



Manual de Mídias Sociais

www.udesc.br/politicadecomunicacao



Reitor

Marcus Tomasi

Secretário de Comunicação

Luiz Eduardo Schmitt

Secretaria de Comunicação da Udesc

comunicacao@udesc.br | (48) 3664-8009

Manual de Mídias Sociais

Coordenação

Celia Penteado

Colaboração

Carlito Costa e Thiago César Augusto

Revisão

Rodrigo Brüning Schmitt

Edição Gráfica

Gustavo Cabral Vaz e Fê Pimentel Teixeira

Este manual integra as iniciativas previstas
na Política de Comunicação da Udesc

Sumário

Apresentação	4
O que são e para que servem as mídias sociais?	5
Que conduta adotar nas mídias sociais vinculadas à Udesc?	6
Que tipo de conteúdo não é recomendado?	7
Diretrizes de linguagem verbal e visual	8
O relacionamento com o usuário	9
Seu “eu” pessoal pode ser confundido com o seu “eu” profissional	10
Mídias sociais oficiais utilizadas pela Udesc	10
Conheça um pouco mais sobre essas redes	11
Volumes de postagem por mídia social	12
Gestores das mídias sociais	13
Nomenclatura das mídias sociais utilizadas pela Udesc	14
Recomendações nas postagens do Facebook	17
Recomendações nas postagens do Twitter	19



Apresentação

Este documento tem como objetivo estipular melhores práticas e guiar os servidores (professores e técnicos) da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) no uso das mídias sociais, incluindo nomenclatura, geração de conteúdo e interação com o usuário. Grande parte deste documento foi extraída do Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais do Governo Federal.

A ideia é contribuir para que os meios de comunicação digital entre a Udesc e seus públicos sejam cada vez mais eficazes, de mão-dupla e em tempo real. Pretendemos, dessa forma, estimular o público a participar de questões que lhes afetam diretamente e facilitar seu acesso à informação. A reformulação dos canais oficiais de internet servirá para oferecer acesso virtual instantâneo e organizado a todas as informações mais relevantes para os públicos da Udesc.

A Secretaria de Comunicação (Secom), da Udesc, vai orientar todos os centros para que ajustem seus canais no Facebook, Twitter, YouTube e Flickr para o padrão estabelecido pela instituição.

Este manual integra as iniciativas previstas na Política de Comunicação da Udesc.

Secretaria de Comunicação da Udesc

O que são e para que servem as mídias sociais?

Mídias sociais são meios de conversação digitalmente acessíveis pelos quais são compartilhadas as informações. É uma forma de interação direta com o público, na qual há produção de conteúdos de forma descentralizada e sem um controle editorial centralizado. Ou seja, significa a produção de muitos para muitos.

Se bem aproveitadas, as mídias sociais podem servir como canais de comunicação transparentes, informativos e úteis. Assim, o público terá mais confiança nos serviços prestados pela instituição e se sentirá amparado pela estrutura oferecida pela universidade.

As mídias sociais possibilitam a publicação de conteúdos por qualquer pessoa, baixando a praticamente zero o custo de produção e distribuição (antes o custo dessa atividade praticamente restringia a empresas jornalísticas ou organizações dotadas de recursos suficientes).

O conteúdo compartilhado abrange diversas atividades que integram tecnologia, interação social e divulgação de palavras, fotos, vídeos e áudios. A informação deve ser útil para outras pessoas que se encontram na mesma situação, o que economiza tempo e recursos. O conteúdo também gera mais acessos ao site institucional.

Além disso, se a instituição for capaz de atender às expectativas dos usuários, ganhará reputação positiva entre a população. A experiência demonstra que as pessoas mudam o tom da conversa simplesmente pelo fato de alguém lhes dar atenção. Ou seja, todos ganham: a Udesc, que transmite a imagem de eficiência ao fazer bom uso das mídias sociais, e a população, que tem seus anseios atendidos.

