COLÉGIO SANTA CRUZ
DOM ORIONE

GUIA PRÁTICO

DE CONDUTA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

COLÉGIO SANTA CRUZ DOM ORIONE

Guia destinado à comunidade Santa Cruz, com diretrizes, procedimentos e conduta na comunicação e relacionamento.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO – ASCOM

1ª Edição – 2021

Sumário

4 ..... APRESENTAÇÃO

6 ..... COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

8 ..... ÉTICA NA INFORMAÇÃO

9 ..... O QUE DIVULGAR

11 ..... RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

19 ..... RELACIONAMENTO COM AS MÍDIAS SOCIAIS

25 ..... PORTAL SANTA CRUZ

27 ..... APLICAÇÃO DA MARCA

APRESENTAÇÃO

O GUIA PRÁTICO DE CONDUTA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL foi elaborado para orientar o Colégio Santa Cruz a se relacionar de forma padronizada interna e externamente.

Somos uma instituição alicerçada nos objetivos educativos Orionitas, fundamentada no Carisma de São Luís Orione, com a Missão e os Valores pautados na ética e vivência dos preceitos cristãos.

Este guia oferece aos integrantes da comunidade escolar, diretrizes para facilitar o relacionamento institucional voltado à marca "Santa Cruz", de modo a evitar eventuais ruídos na comunicação e minimizar as tensões naturais presentes neste tipo de interlocução. A ideia é oferecer elementos que auxiliem o diálogo entre as partes, tornando-o mais fluido, eficiente e consistente.

É importante que todos os colaboradores tenham conhecimento do conteúdo aqui abordado, uma vez que todos podem, em algum momento, serem fontes de divulgação de algum evento ou projeto relacionado ao nome da instituição. O claro entendimento sobre a dinâmica desse processo pelos colaboradores permitirá ao Colégio Santa Cruz qualificar seu relacionamento comunicacional.

Leiam, entendam, pratiquem os preceitos apresentados, pois a boa conduta e a ética são o alicerces para a construção de um Santa Cruz cada vez melhor.

Assessoria de Comunicação – Colégio Santa Cruz
ASCOM

MISSÃO

Vencer os desafios do nosso tempo através de um constante processo de renovação e inovação, em todos os aspectos do Sistema Educacional.

VALORES

"Educar para a vida"

VISÃO

Ser uma instituição de referência, firmando sua identidade católica comprometida com a inovação e ensino de qualidade, vivenciando o carisma de São Luís Orione.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

"COMUNICAR" faz parte dos princípios filosóficos e metodológicos que norteiam as práticas educacionais do Colégio Santa Cruz que são: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser.

Nesse contexto, a área de comunicação institucional (ASCOM) segue os seguintes princípios:

1. Considera a comunicação institucional uma atividade estratégica e não apenas operacional, pautada pela constante evolução e aperfeiçoamento;
2. A área de comunicação atua de forma integrada, proativa e em sinergia com a diretoria, unidade pedagógica e administrativa, constituindo um processo transversal e potencializador de todos os outros processos comunicacionais internos e externos;
3. O Colégio Santa Cruz trata a comunicação institucional baseada na filosofia Orionita, na ética profissional e no respeito à sociedade.

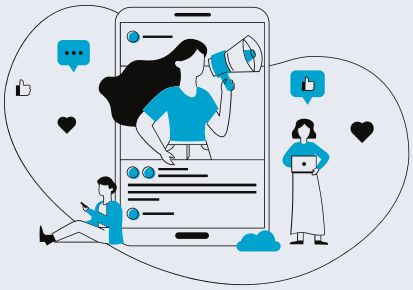
Uma das funções mais destacadas em nossa instituição, consiste em promover um relacionamento cada vez mais estreito com os meios de comunicação, gerenciando a comunicação interna/externa para manter a imagem do Colégio Santa Cruz junto à sociedade, além de ampliar os espaços de participação da instituição nas mídias, garantindo acesso rápido às informações e contribuindo para que a instituição cumpra seu papel social em termos de coletividade, resultando numa comunicação eficaz.

POR QUE É IMPORTANTE UMA COMUNICAÇÃO EFICAZ?

- ☑ Para se ter assertividade nos processos;
- ☑ Levar ao engajamento e motivação dos colaboradores;
- ☑ Diminuir de conflitos;
- ☑ Melhorar o clima organizacional.

Uma comunicação eficaz evita atritos na organização e ajuda os colaboradores a concentrarem energias naquilo que realmente importa: os resultados.

COLÉGIO SANTA CRUZ E AS MÍDIAS



✱ O QUE SE ENTENDE SOBRE MÍDIA?

Consiste no conjunto dos diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdos variados. O universo midiático abrange uma série de diferentes plataformas que agem como meios para disseminar as informações, como os jornais, revistas, a televisão, o rádio e a internet.

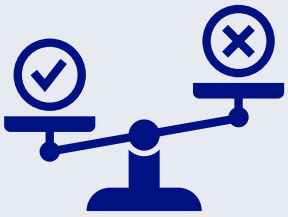
✱ NOSSA IMAGEM

O Santa Cruz preza por manter uma imagem de credibilidade, ética e transparência das suas ações. O referido compromisso ou dever social ganha ainda maior dimensão quando se trata de um setor educacional, cuja constituição histórica tem o propósito de favorecer o debate e de oferecer uma formação cidadã.

