

Linee guida interne per l'utilizzo di social network collegati alla Fondazione Bruno Kessler

Adottate con determina n. 15/2021 del 2 novembre 2021

Premessa

FBK raccoglie in questa policy disposizioni e indicazioni pratiche per la corretta gestione degli account dei **social network istituzionali e di quelli riferiti ai Centri di Ricerca, delle relative Unità di Ricerca, di progetti e di eventi promossi da articolazioni organizzative della Fondazione stessa.**

1. Apertura di un nuovo account FBK ufficiale

Le articolazioni di FBK (Centri di Ricerca, Unità di Ricerca, team di progetti ed eventi, articolazioni che prevedano servizi di pubblica utilità e/o attività con coinvolgimento di pubblici esterni) che desiderano aprire un account sui social network collegati a FBK sono tenute a richiedere **autorizzazione preventiva tramite modulo online di accreditamento "Segnala nuovo social FBK" disponibile su FBK my.portal, gestito dall'Unità Digital Communication e Grandi Eventi (DCGE).** Gli account già esistenti dovranno accreditarsi online entro il 31 dicembre 2021.

Il nome dell'account di un'articolazione organizzativa (Centro, Unità) deve contenere per esteso la dicitura "FBK" (ad es. "FBK_3DOM"). Fin dal nome, infatti, il pubblico deve collegare con immediatezza e facilità l'account alla Fondazione Bruno Kessler.

Per le modalità di impostazione della foto profilo si rinvia alla "Policy Brand", che, in breve, indica la necessità di assicurare un grado adeguato di uniformità nello stile grafico e di comunicazione. L'Unità DCGE resta a disposizione al fine di individuare e supportare la corretta scelta della/e immagine/i profilo più adatta/e alla piattaforma utilizzata.

Con riferimento specifico a Facebook segnaliamo che devono essere aperte e usate "Pagine" e non "Profili".

2. Responsabilità, privacy, informazioni confidenziali e copyright

2.1 Admin dell'account

Laddove possibile e permesso dalla piattaforma social attivata¹, deve essere individuato un/a unico/a admin dell'account che è responsabile dei contenuti pubblicati, della sicurezza degli accessi e della protezione delle password.

I Responsabili delle articolazioni organizzative individuati nel Regolamento di Organizzazione dovranno individuare gli admin degli account riferibili all'articolazione e aggiornare l'elenco in caso di sostituzione dei nominativi. Tale elenco dovrà essere reso disponibile annualmente e comunque su richiesta.

L'admin è tenuto a:

- utilizzare per l'accesso la sola e-mail istituzionale FBK (es. cognome@fbk.eu) e non fare ricorso a e-mail personali;

¹ Fra i principali che consentono questa modalità vi sono LinkedIn, Facebook e Instagram. Ciò non vale invece per Youtube e Twitter.

- non condividere le proprie credenziali personali con altri Utenti, salvo i casi espressamente previsti (es. Youtube e Twitter);
- mantenere segrete e custodite le credenziali personali, nel rispetto delle misure di sicurezza stabilite dal Regolamento Privacy di FBK;
- non rivelare o far digitare la password nemmeno al personale di assistenza tecnica.

2.2 Editor

Laddove permesso dalla piattaforma social attivata, è possibile nominare più editor dei contenuti (massimo 3 per account) al fine di gestire accessi multipli agli account. **Tali accessi andranno gestiti attraverso gli strumenti messi a disposizione dalle varie piattaforme social per rendere tracciabili le azioni compiute dai vari utenti e nello specifico:**

- **Facebook / Instagram** → 1 figura di admin + 2 editors/moderatori nominati dall'admin
- **Twitter** → 1 figura di admin con credenziali + accesso tramite [Tweetdeck](#) per altri 2 editor
- **Linkedin** → 1 figura di super admin + 2 editors nominati dall'admin
- **YouTube** → 1 figura di admin + 2 editors (accesso solo con credenziali)

2.3 Regole generali

È vietato divulgare informazioni confidenziali di cui gli amministratori o gli editors siano a conoscenza in ragione del proprio rapporto professionale con FBK e postare informazioni di natura personale dei singoli (ad esempio, dati personali, ecc.).

