



INSTITUTO DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL  
SÍRIO-LIBANÊS

# GUIA DE ORIENTAÇÃO E BOAS PRÁTICAS **NAS REDES SOCIAIS**





INSTITUTO DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL  
SÍRIO-LIBANÊS

# GUIA DE ORIENTAÇÃO E BOAS PRÁTICAS **NAS REDES SOCIAIS**





As redes sociais estão em constante evolução, com novas tendências, recursos e desafios surgindo regularmente. O Instituto de Responsabilidade Social Sírio-Libanês acredita que a correta utilização desses canais é uma excelente forma de disseminar uma imagem positiva para sua marca, destacando os resultados e o impacto positivo gerados para a saúde pública brasileira por meio da atuação de seus colaboradores e parceiros.



PARA PROMOVER O USO RESPONSÁVEL, EFICAZ E CONSISTENTE DAS REDES SOCIAIS, CONTRIBUINDO PARA A REPUTAÇÃO E O SUCESSO DO IRSSL NO AMBIENTE DIGITAL, GARANTINDO QUE **A COMUNICAÇÃO NESTES CANAIS REFLITA NOSSOS VALORES E PERSONALIDADE DE MARCA, PREPARAMOS ESTE GUIA ESPECIAL COM DICAS IMPRESCINDÍVEIS PARA UMA BOA UTILIZAÇÃO E ATUAÇÃO NAS REDES SOCIAIS.**

## ÍNDICE

- **INTRODUÇÃO**
- **OBJETIVOS DO GUIA**
- **CONCEITOS BÁSICOS**
  - **O que são as redes sociais**
  - **Quais são as principais redes sociais no Brasil**
- **O IRSSL NAS REDES SOCIAIS**
- **O QUE FAZER NAS REDES SOCIAIS**
- **O QUE NÃO FAZER NAS REDES SOCIAIS**
- **GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM NAS REDES SOCIAIS**
- **MONITORAMENTO DOS MEIOS DIGITAIS**
- **PRODUZINDO CONTEÚDO PARA AS REDES SOCIAIS**
- **DICAS GERAIS**



# INTRODUÇÃO

Hoje em dia, os universos online e off-line caminham mais juntos e, com isso, a forma de se comunicar mudou. As pessoas, cada vez mais, têm a oportunidade de se expressar, trocar conteúdos, ter voz ativa, em ambientes como Whatsapp, Facebook e Youtube. Com esse movimento, a linha que divide o universo profissional e o pessoal se torna cada vez mais tênue e, muitas vezes, expressamos momentos marcantes e conquistas profissionais nas redes sociais.

Da mesma forma, o orgulho de ser Instituto de Responsabilidade Social Sírio-Libanês é manifestado também ao compartilhar conteúdos sobre a nossa instituição. A cada interação nas redes sociais, as pessoas acabam construindo também a sua marca.

Você já parou para pensar sobre isso? Em todo comentário, post compartilhado ou publicação curtida há uma mensagem por trás, que influencia a forma como você é percebido por outras pessoas. Sem perceber, assumimos também o papel de porta-vozes informais da marca, ao comunicar conteúdos relacionados com a empresa. E, com isso, surge a responsabilidade de cuidar também da reputação da nossa empresa.

Para apoiá-lo nessa nova forma de interagir com o mundo, nossa área de marketing construiu um guia de boas práticas nas redes sociais. Dessa forma, acreditamos que nossos profissionais poderão atrair e estabelecer novas parcerias, estreitar relacionamento com uma diversidade de pessoas e ainda promover positivamente as suas conquistas e projetos.