✱ NOSSA POSTURA

Cada um dos integrantes do Colégio Santa Cruz, seja ele colaborador, aluno, ou funcionário, deve assumir uma postura de comunicador responsável. Isso quer dizer que não podemos limitarmos apenas a emitir nossas opiniões, caso solicitadas, mas ocupar os espaços disponíveis de forma responsável e ética, sem perder a perspectiva dos valores preconizados pela instituição. Essa missão se materializa de forma mais evidente quando somos norteados pelos princípios do Carisma Orionita em nossas ações.

ÉTICA NA INFORMAÇÃO



Está relacionada com os dilemas morais (o certo e o errado) e com os conflitos éticos resultantes da aplicação de normas e regras socialmente instituídas, que surgem nas interações entre os seres humanos e a informação. Dentro dela temos o direito da informação que envolve o direito de informar, o direito de se informar e o direito de ser informado. Neste sentido, toda e qualquer comunicação precisa ser confiável, íntegra e, principalmente, pautada pelo princípio da legalidade. Afinal, sem a credibilidade da opinião pública, nenhuma ação comunicacional fará efeito ou terá seus objetivos atingidos.

Ação e compromisso

O setor de comunicação não é o único a passar informações na instituição, todos que fazem parte da comunidade escolar, acabam se comunicando, passando informações, e é nosso dever como membro do Colégio Santa Cruz, noticiar e divulgar, com o cuidado de ser criterioso no uso das palavras utilizadas.

PRINCÍPIOS BÁSICOS PARA BOA COMUNICAÇÃO

- ☑ Compromisso com a verdade;
- ☑ Confronto de opiniões (diálogo);
- ☑ Clareza e precisão na divulgação;
- ☑ Respeito;
- ☑ Honestidade;
- ☑ Impessoalidade;
- ☑ Integridade.

O QUE DIVULGAR

Nem todo tipo de informação é passível de ser transformada em notícia. Alguns critérios de noticiabilidade tornam determinados temas mais interessantes para o público. Notícia é diferente de um acontecimento cotidiano, o assunto que é notícia deve ter impacto e repercussão.

ALGUMAS PERGUNTAS PODEM SER FEITAS PARA AVALIAR SE O FATO É NOTICIÁVEL:

- ☑ Eu gostaria de ter informações sobre este assunto?
- ☑ Esta informação é relevante para servidores de outros setores?
- ☑ De que forma o tema pode impactar o dia a dia dos alunos?
- ☑ Este assunto interessa à sociedade?
- ☑ A atividade ainda está em tempo de ser divulgada?

É NOTÍCIA ASSUNTOS QUE APRESENTAM:

- ☑ Relevância
- ☑ Atualidade
- ☑ Novidade
- ☑ Interesse
- ☑ Importância científica
- ☑ Curiosidade

SANTA CRUZ NA MIRA DA MÍDIA

O Colégio Santa Cruz gera pautas para serem publicadas na mídia sempre que desenvolve uma atividade voltada para o público externo, como eventos ou ações comunitárias beneficentes.

Abaixo, alguns exemplos de fatos relacionados à Instituição que costumam ser noticiados pela imprensa:

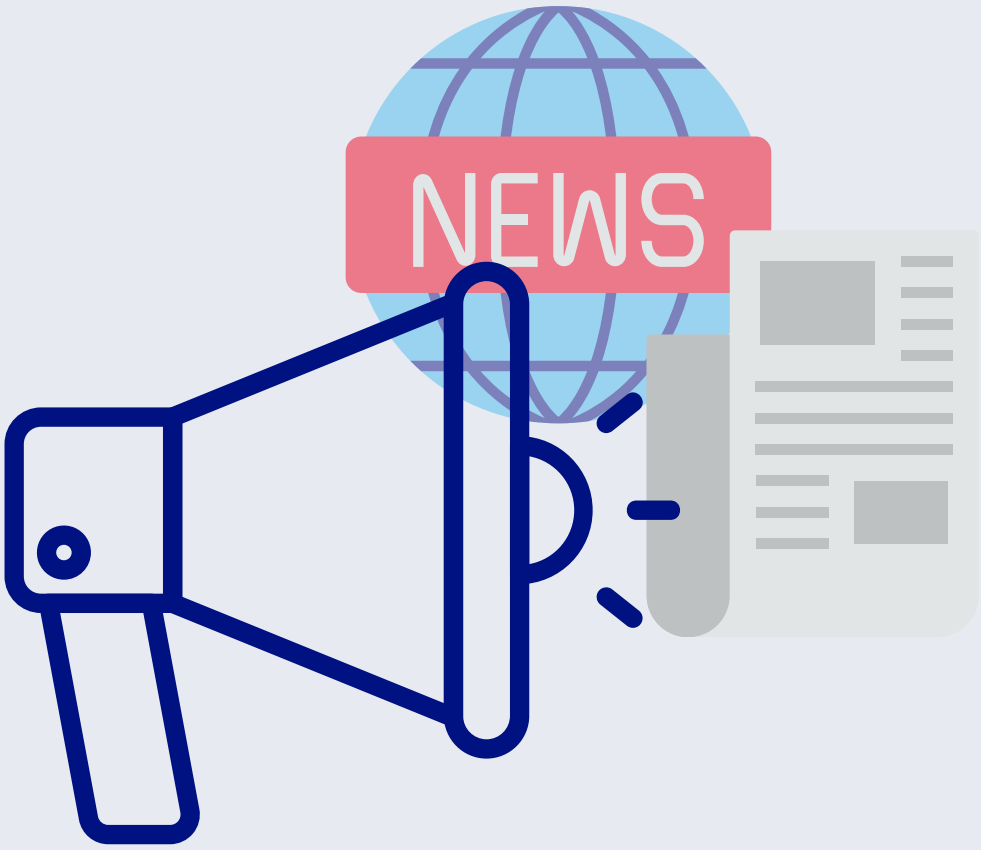
- ☑ Eventos, concursos e prêmios;
- ☑ Ações sociais, solidárias ou que ajudam a resolver problemas da comunidade;
- ☑ Histórias de sucesso de alunos: bom desempenho, bons resultados;
- ☑ Visita de profissionais de destaque ou autoridades.

