

IDENTIDADE
PADRÃO DE
COMUNICAÇÃO
DIGITAL
E MANUAL DE
USO DAS
REDES SOCIAIS



M U N I C Í P I O D E
SANTA CRUZ DO SUL

VIVER
AQUI É
BOM
DEMAIS

APRESENTAÇÃO	3
CONDUTA DOS SERVIDORES PÚBLICOS	4
RELACIONAMENTO	5
CANAIS DIGITAIS	6
FORMATAÇÃO.....	10
CONTEÚDO	14
PÁGINAS OFICIAIS DO MUNICÍPIO.....	15
PASSO A PASSO	16
CHECKLIST DE POSTAGEM.....	21
DICIONÁRIO DAS REDES SOCIAIS	23

APRESENTAÇÃO

Olá, seja bem-vindo(a)!

No contexto atual de nossa sociedade, nota-se a grande força das Mídias Sociais na propagação de informações. O Município de Santa Cruz do Sul também está adotando as redes sociais. Elas serão utilizadas como um canal de comunicação entre a Administração e os cidadãos santa-cruzenses. As informações, notícias e novidades de interesse público serão disponibilizadas de forma acessível e em tempo real à população.

O objetivo deste Manual é padronizar e normatizar todas as páginas existentes e relacionadas à Prefeitura, assim como, instruir os administradores das contas virtuais a manter uma postura responsável, construindo planejamento de conteúdos e utilizando uma linguagem adequada para o ambiente virtual.

CONDUTA DOS SERVIDORES PÚBLICOS

4

Tudo que acontece *online* está sendo visualizado por muitas pessoas, ou seja, tudo o que você posta, compartilha e comenta pode comprometer a credibilidade do seu trabalho na instituição. O objetivo deste Manual não é proibir a utilização das redes sociais, mas incentivar seu uso consciente, para que você, funcionário público, não venha a ter problemas em função de conteúdos e/ou linguagens impróprias.

1

Não comente ou divulgue qualquer informação privilegiada ou confidencial do seu trabalho.

2

Não relate qualquer divergência ocorrida no ambiente de trabalho.

3

Na era de captura de tela, nenhum meio de comunicação é totalmente privado.

4

Não exponha seu dia a dia de trabalho sem autorização prévia do seu chefe direto.

5

Não crie canais de comunicação em nome do Município de Santa Cruz do Sul sem autorização prévia da Secretaria Municipal de Comunicação(Secom).

6

Se é administrador de alguma página relacionada ao Município de Santa Cruz do Sul, nunca compartilhe e comente nela algo de caráter pessoal.

RELACIONAMENTO

Já que o objetivo das Redes Sociais é estabelecer mais um canal de comunicação entre cidadão e as organizações, a palavra-chave é relacionamento. A partir do momento que entramos no espaço digital, as pessoas entendem que podem tirar dúvidas, realizar denúncias e relatar suas insatisfações com os serviços prestados pela Prefeitura.

O QUE FAZER?

1. Dúvidas fáceis devem sempre ser respondidas.

Exemplos: Horário de atendimento ou e-mail de contato.

2. Em casos de **insatisfação**, deve-se recomendar ao cidadão, que entre em contato com a Ouvidoria ou envie mensagem para o Whatsapp da Prefeitura. (051) 9 8443 - 0312.

3. Elogios devem ser agradecidos e curtidos. Essas são atitudes essenciais para manter uma boa interação com o público.

4. Comentários agressivos e propagação de ódio devem ser excluídos imediatamente.

5. Recurso de Avaliação da página deve ser desativado pelo Administrador.

CANAIS DIGITAIS

FACEBOOK

O Facebook disponibiliza uma gama de recursos que podem ser aproveitados. Seu emprego proporciona uma maior interação com a população. Além das publicações convencionais com o uso da escrita, é indispensável que o administrador utilize outras formas de comunicação, como fotos, vídeos, infográfico e peças publicitárias. Dessa forma, o canal torna-se mais atrativo e dinâmico para o usuário.

O QUE FAZER?

