



GUIA DE BOAS PRÁTICAS NAS
REDES SOCIAIS

SUMÁRIO

1. Admirável mundo novo.....	2
2. Conectando às redes sociais	2
3. Dicas de uso	3
4. Eu, a Tigre e as redes sociais	4
5. O que <i>NÃO</i> se pode fazer em redes sociais associadas à Tigre.....	5
6. Monitoramento	6
7. Penalidades e consequências do uso incorreto das redes sociais.....	6
8. Considerações finais	7



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, 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 Tigre é manifestado também ao compartilhar conteúdos sobre a empresa.

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, a área de marca da Tigre construiu um guia de boas práticas nas redes sociais. Dessa forma, a Tigre acredita que seus 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 seja fera na construção da sua imagem pessoal e profissional, além de contribuir para fortalecer e preservar a marca Tigre ;)



6 CONECTANDO ÀS REDES SOCIAIS

As pessoas podem ser classificadas em três grupos de acordo, com o grau de utilização e relacionamento com as redes sociais.

O primeiro grupo é formado por quem não utiliza as redes sociais, não tem conta em sites de rede social e acredita que não vale a pena participar nesses canais, seja por falta de tempo, por desinteresse, por precaução (não quer se expor na rede) ou por não ter familiaridade com as novas tecnologias.

Se você trabalha com tributação, por exemplo, pode encontrar em uma rede social grupos de especialistas e pesquisadores que trabalham com o mesmo tema e fazem debates sobre as últimas novidades. Algumas empresas utilizam essas redes sociais profissionais para contratar funcionários com determinado perfil ou fechar negócios com outras empresas. Você pode descobrir alguma autoridade na sua área e segui-la nas redes sociais para ver quais notícias ela compartilha, as apresentações de slides que disponibiliza, saber quais livros recomenda e ler as análises que escreve. É possível, ainda, consumir uma grande quantidade de conteúdo profissional (palestras, cursos, livros) de forma gratuita na internet, sobre qualquer tema que você puder imaginar.

O segundo grupo é o de pessoas que possuem contas em redes sociais, mas acessam esporadicamente, não costumam inserir conteúdo e geralmente não consideram algo essencial ou essencialmente útil.

É legal conhecer os mecanismos de privacidade de cada rede social. É possível mandar uma mensagem a um usuário sem que ninguém mais possa ver e definir quem pode ou não ver suas fotos.

O terceiro grupo tem interesse e acessa várias vezes por dia. As pessoas acabam ficando conectadas o tempo todo, por sentirem que é uma extensão dos relacionamentos sociais pessoais. Sentem-se à vontade de compartilhar conteúdo. Gostam de novidades, aplicativos fazem parte da sua rotina. Se você adere rapidamente a novas tendências, deve ficar atento às orientações sobre o uso da marca Tigre. As pessoas tendem a não separar o lado profissional do lado pessoal, ou seja: se você é conhecido como colaborador da Tigre, seus conteúdos



em redes sociais são facilmente vinculados à imagem da Empresa. Aproveite as oportunidades e ajude a construir um ambiente rico e interessante com atitudes responsáveis e éticas.

DICAS DE USO

As redes sociais são uma ótima forma de aprimorar seu desenvolvimento e ampliar a rede de contatos. Confira algumas dicas de utilização para fins profissionais:

- a. Compartilhar e consultar conteúdos relevantes para o avanço de assuntos de seu interesse;
- b. Agregar valor a discussões online e estimular reflexões com argumentos técnicos sólidos;
- c. Obter opiniões para melhoria de ações, produtos e serviços da Empresa;
- d. Identificar demandas da sociedade por produtos e serviços que podem ser gerados pela Tigre;
- e. Fortalecer a imagem de comprometimento, excelência técnica e ética dos profissionais da Tigre;
- f. Apoiar ações desenvolvidas pela Tigre nos perfis oficiais da Empresa na internet;
- g. Interagir e promover o diálogo com a sociedade e usuários das redes sociais;
- h. Manter contatos profissionais e articulações com outros colaboradores da Tigre; e
- i. Aprimorar conhecimentos técnico-profissionais e estudar sobre sua área de interesse, o mercado onde atua, serviços, produtos, concorrentes e parceiros.



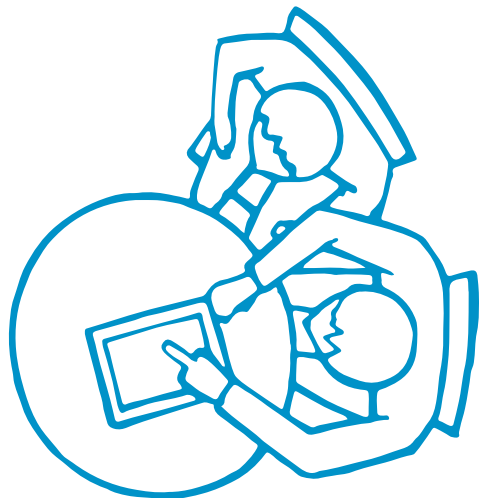
8 EU, A TIGRE E AS REDES SOCIAIS

O orgulho de ser Tigre cresce a cada dia nas redes sociais e é **gratificante** ver nossos profissionais como porta-vozes informais da marca. Para publicar com consciência assuntos sobre a empresa, preparamos orientações de boas práticas, prezando por uma comunicação que resguarde a segurança da informação e também a reputação da marca.