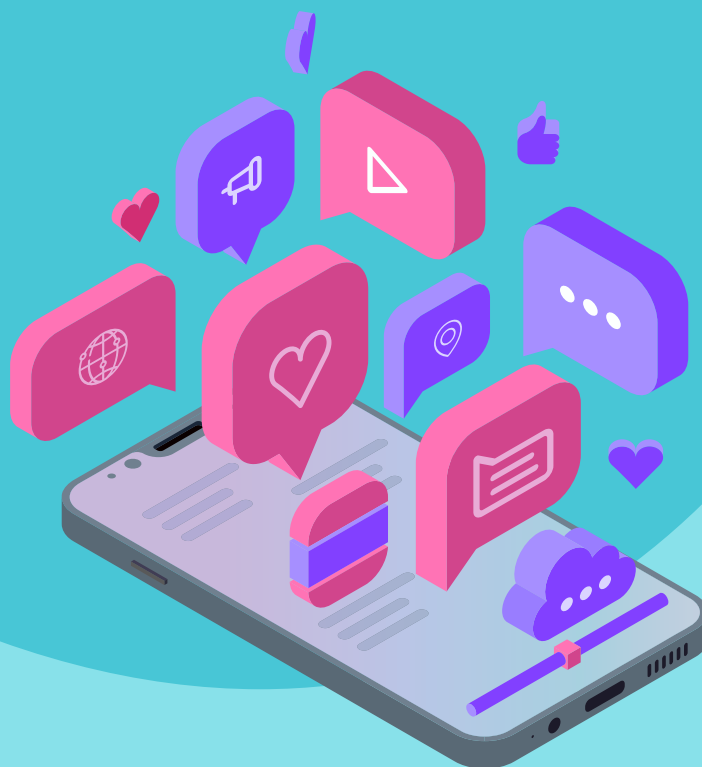
Acompanhe as dicas nas próximas páginas e aproveite tudo que as redes sociais podem fazer pela sua imagem pessoal e profissional, além de contribuir para fortalecer e preservar a marca do IRSSL ;)



## OBJETIVOS DESTE GUIA

O objetivo desse guia é apresentar aos colaboradores do Instituto de Responsabilidade Social Sírio-Libanês quais são as principais diretrizes, boas práticas e caminhos para a utilização assertiva e ética das mídias sociais, a fim de garantir uma boa reputação, tanto para o profissional quanto para a marca do Instituto.

ESTE GUIA APRESENTA UM CONJUNTO DE DIRETRIZES E CONSELHOS QUE VISAM PROMOVER O USO SAUDÁVEL, SEGURO E RESPONSÁVEL DESSAS PLATAFORMAS. ESSAS PRÁTICAS PODEM VARIAR DEPENDENDO DO CONTEXTO E DA FINALIDADE DAS REDES SOCIAIS.





## CONCEITOS BÁSICOS

### O que são as redes sociais

Redes sociais são plataformas online que permitem que indivíduos e grupos se conectem, compartilhem informações e interajam virtualmente. Elas são construídas em torno de perfis de usuários, nos quais as pessoas podem criar e compartilhar conteúdo, se comunicar com outros usuários e participar de comunidades ou grupos específicos com interesses em comum.

As redes sociais fornecem uma variedade de recursos que permitem aos usuários compartilhar diferentes tipos de conteúdo, como texto, imagens, vídeos e links. Além disso, as pessoas podem expressar suas opiniões, curtir, comentar e compartilhar o conteúdo de outras pessoas, estabelecendo assim interações sociais virtuais.

No entanto, é importante lembrar que o uso das redes sociais também traz desafios, como o gerenciamento da privacidade, o impacto na saúde mental e a disseminação de desinformação. É fundamental utilizar as redes sociais de forma consciente e responsável, respeitando as regras de cada plataforma e protegendo a segurança e privacidade dos usuários.





## AS PRINCIPAIS REDES SOCIAIS NO BRASIL

As redes sociais são ambientes digitais que proporcionam a troca de informação e conteúdo de forma rápida e instantânea. O diferencial é a interação, uma vez que os próprios usuários também estão produzindo conteúdo a todo momento. Estar presente em alguma rede social exige estar preparado para isso, tanto nos momentos de elogio quanto nos de críticas.

### AS REDES DE MAIOR UTILIZAÇÃO NO BRASIL SÃO:



**Facebook** é uma rede social que permite conversar com amigos, compartilhar conteúdos, mensagens, postar fotografias e participar de grupos com temas que você curte acompanhar.



**Instagram** é uma rede social com foco em conteúdos audiovisuais, compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, além da experiência de usabilidade, utilizando filtros digitais e opções de ferramentas de interações pelo stories.



**LinkedIn** é uma plataforma focada em negócios, busca e procura de emprego. Além de potencializar sua imagem profissional. Conteúdos, artigos e conexões com funcionários, empresas e nichos do seu interesse são apenas algumas das várias opções de interatividade na plataforma.



**TikTok** é uma rede social para compartilhamento de vídeos curtos, mas que oferece amplos recursos para editá-los e interagir com outros perfis. Usa algoritmos de inteligência artificial para selecionar o melhor conteúdo de acordo com as preferências do usuário.