È vietato pubblicare video o foto che ritraggono minori riconoscibili e adulti di cui non si abbia espressa liberatoria. Per [approfondimenti](#) su questi aspetti si rimanda al Regolamento Privacy e alla Policy per la tutela e la promozione dei diritti dei bambini e degli adolescenti.

È necessario accertarsi di non infrangere alcun diritto di proprietà intellettuale prima di pubblicare un contenuto. La condivisione del contenuto interessante, ma non proprietario, può essere una buona soluzione.

È necessario rispettare i termini e le condizioni d'uso stabiliti da ciascun social network.

2.4 Account privati

Si ricorda che il "[Codice di comportamento](#)" della Fondazione Bruno Kessler prevede che il lavoratore "non assuma nessun comportamento che possa nuocere all'immagine della Fondazione". Tale disposizione è da intendersi applicabile anche all'utilizzo di eventuali account social network personali.

3. Scelta e pubblicazione dei contenuti

I social network contribuiscono alla diffusione di informazioni, eventi, servizi e opportunità della Fondazione con lo scopo di rafforzare la comunità online di persone interessate alla stessa, le relazioni con gli stakeholders e l'immagine di FBK.

Le informazioni divulgate, in particolare quelle di pubblicità legale o di utilità pratica per il pubblico (ad es. bandi, opportunità formative e culturali), devono **prima essere pubblicate sul sito web istituzionale e non possono essere diffuse esclusivamente sui social network**.

Per ogni dubbio o verifica è possibile contattare l'Unità DCGE al fine di valutare la corretta divulgazione delle informazioni.

Per essere efficaci sui social network è importante:

- presidiare con regolarità l'account pubblicando contenuti con frequenza e rispondendo sempre, rapidamente e con cortesia ai commenti e ai messaggi del pubblico (vedi indicazioni più dettagliate al paragrafo 4);
- pubblicare informazioni verificate e contenuti coerenti con lo scopo e gli obiettivi dell'articolazione e in linea con l'immagine e la visione di FBK;
- valutare i following e i collegamenti con altri account esterni a FBK evitando di abbinare il proprio nome e quello di FBK a pagine o profili di scarsa qualità e dubbia attendibilità (ad es. dei quali non sia chiara la fonte e l'autore o che, per la loro natura politica o ideologica, esprimono posizioni che possano essere attribuite erroneamente a FBK);
- inserire la [Social media policy della Fondazione Bruno Kessler](#) come link nella sezione "Informazioni" dell'account;
- inserire contenuti e immagini in linea con la "Policy per l'utilizzo di immagini e contenuti web".

È vietato promuovere offerte o attività commerciali di terzi.

In linea generale, si consiglia di monitorare i social network istituzionali di FBK, per essere sempre aggiornati sulla linea editoriale della Fondazione e di contattare in caso di necessità l'Unità Digital Communication e Grandi Eventi per supporto e consigli.

4. Moderazione dei commenti del pubblico

I commenti ricevuti attraverso i social network di FBK sono considerati feedback importanti per la Fondazione e sono quindi incoraggiati.

Come però indicato nella [Social Media Policy della Fondazione Bruno Kessler](#), gli amministratori devono invitare gli utenti a usare i social network in modo responsabile e corretto, eliminando tempestivamente commenti che rechino offese, ingiurie, insulti, dichiarazioni volgari, irrispettose, inadeguate o annunci di natura e interesse strettamente personali, messaggi commerciali o politici, spam o contenuti non pertinenti il post in questione.

L'adesione alla policy FBK implica che nei casi più gravi è prevista la possibilità di cancellare i contenuti, allontanare gli utenti dai propri spazi e segnalarli ai filtri di moderazione del social network ospitante e/o alle autorità competenti. Tutti i commenti devono essere costantemente monitorati e moderati. Le risposte ai commenti, i cui effetti sono da considerarsi irreversibili, devono essere ponderate prima della loro pubblicazione, in considerazione del fatto che l'admin non esprime la sua opinione personale, ma quella dell'istituzione che rappresenta. L'admin non può infatti inserire riferimenti alla sua esperienza individuale né scrivere in prima persona.