- Ao compartilhar notícias do site da Prefeitura, é importante usar o link que remete ao mesmo. Também é obrigatório que o Administrador faça o corte do endereço eletrônico no site: Google URL Shortener. Passo a passo na pág. 17 desse Manual .
- O uso das transmissão ao vivo também é uma forma atrativa de contato com o público. Elas devem ser realizadas com cuidado e planejamento para evitar problemas inesperados. Escreva um roteiro sobre o que será feito antes de gravar. Além disso, é recomendado que a câmera esteja na horizontal.
- Para a divulgação de eventos, é recomendada a criação de uma arte com a programação. Também é aconselhável o uso da ferramenta de criação de eventos, oferecidos pelo aplicativo.



CANAIS DIGITAIS

- Os textos que forem publicados diretamente no Facebook devem ser curtos e sempre acompanhados de fotos.
- As publicações devem ser escritas de forma acessível à população, mas respeitando a norma da Língua Portuguesa.
- É obrigatório a utilização da hashtag #ViverAquiÉBomDemais. Também é recomendado que a secretaria crie as suas próprias tags, mas sempre com o mesmo padrão. Ex: *#EsporteÉSaúde* *#MestreCuca*
- As legendas da publicações devem conter a hashtag #PraCegoVer. Ela faz parte de um projeto de disseminação da cultura da acessibilidade nas redes sociais, que tem por princípio a audiodescrição de imagens para apreciação das pessoas com deficiência visual.
- As Secretarias ou Escolas que possuem perfil no Facebook devem migrar para página.
- Os vídeos institucionais devem ser carregados diretamente no Facebook, publicados com uma pequena descrição e acompanhado de hashtags.



CANAIS DIGITAIS

O QUE NÃO FAZER?

- Jamais compartilhe publicações de teor político-partidário ou ofensivo.
- Em nenhum momento faça comentários com a página da instituição, exceto, em caso de agradecimento ou esclarecimento de dúvidas.
- Nunca use conteúdo de terceiros sem autorização prévia.
- Não curta páginas e publicações que não façam parte da administração municipal.
- Jamais curta páginas e publicações que representem partidos ou movimentos políticos.
- Em nenhum momento autorize que a página tenha mais de dois administradores.
- De modo algum utilize hashtags com teor ofensivo ou inapropriadas para à gestão pública.
- Não deixe o Facebook aberto em computadores fora do setor de trabalho. Também é preciso ter cuidado com a página logada em celulares.
- Em caso de veículos de imprensa da região publicarem notícias referentes às ações da Administração, não compartilhe o link na sua página.



CANAIS DIGITAIS



INSTAGRAM

O Instagram será usado como um meio de divulgação dos pontos turísticos e das atividades desenvolvidas no Município. Também serão divulgadas as fotos compartilhadas pela população com a hashtag #ViverAquiÉBomDemais.



YOUTUBE

Neste canal serão apenas divulgados os vídeos institucionais produzidos pelo Município, e também transmissões ao vivo de eventos e reuniões.



SOUNDCLOUD

O Soundcloud será utilizado para divulgação de campanhas e de programas realizados pela administração municipal em formato de áudio. Por exemplo, o programa "Prefeitura em 1 minuto".



WHATSAPP

Por meio do aplicativo WhatsApp, com o número (051) 9 8443-0312, a população pode enviar sugestões, fazer elogios, críticas, denúncias, reclamações e sanar dúvidas sobre o serviço público.

FACEBOOK

Foto de Perfil (Avatar)

O Administrador deve optar pelo logo ou pelo escudo de sua respectiva instituição, seja a Prefeitura, secretaria, escola ou outra.

- Dimensões:

O padrão de avatar para o Facebook é de 170x170 pixels, porém a indicação é utilizar 960x960 pixels para obter maior qualidade.

Foto de Capa

Recomenda-se o uso de campanhas realizadas pela instituição durante o período de divulgação ou a própria fachada da instituição.

