

 SANTA CASA DE VITÓRIA	MANUAL			
	Data da criação: 20/07/2023	Data da versão: 20/07/2023	Data de validade: 20/07/2025	Página: 1 de 6
	GUIA DE REDES SOCIAIS E POSICIONAMENTO			Código: MAN.COM.004
				Versão: 001

GUIA DE REDES SOCIAIS E POSICIONAMENTO

 SANTA CASA DE VITÓRIA	GUIA DE REDES SOCIAIS E POSICIONAMENTO		
	Código: MAN.COM.004	Versão: 001	Página: 2 de 6

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. AS REDES SOCIAIS E SEU PAPEL NELAS.....	3
3. O QUE EU DEVO POSTAR?.....	3
3.1 Dica para refletir.....	4
4. NA REDE, O PESSOAL E O PROFISSIONAL SE MISTURAM.....	4
5. COMO POSSO SER MULTIPLICADOR?.....	4
5.1 Sugestões.....	4
5.2 Evite problemas.....	5
6. O SEU POSICIONAMENTO NAS REDES.....	5
7. RESUMO DE REVISÕES.....	6

1. INTRODUÇÃO

É impensável, nos dias atuais, ver o mundo sem a internet e as redes sociais. A Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de Vitória reconhece estes meios como canais fundamentais para informar, tirar dúvidas e levar transparência a todos. Nossa presença institucional na rede é gerida por uma equipe de especialistas, que divulgam informações confiáveis e de qualidade para o cliente. Interações e publicações são feitas com responsabilidade, levando-se em conta que o nome da Instituição está em exposição permanente na internet. Este Guia de Redes Sociais e Posicionamento foi idealizado por uma comissão. Participaram das discussões e da elaboração do material os setores: Direção, Recursos Humanos, Comunicação e Jurídico.

2. AS REDES SOCIAIS E SEU PAPEL NELAS

Mesmo para quem não utiliza as redes sociais com frequência, é muito importante entender que elas vão muito além de um espaço para trocas de mensagens, fotografias e opiniões pessoais. Existe um mundo de possibilidades diante de um único clique: elogios, reclamações, campanhas sociais e notícias verdadeiras ou falsas (fake news).

Também é importante entender que a sua presença nas redes sociais é necessária, seja para acompanhar os temas de seu interesse (notícias e estudos relacionados ao seu trabalho, por exemplo), como também para se divertir e compartilhar bons momentos. Afinal, os perfis virtuais são, também, uma extensão da sua vida social. Com isso, compartilhar um gosto, expor uma opinião ou mesmo manifestar uma insatisfação são práticas comuns nas redes. Mas deve haver o máximo de responsabilidade e cautela.

Por mais que o seu perfil em uma rede social seja para uso pessoal e para o contato somente com seus amigos, familiares e pessoas que compartilham das mesmas opiniões, **suas informações ali divulgadas são públicas e estão expostas em um meio onde qualquer pessoa poderá ter acesso e interpretar livremente.**

Além disso, por mais que sejam pessoais, todas as opiniões divulgadas nas redes sociais são, imediatamente, associadas aos círculos dos quais você faz parte: sua família, seu trabalho, seu grupo de estudos. Na internet, em proporção maior do que no ambiente físico, nunca estamos sozinhos e estamos associados aos grupos que pertencemos.

3. O QUE EU DEVO POSTAR?

Não existe uma fórmula pronta sobre como devemos nos apresentar na internet. Mas, vale lembrar: **do outro lado da tela sempre haverá alguém tirando conclusões sobre a sua mensagem publicada.**

Da mesma forma, **compartilhar um conteúdo significa se apropriar daquela opinião emitida por terceiros e concordar com ela.** O compartilhamento de mensagens polêmicas, ofensivas ou ilegais, mesmo tendo origem em outro perfil que não o seu, são de sua responsabilidade a partir do momento que ganha visibilidade através do seu perfil.

A quantidade de informações divulgadas é uma decisão do dono da página. Relatar no perfil que você faz parte da Instituição também é opção. Incentivamos a prática e muito nos orgulha.

Com isso, a partir do momento que se identifica como pertencente a uma empresa da Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de Vitória, suas opiniões pessoais na internet devem respeitar os princípios e valores estabelecidos pela empresa. Afinal, é dever do colaborador zelar por sua própria imagem e também pela imagem da nossa Instituição.

3.1 Dica para refletir

Antes de publicar qualquer conteúdo nas suas redes sociais, pense sobre os impactos que a sua mensagem poderá causar. **Há alguma chance de gerar inimizades, prejudicar sua imagem (pessoal e profissional) ou gerar revolta em um grupo específico?** Se sim, repense se vale publicar.

Lembre-se novamente: você é um espelho dos grupos que faz parte. Por isso, a sua opinião, mesmo sendo particular, pode interferir diretamente na imagem institucional.

4. NA REDE, O PESSOAL E O PROFISSIONAL SE MISTURAM

Levando-se em conta que as opiniões pessoais e as atitudes do nosso dia a dia também são adotadas em nosso ambiente de trabalho e nos demais grupos dos quais pertencemos, o mesmo ocorre com o que você compartilha na internet.

Os conteúdos publicados no ambiente virtual também são regidos pela Constituição. Sendo assim, comentários e postagens que incitem violência, difamação, calúnia ou algum tipo de preconceito, seja ele qual for, são graves. Estes são exemplos de crimes comuns cometidos na internet e que podem gerar punição, se descobertos. Outro ponto fundamental é a atenção ao horário das publicações e interações on-line, que devem ser sempre fora do seu expediente.