Le risposte devono essere sempre rispettose di tutti gli stakeholders di FBK e del pubblico in generale.

5. Scelte grafiche e uso delle immagini

In questa sezione si mostrano graficamente le scelte più efficaci per rendere i social network più accattivanti, interessanti e autorevoli, indicando misure e opzioni per inserire e modificare le immagini pubblicate dagli account. In generale, per l'immagine profilo e l'immagine cover dell'account, si raccomanda di scegliere fotografie e grafiche che contraddistinguono, rappresentano e identificano con chiarezza la struttura o l'attività che si sta comunicando.

Sull'uso del logo della struttura e/o di FBK, è necessario attenersi alle regole di [Corporate identity](#).

Nel caso in cui non si disponga di immagini adeguate, FBK mette a disposizione l'accesso a un [archivio fotografico disponibile su Google Drive](#) che raccoglie immagini ad alta definizione di persone, attività e strutture realizzate da professionisti. Le immagini possono essere utilizzate su diversi supporti (web e materiali a stampa), ma sempre nel rispetto delle norme indicate nella "[Policy per l'utilizzo di immagini e contenuti web](#)".

Nell'appendice è disponibile un vademecum grafico per ciascun social network.

6. Suggerimenti e contatti

L'Unità Digital Communication e Grandi Eventi gestisce i social network istituzionali, attuando la politica comunicativa di FBK ed è a disposizione per offrire supporto e consulenza su argomenti non disciplinati dalla presente policy, ma altrettanto importanti per un'efficace gestione dei social network: le strategie, le priorità e gli obiettivi di comunicazione: comunicazione@fbk.eu.

In particolare, Giancarlo Sciascia, FBK Audience Developer, è a disposizione per consulenze, ulteriori informazioni o richieste via e-mail sciascia@fbk.eu oppure telefonicamente 0461.314527.

I canali corporate gestiti sui social media sono:

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/company/243693/admin/>
FACEBOOK <https://www.facebook.com/FutureBuiltonKnowledge>
TWITTER https://twitter.com/FBK_research
INSTAGRAM <https://www.instagram.com/fbkresearch/>
YOUTUBE <https://www.youtube.com/c/FBKresearch>

7. Applicazione delle disposizioni

Le presenti disposizioni dovranno essere adottate e condivise altri partner di progetto o co-organizzatori di eventi che prevedano l'apertura/gestione di account social network.

APPENDICE

Facebook



The screenshot shows the Facebook profile page for 'Fondazione Bruno Kessler' (@FutureBulitonKnowledg). The page includes a navigation menu on the left, a header with login fields, and a main content area with a post. Overlaid on the page are four technical specification boxes:

- IMMAGINE PROFILO**: dimensioni minime 180x180 px, dimensioni ottimali 320x320 px.
- IMMAGINE COVER**: dimensioni minime: 828x315 px, dimensioni ottimali: 1656x630 px. Note: La visualizzazione della cover varia in base al dispositivo che si sta utilizzando (mobile, tablet, desktop); l'area che resta sempre visibile è quella centrale, per una larghezza di 563 px, indicata nel tratteggio.
- IMMAGINE LINK**: in alcuni casi l'immagine generata automaticamente dal link risulta sgranata; è quindi possibile tentare di aggiungere o modificare l'immagine (dimensioni consigliate 1200x630 px).
- IMMAGINE POST**: è possibile aggiungere immagini al post effettuando un upload. Le dimensioni consigliate sono immagine rettangolare 1200x628 px, immagine quadrata 1200x1200 px.

A callout box on the left side of the profile picture area contains the text: "Aggiungere nella sezione INFORMAZIONI la frase 'Policy esterna'".

è un servizio di rete sociale basato su una piattaforma software che permette la pubblicazione e la condivisione di contenuti di diverso formato (testuali, visuali, video). In Facebook si possono aprire profili (per le persone), pagine (per le aziende e le istituzioni), gruppi ed eventi. Per invitare alla conversazione un altro utente, o per fargli semplicemente sapere che parliamo di lui, si usa la *mention*, il suo nome specifico preceduto dal simbolo @ che nelle pagine è indicato sotto l'immagine profilo e il nome della pagina.