- Dimensões:

O padrão de capa para o Facebook é de 820x315 pixels, porém é recomendado que as informações ocupem o espaço de 640x 15 pixels para que não haja cortes na versão móvel do Facebook.



FORMATAÇÃO

FACEBOOK

Capa de Eventos

Uso de imagem relacionada ao evento.

- Dimensões:
1920x1080 pixels

Post

- Dimensões:
2000x2000 pixels

Carrossel

- Dimensões:
1080x1080 pixels

Vídeo

- Dimensões:
1080x1080 pixels
- Formato:
MOV, MP4 ou GIF.
- Resolução mínima:
720p
- Tempo
Máximo 60 minutos, exceto em transmissões ao vivo



FORMATÇÃO

INSTAGRAM

Foto de Perfil (Avatar)

O Administrador deve optar pelo logo ou pelo escudo de sua respectiva instituição, seja a Prefeitura, secretaria, escola ou outra.

- Dimensões:

A indicação é utilizar 960x960 pixels

Post

- Dimensões:

2000x2000 pixels.

Storie

- Dimensões:

750x1334 pixels



YOUTUBE

Foto de Perfil (Avatar)

O Administrador deve optar pelo logo ou pelo escudo de sua respectiva instituição, seja a Prefeitura, secretaria, escola ou outra.

- Dimensões:

A indicação é utilizar 960x960 pixels

Foto de capa

Recomenda-se o uso de campanhas realizadas pela instituição durante o período de divulgação ou a própria fachada da instituição.

- Dimensões:

2.560x1440 pixels



CONTEÚDO

- É importante sempre atender bem o cidadão.
- O conteúdo deve ser sóbrio, sem ser extremamente institucional ou formal. O ideal é buscar o equilíbrio.
- Crie frases simples e diretas, mas não subestime a capacidade de compreensão do cidadão.
- Evite o uso de exclamações e reticências.
- Os emojis podem ser usados como meio de aproximar-se com o público, porém o uso deve ser comedido.
- É imprescindível autorização para uso de imagens, trilhas sonoras, vídeos e textos de terceiros.
- Os nomes de pessoas devem ser usado apenas para divulgar eventos ou atos prestados à comunidade, jamais faça propaganda política partidária para alguém.
- As siglas devem ser colocadas por extenso para facilitar a compreensão do cidadão.
- É indispensável que toda secretaria e escola mande um planejamento para a Secretaria Municipal de Comunicação sobre o que será publicado nas suas respectivas páginas antes de iniciar as publicações.
- Vídeos, imagens e textos publicados pelo cidadão, só podem ser republicados nas páginas com autorização prévia.

PÁGINAS OFICIAIS DA PREFEITURA

15



@PREFEITURASANTACRUZDOSUL



@PREFEITURA_SANTACRUZ



MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ DO SUL



(051) 9 84430312



PREFEITURA DE SANTA CRUZ DO SUL

PASSO A PASSO

Usando o navegador Chrome(Figura), você instalará a extensão goo.gl URL Shortener (Unofficial). Siga os passos a seguir:

Pesquise goo.gl URL Shortener (Unofficial).

goo.gl URL Shortener (Unofficial) - Chrome Web Store

<https://chrome.google.com/.../googl-url-shortener.../iblijcdoidgd...> ▼ Traduzir esta página

goo.gl url shortener is an unofficial extension which allows you to shorten the current website URL with the Google URL Shortener service <http://goo.gl/> ...

Você visitou esta página 3 vezes. Última visita: 17/06/18

Unofficial

goo.gl url shortener is an unofficial extension which allows you to ...