São exemplos de aplicações de mídia social: Facebook (texto, fotos, vídeos), YouTube (compartilhamento de vídeos), Flickr (fotos) e Twitter (microblog).

Que conduta adotar nas mídias sociais vinculadas à Udesc?

Para representar a Udesc de forma adequada nas mídias sociais, **é imprescindível contar com profissionais dedicados a essa função, com pessoas que estejam aptas a responder aos questionamentos do público desses canais.**

As mídias sociais são uma via de mão dupla, um espaço para trocar informações. Sendo assim, o gestor deve **responder às mensagens privadas sempre que possível.** É preciso demonstrar **boa vontade para ouvir e auxiliar** as pessoas em tudo que for possível, assim como **oferecer soluções** para suas questões.

Quanto às menções públicas, é preciso avaliar a pertinência da resposta. Se for uma **crítica com palavras de calão, ofensivas ou exageradas, não é necessário responder.**

Publicidade de atos, programa, obras, serviços e campanhas de órgãos públicos **deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social;** nela, não podem constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de servidores públicos. As propagandas devem se limitar a atos de interesse coletivo.

Que tipo de conteúdo não é recomendado?

É preciso ser **criterioso na publicação das cópias de matérias em jornais**. Em primeiro lugar, o “print” da notícia deve ser legível. Caso contrário, convém exibir apenas um trecho da matéria; de preferência, a chamada e a imagem quando houver. **Lembre-se sempre de divulgar o link para a matéria na íntegra.**

As mídias sociais também **não devem ser utilizadas para promover o gestor público**, pois essa atitude vai contra a natureza pública da administração e os princípios da impessoalidade, da moralidade e da legitimidade.

Vale frisar ainda que **opiniões pessoais não devem ser emitidas** por meio de páginas institucionais.

Em resumo, os gestores das mídias sociais da Udesc:

- **Devem apenas publicar notícias e comunicados relevantes** para os seguidores;
- **Não devem emitir opinião pessoal**, pois o perfil é da instituição;
- **Não devem publicar informações de caráter político;**
- **Não devem publicar propaganda e promoções** de empresas.

Diretrizes de linguagem verbal e visual

Quando se publica qualquer tipo de conteúdo para mídias sociais, deve-se ter em mente que ele é destinado a um público amplo, com pouco tempo e normalmente sem nenhum tipo de problema em passar adiante uma “meia informação”.

Se uma determinada postagem for feita de forma extensa ou complicada demais, é provável que o usuário leia apenas o começo, interprete o conteúdo com base no que ele leu e replique a informação, já com a sua opinião atrelada a ela, pelas mídias sociais.

Sob esse aspecto, qualquer instituição que insistir em postagens complexas estará se colocando como alvo de crises em potencial, geradas pela propagação de uma informação errada creditada a ela.

Na internet, a melhor forma de garantir que o ciclo de informação seja completo é publicando conteúdos simples, fáceis, diretos e com a menor extensão possível.

Em outras palavras, publicar em mídias sociais deve **privilegiar a simplicidade**, e não a complexidade. “Ser simples”, no entanto, não pode ser confundido com transmitir informações pela metade ou utilizando um tipo de linguagem excessivamente íntimo com o usuário.

O tom da conversa deve ser sempre amigável. É preciso ouvir as pessoas e responder adequadamente a suas necessidades para que os usuários desses espaços sintam que a presença da instituição é participativa e agregadora.

É importante lembrar que o emissor oficial da informação é a Udesc – e que a própria forma com que o conteúdo é postado interfere em sua credibilidade.

O relacionamento com o usuário¹

O relacionamento com o usuário **não deve jamais ser encarado como uma prática apenas para combater eventuais crises**. De maneira geral, esse item é essencial para manter a imagem da sua instituição o suficiente para que os próprios usuários tomem a iniciativa de agir como “primeira barreira de defesa”.