COMO POSSO PARTICIPAR ?

O Setor de Comunicação não consegue saber tudo que acontece na Instituição. Por isso, é importante que servidores e alunos/Pais ou responsáveis informem ao setor os seus projetos e ações desenvolvidas que se encaixem como sugestão de pauta.

Ao sugerir uma pauta, é preciso fornecer algumas informações básicas:

- ☑ O que estou informando?
- ☑ Quem são os personagens envolvidos?
- ☑ Quando e onde ocorreu/ocorrerá?
- ☑ Como foi/será realizado?
- ☑ Qual o motivo da realização?



RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

O primeiro contato da imprensa com a Instituição acontece por meio do Setor de Comunicação (Ascom), o qual realiza todo o processo de atendimento.
Esse setor procura manter um estreito relacionamento com a imprensa baseado numa via dupla de interesses: atendendo às solicitações e oferecendo informações de interesse da comunidade interna e externa, a fim de promover a divulgação dos assuntos que o Colégio pretende divulgar.

Entre suas funções, destacam-se:

- ☑ Intermediar o contato do jornalista com a Instituição;
- ☑ Redigir e enviar informações por meio de press releases (textos informativos com enfoque jornalístico);
- ☑ Oferecer sugestões de pauta (assuntos que podem interessar aos meios de comunicação);
- ☑ Organizar entrevistas;
- ☑ Gerenciar crises;
- ☑ Orientar os colaboradores sobre como se portarem durante as entrevistas e como lidarem com as informações a serem repassadas aos jornalistas;
- ☑ Analisar a exposição do Colégio na mídia para sugerir as melhores maneiras de construir e preservar a sua boa imagem;
- ☑ Acompanhar entrevistas em assuntos de grande repercussão.

O COLABORADOR NA COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA

A excelência no atendimento ao público deve ser um objetivo comum para todos os colaboradores da instituição, mesmo tendo um setor responsável que lida com a comunicação institucional, todos devem dispor de informações básicas sobre o Colégio Santa Cruz e empenhar-se para que o relacionamento com os públicos externo e interno reforcem a boa imagem institucional.
A construção de um bom relacionamento com a imprensa é de fundamental importância para a imagem do Colégio, as ações fortalecem a imagem institucional e proporcionam uma maior credibilidade para a instituição.

ORIENTAÇÕES

1 SEJA ACESSÍVEL

Não tente dificultar o acesso dos jornalistas às informações de que necessitam. Esteja disponível para esclarecer dúvidas e oferecer os dados solicitados. Atenda às solicitações com presteza é fundamental para conquistar credibilidade e é uma das formas de ser lembrado como uma fonte com a qual será possível contar futuramente, garantindo espaço na imprensa para a instituição.

Quando os responsáveis das áreas na Instituição não se sentirem à vontade ou não estiverem disponíveis para dar entrevistas, é importante que indiquem alguém que esteja igualmente inteirado sobre o assunto e que possa substituí-lo. Comunicadores não devem ser considerados porta-vozes da Instituição; não cabe a eles dar entrevistas, e sim repassar informações.

Caso o assunto deva ser declinado por algum motivo, a Ascom explicará porque a instituição não pode se pronunciar, oferecendo-se para ajudar em novas oportunidades.

2 QUEM FALA O QUÊ?

Para disciplinar o contato com a imprensa e com os formadores de opinião, a Área de Comunicação (ASCOM) se valerá de suas fontes institucionais, revestidas da legitimidade e da autoridade de seus cargos e funções, a saber.

Ao Diretor Geral fica reservada a resposta oficial quando a Instituição for chamada a manifestar-se publicamente sobre assuntos de relevância institucional, de grande repercussão ou polêmicos. As demandas dessa natureza deverão ser necessariamente intermediadas pela Área de Comunicação Institucional.

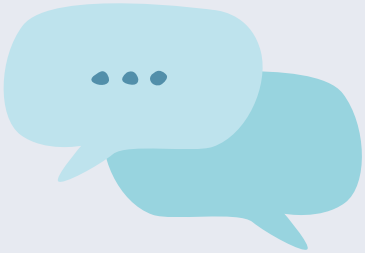
Os demais gestores tratam dos assuntos específicos do seu setor de trabalho, enquanto professores abordam temas específicos de suas respectivas áreas de conhecimento. Nos dois tipos de casos, quando solicitados para falar em nome do Colégio Santa Cruz sobre temas de caráter institucional, temas polêmicos ou com risco de exposição negativa da instituição, é necessário que se reportem à Área de Comunicação, que assumirá a intermediação com base nos critérios estabelecidos pela política de comunicação institucional.

3 ESPAÇO EDITORIAL ou ESPAÇO PUBLICITÁRIO

Não é possível controlar o tamanho e o destaque que a imprensa dará a determinado assunto sugerido pela Comunicação. A divulgação gratuita e espontânea feita pela mídia é diferente do espaço publicitário (pago). E é exatamente essa a razão pela qual um tema tratado no espaço editorial, em forma de notícias, notas, artigos etc., possui mais credibilidade.