**Twitter** é uma rede social com foco em compartilhamento de textos curtos em tempo real. Sendo um serviço de microblog, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos.



**WhatsApp** é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos, além de fazer ligações grátis por meio de uma conexão com a internet.



**Youtube** é um site de divulgação e compartilhamento de vídeos postados pelos usuários, que podem ser visualizados livremente. Permite a criação de canais específicos, descrições e interação com o público.





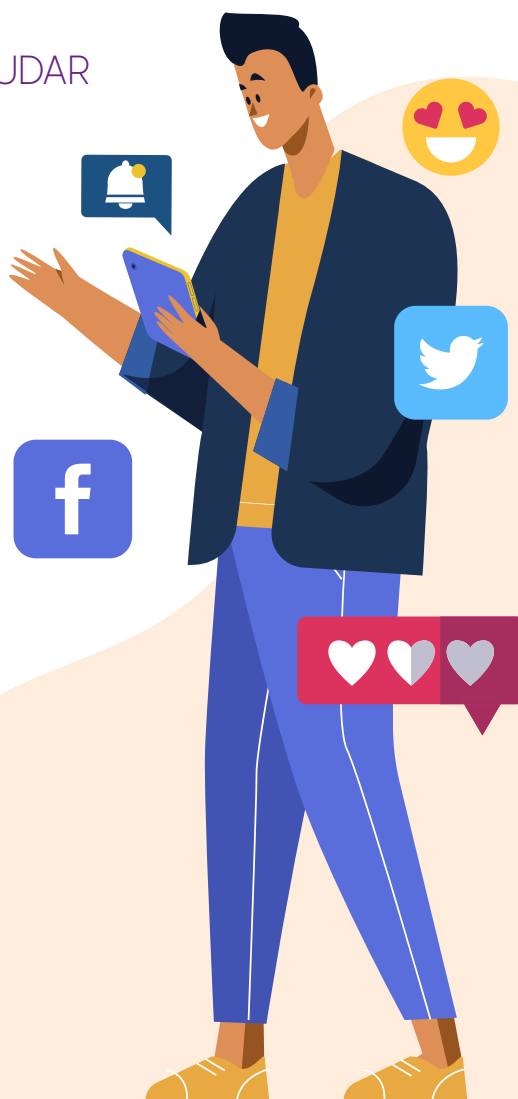
## O IRSSL NAS REDES SOCIAIS

Por meio de seus perfis oficiais, o Instituto de Responsabilidade Social Sírio-Libanês utiliza as redes sociais com o objetivo de promover as melhores práticas do seu modelo de gestão de serviços de saúde pública, compartilhando os resultados de suas unidades, cases de sucesso, experiências positivas de seus pacientes, além de estabelecer conexões e diálogos com os mais diversos públicos. Nestes canais, o Instituto também publica conteúdos que reforçam seu posicionamento de marca empregadora, destacando a atuação de seus profissionais e suas boas práticas.

As redes sociais também são importantes fontes para que o Instituto entenda como está a percepção de pacientes, familiares e colaboradores sobre as unidades que estão sob sua gestão, criando assim um diálogo com seus públicos e um processo de melhoria contínua.

### ENTENDA COMO VOCÊ PODE AJUDAR O IRSSL NAS REDES SOCIAIS 😊

- Valorize os perfis oficiais do IRSSL e interaja com eles. Certifique-se de que está seguindo nossos canais oficiais. Sempre comente, compartilhe e recomende nossos conteúdos para seus contatos.
- Sempre marque nossos perfis oficiais em suas publicações das redes sociais, e utilize as hashtags (#) de nossas campanhas, assim você contribui no engajamento e estimula outras pessoas a acompanharem nossas ações.
- Não crie perfis institucionais das unidades, vamos concentrar nossas informações em nossos perfis oficiais.
- Apoiamos a liberdade de expressão, uma vez que seja compartilhada com bom senso, equilíbrio e respeito. Sempre considerando questões de gênero, raciais e crenças. Lembre-se disso ao interagir com os nossos canais oficiais!





## O QUE FAZER NAS REDES SOCIAIS

Quer expressar seu orgulho em fazer parte do IRSSL?