Per l'account istituzionale di FBK la *mention* è @FutureBulitonKnowledge.

Twitter

Fondazione Bruno Kessler FBK
9,260 Tweets

IMMAGINE COVER
dimensioni minime: 1500x421 px
dimensioni ottimali: 1500x500 px
La visualizzazione della cover varia in base al dispositivo che si sta utilizzando (mobile, tablet, desktop); l'area che resta sempre visibile è indicata nel tratteggio

dimensioni indicate immagine profilo 400x400 px

Fondazione Bruno Kessler FBK
@FBK_research

Aggiungere alla fine della descrizione il link alla policy di FBK (...) il link alla struttura può essere aggiunto alla voce link sottostante

Trento - Italia fbk.eu/en/ Joined August 2011
8,172 Following 8,761 Followers

IMMAGINE TWEET
dimensioni minime: 1500x421 px
per aumentare l'efficacia del tweet, si consiglia di aggiungere un'immagine. Le immagini vengono tagliate e visualizzate parzialmente se non rispettano le dimensioni consigliate che sono:
immagine rettangolare 1024x512 px
immagine quadrata 506x506 px

New to Twitter?
Sign up now to get your own personalized timeline!

Sign up with Google
Sign up with Apple
Sign up with phone or email

By signing up, you agree to the [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#), including [Cookie Use](#).

You might like

Università di Trento @UniTrento Follow
Provincia Trento @ProvinciaTrento Follow
Fondazione Edmund Mach @fondazionemach Follow

Trends for you

Entertainment events - Trending
#Venezia78
14.6K Tweets
Politics - Trending

Al momento del caricamento è possibile taggare sull'immagine altri profili twitter ovvero associare l'immagine senza dover inserire una mention nel testo e gravare sulla lunghezza massima del tweet. Questa funzione è utile ad aumentare la diffusione del tweet per cui, in base al contenuto da pubblicare, possono essere taggati sull'immagine

- eventuali partner e altri attori coinvolti nell'iniziativa
- media, associazioni, istituzioni potenzialmente interessati alla nostra notizia e in grado di diffonderla
- promotori della causa

è una piattaforma di microblogging particolarmente adatta a comunicare notizie e fornire una copertura live agli eventi. Gli update sono detti "tweet" e hanno un numero di caratteri limitato. Nei tweet si può citare un altro utente per invitarlo alla conversazione o per fargli semplicemente sapere che parliamo di lui: usiamo allora la *mention*, il suo nome specifico preceduto dal simbolo @ che negli account è indicato sotto l'immagine profilo e il nome dell'account stesso.

Per l'account istituzionale di FBK, la *mention* è @FBK_research

Per etichettare il tweet e "correlarlo" a un argomento si usa l'*hashtag*, una o più parole non separate da spazi e precedute dal simbolo #.

Per l'account istituzionale di FBK, l'*hashtag* è #FBKresearch

YouTube

IMMAGINE COVER

dimensioni minime: 2048x152 px
dimensioni ottimali: 2560x1440 px

La visualizzazione della cover varia in base al dispositivo che si sta utilizzando (mobile, tablet, desktop); l'area che resta sempre visibile è indicata nel tratteggio e misura 1546x423 px. In modalità TV, l'immagine diventerà lo sfondo pieno del canale, in proporzione 16:9

IMMAGINE PROFILO
dimensioni ottimali 800x800 px

FBK - Fondazione Bruno Kessler
1.55K subscribers

Nella sezione "ABOUT" aggiungere la frase "Policy esterna"

SUBSCRIBE

HOME
VIDEOS
PLAYLISTS
COMMUNITY
CHANNELS
ABOUT

Organizza i video in "playlist", cartelle tematiche che raggruppano i video caricati. Un video può essere visualizzato in più playlist

#menoviruspiucoscienza | la ricerca al tempo del Covid-19

1.414 views · 1 year ago

In questi giorni di emergenza nazionale la produzione di conoscenza non si ferma

Parallelamente al lavoro della ricerca e della diffusione dei suoi risultati stiamo organizzando una serie di contenuti divulgativi per adulti e bambini, continuate a seguirci sui nostri canali per essere sempre aggiornati!