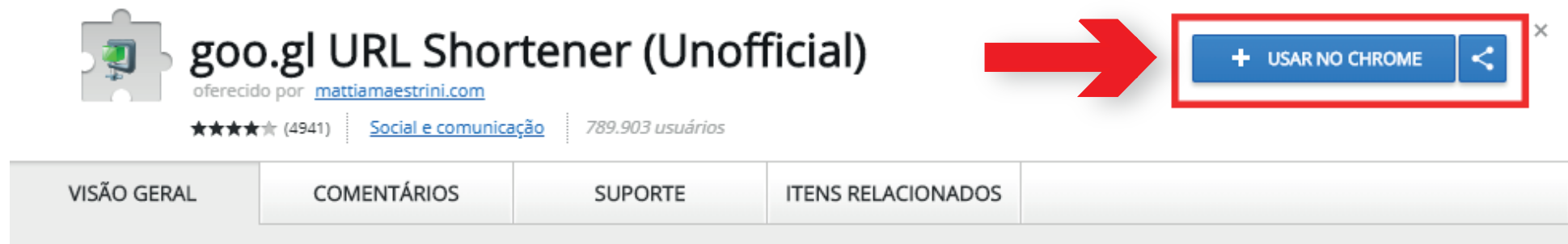
[Mais resultados de google.com »](#)

Anuncio Añadido goo.gl URL ...

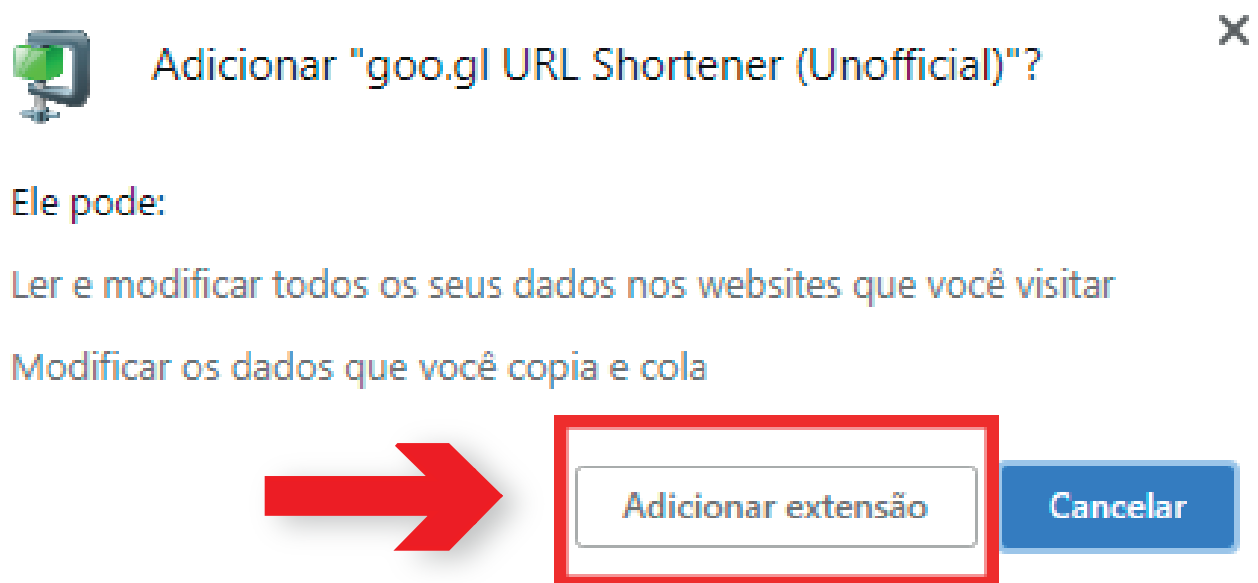
goo.gl url shortener is an unofficial extension which allows you to ...

PASSO A PASSO

Clique em "Usar no Chrome".



Agora em "Adicionar extensão".



PASSO A PASSO

A seguinte mensagem aparecerá confirmando a instalação.



A extensão [goo.gl URL Shortener](#) (Unofficial) foi adicionada ao Chrome

Para usar esta extensão, clique neste ícone.