- Só compartilhe informações oficiais e que possuam autorização para divulgação. Dê preferência aos conteúdos que já estão nos perfis oficiais do Instituto.
- Você pode usar em seu perfil pessoal fotos com peças de identificação do Instituto, como uniformes, botons e jalecos, por exemplo. Mas sempre prestando atenção se a imagem não prejudica a reputação da marca. E lembre-se, ao estar uniformizado ou utilizando o crachá, você está representando o Instituto.
- O que você mostra no seu perfil pode ser acessado ou visto pelos pacientes, colaboradores e profissionais de outras empresas que procurarem seu nome nas redes sociais. Pense muito bem antes de publicar!
- Os materiais enviados pela comunicação interna não devem ser compartilhados nas redes sociais, já que contém informações sigilosas sobre o negócio. Não compartilhe informações internas, como pesquisas, sistemas, relatórios e comunicados.
- Suas informações pessoais são importantes e por isso devem ser protegidas. Geralmente as redes sociais permitem a configuração de informações de privacidade.
- A regra de privacidade vale também para colegas de trabalho, pacientes e parceiros. Se eles não autorizarem, não publique! E cuidado para não expor informações e situações que podem afetar negativamente a reputação do Instituto.
- Em reuniões, ações e eventos internos, tenha cuidado com a publicação de fotos e vídeos que podem expor nossas unidades, colegas de trabalho e informações confidenciais.
- Não publique fotos de pacientes sem autorização, é importante saber que fotos não podem ser tiradas nas áreas de atendimento médico-hospitalar ou ambulatorial, e não é permitido publicar fotos com pacientes em redes sociais.
- Não divulgue informações sobre os pacientes. A confidencialidade dos pacientes deve ser respeitada, segundo a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).
- Antes de postar um desabafo, crítica ou opinião, leia novamente seu conteúdo com calma. Uma publicação feita por impulso pode gerar uma crise institucional.
- O uso das redes sociais no ambiente de trabalho deve ser moderado, não deve atrapalhar suas demandas e responsabilidades.



## O QUE VOCÊ NÃO DEVE FAZER EM NOME DO IRSSL NAS REDES SOCIAIS

- Criar perfis institucionais em nome do IRSSL ou de suas unidades.
- Falar em nome do Instituto, a não ser que seja autorizado oficialmente pela área de marketing e diretoria executiva.
- Representar o IRSSL sem a autorização.
- Citar parceiros, fornecedores ou clientes sem a devida autorização.
- Compartilhar NENHUMA informação interna. Pesquisa, informação de sistemas, relatórios, comunicados, etc.
- Não é permitido tirar fotos dentro das unidades (hospitais e ambulatórios) e em ambientes administrativos deve-se tomar cuidado para evitar exposição de informações confidenciais.
- Entrar em discussões e responder em nome do Instituto. Caso você identifique algum conteúdo, crítica ou reclamação envolvendo umas das unidades administradas pelo IRSSL, acione imediatamente o time de marketing pelo e-mail [marketing@irssl.org.br](mailto:marketing@irssl.org.br), se possível, tire um print e encaminhe o link da publicação.





# O QUE NÃO FAZER NAS REDES SOCIAIS

O que você SEMPRE deve evitar nas redes sociais

- Não compartilhe informações pessoais sensíveis: Evite compartilhar informações como números de telefone, endereços residenciais, detalhes financeiros ou qualquer outra informação que possa comprometer sua segurança pessoal.
- Não engaje em cyberbullying ou discurso de ódio: Respeite os outros usuários e evite qualquer forma de bullying, discriminação, racismo, sexismo, homofobia ou qualquer tipo de discurso de ódio. Seja cortês e construtivo em suas interações.
- Não compartilhe conteúdo ilegal ou questionável: Evite compartilhar ou promover conteúdo ilegal, como pornografia infantil, violência extrema, atividades criminosas ou qualquer material que viole os termos de serviço da plataforma.
- Não seja excessivamente negativo ou agressivo: Embora seja normal expressar opiniões diferentes, evite ser excessivamente negativo, hostil ou agressivo ao discordar de alguém. Tente manter as discussões respeitadas e construtivas.
- Não seja vítima da desinformação: Verifique a veracidade das informações antes de compartilhá-las. Evite espalhar boatos, teorias da conspiração ou notícias não verificadas. Contribua para a promoção de um ambiente de informações confiáveis e precisas.
- Não faça uso excessivo das redes sociais: Evite passar longas horas nas redes sociais sem um propósito definido. Isso pode levar a problemas de saúde mental, falta de produtividade e isolamento social. Estabeleça limites saudáveis e equilibre seu tempo online com atividades offline.
- Não se envolva em brigas ou discussões acaloradas: Evite alimentar discussões inúteis ou brigas nas redes sociais. Lembre-se de que nem todas as opiniões podem ser mudadas, e às vezes é melhor concordar em discordar.