[READ MORE](#)

Uploads ▶ PLAY ALL

WEBVALLEY 2021 INTERNATIONAL SUMMER...

350 views · Streamed 5 days ago

EDIT - Esperienze Didattiche Insieme al Territorio

79 views · 3 weeks ago

Io è un altro io

37 views · 3 weeks ago

[CC](#)

WEBVALLEY 2021

130 views · 3 weeks ago

Webinar series "Facing an Outbreak: Issues of Global...

34 views · 1 month ago

[CC](#)

CavAward 2021

33 views · 1 month ago

[CC](#)

FBK projects ▶ PLAY ALL

5G CARMEN | 5G for Connected and Automated...

3:26

Smart Altitude IEMS (Integrated Energy...

2:41

CREEP PROJECT (EN VERSION)

1:27

I-REACT | L'APP EUROPEA PER RENDERE ATTIVI L...

2:37

SocketMaster project: an optimised prosthetic sock...

1:34

SUPERTWIN: The entangled key to super resolution...

5:44

è una piattaforma web che consente la pubblicazione, la condivisione e la visualizzazione in rete di video originali. I video sono corredati da un titolo e una breve didascalia e al momento del caricamento devono essere inseriti i *tag*, parole che rappresentano il contenuto del video e facilitano il suo ritrovamento nei risultati dei motori di ricerca.

LinkedIn

È un social network basato principalmente su reti di contatti professionali, il profilo degli utenti infatti è simile a un curriculum. Dal punto di vista aziendale è particolarmente adatto a instaurare relazioni, diffondere comunicazioni o promuovere iniziative pensate per specifici gruppi di persone accomunate dalla professione o dal background formativo.

È un valido strumento per rafforzare l'immagine aziendale nonché un canale importante per l'attrazione di talenti. Per menzionare l'account, cercare il profilo azienda Fondazione Bruno Kessler - FBK.

LinkedIn Lavoro Fondazione Bruno Kessler - FBK Nel mondo Iscriviti ora Accedi

IMMAGINE COVER
dimensioni minime: 1192x220 px
dimensioni ottimali: 1536x768 px

IMMAGINE PROFILO
dimensioni ottimali 300x300 px

Fondazione Bruno Kessler - FBK
Ricerca
Trento, Italy · 17.698 follower
"Future Built on Knowledge" is our motto. SOCIAL MEDIA POLICY:
<http://www.fbkeu/en/privacy-cookies-policy/>

[Vedi offerte di lavoro](#) [Segui](#)

Chi siamo
Top Research institute in Italy, ranked at the 1st place for scientific excellence with in 3 different subject areas (CT, History and Sociology) and for the economic and social impact according to the quality of research ANVUR evaluation for the period 2010-2014.
Fondazione Bruno Kessler (FBK) and its Center for Scientific and Technological Research count more than 400 researchers, conduct studies mainly in the areas of information Technology and Materials and Microsystems.
FBK shares technological competences with companies, stakeholders, public entities, national and international agencies.
FBK offers technologies and know-how transfer services to satisfy the request of innovation of partners and clients.
FBK, one of the major European centers of excellence in R&D, works with different entities: local and national companies, multinationals, public bodies, and venture capitals.
FBK offers products, competences and services to anyone in need of innovative technological solutions.
FIND OUT MORE ON: <http://techtransfer.fbkeu/>

WHERE WE ARE:
Fondazione Bruno Kessler is situated in Trentino, a province in north-east Italy governed under a special autonomy statute.

HISTORY:
FBK was created on 1 March 2007 and inherits the activities of the Istituto Trentino di Cultura (founded in 1962, based on the ideas of Bruno Kessler, a long-time member of the local government and founder of the University of Trento).

