

MANUAL DE CONDUTA PARA AS REDES SOCIAIS

Gerência de Relacionamento e Comunicação - 2018



SUMÁRIO

Introdução	3
Princípios Gerais de Conduta	4
Perfis e Canais da Universidade	5
Facebook	5
Twitter	6
Youtube	7
Instagram	8
LinkedIn	9
Spotify	10
Considerações Finais	11

INTRODUÇÃO

Comprometida com valores éticos e cristãos, a Universidade Católica de Brasília se preocupa com o desenvolvimento integral das pessoas e da sociedade, priorizando a inclusão social com responsabilidade e respeito à diversidade e, além disso, valorizando as atitudes de inovação, engajamento, comprometimento e satisfação com o trabalho.

Reconhecendo a importância das redes sociais como ferramentas de comunicação, este Manual de Conduta tem como objetivo orientar os colaboradores quando mencionarem, comentarem, publicarem ou compartilharem conteúdos envolvendo a Universidade, assim como em relação às suas condutas no ambiente digital.

Dúvidas e contribuições são desde já muito bem-vindas: escreva para informeucb@ucb.br.

PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Responsabilidade, respeito a direitos autorais e à privacidade devem guiar o comportamento dos colaboradores da UCB nas mídias sociais.

Nas mídias sociais da Universidade, você poderá postar seus comentários, acompanhar de perto todas as atividades da Instituição e compartilhar o conteúdo.

Confira algumas das recomendações:

- 1.** Não divulgue informações confidenciais ou que não tenham sido validadas. Por meio dos canais de comunicação interna da Universidade, você possui acesso a informações confidenciais. Dessa forma, é imprescindível que dados, conteúdos e demais aspectos do ambiente profissional não sejam divulgados sem autorização expressa.
- 2.** Aja sempre com respeito, seguindo as regras de boa convivência e educação, tanto virtualmente quanto presencialmente.
- 3.** Caso tenha encontrado alguma informação com erro ou com alguma discordância, entre em contato, de forma privada, com o perfil da Instituição.
- 4.** As mídias sociais no trabalho são monitoradas pela Universidade. Caso tenha acesso, utilize com responsabilidade o seu tempo e os equipamentos da empresa. O uso pessoal das mídias, durante o expediente, deve ser evitado.
- 5.** Acompanhe as publicações e apoie as iniciativas e ações desenvolvidas pela Católica na internet.

PERFIS E CANAIS DA UNIVERSIDADE

Facebook

A Universidade possui uma fanpage no Facebook: www.fb.com/catolicadebrasil.

O Facebook é uma plataforma de mídia social que permite a interação entre usuários via mensagens e compartilhamento de imagens, vídeos e links, além de aplicativos diversos. Possibilita a criação de grupos de discussão, que podem ser privados ou públicos, bem como conversas em tempo real via chat.

Recomendações para uso do Facebook:

- 1.** Curta a página, acompanhe as publicações e interaja com o conteúdo. Inclusive, ofereça sugestões de temas que possam ser trabalhados posteriormente.
- 2.** É possível incluir em seu perfil a informação do seu vínculo profissional, assim como fazer check in na página, ao chegar na Universidade, e avaliar a UCB no campo “Avaliações”.
- 3.** Caso apareça um comentário passível de resposta em área diferente da sua, aguarde a manifestação dos editores de conteúdo da página, responsáveis por responder aos questionamentos.
- 4.** Comunicações administrativas entre os funcionários devem ser realizadas pelos meios tradicionais da empresa, como o e-mail profissional e o ramal.
- 5.** Marque conhecidos nas fotos publicadas pelo perfil da Instituição.

Twitter

A Universidade possui um perfil no Twitter: www.twitter.com/catolica.

O Twitter é um microblog no qual é possível publicar pequenos textos com até 280 caracteres (incluindo espaço e pontuação). As mensagens podem ser públicas ou restritas a uma pessoa ou a um grupo que você determinar. Os textos aparecem em forma de lista e podem ser facilmente compartilhados pelo botão retuitar (identificado no site como “RT” ou “retweet”).