5. COMO POSSO SER MULTIPLICADOR?

Somos uma equipe. A sua participação é importantíssima para que as nossas ações e conquistas cheguem a quem ainda não nos conhece ou fortaleça ainda mais a nossa marca diante de quem já confia em nossos serviços.

A imagem institucional e a nossa credibilidade no mercado são construções que também passam pela forma com que os colaboradores atuam nas redes sociais. Seja no conteúdo que publicam, seja no engajamento com as causas institucionais. Sendo assim, cada colaborador tem em mãos um grande potencial para expandir os nossos horizontes. A credibilidade e a reputação são bens construídos por várias mãos dentro da Instituição, e também passam por você. Se assim desejar, você pode nos ajudar a:

5.1 Sugestões

- Seguir nossas redes sociais oficiais, por exemplo, é uma forma de estar sempre por dentro de todas as novidades que acontecem na Instituição. É, também, uma ótima maneira de se atualizar sobre os assuntos que estão em pauta no momento e nosso posicionamento empresarial sobre esses temas;

- Além disso, utilizar as nossas **#hashtags** oficiais, compartilhar campanhas que nós abraçamos e levar até o seu círculo pessoal os projetos que estão sendo divulgados em nossos canais são ações muito bem-vindas, que agregam credibilidade ao seu perfil pessoal e também à nossa empresa;
- Apoiar e incentivar nossas ações institucionais, comentando e compartilhando as publicações;
- Levar os conteúdos publicados em nossos canais oficiais para debater com sua equipe de trabalho;
- Informar imediatamente ao setor de Comunicação caso encontre menções negativas à Instituição na internet;
- Preencher seu perfil com os dados de trabalho, como o nome da nossa empresa, o cargo que ocupa e há quanto tempo está conosco.

5.2 Evite problemas

Por outro lado, nem tudo é positivo diante da tela. Algumas situações muito comuns necessitam de cautela e responsabilidade para evitar problemas.

- A sua identificação na internet é pessoal. Não crie e-mails, perfis ou sites utilizando a sua conta corporativa. O uso do e-mail institucional é, única e exclusivamente, para o trabalho;
- Nunca comente, publique ou compartilhe informações estratégicas como dados, pesquisas de satisfação, informações sobre contratos ou qualquer assunto que interfira no planejamento institucional;
- Não compartilhe eventos, campanhas, fotos ou vídeos institucionais sem que os nossos canais oficiais tenham publicado anteriormente;
- Não curta, comente ou crie perfis institucionais secundários, que não sejam administrados pela equipe de Comunicação. E caso encontre algum desses perfis, comunique para que possamos tomar as providências necessárias;
- Por fim, não utilize a logomarca da Instituição para fins pessoais, como campanhas próprias ou para ilustrar um perfil pessoal. O uso da logomarca é exclusivo para ações oficiais.

6. O SEU POSICIONAMENTO NAS REDES

As orientações anteriores são com o objetivo de alertar sobre a importância de se posicionar com responsabilidade, para não ferir a lei, em primeiro lugar, e nem os valores institucionais no seu trabalho.

Citar nossas marcas e notícias é permitido e incentivado pela empresa, desde que haja responsabilidade e que sejam utilizados os horários e locais propícios para a interação. A divulgação de ações e campanhas também é incentivada por nós, desde que já tenham sido publicadas nos canais oficiais e no site. Caso contrário, é grande o risco de divulgar um conteúdo inapropriado ao público externo.

Atenção! Expor opinião ou mesmo publicar uma análise utilizando-se do nome da Instituição, ou do cargo que ocupa, não é permitido. Somente os perfis oficiais da empresa são porta-vozes autorizados.

Também não é permitido responder dúvidas de internautas sobre os nossos serviços, em nome da instituição. O retorno institucional deve ser feito somente pelos perfis oficiais, e nunca pelos colaboradores.

As críticas publicadas em nossos perfis não devem ser respondidas, mesmo que o objetivo seja defender a Instituição. Entendemos a intenção do colaborador, mas a tarefa é exclusiva dos administradores dos perfis oficiais, utilizando o posicionamento adequado para cada situação.

Também não é permitido criar grupos, comunidades ou locais de check-in na internet utilizando o nome da Instituição, nem inserir imagens institucionais e logomarcas. **Esta função é da Comunicação.**

A publicação de fotos no ambiente hospitalar só é permitida em locais de uso comum (corredores) durante dinâmicas, eventos ou treinamentos. **Não é permitido filmar ou fotografar nos postos de trabalho e dentro dos setores, expondo a equipe ou estratégias.**

Também não é permitido expor a privacidade do cliente. A integridade de quem procura nossos serviços é responsabilidade nossa, e garantida pela Constituição. Quebrar a confidencialidade é uma ação grave, prevista no Código de Ética Médica e passível de punição imediata.

7. RESUMO DE REVISÕES

REV.	DESCRIÇÃO	DATA	RESPONSÁVEL
01	Edição e aprovação.	20/07/2023	Leonardo Soares
02	Revisado		

Elaborado por:	Validado e Aprovado por:	Homologado por:
Nome: Leonardo Soares Função: Analista de Comunicação Assinatura: Leonardo Soares Data: 20/07/2023	Nome: Fabricio Gaeede Função: Diretor Administrativo HSCMV Assinatura: Fabricio Gaeede Data: 21/07/2023	Nome: Cleidyara de O. V. Martins Função: Enfermeira Qualidade COREN-ES 214.383 Assinatura: Cleidyara Data: 28.07.23