4 CONTE COM A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Informe ao setor de Comunicação (ASCOM) as entrevistas solicitadas pela imprensa, mesmo que o tema pareça não ter importância. Isso permitirá que o setor acompanhe a repercussão do assunto na mídia.



5 NÃO SE ESQUIVE

Mesmo que as perguntas não sejam agradáveis, não seja omisso. Tal atitude é uma oportunidade para que fontes não oficiais ganhem espaço, apresentando versões distorcidas dos fatos.
Dizer a verdade sobre erros e falhas da Instituição (e o que está sendo feito para reparar a situação) é sempre melhor que mentir, evitando que o assunto ganhe mais repercussão que o necessário. Lembre-se: é nosso dever ser transparente.

6 CONTESTAÇÕES, TEMAS POLÊMICOS E SITUAÇÕES EMERGENCIAIS

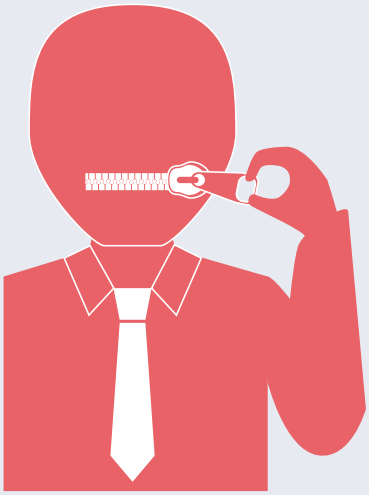
Deverão ser tratados com profissionalismo, equilíbrio e sobriedade. Se o fato abordado implicar no risco de exposição negativa da Instituição, somente a Área de Comunicação poderá decidir sobre a conveniência do contato com a mídia, orientar ou delegar a quem julgar necessário.
Caberá à Área de Comunicação fazer a interface entre a mídia externa e a diretoria (ou a quem seja delegada essa atribuição), que decidirá sobre a conveniência de uma manifestação oficial e o conteúdo do discurso institucional.

7 NÃO TENTE RESOLVER O PROBLEMA SOZINHO

Na ocorrência de situações emergenciais em um determinado setor, em que haja exposição pública do Colégio Santa Cruz, este deverá contatar a Área de Comunicação relatando o assunto antes de fornecer informações de caráter institucional.

8 GERENCIAMENTO DE CRISE

A crise se caracteriza quando um fato negativo, que envolve a instituição ou algum ator social diretamente ligado a ela, ganha visibilidade pública por meio dos veículos de comunicação, mediante uma denúncia, um acidente, greve, crimes, processo judicial, reclamação de um usuário, etc.
Nas situações emergenciais com risco para a imagem do Colégio Santa Cruz, a Área de Comunicação deverá em conjunto com a direção institucional constituir um "comitê de gerenciamento de crise", que se dedicará, enquanto perdurar a crise, integralmente ao caso abordado.
Esse comitê poderá integrar profissionais de outras áreas da Instituição cuja competência técnica e autoridade administrativa constituam fatores indispensáveis para a condução do processo de comunicação institucional. Lembrando que qualquer ação que venha a ser tomada pela Instituição deve ter a participação efetiva do Setor Jurídico.



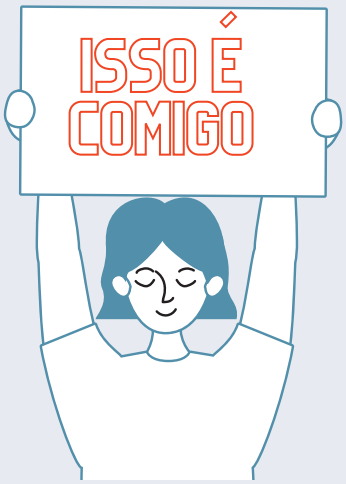
9 SUA IMAGEM ESTÁ LIGADA AO COLÉGIO SANTA CRUZ

Lembre-se: "A comunicação tanto pode construir como destruir", por isso, ao ser procurado pela imprensa em situações relacionadas ao Colégio Santa Cruz, tenha em mente que você representa a Instituição e suas opiniões pessoais podem ser confundidas com a posição da Instituição. Esteja atento a isso ao comentar assuntos polêmicos. Na dúvida, peça ajuda à Assessoria de Comunicação (ASCOM). Em algumas situações, você pode e deve dizer "eu não disponho dessa informação" ou "essa é uma questão sobre a qual não acho apropriado falar".

STOP ? SE NÃO SEI... NÃO FALO!

10 LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Como regra geral, qualquer profissional da Instituição pode exercer seu direito de liberdade de expressão e manifestar-se sobre assuntos de sua área de competência profissional, sem representar oficialmente o Colégio Santa Cruz, seja por artigos publicados na mídia externa, seja como fontes em reportagens para veículos de grande circulação. Nesse caso, as informações e opiniões veiculadas são de responsabilidade do autor ou fonte.