Ou seja, se a instituição tiver uma base alta de seguidores ou fãs, com índices altos (acima de 90%) de postagens e menções positivas à marca, toda e qualquer crise terá um cenário amplamente favorável para contê-la.

Em paralelo, **um relacionamento positivo também costuma significar bases grandes de seguidores e fãs nos canais oficiais**, servindo como uma audiência primária, e desvinculada da necessidade de esforços publicitários, para toda e qualquer ação de combate a crises.

Para se relacionar com os usuários, siga as dicas abaixo:

- **Modere comentários negativos de usuários apenas quando as críticas contiverem insultos pessoais** a servidores ou alunos – caso contrário, mantenha os comentários visíveis e, na medida do possível, responda-os;
- **Convide usuários com problemas a conversas privadas**, buscando resolver cada uma das suas questões fora de ambientes públicos;
- **Seja sempre agradecido pela participação**, com postura educada, e evite utilizar qualquer tipo de tonalidade jurídica;
- **Se estiver errado, peça desculpas**;
- **Sempre agradeça** críticas, sugestões ou comentários.

¹ Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais do Governo Federal

Seu “eu” pessoal pode ser confundido com o seu “eu” profissional

Você pode não ser o porta-voz oficial do seu local de trabalho mas, a partir do momento que deixar público seu endereço profissional, essa informação será vista pelos demais usuários (amigos, seguidores ou colegas). Por isso, **evite postar qualquer coisa que possa gerar danos à instituição em que atue.**

Isso não significa que você não possa ter opinião. Como qualquer pessoa, você é livre para pensar e expressar o que desejar, da forma que preferir. Mas, vale lembrar, que **tudo o que expressar provavelmente trará consequências, sejam positivas ou negativas.**

Escrever não é o mesmo que falar: suas palavras ficam na web e são indexadas quase que instantaneamente por outras redes.

Assim, mesmo que apague um post do qual tenha se arrependido, ele provavelmente já terá sido indexado pelo Google e por outros sites, perenizando-se na internet e ao alcance de todos os usuários.

Pense antes de publicar; se for para se arrepender, arrependa-se antes de escrever.

Mídias sociais oficiais utilizadas pela Udesc

As mídias sociais oficiais divulgadas **oficialmente** pela Udesc são as seguintes: **Facebook, Twitter, YouTube e Flickr.** As quatro foram escolhidas, dentro de todas existentes, pois se destacam pelo número de usuários atuais e pela importância enquanto meios de comunicação que viabilizam a formação de opinião de diversos públicos.

Conheça um pouco mais sobre essas redes²

Twitter

Essa ferramenta de microblog permite que usuários postem mensagens curtas (com até 140 caracteres), expressando suas opiniões sobre os temas que preferirem. Dentro da rede, cada usuário pode escolher “seguir” outros usuários – ou seja, acompanhar suas postagens no Twitter. Sempre que um determinado usuário fizer uma postagem, toda a base de pessoas que escolheram segui-lo tem acesso a essa mensagem, gerando uma rede cruzada de formação de opinião que atualmente atinge centenas de milhões de usuários por todo o mundo.

Facebook

Maior e mais importante mídia social atualmente, o Facebook inclui funcionalidades de diversos outros sites. Por meio dele, é possível montar sua base de seguidores e fazer postagens sem limitações de caracteres. Soma-se a isso ainda a possibilidade de inserir fotos, vídeos e de se utilizar aplicações diversas (de jogos a sistemas bancários). Além de comentar postagens feitas por terceiros, o Facebook permite que usuários possam clicar em botões chamados “curtir”, indicando que um usuário se identificou com aquele conteúdo ou marca. Todos os seus cliques, comentários e postagens ficam registrados na sua própria página, alimentando-a com conteúdo referente a tudo o que o usuário fez, gostou ou desgostou desde que passou a utilizar a mídia social.

YouTube

Mídia exclusivamente focada em vídeos, permite que usuários possam visualizar e fazer postar vídeos de forma gratuita. Atualmente, o YouTube é a maior videoteca existente no mundo, com extratos de filmes e trailers, além de um sem-número de filmagens pessoais sobre absolutamente todos os temas.