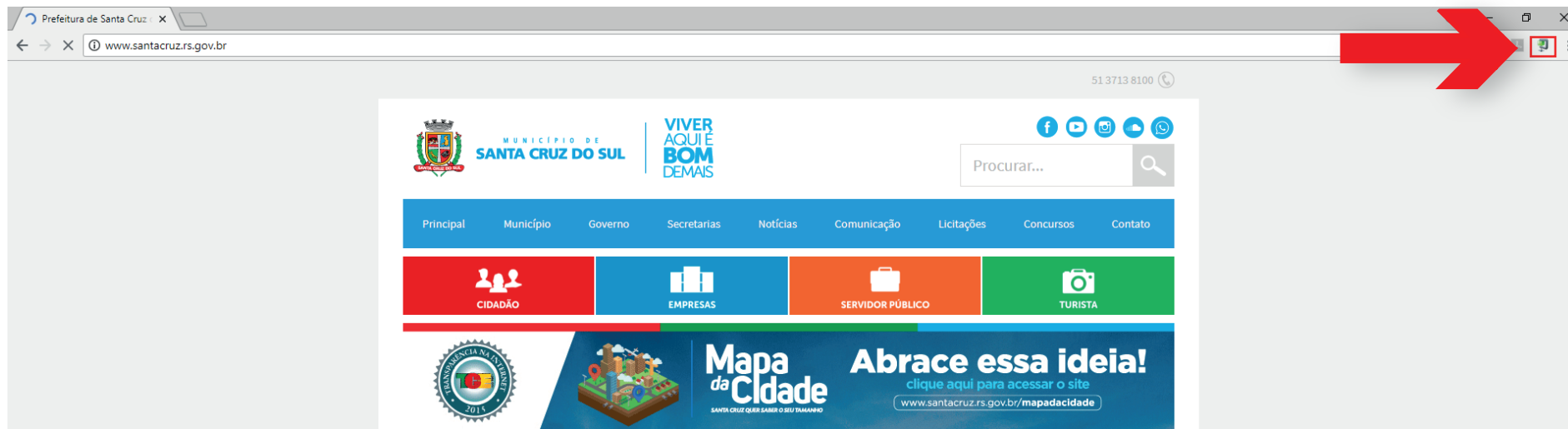
Gerencie suas extensões clicando em Extensões no menu Ferramentas.

Para ter suas extensões em todos os computadores, fazer login no Chrome.

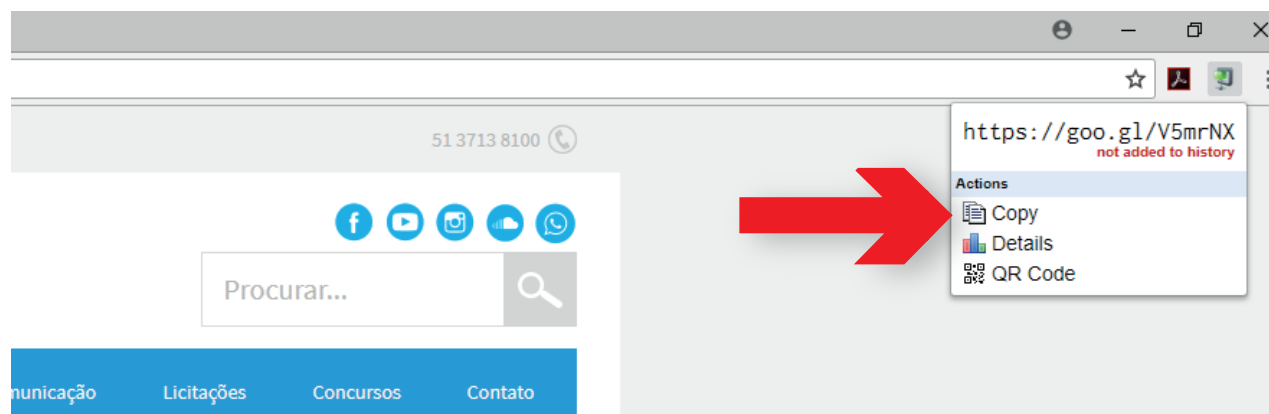
PASSO A PASSO

Após instalado, para cortar o link você deve seguir esses passos:

Abra a página que deseja encurtar o link e clique no ícone indicado pela cor vermelha.



Após clicar no ícone, automaticamente seu link será encurtado, vá na opção "Copy" para pegá-lo.



