



TODOS ETICAMENTE



CONECTADOS

Guia de Conduta em Mídias Sociais





TÓPICOS



INTRODUÇÃO

SEGURANÇA DA WEB



OBJETIVO

**PRINCÍPIOS GERAIS
DE CONDUTA**



HVAR E MÍDIAS SOCIAIS

LEIS



MÍDIAS SOCIAIS

DÚVIDAS

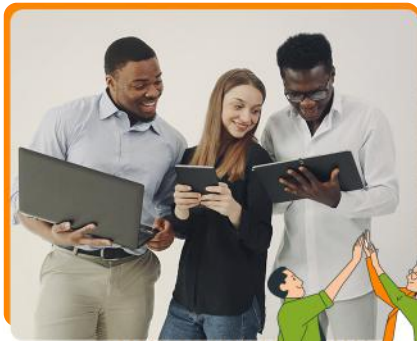


INTRODUÇÃO



Olá! Muito prazer, sou a Sulamita e vou guiar você através de um pequeno passeio sobre como a HVAR vê o uso das mídias sociais. Nesse passeio iremos dividir com você nosso jeito HVAR de pensar sobre o uso das Redes.

1 OBJETIVO E APLICAÇÃO DO CÓDIGO



Para a HVAR, a interação e a comunicação têm papéis fundamentais na construção de uma relação de parceria com cada um de nossos pares. As mídias sociais, muitas vezes, são vitrines dos nossos posicionamentos para o mundo e, por isso, os conteúdos precisam ser pensados de acordo com o leitor e o segmento de trabalho. Dessa forma, desenvolvemos um Código de Boas Práticas nas Mídias Sociais, para auxílio no uso responsável do ambiente virtual. Esse documento tem como objetivo estabelecer algumas diretrizes quanto ao uso das mídias sociais de forma responsável e consciente. Iremos mostrar um pouco de nossas diretrizes, porém ao final desse passeio, você terá acesso ao código completo recomendamos que você leia na íntegra.





A HVAR E AS MÍDIAS SOCIAIS



Aqui na HVAR, valorizamos a satisfação dos clientes, dos colaboradores e desenvolvemos soluções para o mercado, criando serviços e produtos inovadores. Os princípios da nossa marca são voltados ao respeito às pessoas e a uma relação de qualidade e de confiança com os nossos públicos. Além disso, respeitamos a manifestação de ideias de todos, pois acreditamos que a empresa é feita por pessoas e isso se reflete também em nossas redes sociais.



Nesse sentido, sabemos que muitas pessoas adoram compartilhar os trabalhos realizados e as experiências relacionadas à HVAR. Mas sabemos, também, o quanto a imagem e as atitudes dos colaboradores, parceiros e/ou clientes nas redes sociais podem impactar diretamente na reputação das pessoas e da nossa marca perante o público em geral.



MÍDIAS SOCIAIS

Há inúmeras modalidades de mídias sociais, com diversos e distintos objetivos. Cada modalidade possui uma abordagem específica, com um foco diferenciado. Com isso, se faz necessário entender a diferença entre todas, para saber em qual delas a informação deverá ser divulgada e/ou compartilhada:



O **Facebook** é a rede com o maior número de usuários, o que permite amplo alcance de mensagens e imagens que são publicadas. além de possuir um apelo informativo, é uma ferramenta que permite gerar conhecimento sobre pessoas, produtos e marcas. sem contar que, por meio de comunidades ou grupos fechados, também se estabelece um canal que consegue aproximar pessoas com os mesmos interesses e afinidades. sobre o conteúdo e as redes sociais.



Já o **Instagram** é uma rede com um apelo mais visual, permitindo que as postagens apareçam todas juntas, formando a identidade das pessoas ou das marcas. O objetivo maior deste canal é o compartilhamento de imagens e vídeos com diversas opções de publicações. as publicações no feed são fotos e vídeos de até um minuto, que irão aparecer no próprio perfil. as publicações nos stories são fotos e vídeos de poucos segundos que desaparecerão 24 horas depois de postados. já as publicações no reels (uma função do aplicativo que permite criar vídeos criativos) e no igtv (sigla de instagram tv), contam com vídeos mais longos.