DICAS DURANTE AS ENTREVISTAS

- Evite termos técnicos: isso irá permitir que pessoas de qualquer nível de instrução compreendam o que foi dito durante a entrevista, inclusive o jornalista. Caso não seja possível evitar esses termos, explique-os em seguida.
- Esteja alinhado às políticas e valores do Colégio Santa Cruz.
- Material de apoio: no momento da entrevista, tenha em mãos dados e documentos que possam ser consultados. Se mesmo assim não for possível responder a algum questionamento do jornalista, comprometa-se a enviar-lhe a resposta posteriormente, dentro do prazo estabelecido.
- Cuidado com o "off" : Dizer a um jornalista que falará em "off" (Da expressão “off" the record”, segredo entre a fonte e o jornalista.) significa que irá passar uma informação importante para a compreensão da matéria, mas que não quer ser citado como fonte daquela afirmação. Lembre-se: não existe "off" para a informação, portanto, o que não pode ser publicado não deve ser dito.
- Objetividade: Não se alongue no que for falar e procure ater-se ao que foi perguntado. Para facilitar a compreensão da mensagem que deseja transmitir, dê preferência a frases curtas, principalmente se a entrevista for para rádio ou TV.

Não emita declarações de caráter pessoal improvisadas ou denúncias sem provas que possam comprometer a instituição e o veículo de comunicação. Isso é falta gravíssima, inclusive passível de comprometimentos judiciais.

NÃO SE ESQUEÇA: SEMPRE DESTAQUE A INSTITUIÇÃO DURANTE UMA ENTREVISTA

Tente começar frases da entrevista com "O COLÉGIO SANTA CRUZ...". Dessa forma, em uma eventual edição da entrevista fica difícil desvincular a instituição do assunto.

FOTOS, VÍDEOS E IMAGENS

A realização de fotos, vídeos e áudios nas áreas internas da Instituição, somente é permitida com autorização e orientação do responsável do setor. Em caso de dúvida, a Área de Comunicação deverá ser consultada.

Considerando que somos uma instituição educacional, deve-se ter o máximo cuidado para preservar a imagem dos discentes, docentes e colaboradores em geral, a fim de evitar sua exposição e futuros processos judiciais por uso indevido de imagem. É imprescindível a autorização, por escrito, da pessoa ou do responsável, quando produzir fotografia, vídeo ou áudio, para qualquer que seja a finalidade da instituição.

FIGURINO

Seja criterioso no uso das palavras e também com a sua imagem.

- Em entrevistas de estúdio evite roupas com listras, xadrez ou com marcas publicitárias;
- Não use acessórios grandes, chamativos e com brilho;
- Se for preciso usar terno, lembre-se de que ternos escuros impõem mais seriedade e maturidade. Para entrevistas fora de estúdio, não é necessário estar com roupa social. Avalie a situação.

CONTATOS:

Avalie se há necessidade de passar seus contatos para a imprensa. Informe os contatos da Assessoria de Comunicação, para evitar solicitações inoportunas e contatos diretos futuramente.

NÃO USE EXPRESSÕES OU GESTOS INADEQUADOS

- Não use a expressão “nada a declarar” ou “sem comentários”. Não dê respostas evasivas;
- “Estou sendo injustiçado” (Não se coloque na posição de vítima);
- “Não é problema meu”;
- “Respeite-me” (A questão não é pessoal)
- “Isso não vai dar em nada”;
- “Seguimos todas as normas, padrões e regulamentos da instituição”;
- “Foi um problema menor. Não há motivo para pânico” (Jamais negligencie o público;
- Evite cacoetes (ex.: né, então, daí, etc.), siglas pouco comuns, neologismos e palavras desconhecidas.

Caso a entrevista ocorra em sua sala, organize a mesa, esvaziando-a de documentos confidenciais.

Todo o conteúdo pertencente à empresa deverá ter a sua logomarca, respeitando o uso e as devidas formas gráficas, vamos abordar sobre o uso correto neste guia.

MATERIAL IMPRESSO

É atribuição do setor de Comunicação dar apoio às atividades desenvolvidas pelos demais departamentos, especialmente na elaboração dos materiais de divulgação institucional.
Todo material produzido pelo setor de arte mantém uma padronização, assim evita distorções de elementos gráficos que possam afetar a identidade visual da Instituição, como no caso de aplicações incorretas de marcas e logotipos quanto às suas formas, tamanhos ou cores.

EU QUERO FAZER!

Caso seja a vontade de determinado setor providenciar, por si só, a confecção de artes gráficas (peças como cartazes, flyers, manuais, entre outras), é necessário que o material seja encaminhado à ASCOM para análise e aprovação, antes que seja impresso ou publicado em meios eletrônicos.

REVISÃO ORTOGRÁFICA E GRAMATICAL:

Todo material de divulgação externa da instituição deve ser revisado pela Assessoria de comunicação (ASCOM), lembre-se a marca COLÉGIO SANTA CRUZ está ligado a uma instituição educacional. O setor de Comunicação possui profissionais altamente capacitados para realizar esse trabalho.

MATERIAL DE DIVULGAÇÃO INTERNA:
Deve ser revisado pelo chefe do setor.

RELACIONAMENTO COM AS MÍDIAS SOCIAIS

O Colégio Santa Cruz está presente, oficialmente, nas seguintes redes sociais digitais: Facebook, Instagram e Youtube. Essas redes foram escolhidas devido aos seus números expressivos de usuários e ao potencial que esses canais apresentam enquanto meios de comunicação.

Todas as páginas têm objetivos em comum, no que se refere ao relacionamento:

- Divulgar campanhas institucionais;
- Interagir com as mensagens dos seguidores e/ou respondê-las;
- Divulgação de notícias sobre o Colégio Santa Cruz;
- Artes comemorativas que geram aproximação com públicos segmentados.

Benefícios e Eficiência da Comunicação Digital:

1. A redução de custos para funções e transações do dia a dia;
2. O envio de informações personalizadas;
3. A acessibilidade; entre outros.