Flickr

A exemplo do Youtube, o Flickr é também uma rede de compartilhamento de arquivos – só que de fotos.

² Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais do Governo Federal

Volumes de postagem por mídia social

Cada mídia social, por natureza, carrega características intrínsecas à motivação do usuário em utilizá-la. Dessa forma, **é impossível definir uma regra única para postagem, somando mídias diversas** como Twitter, Facebook, YouTube e Flickr. Ainda assim, cabe apontar **melhores práticas para as principais mídias sociais** com base no que mais funciona para elas:

Facebook: de um a três posts por dia, com textos de, no máximo, cem caracteres e uma imagem. Use a primeira pessoa do plural (nós), de modo informal e direto, com convite à interação (compartilhe, veja, curta etc.) Priorize textos de teor emocional, envolvendo o usuário no assunto. É recomendável que haja um intervalo de pelo menos 15 minutos entre as postagens.

Twitter: de um a cinco posts por dia, com textos de, no máximo, 110 caracteres. Use a primeira pessoa no plural (nós), de modo informal e direto, com convite à interação (retuíte, saiba mais). Priorize textos de teor emocional, envolvendo o usuário no assunto. É recomendável que haja um intervalo de pelo menos 15 minutos entre as postagens.

Youtube: Mínimo de dois vídeos por mês, que devem ter descrição completa, com teor mais formal, e acesso liberado para todos os usuários.

Flickr: Mínimo de duas imagens por mês, que devem ter descrição completa, com teor mais formal, e acesso liberado para todos os usuários. Além disso, as fotos precisam ser divididas por assuntos.

Gestores das mídias sociais

As mídias sociais oficiais da Udesc devem ter como gestores um técnico universitário (de preferência um jornalista, ou o representante de comunicação de cada unidade) ou um professor do quadro efetivo. **As mídias sociais não devem ser administradas por alunos.**

Se a unidade, setor, programa ou projeto da Udesc não tiver condições de administrar mídias sociais, a opção é divulgar os **links dos canais oficiais da Udesc:**

- [facebook.com/udesc](https://www.facebook.com/udesc)
- twitter.com/udesc
- [youtube.com/canaludesc](https://www.youtube.com/canaludesc)
- [flickr/udesc](https://www.flickr.com/photos/udesc/)

Nomenclatura das mídias sociais utilizadas pela Udesc

Facebook (fan page)*

* *Devem ser criadas fan pages para a Udesc e unidades e não perfis pessoais com o nome da instituição ou centro.*

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc**
- Nome da página: **Udesc – Universidade do Estado de Santa Catarina**
- Sobre: Bem-vindo à página oficial da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). Clique em “Curtir” e acompanhe as ações da instituição.

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.balneario**
- Nome da página: **Udesc Balneário Camboriú**
- Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Educação Superior da Foz do Itajaí (Cesfi), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.cead**
- Nome da página: **Udesc Cead**
- Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Educação a Distância (Cead), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.ceart**
- Nome da página: **Udesc Ceart**
- Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Artes (Ceart), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.cefid**
- Nome da página: **Udesc Cefid**
- Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Ciências da Saúde e do Esporte (Cefid), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.esag**
- Nome da página: **Udesc Esag**
- Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas (Esag), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.faed**
 - Nome da página: **Udesc Faed**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Humanas e da Educação (Faed), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).
-
- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.ibirama**
 - Nome da página: **Udesc Ibirama**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Educação Superior do Alto Vale do Itajaí (Ceavi), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).
-
- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.joinville**
 - Nome da página: **Udesc Joinville**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Ciências Tecnológicas (CCT), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).
-
- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.lages**
 - Nome da página: **Udesc Lages**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Ciências Agroveterinárias (CAV), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).
-
- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.laguna**
 - Nome da página: **Udesc Laguna**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Educação Superior da Região Sul (Ceres), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).
-
- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.oeste**
 - Nome da página: **Udesc Oeste**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Educação Superior do Oeste (CEO), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).
-
- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.planaltonorte**
 - Nome da página: **Udesc Planalto Norte**
 - Sobre: Bem-vindo à página do Centro de Educação Superior do Planalto Norte (Ceplan), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