Follow us also via Twitter @FBKcom and read our stories on <http://magazine.fbkeu/>

Sito Web <http://www.fbkeu.it>

Settori Ricerca

Dimensioni dell'azienda 501-1000 dipendenti

Sede principale Trento, Italy

Tipo Non profit

Data di fondazione 1962

Settori di competenza Religious Sciences, Theoretical studies in nuclear physics, italo-germanic studies e Evaluation of Public Policies

Aggiornamenti

Fondazione Bruno Kessler - FBK
17.698 follower
19 mag 2021
Extended until 10 September 2021, 12 pm, the Application Deadline for the selection of 3 Directors for the FBK Research Centres:
- Sensors and Devices (FBK-S&D),
- Evaluation of Public Policies (FBK-EVAPP),
- Religious Studies (FBK-RS).

IMMAGINE POST / UPDATE
dimensioni minime: larghezza di almeno 200 px
dimensioni consigliate: immagine con proporzioni 1.91:1 (es. 1200x627 px)

Extended until 10 September 2021, 12 pm, the Application Deadline for the ...
<https://magazine.fbkeu/>

[Consiglia](#) [Commenta](#) [Condividi](#)

Pagine simili

- HIT - Hub Innovazione Trentino
Relazioni (governo)
Povo, TN
- Fondazione Edmund Mach
Biotecnologie
San Michele all'Adige, Trento
- Eurac Research
Ricerca
- FBK
Informatica e servizi
Milan, Lombardy

Mostra altre pagine simili

Sfogliale offerte di lavoro

- Offerte di lavoro: Ricercatore**
95 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Direttore**
1.221 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Ingegnere**
1.818 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Biologo**
111 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Ingegnere biomedico**
127 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Consulente legale**
107 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Geologo**
34 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Ingegneria informatica**
1.933 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Medical Science Liaison**
61 offerte di lavoro aperte
- Offerte di lavoro: Project Manager**
2.834 offerte di lavoro aperte

Mostra altre offerte di lavoro come

Aggiungere alla fine della descrizione il link alla policy di FBK...
Il link della struttura può essere aggiunto alla voce link sottostante

Instagram

IMMAGINE PROFILO
dimensioni minime 110x110 px
dimensioni ottimali 160x160 px



fbkresearch [Follow](#)

1,079 posts 2,832 followers 192 following

FBK - Fondazione Bruno Kessler
Fondazione Bruno Kessler is a research non-profit public interest entity.
<http://www.fbk.eu/>
lnk.bio/R7JI



Webvalley



GuardaChe...



#menoviru...



Climathon ...



NDR 2019



TSCW19



kids go gre...

POSTS

IGTV

TAGGED

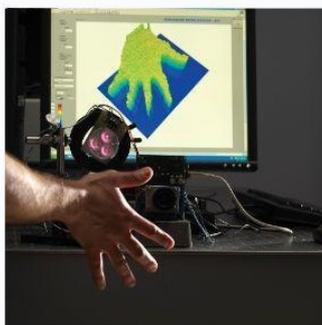
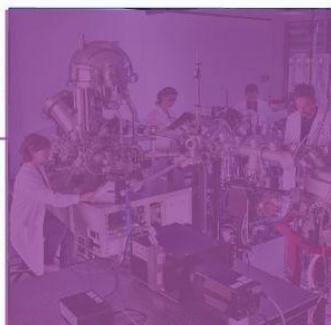


IMMAGINE POST
dimensioni ottimali 1080x1080 px

È un social network fotografico in cui immagini di alta qualità sono accompagnate da una breve didascalia che deve comprendere numerosi *hashtag* ed eventuali *mention*.

Gli *hashtag* hanno la funzione di etichettare la foto e “correlarla” a un argomento: sono una o più parole, non separate da spazi, precedute dal simbolo #.

Per l’account istituzionale di FBK, l’hashtag è #fbkresearch
Le *mention* hanno la funzione di citare un account instagram esistente, per fargli sapere che si parla di lui o per coinvolgerlo nella discussione. Su instagram corrisponde al nome dell’account.

Per l’account istituzionale di FBK, la mention è @fbkresearch
Instagram offre la possibilità di pubblicare le *stories*, immagini visibili cliccando l’immagine profilo che durano 24 ore.

Instagram esprime maggiori potenzialità nella versione mobile.