Estamos interligados a esse mundo virtual e sendo uma Instituição Católica prezamos pelo zelo aos direitos e deveres dos indivíduos, inclusive no ciberespaço. Tendo a responsabilidade de incluir a ética no mundo digital como dever institucional, para utilizar a internet com segurança e responsabilidade

CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES INSTITUCIONAIS

O conteúdo das publicações do Colégio Santa Cruz nas mídias sociais devem ter como foco o interesse público, seguindo ao menos um dos seguintes norteadores:

- ☑ Algo que possua valor social;
- ☑ Elementos para construir relacionamentos;
- ☑ Dar destaque ao sucesso da Instituição;
- ☑ Informar assuntos importantes e relevantes para a marca da instituição, etc.

Por serem instrumentos de divulgação das informações bem interativas, frequentemente, pessoas comuns se utilizam delas para noticiar fatos da instituição a que estão ligadas, ainda que no perfil pessoal. Nesses casos, é preciso redobrar a cautela, porque a imagem institucional não se descola dos autores dessas informações.

FACEBOOK

https://www.facebook.com/ColegioSantaCruz.CSC/

CONTEÚDO: Notícias do Portal, notícias de sites parceiros, campanhas institucionais, eventos etc.

CARACTERÍSTICA ESPECIAL: galeria de fotos.

LINGUAGEM: complementar e leve.

QUANTIDADE DE POSTS: três publicações por semana.

INSTAGRAM

https://www.instagram.com/colegiosantacruz_/

CONTEÚDO: Imagens e vídeos sobre ambientes, pessoas e momentos na escola, mostrando situações comuns e situações especiais convidativas e/ou cativantes.

LINGUAGEM: confirma a intenção das fotos e utiliza recursos criativos.

QUANTIDADE DE POSTS: Pelo menos uma publicação por dia no feed ou nos stories.

GERENCIAMENTO DE CRISES NAS REDES SOCIAIS DO COLÉGIO SANTA CRUZ

É importante ressaltar que, em redes sociais, trabalhamos com tentativas e riscos, uma vez que o meio de comunicação não é unidirecional e a produção de conteúdo não ocorre em via única, mas de maneira colaborativa com o público. Dessa forma, algumas situações de crise não poderão ser previstas ou, se forem, serão um risco ao qual estaremos sujeitos com frequência e, por isso, é necessário estarmos preparados.

Após identificado o problema, a equipe de gerenciamento de crises deve avaliar a situação e agir, conforme for acordado pela maioria, para administrar o conteúdo que ocasionou a adversidade. Essa equipe é a única responsável por definir qual o primeiro ato a ser tomado para sanar a crise, é responsabilidade da direção a formação desta equipe. Contando sempre com o auxílio do departamento Jurídico.

Somente em último caso, considerando a gravidade, pesando as ordens diversas das mais diferentes instâncias institucionais que se poderá considerar a possibilidade de apagar as postagens geradoras de problemas, pois tal medida poderá agravar mais a crise e gerar embaraços ainda maiores para a Instituição.

Para essas situações, deve-se considerar os seguintes pontos:

- ☑ A postagem geradora da crise apenas poderá ser apagada das redes sociais após a coleta de dados que possam suscitar relatórios internos para avaliar a proporção do problema a ser resolvido;
- ☑ Dependendo do período em que a repercussão negativa permanecer on-line, a equipe também precisará de tempo para reunir as informações que possam embasar respostas ou tomadas de decisão;
- ☑ Toda exclusão deve ser feita somente depois da neutralização da crise com as medidas sugeridas e depois de conciliadas as partes por meio da divulgação de retratação adequada à situação ocorrida.

A IMAGEM DA INSTITUIÇÃO NA REDE SOCIAL DO COLABORADOR

É comum veículos de comunicação buscarem pautas para as notícias também nas mídias sociais, incluindo os perfis corporativos; portanto é preciso ter em mente que, ao propagar dados a respeito da instituição, ainda que no perfil pessoal, se corre o risco desta informação ser multiplicada em alta velocidade por vários usuários da rede quanto pela própria imprensa.

Nesse sentido, é preciso estar atento ao que se veicula, com a consciência de que a imagem da instituição pode ser irreversivelmente maculada. Nesses meios informais de interação em rede, não há privacidade completa.

A imagem dos colaboradores, em especial, a dos que ocupam cargos de gestão, permanece ligada à da instituição, mesmo quando se está fora dela. É preciso agir com prudência quando se vai postar um conteúdo a ela atinente; portanto, manter a postura também nos perfis pessoais das redes sociais, é imprescindível e evita muitos transtornos.

CONDUTA IDEAL

Ser moderado e agir com parcimônia, tendo sempre em mente que ninguém está dispensado do comportamento ético, o que inclui o emprego de uma linguagem respeitosa e a reserva de certas informações, como forma de preservar a imagem institucional.

NETIQUETA – A ETIQUETA DA INTERNET

Dicas de conduta:

Ao se identificar como um colaborador do Colégio Santa Cruz em sua rede social é esperado que você faça postagens respeitando os valores e missão da instituição, confira algumas dicas de conduta:

- ☑ Use o bom senso;
- ☑ Não fale mal da instituição, de colegas de trabalho, de chefes ou de gestores anteriores;
- ☑ Não poste fotos sensuais, em situações constrangedoras ou em que aparece embriagado;
- ☑ Evite entrar em discussões, principalmente quando o tema é polêmico;
- ☑ Tenha cuidado com a Língua Portuguesa;
- ☑ Comentários preconceituosos de todo tipo são proibidos;

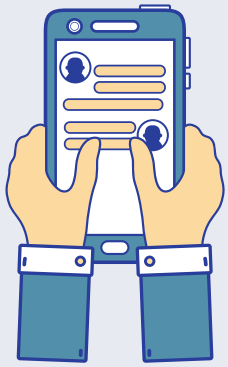
- ☑ Não compartilhe publicações que sugerem incentivo à violência;
- ☑ Não fale em nome do Colégio Santa Cruz;
- ☑ Atente-se para o que compartilha online;
- ☑ Não recomenda-se responder às críticas. Para elaborar uma resposta, que envolva a instituição procure a Assessoria de Comunicação.