PASSO A PASSO

Aplicação do link após o corte:



The image shows a Facebook post from the official page of the Municipality of Santa Cruz do Sul. The post features a large graphic with a blue background. In the top left corner of the graphic is an orange square containing a white icon of a person at a computer. The main text on the graphic reads "CONFIRA AS VAGAS DE EMPREGO" in large, white, bold capital letters. Below this text is a tilted image of a blue folder or book with the text "REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL" and "MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO" visible. A large red arrow points from the text "https://goo.gl/gfkiga" in the post's description to the graphic. The Facebook interface shows the post was published by Cristiano Silveira on May 16th. The description lists various job openings and includes the link "https://goo.gl/gfkiga". At the bottom of the post, it indicates that 849 people have reached the post and there is a button to "Impulsionar publicação".

Município de Santa Cruz do Sul ...
Publicado por Cristiano Silveira [?]
Página curtida · 16 de maio · 🌐

Procurando um emprego? Há vagas para auxiliar de linha de produção, auxiliar de manutenção predial, confeitiro, chapeador de veículos, ...
... esse: <https://goo.gl/gfkiga>
#VagasBomDemais #Emprego #SineRS #MunicípioDeSantaCruzDoSul

#PraCegoVer: Imagem com fundo azul e detalhe no canto superior esquer... Ver mais

📌 Marcar foto 📍 Adicionar local ✎ Editar

👤 849 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

CHECKLIST DE POSTAGEM

Para que todas as publicações mantenham o mesmo padrão, foi criado um *checklist* com as etapas de postagem.

Município de Santa Cruz do Sul ...
Publicado por Prefeitura Santa Cruz do Sul [?]
Página curtida · 30 de julho · 🌐

Santa Cruz quer saber o seu tamanho. Estamos no bairro Senai. Quer saber mais? Acesse: <https://goo.gl/efsRBB> 📍

#ViverAquiÉBomDemais
#MunicipioDeSantaCruzDoSul #MapaDaCidade

#PraCegoVer A imagem de fundo é uma rua com um prédio verde ao fundo. Na parte superior consta a marca do Mapa da Cidade com o dizer " Mapa da Cidade - Santa Cruz quer saber o seu tamanho". Abaixo um indicador de localização com a frase "Estamos no bairro Senai". Na parte inferior central tem um fragmento azul com a marca do Município de Santa Cruz do Sul e o slogan Viver aqui é bom demais.

📍 Marcar foto 📍 Adicionar local ✎ Editar

👤 604 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

👍 10 1 comentário

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Mais antigos ▾

👤 Lina Metz Metz Onde nasci em 1947
Curtir Responder Enviar mensagem... 1 d

👤 Escreva um comentário... 😊 📷 GIF 🗨

CHECKLIST DE POSTAGEM

Observe as marcações em diferentes cores feitas na imagem situada na página anterior e veja como desenvolver a publicação.



Legenda.



Link para redirecionar para matéria ou site.



Hashtags.



Hashtag #PraCegoVer, com descrição.

DICIONÁRIO DAS REDES SOCIAIS

A

Alcance de uma publicação - Termo utilizado para indicar quantas pessoas tiveram acesso a determinada publicação em uma rede social

Anúncio - É uma ferramenta para a promoção de conteúdo pontual na rede.

Avatar - É a imagem geralmente utilizada como foto de seu perfil na rede social.

Avaliação (Facebook) - Pelo Facebook, é possível avaliar lugares e empresas que tenham suas próprias páginas na rede. Para isso, uma escala de 1 a 5, indicado por estrelas, é utilizada para medir o seu nível de satisfação com relação ao local.

B

Banir - Quando você bane alguém da sua página, essa pessoa não pode publicar ou comentar ou curtir suas publicações, enviar mensagem ou curtir a sua Página.

Bio - Derivado de Biografia, a Bio é uma expressão amplamente utilizada em redes sociais para indicar suas informações de perfil. Pode-se incluir nome, idade, país de origem, por exemplo.