O **LinkedIn** é uma rede social que conecta as pessoas de acordo com os negócios e é focada em relacionamentos profissionais. No LinkedIn, os usuários compartilham experiências e vivências da vida profissional, buscando e divulgando vagas, e ainda se conectam com outros profissionais.



MÍDIAS SOCIAIS

Há inúmeras modalidades de mídias sociais, com diversos e distintos objetivos. Cada modalidade possui uma abordagem específica, com um foco diferenciado. Com isso, se faz necessário entender a diferença entre todas, para saber em qual delas a informação deverá ser divulgada e/ou compartilhada:



Muitas pessoas não sabem, mas o **Youtube** também é uma rede social. o site, além de ser o buscador de vídeos mais acessado da internet, também é uma rede que conecta pessoas. nessa rede social, os usuários podem publicar e assistir a vídeos, bem como interagir com os seus vídeos ou de outras pessoas, e inscrever-se em canais de outros usuários.



O **Twitter** é uma rede social que funciona como um microblog. nessa modalidade de canal, cada usuário pode escrever publicações com um número limitado de caracteres. sendo assim, seu foco é o compartilhamento rápido de informações e notícias. o twitter é uma rede social em que as pessoas geralmente emitem muitas opiniões, o que requer cautela Por parte dos usuários nas publicações. A HVAR não tem conta oficial no twitter. por isso, caso você encontre algum posicionamento em nome da empresa nessa rede, pedimos que alerte os setores de marketing das unidades de negócios ou de comunicação corporativa, no RH.



Além das redes citadas, deve-se ressaltar que o ambiente da internet se transforma diariamente e, assim, novas redes sociais podem ser aprimoradas ou surgir. são exemplos o **Tiktok**, um aplicativo focado no compartilhamento de vídeos curtos; **Twitch**, uma plataforma de jogos de videogame; **Clubhouse**, uma rede social focada exclusivamente em conversas ao vivo por áudio. No panorama mundial, verifica-se que, devido à grande necessidade de comunicação rápida e troca ágil de informações entre as pessoas, surgem novas maneiras de interação online e, desta forma, esse material é atualizado sempre que necessário, para que possamos continuar utilizando a internet de forma segura e responsável.

SEGURANÇA NA WEB

Algumas recomendações e cuidados que devem ser tomados nas redes sociais



Entender a Política de Privacidade antes de fazer parte da rede social. Ter cuidado ao instalar aplicativos nos aparelhos eletrônicos (celulares, tablets, computadores etc.)



Não repassar informações ou dados pessoais para terceiros. É importante também, redobrar a atenção com os golpes: pessoas mal-intencionadas podem se passar por seus conhecidos para extrair informações pessoais e até seus dados bancários.



Não clicar em qualquer link que seja enviado por outras pessoas ou que apareça na tela, sem antes saber do que se trata.



A HVAR preza pela segurança em todo o ambiente digital. Vale ressaltar que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), nº 13.709/18(1), está em vigência e estabelece algumas diretrizes de segurança jurídica em relação ao padrão de normas e práticas para assegurar os dados pessoais das pessoas físicas e jurídicas.

3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Tenha ciência de sua imagem perante a marca



Quando um colaborador da HVAR se identifica nas redes sociais, todo o conteúdo publicado se reflete na forma como ele se apresenta aos demais colaboradores e parceiros. Portanto, recomenda-se evitar assuntos que possam gerar conflitos, respeitar os valores e o Código de Ética e Conduta da empresa, notadamente após se identificar nas redes sociais como colaborador da HVAR. Caso você tenha um perfil profissional, é ainda mais importante evitar manifestações ou compartilhamento de assuntos que não tenham relação com a empresa, como política, futebol, piadas e notícias em geral. Essas informações podem ser publicadas em um perfil pessoal, mas respeitando outros posicionamentos e deixando claro que o conteúdo é apenas uma opinião. Assuntos que sejam vinculados à empresa recomenda-se não expor sua opinião pessoal ou procurar antes a área de comunicação social para verificar se sua conduta está aprovada.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Assuma a sua responsabilidade

