

# FUNDAÇÃO

# PADRE ANCHIETA

MANUAL DE **BOAS PRÁTICAS** NAS REDES SOCIAIS



DEZEMBRO/2018

## DIREÇÃO

**Presidente do Conselho Curador** – AUGUSTO LUIS RODRIGUES

**Presidência Executiva** – MARCOS RIBEIRO DE MENDONÇA

**Vice-Presidência Executiva** – ROSE GOTTARDO

# SUMÁRIO

1. Introdução .....	5
2. A quem se destina.....	6
3. Objetivo.....	6
4. Boas práticas para os funcionários da FPA .....	6
5. Boas práticas para apresentadores, repórteres e atores .....	8
6. Boas práticas para produtores e jornalistas .....	10
7. Boas práticas no e-mail corporativo e máquinas da FPA.....	11



# 1. INTRODUÇÃO

A Fundação Padre Anchieta – FPA, com foco na governança corporativa e no Programa de Compliance, tem efetuado esforços no sentido de normatizar, orientar e auxiliar nossos colaboradores na execução de suas funções, com intuito de minimizar riscos.

Isso constitui a base para estratégia da gestão, com processos apropriados para administrar as questões identificadas, conforme a prioridade. O objetivo é priorizar ações para monitorar, minimizar e eliminar riscos.

Atenta a esse fato e com intuito de aperfeiçoarmos nossas ações internas, elaboramos o **Manual de Boas Práticas nas Redes Sociais** para orientar todos os integrantes da Fundação Padre Anchieta.

O conteúdo do Manual propicia melhor eficácia, eficiência e efetividade na utilização dos recursos disponíveis, como também a excelência dos procedimentos internos.

O Manual é dinâmico e permite atualizações frequentes. A periodicidade de revisão ocorrerá conforme avanços na legislação pertinente e nos processos gerenciais aplicados à FPA, bem como por propostas dos gestores para a melhoria contínua.

**MARCOS MENDONÇA**  
Presidente-Executivo da FPA

## 2. A QUEM SE DESTINA

O presente documento se aplica a toda FPA e a seus respectivos integrantes, devendo também observar as presentes disposições àqueles que estiverem envolvidos nas atividades da FPA, direta ou indiretamente, tais como prestadores de serviço, fornecedores, consultores, agentes, intermediários, representantes e distribuidores, independente dos termos e condições de contratação de seus serviços. Além das diretrizes previstas neste documento, devem ser respeitadas as leis, normas e regulamentos vigentes, assim como as diretrizes éticas dos órgãos de controle e fiscalização, e das legislações estrangeiras, quando aplicáveis às suas áreas de atuação. Todo material está disponível na Intranet.

## 3. OBJETIVO

Estabelecer normas a todos os integrantes da FPA, para melhor aproveitamento dos recursos das redes e uso adequado das plataformas digitais, preservando a imagem pessoal do colaborador e da instituição.

## 4. BOAS PRÁTICAS PARA OS FUNCIONÁRIOS DA FPA

Mostrar seu entusiasmo pela FPA e seu trabalho são atitudes bem-vindas. Portanto, incentivamos nossos funcionários a seguir e curtir as páginas das emissoras e programas e também a interagir com elas.

No entanto, alguns cuidados devem ser tomados. Todo funcionário da FPA que se identifica nas redes sociais como funcionário precisa atentar-se para o fato de que sua imagem online também afeta a reputação das nossas emissoras entre os seus seguidores e amigos. Portanto, as boas práticas também se aplicam e os valores básicos de conduta devem ser levados em conta para um uso saudável da ferramenta, sem danos à sua imagem profissional e pessoal na rede.

- **Não poste ou compartilhe nada que possa prejudicar, denegrir ou questionar a reputação da FPA e suas emissoras, seja direta ou indiretamente.**

- **Se você não falaria dentro da emissora, não publique em seu perfil.** Pondere as suas publicações, pense antes de enviar. Redes sociais têm um alto alcance e suas mensagens podem ser vistas por quem nunca se espera.

- **Não publique o que é confidencial.** Se não está na página oficial do programa e também não está no site da TV Cultura, não divulgue.