Blog - Blogs são canais utilizados pelas empresas para divulgar seus conteúdos.

Bloqueio - Quando você bloqueia alguém, essa pessoa não poderá ver coisas como marcação ou publicações na sua Linha do Tempo. Se vocês forem amigos, bloquear também irá desfazer a amizade.

C

Campanha (Facebook) - Reunião de um ou mais anúncios pagos no Facebook e todo o processo que envolve a sua publicação, monitoramento e gestão.

Capa (Facebook) - Capa, ou Cover, é a imagem localizada no topo de um perfil ou página no Facebook.

Caption - Legenda em português, indica a descrição que acompanha a postagem de fotos ou vídeos.

DICIONÁRIO DAS REDES SOCIAIS

Chat - Basea-se no envio de mensagens textuais.

Check-in - Funcionalidade que possibilita que o usuário compartilhe o local em que está no momento.

Comentário - Indica uma mensagem, geralmente pública, enviada por um usuário de maneira direcionada a uma postagem qualquer.

Curtir - Também conhecido como "like", o "curtir" é usado quando o usuário gosta da postagem marcada. No Facebook é sinalizado por uma mão fechada com o polegar para cima, enquanto que no Instagram o seu símbolo é um coração.

D

Descurtir - É quando você para de curtir alguma publicação ou página.

Direct (Instagram) - Função similar à de Mensagem Privada, no Facebook. As mensagens recebidas por Direct, no Instagram, ficam disponíveis em uma tela e são todas privadas aos envolvidos.

E

Emoji - Expressão japonesa para a representação imagética em lugar de palavras, usada em mensagens eletrônicas e em páginas da web.

Engajamento - Envolvimento ou interação voluntária de um público com determinado conteúdo ou marca.

Evento - Recurso do Facebook que permite a criação de reuniões, organiza datas de shows, peças teatrais, dentre outros.

Extensão - Serve para dar novas funcionalidades ao navegador

F

Facebook - Rede fundada por Mark Zuckerberg em meados de 2004. Hoje em dia conta com mais de 1.5 bilhões de usuários ativos.

Fanpage - Funcionam como perfis, mas dispensam a adição de amigos para permitir a função de "curtir" pelos seus fãs, adotando um tom mais corporativo.

Filtros (Instagram) - Os filtros são edições pré-programadas disponíveis no Instagram para decoração de fotos e vídeos, incluindo alterações como saturação, contraste, brilho etc.

Fixar publicação - É uma funcionalidade que permite aos usuários destacarem uma publicação, deixando-as no topo de suas páginas.

Followers - Seguidores. De maneira geral, são usuários que se inscrevem em sua rede social a fim de receber as suas principais atualizações.

Funções da página - É uma funcionalidade do Facebook que permite aos administradores atribuírem funções para outras pessoas. As funções podem ser divididas em Administrador, Editor, Moderador, Anunciante e Analista.

G

GIF - Formato muito popular de arquivo que suporta imagens estáticas ou animadas.

H

Hashtag - É um elemento presente nas redes sociais e internet num geral que facilita o filtro de assuntos.

Ver: #

Haters - São pessoas que interagem de forma negativa com a página constantemente.

I

Impulsionar publicação - Funcionalidade no Facebook que permite ampliação da divulgação de um conteúdo específico mediante pagamento.

Inbox (Facebook) - Área que reúne suas mensagens privadas no Facebook, indicado pelo símbolo de um balão de fala.

Instagram - Rede social voltada para o compartilhamento de fotos e vídeos de maneira instantânea.

Instagram Stories - Permite o compartilhamento ao vivo de imagens com prazo de validade de 24h.

L

Link - Também conhecido como Hyperlink, é uma ligação ou endereço que leva a um conteúdo, documento ou página da web.

Lovers - São pessoas que interagem de forma positiva com a página constantemente.

M

Menção - É possível visualizar publicações do Facebook na qual outras páginas ou pessoas mencionaram o seu nome ou de sua empresa.

Messenger - Serviço de chat integrado ao Facebook, servindo como um aplicativo individual para a gestão de envio e recebimento de mensagens entre usuários da rede social.

