicazione ed eventi, in staff alla Direzione Generale di Ateneo.

Privacy - Trattamenti effettuati dall'Ateneo

Si ricorda che il trattamento dei dati personali e particolari degli utenti risponderà alle policy in uso sulle diverse piattaforme in oggetto (Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin, YouTube, Threads, telegram, WhatsApp ecc.) I dati personali e particolari postati in commenti o post pubblici all'interno dei profili social dell'Università degli studi di Bergamo o i profili tematici ufficiali verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti



direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle leggi comunitarie e nazionali sulla privacy.

Il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate. I dati personali o particolari inseriti in commenti o post pubblici all'interno del canale social media dell'Università degli studi di Bergamo verranno rimossi.

I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati inviati direttamente ai gestori del canale social media saranno trattati nel rispetto delle norme vigenti sulla protezione dei dati personali e della Privacy Policy presente sul sito <https://www.unibg.it>

Titolare del trattamento è l'Università degli studi di Bergamo, con sede in via Salvecchio, 19 Bergamo .

Il Responsabile della Protezione dei Dati (RPD) dell'Ateneo è raggiungibile al seguente indirizzo: all'indirizzo dpo@unibg.it.

Sulla base dell'art. 45 del GDPR, Il trasferimento di dati personali verso un paese terzo o un'organizzazione internazionale è ammesso se la Commissione ha deciso che il paese terzo, un territorio o uno o più settori specifici all'interno del paese terzo, o l'organizzazione internazionale in questione garantiscono un livello di protezione adeguato. In tal caso il trasferimento non necessita di autorizzazioni specifiche Allineamento privacy.

Per ogni ulteriore informazione relativa ai trattamenti svolti dall'Ateneo si rinvia alla Privacy Policy pubblicata sul sito web dello stesso all'indirizzo <https://www.unibg.it>

Trattamenti effettuati dall'Ateneo in contitolarità con i fornitori

L'Ateneo informa altresì gli utenti che accedono alle pagine istituzionali e/o ufficiali dell'Università degli studi di Bergamo sulle diverse piattaforme social network o utilizzano altri canali social che questi social network trattano, in qualità di Contitolari del trattamento, i soli dati statistici messi a disposizione dal Fornitore dei social network, secondo quanto previsto nella sentenza C-210/16 del 5 giugno 2018 della Corte di Giustizia dell'Unione Europea.

In particolare, gli strumenti messi a disposizione dalle piattaforme di social network per la visualizzazione delle statistiche (per esempio, Insights di Facebook) forniscono all'Ateneo dati in forma anonima e aggregata: l'Ateneo non è, infatti, in alcun modo in grado di risalire ai dettagli degli utenti.

L'Ateneo rispetta la libertà d'espressione e l'interazione di conoscenze, ma richiede che esse si attengano ai termini indicati nelle pagine Termini e normative di META, Linkedin, Telegram, X e alle norme previste dalla Community di YouTube .



Piattaforme Social Media Ufficiali di Ateneo

META

Facebook <https://www.facebook.com/UniBergamo>

Instagram <https://www.instagram.com/unibergamo/>

Threads <https://www.threads.net/@unibergamo>

Whatsapp <https://whatsapp.com/channel/0029VaLoItN3wtbBICWBpg2f>

Telegram <https://t.me/unibg>

X <https://twitter.com/UniBergamo>

Twitch <https://www.twitch.tv/unibg>

Youtube <https://www.youtube.com/@UniBgTube>

LinkedIn

- <https://www.linkedin.com/school/unibergamo>
- <https://www.linkedin.com/company/scienze-economiche-unibg>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-scienze-aziendali-unibg>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-giurisprudenza-unibg/>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-ingegneria-e-scienze-applicate-unibg>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-ingegneria-gestionale-dell%E2%80%99informazione-e-della-produzione-unibg>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-lettere-filosofia-comunicazione-unibg>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-lingue-letterature-e-culture-straniere-unibg>
- <https://www.linkedin.com/showcase/dipartimento-di-scienze-umane-e-sociali-unibg>
- <https://www.linkedin.com/company/cyfe.unibg/?viewAsMember=true>
- <https://www.linkedin.com/company/wavelab-a-wave-to-achieve-value-and-engagement/?viewAsMember=true>

Eventuali modifiche alle policy saranno comunicate ai proponenti e indicate in nota nel presente documento.

La presente Policy aggiornata il 18/09/2024 sostituisce la versione precedente pubblicata sul sito di ateneo o tramite eventuali siti esterni di soggetti terzi o presente sui motori di ricerca web.



Codice di comportamento dei dipendenti pubblici

Nel caso in cui un dipendente o collaboratore dell'Università degli studi di Bergamo (docenti, PTA, consulenti, dottorandi, ecc.) sia presente con un profilo personale sui social media nel rispetto delle *"modifiche introdotte dal D.P.R. 13 giugno 2023, n. 81 al D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 - "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici"*, e in particolare dell'art. 11-ter, deve considerare lo spazio del social network come spazio pubblico, ***utilizzando 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.***

In particolare, il dipendente o collaboratore dell'Università degli studi di Bergamo è tenuto, anche nel comunicare sui social media, al rispetto del Codice Etico di Ateneo, delle norme che regolano ogni piattaforma e più in generale al rispetto della dignità dell'Ateneo e della Pubblica Amministrazione ovvero:

- L'utilizzo di account istituzionali è consentito per i soli fini connessi all'attività lavorativa o a essa riconducibili e non può in alcun modo compromettere la sicurezza o la reputazione dell'amministrazione. (art. 2 DPR 81/2023)
- Nell'utilizzo dei propri account di social media, il dipendente adotta 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. (art. 11 ter DPR 81/2023)
- 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 (art. 11 ter DPR 81/2023).
- Al fine di garantire 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 (art. 11 ter DPR 81/2023); sono escluse da tale limitazione le attività o le comunicazioni per le quali l'utilizzo dei social media risponde ad un'esigenza di carattere istituzionale (art. 11 ter DPR 81/2023).