**Essas são apenas algumas diretrizes gerais sobre o que não fazer nas redes sociais. Cada plataforma pode ter suas próprias políticas específicas, então é importante ler e entender as diretrizes de cada plataforma que você utiliza e seguir as regras estabelecidas por elas.**

**NÃO SE ESQUEÇA: A INTERNET NÃO É UM AMBIENTE SEM LEIS OU REGRAS. TUDO O QUE VOCÊ FAZ, POSTA OU COMENTA FICA REGISTRADO.**

**PORTANTO, CUIDE DE SUA IMAGEM PESSOAL E PROFISSIONAL SEGUINDO NOSSAS DICAS. ASSIM, AS REDES SOCIAIS SERÃO UM GRANDE ALIADO DA SUA CARREIRA 😊**

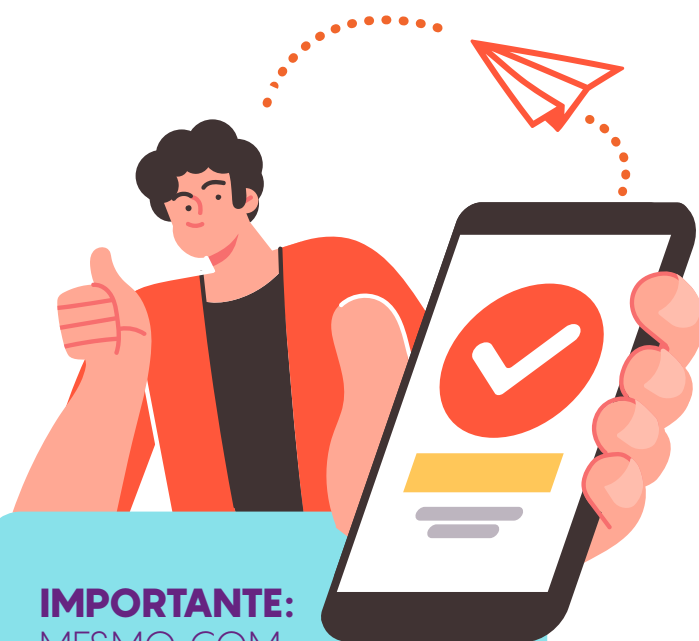


# GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM NAS REDES SOCIAIS

**Evitar uma crise de imagem nas redes sociais é fundamental para preservar a reputação de uma marca ou organização. Para tanto, é necessário que a marca possua uma estratégia sólida e consistente de atuação nestes canais, considerando suas particularidades, dinâmica e perfil do público.**

**A área de marketing do IRSSL é a responsável pela gestão e manutenção das redes sociais do Instituto e, com o objetivo de se preparar para eventuais crises de reputação, conta com:**

- Plano estratégico de mídia social bem definido, com objetivos claros, público-alvo, as plataformas adequadas e a correta definição do tom de voz para a comunicação.
- Monitoramento regular das redes sociais, acompanhando o que está sendo dito sobre nossa marca nas redes sociais, desde menções, comentários e conversas relevantes. Isso ajudará a identificar problemas em potencial antes que se tornem crises.
- Criando conteúdo relevante e de qualidade com nosso público nas redes sociais. Isso ajuda a construir uma reputação positiva e a estabelecer nossa autoridade na área.
- Mantendo a consistência na voz e na mensagem, assegurando que nossa marca mantenha uma voz consistente e uma mensagem clara em todas as interações nas redes sociais. Isso ajuda a evitar mal-entendidos e confusões que possam levar a crises de imagem.



## **IMPORTANTE:**

MESMO COM TODAS AS MEDIDAS PREVENTIVAS, É POSSÍVEL ENFRENTAR UMA CRISE DE IMAGEM NAS REDES SOCIAIS. NESSES CASOS, UMA RESPOSTA RÁPIDA, TRANSPARENTE E EFICAZ É FUNDAMENTAL PARA MINIMIZAR O IMPACTO NEGATIVO.