N

Notificação - Mensagem que avisa de alguma novidade ou atualização em redes sociais.

O

Ocultar Publicações (Facebook) - Opção no Facebook que pode ser selecionada para postagens (texto, imagem, vídeo etc.) de maneira individualizada a fim de ocultá-la em seu feed de notícias.

Orgânico - Expressão utilizada no marketing para indicar um público "voluntário", ou que tenha chegado ao seu conteúdo por meio de motores de buscas ou indicações não pagas.

P

Post - Publicação. Entradas de textos (podendo ser acompanhada por imagens, áudios, gifs, vídeos etc.) em blogs, sites e redes sociais, geralmente dispostos de maneira cronológica.

Publicação programada - Se você precisa fazer uma publicação mas sabe que estará sem tempo, programar publicações pode ser a melhor saída. Você pode escolher a data e o horário que você deseja que essa publicação apareça na sua página.

DICIONÁRIO DAS REDES SOCIAIS

R

Reactions (Facebook) - Similar ao curtir, mas com o diferencial de permitir a reação a posts com expressões diferentes, como "amei" e "triste", que são contabilizados individualmente.

S

Seguir - A partir do momento que você seguir alguém ou algum tópico as informações do mesmo aparecerão no seu perfil.

Selfie - Fotografia em autorretrato, geralmente digital. A expressão vem da palavra "self" (eu, própria pessoa).

Share - Mesmo que "compartilhar". É utilizada no Facebook quando um usuário decide replicar determinada postagem em um grupo ou linha do tempo.

Status (Facebook) - Um status no Facebook indica uma atualização em texto postada na timeline.

T

Timeline - Linha do tempo, em português, indica a organização cronológica de postagens em redes sociais dispostas para visualização do usuário.

Prefeito Municipal
TELMO KIRST
prefeito@santacruz.rs.gov.br

Secretário Municipal de Comunicação
RÉGIS DE OLIVEIRA JÚNIOR
regisojr@gmail.com

Assessor de Imprensa
ELEMIR JOÃO POLESE
elemir.secom@santacruz.rs.gov.br

Assessora de Comunicação
ISABEL IRENE FERREIRA CORRALO
isabel.secom@santacruz.rs.gov.br

Administrativo
CRISTIAN SKOPINSKI
cristian.secom@santacruz.rs.gov.br

Central de Atendimento ao Cidadão
JOCIMARA DE ALMEIDA
ouvidoria@santacruz.rs.gov.br

Central de Atendimento ao Cidadão
ANA CLEZIA COMPAGNONI
caci@santacruz.rs.gov.br

Mídias Sociais
CHARLES ORTENBERG
charles.secom@santacruz.rs.gov.br

Mídias Sociais
FELIPE SCHWENGBER
felipe.secom@santacruz.rs.gov.br

Mídias Sociais
MARTINA FERREIRA STURM
martina.sturm@santacruz.rs.gov.br

Mídias Sociais
CRISTIANO OVIDIO DA SILVEIRA
cristiano.secom@santacruz.rs.gov.br

Mídias Sociais
RAFAELA DOS SANTOS VIEIRA
rafaela.vieira@santacruz.rs.gov.br

Intérprete de Libras
FRANCINE BEATRIZ DA SILVA
libras@santacruz.rs.gov.br

Política de Patrocínios
LUCAS DAL RI RAUBER
lucas.rauber@santacruz.rs.gov.br

Fotografia
LUIZ FERNANDO BERTUOL
bertuol.secom@santacruz.rs.gov.br

Este manual foi desenvolvido pela Secretaria de Comunicação em agosto de 2018. Para fornecimento dos originais digitais, entre em contato por meio do e-mail secom@santacruz.rs.gov.br.



M U N I C Í P I O D E
SANTA CRUZ DO SUL

VIVER
AQUI É
BOM
DEMAIS

secom@santacruz.rs.gov.br

(51) 3713 8201

 (51) 9 8443 0312

www.santacruz.rs.gov.br