Todos os colaboradores da HVAR são responsáveis pelos conteúdos publicados e escritos nas mídias sociais. Portanto, orientamos que as publicações sejam feitas na primeira pessoa do singular (eu) para deixar claro que você está falando por si próprio e que todos os conteúdos que está publicando não representam oficialmente o posicionamento da marca.

Respeite a legislação

Todos têm liberdade para pensar e se expressar. Porém, é necessário ter consciência das leis que estão em vigência no país em relação ao compartilhamento de informações ilegais, conteúdos falsos, difamatórios, obscenos ou de propriedade legal e de autoria de outras pessoas. Sempre que se deparar com alguma notícia ou informação duvidosa e/ou de fontes não confiáveis, verifique a veracidade antes de repassá-la ou reproduzi-la. Não compartilhar fake news (notícias falsas) é um dever de todos.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Respeite a confidencialidade

As informações sigilosas e de propriedade exclusiva (como apresentações, planilhas, novos produtos e materiais internos) da marca não podem ser divulgadas e nem detalhadas para terceiros. Portanto, não comente a respeito de informações confidenciais, planos ou perspectivas relacionadas ao negócio. Os materiais de comunicação interna recebidos podem ser compartilhados de acordo com a orientação da empresa. Além disso, não faça referência ou cite qualquer um de nossos clientes ou parceiros sem que haja uma prévia autorização por parte deles.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Não se posicione em nome da HVAR

Nossos colaboradores têm muita vontade de defender a nossa marca, principalmente em uma situação crítica. Isso nos enche de orgulho. Porém, não é permitido posicionamento algum em nome da empresa, independentemente do seu cargo e/ou hierarquia. Somente o Marketing ou Comunicação Corporativa, que possuem autorização para falar em nome da marca nas mídias sociais.



Uso da marca em sites de terceiros

Assim como já explicado anteriormente, também não é permitida a criação de sites, hotsites ou blogs que levem o nome ou a marca da empresa, exceto quando houver a devida autorização do setor de Comunicação Corporativa e Marketing da HVAR.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA



Não crie páginas ou grupos em nome da HVAR

Em qualquer rede social, como Facebook, Instagram, LinkedIn e WhatsApp, não é permitida a criação de páginas ou de grupos em nome da empresa sem que haja uma prévia autorização. Vale lembrar que, caso você faça parte de algum grupo autorizado, no qual há compartilhamento de informações sobre a HVAR, fique atento à segurança do seu aparelho. Para usar a marca da HVAR, seja no perfil pessoal ou em qualquer outro local, uma autorização prévia também será necessária.

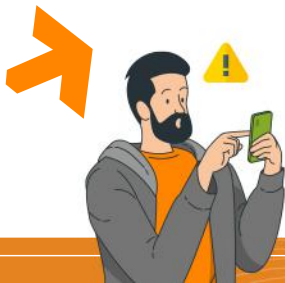


3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUITA



Tenha cuidado com o uso da marca

O uso da nossa marca ou de qualquer elemento referente a ela, em materiais como roupas, brindes, impressos ou mídias eletrônicas, só será permitido quando houver uma autorização dos setores de Marketing ou Comunicação Corporativa. Caso contrário, a utilização da marca e de seus elementos não será permitida.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Pondere o uso de celular e fotografias

Lembramos que você também não pode fotografar, materiais com informações estratégicas, novas máquinas, produtos em desenvolvimento, slides de apresentação e tudo o que esteja ligado a empresa. Também não é permitido gravar áudio ou vídeo de reuniões ou encontros. Isso garante mais segurança e privacidade aos nossos colaboradores, bem como aos nossos processos internos. Somente poderá fazê-lo com prévia autorização.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Outros princípios e recomendações