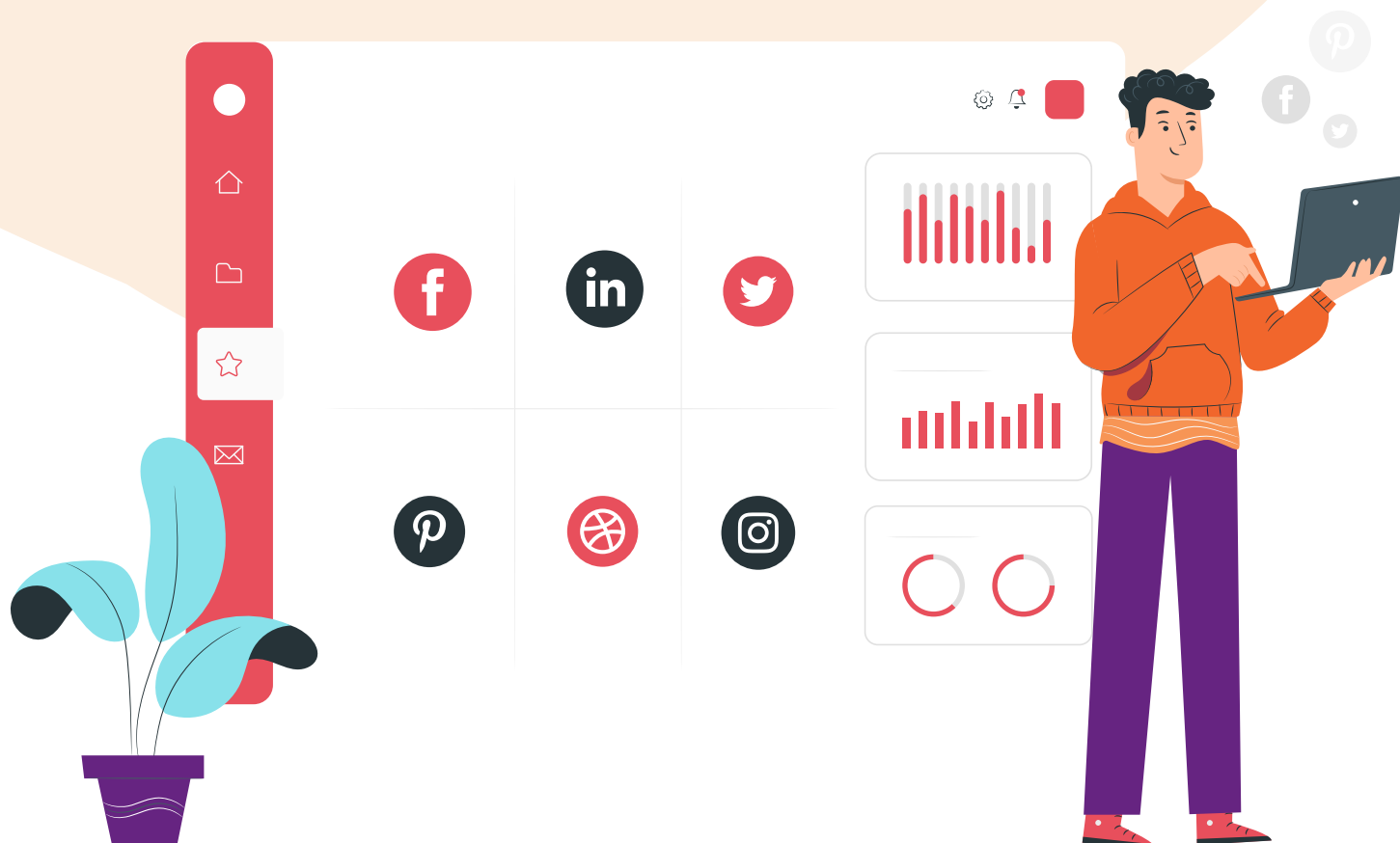
- Respondendo prontamente aos comentários e mensagens recebidas nas redes sociais e demonstrando que valorizamos o feedback e estamos dispostos a resolver problemas de forma rápida e eficiente.
- Praticando a empatia e o respeito em todas as interações com os usuários das redes sociais, tentando resolver problemas de maneira amigável e evitando confrontos ou respostas agressivas, pois isso pode agravar a situação. No entanto, em caso de desrespeito às boas práticas, leis digitais e regras das plataformas, os comentários poderão ser apagados e o usuário poderá ser bloqueado de nossos canais.