O QUE É CERTO NO USO DA INTERNET?

A ética no ambiente digital (por mais que tenhamos regulamentações), depende de como cada empresa ou indivíduo atua nesse meio. No momento, é preciso que cada membro da comunidade acadêmica tenha consciência de seus atos e do relacionamento que está criando e interagindo. Conhecer mais sobre o Colégio Santa Cruz, seus princípios, sua filosofia cristã e o seu compromisso com a moral, é primordial para que seja possível utilizar a internet com segurança e responsabilidade.

WHATSAPP

Os smartphones mudaram a maneira como as pessoas se comunicam. O principal aplicativo de comunicação, o WhatsApp, já foi incorporado pelas empresas e é amplamente utilizado para transmissão de recados e demandas. Mas já existe legislação que regula o uso dessa ferramenta. É um comunicador à mão capaz de conectar qualquer um em tempo real, por isso é fácil cometer deslizes. As mesmas regras de conduta e bom senso da vida real e virtual valem também para o aplicativo, portanto, fique atento.



Não é bagunça! Nem tudo pode ser feito no WhatsApp.

O uso do WhatsApp é pessoal. Assim, o destinatário das mensagens não é obrigado a receber informações que não deseja.

ORIENTAÇÕES PRÁTICAS

- ☑ Evite usar o seu WhatsApp particular com o cliente do Colégio. Não se pode exigir que o colaborador tenha uma conta no aplicativo ou use seu aparelho pessoal;

- ☑ Recomenda-se, cautela do emissor na utilização do aplicativo para envio de conteúdo promocional da Escola;

- ☑ É uma forma fácil e prática de se comunicar e que, com certeza, estreita relacionamentos. Mas atenção: cuidado com o diálogo e evite usar o seu número pessoal.

- ☑ A informalidade em conversas deve ser monitorada. A linguagem e a cordialidade usada em uma conversa de WhatsApp deve ser a mesma de um atendimento presencial ou por telefone. A linguagem deve ser corretamente utilizada, assim como o uso dos emoticons e letras em caixa alta devem ser evitados.

- ☑ Nos Grupos de trabalho só escreva o que for de interesse comum a todos e que estiver relacionado ao tema do grupo, da forma mais sucinta possível:
  - Evite mensagens de cunho pessoal;
  - Use o aplicativo para fins comerciais em horário comercial;
  - Antes de formar um subgrupo, pense em um objetivo claro e de interesse comum a todos;
  - Quando tiver que discutir um assunto pessoal com algum membro do grupo, use mensagem privada.
  - Bom Senso... sempre!

- ☑ Imediatismo: Ninguém é obrigado a responder mensagens assim que ler. Se é urgente mesmo, faça uma chamada ou escreva que é urgente.

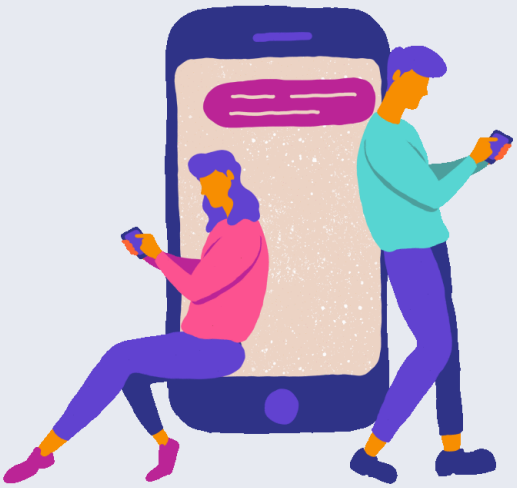
- ☑ Áudio: Escutar áudios em viva voz ou no aparelho requer intimidade, privacidade e tempo. Se é uma conversa longa, opte por fazer uma chamada, e sempre que possível prefira mensagens de texto.

As mensagens de voz devem ser curtas, concisas e reservadas para emergências.

- ☑ Fotos banais: Ninguém está interessado em ver a foto do seu almoço ou do seu cafezinho; reserve as fotos banais do dia a dia para outras redes sociais.

- ☑ Usar prints de tela de conversas no WhatsApp pode constranger o colaborador.

- ☑ Evite enviar mensagens fora do horário de trabalho.



PORTAL COLÉGIO SANTA CRUZ

O termo Portal envolve recursos, serviços e conteúdos de propriedade ou sob responsabilidade do Colégio Santa Cruz, somente o portal: www.colegiosantacruz.g12.br – é o site oficial da instituição.