Recomendações para uso do Twitter:

- 1.** Você pode se identificar como colaborador da Universidade, em observância aos princípios gerais de conduta mencionados no início deste documento.
- 2.** Não retuite boatos, rumores ou participe de crises relacionados à Universidade.
- 3.** Você pode mencionar a Universidade ou criar uma hashtag (etiqueta do Twitter) para mobilizar outras pessoas a falarem sobre um determinado assunto.

YouTube

A Universidade possui um perfil no YouTube: www.youtube.com/catolicadebrasil.

O YouTube é um site de exibição e compartilhamento gratuito de vídeos, que podem receber comentários e é possível saber quantas pessoas já os visualizaram. Disponibiliza botões de compartilhamento fácil com outras mídias sociais, além do sinal para o usuário apontar se gostou ou não do conteúdo.

Recomendações para uso do YouTube:

- 1.** Se for produzir um vídeo para YouTube que fale sobre a Universidade, consulte antes a Gerência de Relacionamento e Comunicação.
- 2.** Em vídeos que envolvam a UCB (reuniões, eventos etc.), deve-se tomar cuidado com a exposição indevida de colegas de trabalho e da própria Instituição.
- 3.** Acompanhe as divulgações no canal da Universidade e interaja, por meio de curtidas e de comentários.

Instagram

A Universidade possui um perfil no Instagram: www.instagram.com/catolicadebrasil.

O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais.

Recomendações para uso do Instagram:

- 1.** Tirou alguma foto na Universidade? Marque o perfil da UCB e insira as hashtags (etiquetas) #catolicadebrasil ou #cliquecatolica.
- 2.** Respeite os direitos autorais. Se for compartilhar alguma foto que não seja de sua autoria, dê os devidos créditos.
- 3.** Interaja com os conteúdos da Universidade e sempre notifique o perfil caso veja alguma publicação de terceiro passível de resposta da empresa.

LinkedIn

A Universidade possui um perfil no LinkedIn como Universidade Católica de Brasília (<https://www.linkedin.com/school/466993/>).

O LinkedIn é uma rede social profissional importante para identificação de parcerias internas e externas. O perfil do usuário é usado como um currículo online. Possui grupos de discussões sobre variados assuntos. O grande diferencial do LinkedIn é o foco em conteúdos profissionais.

Recomendações para uso do LinkedIn:

- 1.** Siga o perfil da Instituição e acompanhe as publicações de novas vagas na Universidade e também os conteúdos voltados para o mundo corporativo.
- 2.** Antes de criar algum grupo com referência à Universidade, entre em contato com a Gerência de Relacionamento e Comunicação para obter orientações.
- 3.** Tenha cuidado nas recomendações de profissionais. Indique apenas quem você realmente confia, para ter mais credibilidade na rede.
- 4.** Mantenha o foco profissional. Não misture conteúdos pessoais, de interesse privado, com informações de caráter técnico.

Spotify

A Universidade possui um perfil no Spotify: <https://play.spotify.com/user/catolicadebrasil>.

O Spotify é um aplicativo que conecta e sincroniza seus gostos musicais, dando acesso a milhões de músicas. No aplicativo é possível reproduzir músicas, receber recomendações de recursos personalizados, montar suas próprias coleções de músicas, ver o que os amigos e artistas que você segue estão escutando e também criar suas próprias estações de rádio.

Recomendações para uso do Spotify:

1. Disponibilizamos playlists colaborativas - nas quais outros usuários podem adicionar, apagar e reorganizar as faixas-, relacionadas ao mundo universitário. Contamos com a sua participação.
2. Sugestões são bem-vindas. Siga o perfil da Instituição e sugira músicas ou playlists.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Serão monitorados conteúdos, comentários e tudo o que envolva a imagem da Universidade Católica de Brasília nas mídias sociais.

O objetivo é, de forma estratégica, identificar dúvidas, mal-entendidos, críticas e elogios, a fim de melhorias no que se refere à Universidade, não apenas na comunicação online.

Por fim, acreditamos que o crescimento da Instituição é fruto da soma de esforços entre todos os colaboradores, que podem contribuir e se beneficiar com os diálogos, debates e conteúdos partilhados nas mídias sociais.



**Universidade
Católica de Brasília**