Rádios Udesc

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udescfmflorianopolis**
- Nome da página: **Rádio Udesc FM 100.1**
- Sobre: Rádio Educativa da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udescfmjoinville**
- Nome da página: **Rádio Udesc FM 91.9**
- Sobre: Rádio Educativa da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udescfmlages**
- Nome da página: **Rádio Udesc FM 106.9**

Outros setores

Outros setores da universidade devem utilizar o padrão abaixo:*

- Nome de usuário (URL): **www.facebook.com/udesc.proex**
- Nome da página: **Udesc Proex**
- Sobre: Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Comunidade (Proex), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

** Se o centro, pró-reitoria, coordenadoria, departamento, entre outros, não tiver condições de administrar as mídias sociais, a opção é divulgar o link oficial da Udesc (facebook.com/udesc; twitter.com/udesc; youtube.com/canaludesc).*

Todos os setores da Udesc que criarem canais nas mídias sociais devem seguir o padrão estabelecido pela Secom e informá-los ao e-mail comunicacao@udesc.br para que sejam divulgados como oficiais.

A Secom manterá uma lista atualizada com as mídias sociais oficiais da Udesc.

** Casos especiais serão analisados pela Secretaria de Comunicação, mas a sugestão é que todos divulguem o perfil geral da Udesc, que terá atualização constante.*

Recomendações nas postagens do Facebook:

Citar sempre a fonte (nome do autor da matéria e setor onde trabalha) e colocar o crédito das imagens utilizadas.

Twitter

* Permite 15 caracteres no nome de usuário (URL) e 20 no nome da página, mas não permite o uso de ponto.

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc**
- Nome da página: **Udesc**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_balneario**
- Nome da página: **Udesc Balneário**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_ceed**
- Nome da página: **Udesc Cead**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_ceart**
- Nome da página: **Udesc Ceart**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_cefid**
- Nome da página: **Udesc Cefid**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_faed**
- Nome da página: **Udesc Faed**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_esag**
- Nome da página: **Udesc Esag**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_joinville**
- Nome da página: **Udesc Joinville**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_lages**
- Nome da página: **Udesc Lages**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_laguna**
- Nome da página: **Udesc Laguna**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_oeste**
- Nome da página: **Udesc Oeste**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_planalto**
- Nome da página: **Udesc Planalto Norte**

Rádios Udesc

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udescfmfloripa**
- Nome da página: **Rádio Udesc FM 100.1**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udescfmjlle**
- Nome da página: **Rádio Udesc FM 91.9**

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udescfmlages**
- Nome da página: **Rádio Udesc FM 106.9**

Outros setores da universidade devem utilizar o padrão abaixo:

- Nome de usuário (URL): **www.twitter.com/udesc_proex**
- Nome da página: **Udesc Proex**

Recomendações nas postagens do Twitter

De maneira geral, as publicações devem ser da seguinte forma:
Título da matéria + link

Exemplo:

Programa de Apoio à Extensão da Udesc aceita inscrições para edital de 2015 até início de outubro - <http://www.udesc.br/?idNoticia=11046>

YouTube

O canal no YouTube da Udesc é o **www.youtube.com/canaludesc** e será gerenciado pela Secom.

Flickr

O endereço oficial do Flickr da Udesc é o **www.flickr.com/udesc** e será gerenciado pela Secom.



Av. Madre Benvenuta, 2007 | Itacorubi | Florianópolis/SC
CEP 88035-901 | Telefone: (48) 3664-8000
www.udesc.br | facebook.com/udesc | [twitter @udesc](https://twitter.com/udesc)