- **Respeite seus colegas de trabalho e lideranças.** É preciso ter respeito e ética com os demais funcionários da FPA dentro e fora das redes sociais. Nunca publique ou compartilhe algo que possa ofendê-los ou difamá-los, direta ou indiretamente. Essa atitude não atinge apenas seu colega, mas também a FPA como um todo e até mesmo você, pois demonstra falta de profissionalismo perante seu network.

- **Nunca fale em nome da FPA ou de sua produção.** Faça uso de links de publicações oficiais para responder aos comentários.

- **Ao falar de produções da FPA, prefira compartilhar o material publicado nas páginas oficiais.**

- **Não publique sem autorização.** Não publique fotos de seus colegas de trabalho sem que eles o autorizem. Quando solicitado, remova o conteúdo imediatamente.

- **Seja transparente.** Não é permitido manter ou criar perfis falsos que mencionem ou compartilhem referências à TV Cultura.

- **Virtualmente, nada é privado.** Até mesmo conversas por inbox podem ser publicadas.

Você é responsável pelo que publica, comenta e compartilha. Não somente nossos posts podem ser acompanhados pelos usuários, como todas as nossas demais interações, portanto, devemos sempre nos atentar para rastros online.

- **Não entre em confusões.** Evite entrar em discussões acaloradas sobre os assuntos relacionados ao seu trabalho na FPA. Comentar em postagens negativas e caluniosas só aumenta sua repercussão.

- **Respeite as diferenças.** Evite seguir páginas ou perfis que violem ou que não estejam de acordo com os valores da FPA. Respeite a diversidade. Não possua condutas discriminatórias. Lembre-se, a internet é um desdobramento de nossas vi-

das e a mesma conduta que temos no mundo real e profissional deve estar presente no mundo virtual.

- **Mostre respeito às opiniões alheias.** Nada de trollar, fazer bullying ou difamar.

- **Blogs de funcionários** que não possuam qualquer relação com a Fundação e que não o descrevam como funcionário das emissoras são permitidos. Blogs que já existam e que possuam indicações que o relacionam com a Fundação devem ser reportados para a gerência do funcionário, para que se garanta imparcialidade e confidencialidade, evitando possíveis conflitos de interesse.

- **Na presença de artistas e convidados dos programas** ficam permitidas transmissões ao vivo realizadas por integrantes de equipes responsáveis pelas páginas oficiais dos programas. Fotos também devem ter a autorização do convidado.

- Use sempre seu nome real e seu cargo, não um personagem, quando usar as mídias sociais para trabalho.

## 5. BOAS PRÁTICAS PARA APRESENTADORES, REPÓRTERES E ATORES

**Saiba diferenciar sua página profissional dos perfis oficiais da TV Cultura.** Apesar de sua página profissional ser seu perfil oficial, ela não pertence ao guarda-chuva de páginas oficiais da TV Cultura, portanto é necessário deixar claro que ela se trata de sua página oficial e representa as suas opiniões. Para isso:

- **Você é sua marca.** Um perfil pessoal de um apresentador não pode conter em sua URL, nome ou avatar qualquer conteúdo que remeta à TV Cultura, ao nome do programa ou ao personagem em questão.

- **Não duplique conteúdo.** Opte por compartilhar o material (vídeos e fotos) publicado nas páginas oficiais dos programas em seu portfólio/perfil.

- Coloque em sua descrição: “Esta é a página oficial de \*\*\*, portanto opiniões expressadas aqui são de minha total responsabilidade e não representam as posições da TV Cultura e do programa \*\*\*”.



Converse com o seu público. A sua página profissional é o melhor canal para a manutenção da sua base de espectadores.

- **Interaja.** Lembre-se de sempre responder aos comentários e elogios de seu público.
- **Aceite críticas abertamente e seja cabeça fria.** Seja profissional e polido em suas respostas. Geralmente, entrar em discussões aumenta o alcance do assunto e inflama os envolvidos. Deletar os comentários com críticas também não é bem-visto.
- **Lembre-se: a página oficial do programa não é a sua página oficial.** Limite suas respostas ao seu perfil e deixe que os responsáveis pelas páginas oficiais comentem em nome do programa.

Sua opinião é ouvida. Seu posicionamento nas redes sociais atinge diretamente a visão que a sua audiência tem de você.