DIREITOS E RESPONSABILIDADES:

1 COMPARTILHAR CONTEÚDO E INFORMAÇÕES:

- ☑ O COLÉGIO SANTA CRUZ é proprietário de todo o conteúdo e informações publicados no Portal e detém o pleno e irrestrito direito de compartilhamento.
- ☑ Ao direcionar um material ao Portal Institucional observar conteúdos que estão cobertos pelas leis de direitos de propriedade intelectual, como fotos e vídeos.
- ☑ A remoção e/ou manutenção de conteúdos é direito exclusivo do Colégio Santa Cruz, a qualquer momento, sem condicionantes.
- ☑ Ao publicar conteúdos ou informações no Portal você permite que todos, incluindo, eventualmente, pessoas fora do Portal acessem e usem essas informações.
- ☑ Todo conteúdo ou informação publicada é de única e exclusiva responsabilidade do usuário, respondendo esse administrativamente e judicialmente por seus atos, isentando desde já o Colégio Santa Cruz de toda e qualquer responsabilidade decorrente de suas ações no ambiente do Portal.

2 SEGURANÇA:

O Colégio Santa Cruz tem política de segurança e adota procedimentos específicos para manter o Portal seguro, mas não pode garantir isso. Portanto é necessária sua ajuda, que inclui os seguintes compromissos:

- Não enviar comunicações comerciais não autorizadas no Portal;
- Proibido coletar conteúdo ou informações de usuários;
- Não deve solicitar informações de login nem acessar contas que pertençam a outras pessoas;
- Não poderá intimidar, assediar ou praticar bullying contra qualquer usuário;
- Não usar o Portal para praticar qualquer ato ilegal, equivocado, malicioso ou discriminatório.

3 REGISTRO E SEGURANÇA DA CONTA:

- O colaborador deve sempre manter suas informações de contato precisas e atualizadas no setor de comunicação;
- É de responsabilidade do setor de comunicação a segurança e sigilo das senhas de acesso;
- Não deve usar seu perfil institucional para ganho comercial de qualquer espécie;
- Qualquer reclamação contra o Colégio Santa Cruz em relação a ações, conteúdo ou informações postadas ou que o colaborador enviou para ser postadas no Portal, a Instituição fica isenta da responsabilidade sobre todos os danos, perdas e despesas de qualquer espécie (incluindo as custas judiciais aplicáveis) em relação a essa reclamação.

APLICAÇÃO DA MARCA

Para orientar o uso da marca COLÉGIO SANTA CRUZ siga corretamente as normas que visam garantir a nossa identidade visual.

Eventualmente, a marca é utilizada de maneira incorreta, o que quebra o padrão necessário à identidade e confunde o leitor.

Para isso apresentamos, a marca e suas variações, além de aspectos que precisam ser evitados:

1. Esta é a marca da COLÉGIO SANTA CRUZ:

2. NUNCA distorça, rotacione, digite ou escreva textos por cima da marca. E NUNCA utilize-a como marca d'água. A marca foi criada para ser usada como uma unidade. Não se deve utilizar os elementos (símbolo e texto) separados ou arranjados de forma diferente.

3 A marca possui cores e tipos (letras) específicos, fique atento e NÃO MUDE cores ou letras originais.

#001281 hex color codes

#f93338 hex color codes

4 A marca possui um tamanho mínimo de utilização, para garantir boa leitura em documentos impressos. Quando for utilizá-la, mantenha sempre uma altura mínima de 1 cm.

5 Em muitos casos a marca precisará ser aplicada sobre um fundo diferente do branco. É importante observar se a marca ficará legível.

Em fundos instáveis (como fotografias e desenhos) e em fundos de cores que não sejam claras, deve-se utilizar uma caixa branca embaixo da marca para que as cores desse fundo não interfiram na leitura. O tamanho da caixa deverá exceder o tamanho da marca o equivalente à altura do quadrado.

IMPORTANTE: essas e outras recomendações são necessárias para manter a boa leitura e o padrão da marca, propostos pelos criadores.

DOWNLOADS: O arquivo com a Marca se encontra no site do colégio.

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

CONFIRA O TEXTO OFICIAL NA ÍNTEGRA:

Lei 13.709, 14 /8/18 – Lei Geral de Proteção de Dados

PORTARIA:

Nº 43, de 10 de agosto de 2020

POLÍTICA DE PRIVACIDADE:
Clique aqui para acessar!

CONTATO:
Dúvidas, sugestões e reclamação sobre LGPD, fale com o nosso encarregado de dados:
Nome: Alcineide dos Reis Sousa
E-mail: contatolgpd@catolicaorione.edu.br
Telefone: (63) 3413-0500 / 9.8435-0015

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MINISTÉRIO PÚBLICO DE SÃO PAULO. Guia prático de relacionamento com a imprensa. 2009. Disponível<www.mp.sp.gov.br/portal/page/portal/.../GuiaPraticoMPSP_0.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2018.

RABAÇA. Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.795 p.

LEVY, Gabriela (Org.). Manual de relacionamento com a imprensa. 2. ed.ampl. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2018.

KUNSH, Margarida. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. Disponível em: http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/ciencias. Acesso em: 01 out. 2017.

SULZ, Paulino. Branding: o que é e como fazer uma incrível gestão de marca. Disponível em: http:/rockcontent.com/blog/branding/ Publicado em 22 de agosto de 2019. Atualizado em 26 de setembro de 2019/ Acesso em: 22 de outubro de 2019.

KUNSCH, M. M. K. A Comunicação como fator de humanização das organizações. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. KUNSCH, M. M. K.

Comunicação organizacional na era digital: contexto, percursos e possibilidades. Signo y Pensamiento, v. XXVI, p. 38-51, 2007. KUNSCH, M. M. K.

Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. – revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

CONTATO ASCOM

(63) 3413-0500 - Ramal 0508
E-mail: ascom@colegiosantacruz.g12.br

Atendimento : 8h às 18h, de segunda a sexta-feira.