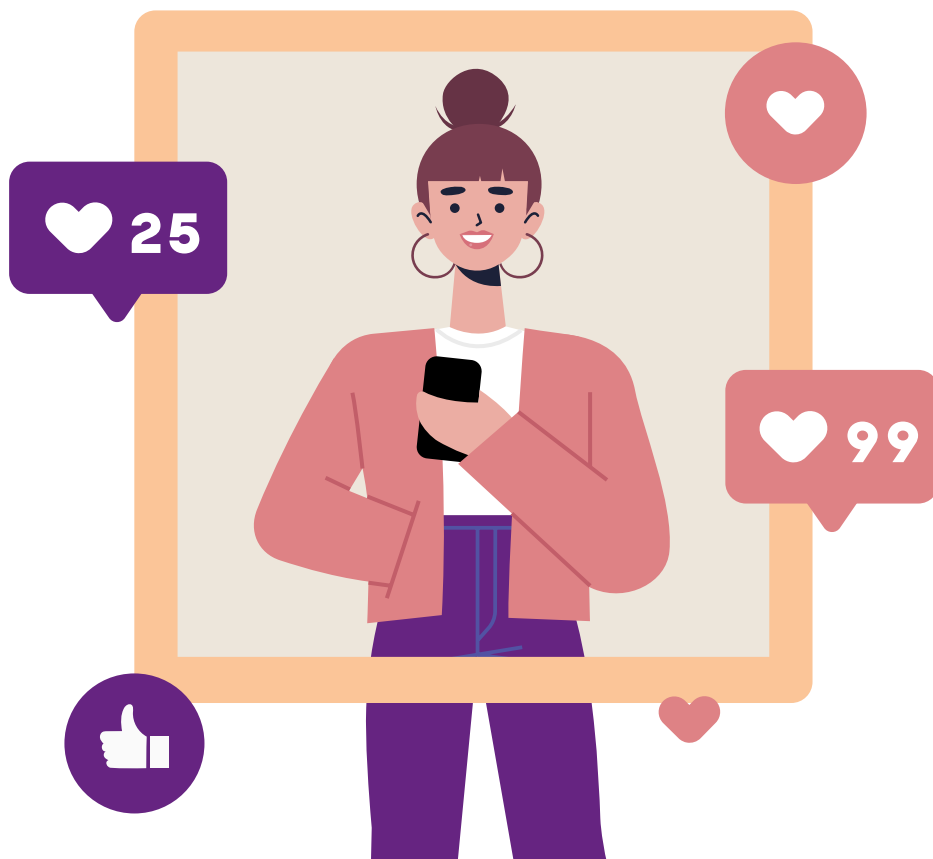


## MONITORAMENTO DAS REDES SOCIAIS

Com o objetivo de manter um diálogo aberto e relações construtivas em nossos perfis nas redes sociais, realizamos a monitoramento de todas as interações em nossas redes sociais, além de acompanhar todo o conteúdo que menciona nossa marca ou a de nossas unidades. Esse trabalho permite identificar e gerenciar possíveis crises, melhorar nossos fluxos e rotinas de atendimento e ajudar pessoas com dúvidas, críticas e sugestões de melhorias.

Dessa forma, convidamos seguidores e público em geral a interagir com nossos perfis, com liberdade para manifestar opiniões e comentários, porém com cuidado para não compartilhar informações pessoais, expor profissionais de nossas unidades, ou conteúdos que caracterizem discurso de ódio, intolerância religiosa e racismo, bem como qualquer outro tipo de preconceito.





## PRODUZINDO CONTEÚDO PARA AS REDES SOCIAIS

Profissionais da saúde que criam conteúdo específico em seu perfil pessoal nas redes sociais possuem uma responsabilidade ainda maior ao se tornarem influenciadores digitais, pois ampliam o alcance de suas publicações.

Sempre que publicar e compartilhar um vídeo, por exemplo, tenha certeza de que o tema abordado tem bases científicas ou são embasados em estudos aprovados e regulamentados, sempre evidenciando se está disponível no Brasil.

De acordo com o Sistema Cofen/Conselhos Regionais de Enfermagem, profissionais devem usar as mídias sociais com responsabilidade, conscientes das oportunidades e das consequências que seus atos podem gerar.