Além dessas recomendações, reforçamos a importância de não compartilhar fake news (notícias falsas). Por isso, sempre que receber algum tipo de notícia e/ou informação, verifique na internet se isso é realmente verdade e com base em fontes confiáveis. Com poucos cliques, você consegue descobrir quando uma notícia é verdadeira ou não. Caso seja verdade, compartilhe a fonte oficial junto à sua publicação. Quando for publicar algo sobre a HVAR, escolha apenas informações divulgadas em nossas redes oficiais. Assim, você irá postar apenas dados e informações que podem ser compartilhados com o público. Em caso de dúvida sobre a publicação de algum conteúdo ou imagem, entre em contato com a equipe de Marketing ou Comunicação Corporativa, além da sua liderança imediata. Caso você extravie seu celular e/ou computador com informações confidenciais da HVAR ou tenha seus objetos furtados, lembre-se de avisar imediatamente seu gestor e a equipe e providenciar logo o boletim de ocorrência na delegacia mais próxima.



3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Dicas gerais de uso



Para facilitar, criamos uma lista prática com o que pode e o que não pode ser feito nas redes sociais.



- Citar a HVAR em suas publicações e em seu perfil pessoal, desde que não envolva nada polêmico;
- Identificar-se como nosso colaborador;
- Divulgar informações que já estão em nosso site, em nossas redes sociais ou que foram permitidas para divulgação externa;
- Compartilhar nossas publicações e interagir com nossas redes sociais;
- Participar ativamente nos conteúdos publicados.

3 PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Dicas gerais de uso



Para facilitar, criamos uma lista prática com o que pode e o que não pode ser feito nas redes sociais.



- Divulgar informações confidenciais ou que ainda não foram publicadas em nossas redes oficiais.
- Falar em nome da HVAR, seja emitindo opiniões ou respondendo a comentários de outros usuários em nossas redes (temos uma equipe pronta para isso).
- Criar um perfil, um grupo ou uma comunidade em nome da HVAR, sem autorização.
- Utilizar a marca HVAR em suas publicações ou perfis.
- Compartilhar fotos, áudios e vídeos de trabalho sem autorização.
- Compartilhar informações estratégicas sobre a empresa.
- Compartilhar fotos, áudios e vídeos de novos produtos, processos internos e outras atividades do seu dia a dia no trabalho.
- Criar grupos de WhatsApp e Facebook em nome da HVAR sem autorização.
- Caso você seja autorizado a criar grupos ou perfis, lembre-se de seguir as mesmas regras de compartilhamento de conteúdo.

LEIS PARA PESQUISA SOBRE OS TEMAS ABORDADOS :



- Lei 12.965/14 - Marco Civil da Internet
- Lei 13. 709/18- Lei Geral da Proteção de dados
- Plágio - Art 184 do do Código Penal 186,187,927 do Código Civil
- Falsa Identidade - Art 307 e 308 do Código Penal
- Calúnia - Art 138 do Código Penal
- Difamação - Art 139 do Código Penal
- Ameaça - Art 147 do Código Penal
- Escárnio por motivo religioso - Art 208 do Código Penal
- Ato Obsceno - art 233 do Código Penal
- Discriminação - Art 20 Lei 7716/89
- Assédio - Art 216-A do Código Penal

DÚVIDAS E/OU MANIFESTAÇÕES

O Recursos Humanos da HVAR ou seu corpo de Diretores deve ser acionado sempre que houver dúvidas e/ou manifestações. Caso você note algum comportamento estranho de algum usuário, receba alguma fake news (notícias falsas) em relação à empresa, veja comentários negativos nas redes sociais ou tenha alguma dúvida sobre nossos perfis, entre em contato pelo



email: rh@hvarconsulting.com.br



A PARTIR DE AGORA VOCÊ ESTÁ PRONTO

PARA INTERAGIR COM
A GENTE NAS REDES.