- **Não poste nada que não diria no ar.** Nas redes sociais, os posicionamentos podem ficar registrados e atingir proporções gigantescas. Pense e repense. Se ficou em dúvida, não poste.
- **Imparcialidade é crucial.** Procure não se envolver em assuntos controversos. Nossa audiência precisa da confiança de que as atividades externas de nossos apresentadores, jornalistas e atores não influenciam na imparcialidade e/ou na reputação da emissora.
- **Evite falar pelo seu programa e não gere conflito com a sua linha editorial.** Não emita opiniões em nome do programa que você conduz na emissora e evite assuntos que possam representar conflito de interesse dentro da editoria na qual seu programa se encontra.

Entenda os limites da privacidade. Mesmo que você não possua uma página profissional em redes sociais, seu público poderá buscar e seguir seu perfil pessoal e/ou tentar entrar em contato com você. Neste caso:

- **Esteja atento às suas configurações de privacidade.** As redes sociais possuem classificações na forma como disponibilizam suas informações. Torne público apenas o que todo mundo pode ler. Verifique sempre suas solicitações de amizades para não correr riscos.

- **Mantenha interno tudo o que for confidencial.** Não discuta a respeito de pautas, material em processo, condução de entrevistas ou qualquer plano futuro de gravação.

## 6. BOAS PRÁTICAS PARA PRODUTORES E JORNALISTAS

**Atente-se à sua credibilidade.** A apresentação da sua página e todos os elementos que ela possui influenciam na imagem que o público tem de seu programa.

**Seja imparcial.** Uma página de sucesso normalmente possui um tom pessoal, mas não contém opinião pessoal, visando imparcialidade.

**As equipes não devem indicar suas posições políticas em seus perfis pessoais.**

**Digas com quem andas...** Seguir uma página ou se inscrever em um canal enquanto página oficial dá a entender que eles são dignos de confiança. Reveja as postagens periodicamente e remova aqueles que excedam o comportamento apropriado.

**Não engane seu usuário.** Todas as chamadas de ação para o usuário devem ser claras, a fim de levá-lo àquilo que se propõe.

**Respeite os direitos autorais.** Tenha certeza da propriedade intelectual de todo conteúdo postado. Prefira sempre compartilhar das páginas oficiais ou publicar conteúdo autoral a reproduzir o conteúdo de terceiros.

**Não dê a notícia primeiro na sua rede social.** A prioridade é a emissora. Portanto, envie o anúncio e/ou notícia ao departamento responsável e compartilhe o material depois de publicado.

**Atente-se ao que é confidencial ou interno.** Não divulgue fotos, vídeos ou informações de uma nova produção antes de sua estreia na TV ou na rádio, sem autorização prévia do seu gestor. Isso pode prejudicar estratégias traçadas por diferentes departamentos.

**Seja ético.** Posts não devem possuir nenhum tipo de endossamento pessoal, promoção pessoal ou contatos de negócios.

**Tenha cuidado com aquilo que escreve e como escreve.** Sempre releia suas publicações, corrija os erros gramaticais e faça revisões. Se possível, peça para outro membro da equipe conferir o seu material antes de ir ao ar.

**Construa uma identidade.** Procure formular um padrão que facilite a escrita e o desenvolvimento do conteúdo e que possa ser replicado por outros funcionários na sua ausência.

Crises em redes sociais tendem a gerar um ambiente de estresse que muitas vezes pode desestabilizar a equipe. Para resolvê-las, contate imediatamente a equipe de Mídias Digitais, que criará um plano de ação. Em momentos como esse, lembre-se de que é preciso que todos trabalhem em conjunto e alinhados.

## 7. BOAS PRÁTICAS NO E-MAIL CORPORATIVO E MÁQUINAS DA FPA

- Não é permitido usar os e-mails corporativos e computadores da FPA para realização ou angariação de serviços externos de qualquer tipo sem autorização do gestor da área.
- Fica proibido baixar e armazenar quaisquer espécies de arquivos ilícitos, inadequados ou que insultem um grupo ou indivíduo, assim como acessar sites dessa natureza.
- Lembre-se que seu login e senha dão acesso a informações confidenciais da FPA. Não compartilhe seus dados.
- Editar uma enciclopédia online dentro das facilities da FPA deixa rastros por meio do endereço de IP da empresa. Essas alterações devem seguir os princípios de imparcialidade e transparência.





**FUNDAÇÃO  
PADRE ANCHIETA**

© Copyright 2018