Médicas e médicos influenciadores devem estar atentos às mesmas normas aplicadas à publicidade médica, descritas no capítulo XIII do Código de Ética Médica (Resolução CFM nº 2.217/2018).



Quer usar as redes sociais para potencializar sua carreira e sua imagem? Confira essas últimas dicas 😊

### **1 GERENCIE SUA PRIVACIDADE:**

Familiarize-se com as configurações de privacidade da plataforma e ajuste-as de acordo com suas preferências. Seja seletivo ao compartilhar informações pessoais e evite divulgar dados sensíveis publicamente.

### **2 SEJA RESPEITOSO E CORTÊS:**

Mantenha uma postura respeitosa ao interagir com outras pessoas nas redes sociais. Evite ofensas, discurso de ódio, bullying ou qualquer tipo de comportamento prejudicial. Lembre-se de que suas palavras têm impacto nas pessoas.

### **3 VERIFIQUE A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES:**

Antes de compartilhar notícias, artigos ou informações, verifique sua fonte e valide sua autenticidade. Evite disseminar boatos ou desinformação. Ajude a promover a precisão e a confiabilidade nas redes sociais.

### **4 SEJA CONSCIENTE COM O QUE COMPARTILHA:**

Pense antes de compartilhar qualquer conteúdo. Considere se ele é útil, relevante e apropriado. Evite espalhar informações sensacionalistas, sensíveis ou prejudiciais. Lembre-se de que suas postagens podem ter um impacto duradouro.

### **5 PROTEJA SUA SEGURANÇA ONLINE:**

Use senhas fortes, ative a autenticação de dois fatores e tome medidas para proteger sua conta. Esteja ciente de possíveis golpes, phishing ou atividades maliciosas nas redes sociais. Relate qualquer atividade suspeita e denuncie abusos.

### **6 SEJA SELETIVO COM SUAS CONEXÕES:**

Escolha com cuidado as pessoas que você adiciona como amigos ou segue nas redes sociais. Priorize conexões com pessoas que você conhece pessoalmente ou que tenham interesses e valores semelhantes. Fique atento a perfis falsos ou suspeitos.

### **7 MANTENHA UM EQUILÍBRIO SAUDÁVEL:**

Estabeleça limites para o tempo que você passa nas redes sociais. Evite a dependência excessiva e reserve tempo para atividades offline, interações sociais presenciais e autocuidado.





Aqui no Instituto, nós respeitamos a liberdade de expressão de todas as nossas pessoas, e incentivamos que aproveitem as facilidades das redes sociais com consciência, responsabilidade e respeito, cientes dos benefícios e consequências que suas ações podem causar. Atitudes incompatíveis com esta orientação podem ser encaminhadas para o time de Marketing do IRSSL, pelo e-mail **marketing@irssl.org.br**.





## REFERÊNCIAS

**AASP, Boas práticas para as mídias sociais da.** Associação dos Advogados de São Paulo. Disponível em: < <https://www.aasp.org.br/regulamentos/boas-praticas-para-as-midias-sociais-da-aasp/> >. Acesso em 08 de março 2023.

**MÉDICOS, Guia das boas práticas nas redes sociais para.** Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo CREMESP. Disponível em: < <https://www.cremesp.org.br/library/modulos/flipbook/publicacao/73/4/index.html> >. Acesso em 09 de março 2023.

**SOCIAIS, Boas Práticas nas redes.** Conselho Federal de Enfermagem – Cofen. Disponível em: < <http://www.cofen.gov.br/wp-content/uploads/2017/05/Manual-Boas-Pr%C3%A1ticas-Redes-Sociais-Cofen.pdf> >. Acesso em 09 de março 2023.

**SOCIAIS, Guia de boas práticas nas redes.** Grupo Tigre. Disponível em: < <https://tigrecombr-prod.s3.amazonaws.com/default/files/2017-11/Boas-praticas-Redes-Sociais-Tigre.pdf> >. Acesso em 10 de março 2023.

**SOCIAIS, Manual de Conduta das.** Grupo Água Branca. Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=2K8SkKZjI\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=2K8SkKZjI_A) >. Acesso em 08 de março 2023.

**SOCIAIS, Manual de Conduta das.** Grupo Enbrapa. Disponível em: < <http://manualmidias.sct.embrapa.br> >. Acesso em 09 de março 2023.

**#SomosTodosInstituto**