- a. Ao mencionar em seu perfil que você trabalha na Tigre, verifique se marcou os canais oficiais em cada rede e siga a Tigre nas redes sociais como LinkedIn, onde ainda temos poucos colaboradores;
- b. Sim, você pode usar fotos em seu perfil pessoal com alguma identificação da Tigre, como camisetas e bonés, por exemplo. Se a imagem não prejudica a reputação ou a identidade visual da Empresa, pode ser divulgada;
- c. Materiais disponíveis no portal corporativo (www.tigre.com.br) e nas redes sociais, como imagens, matérias jornalísticas, vídeos, publicações, podem ser divulgados ou mencionados nas redes. Mas atenção: dê os créditos aos autores das obras e, sempre que possível, insira o link de onde você retirou a informação;
- d. Valorize os perfis oficiais da Tigre e interaja com eles. Ofereça sugestões de conteúdo. Recomende a leitura para quem teria interesse no tema. Siga o LinkedIn da Tigre, lá você fica por dentro de tudo o que rola na empresa e a preocupação com a sustentabilidade, eventos e artigos dos nossos diretores, além de recrutamentos externos para você indicar seu amigo com o perfil da vaga. Já no Facebook, saberá mais sobre nossos produtos, truques, vídeos com influenciadores e as campanhas da marca;
- e. É natural que as pessoas usem o WhatsApp de forma corporativa, contudo ele não é uma ferramenta oficial para compartilhar arquivos. O Facebook já sinalizou que pretende lançar em breve o WhatsApp para Empresas, mas enquanto isso não acontece evite sua utilização para este fim;

- f. A Tigre apoia a liberdade de expressão, desde que com respeito, equilíbrio e bom senso. Isso quer dizer que devemos considerar questões sociais, raciais, de gêneros e crenças.
- g. Proteja suas informações pessoais. A maioria das redes sociais permite que você configure as informações de privacidade. Escolha o grupo que pode ter acesso aos seus dados. Isso pode evitar problemas;
- h. Tenha cuidado para não se expor publicamente e expor colegas de trabalho, parceiros, clientes. A vida pessoal e a profissional podem se misturar, gerando transtornos para você, para as pessoas envolvidas e ainda se refletir negativamente na imagem da Tigre;
- i. Em todo evento que envolva a Tigre (por exemplo, em festas, reuniões e eventos nas dependências da empresa) deve-se tomar cuidado para não expor os colegas e a imagem da Empresa. Pergunte aos colegas se a foto pode ser postada;
- j. Da mesma forma, cuidado a postar imagens que exponham

informações confidenciais sobre empresa, como por exemplo, uma foto de um evento em que no telão há informações sobre a estratégia do ano;



- k. Leia suas mensagens antes de publicá-las. Elas permanecem na rede por longo tempo! Cuidado com desabafos nas redes sociais;
- l. Procure sempre as Páginas oficiais da Tigre para realizar os check-ins, assim você tem certeza que irá marcar o local correto e pode aparecer na linha do tempo daquele local compartilhado por todos;
- m. Nos posts, ao entrar em discussões não responda em nome da empresa, e tenha certeza



- no caso de afirmações. Diferencie o que é sua opinião e o que é a posição da Tigre;
- n. Fuja das críticas e polêmicas sobre a Tigre. Caso identifique casos que envolvam as empresas do grupo, comunique a área de Compliance ou Marketing;
- o. Você pode usar hashtags (#) ou marcar (@) a Tigre para mobilizar outras pessoas a falarem sobre um determinado assunto;
- p. Ao criar uma hashtag, pesquise para ver se já não existe uma sobre o mesmo assunto. Se já existir e combinar com o que você tem a divulgar, use. Evite participar de comunidades que usem o nome da Tigre e que não sejam oficiais. Em geral as hashtags são de campanhas vigentes da empresa e das unidades, como #TigreBrasil, #ValeCadaCentavo ou #ToComObra;
- q. No LinkedIn, mantenha o foco profissional. É uma rede em expansão e tem sido utilizada por recrutadores de Recursos Humanos. A Tigre recomenda atualizar sempre seu perfil, afinal é uma ótima forma de se manter antenado sobre o mercado e os profissionais que atuam na sua área;
- r. Como sugestão, as fotos que você adiciona em uma rede profissional são diferentes daquelas compartilhadas com a família e amigos.



O QUE NÃO SE PODE FAZER EM REDES SOCIAIS ASSOCIADAS À TIGRE:

- a. Criar perfis institucionais relacionados à Empresa;
- b. Falar em nome da Empresa, a não ser que seja autorizado oficialmente;
- c. Representar a Tigre sem a autorização;

- d. Citar parceiros, fornecedores ou clientes sem a devida autorização;
- e. Não é permitido compartilhar NENHUMA informação interna. Pesquisa, informação de sistemas, relatórios, comunicados, etc; e,
- f. Não é permitido tirar fotos dentro do ambiente da fábrica e em ambientes administrativos deve-se tomar cuidado para evitar exposição de informações confidenciais, por exemplo uma foto de equipe com um lançamento de produto ao fundo.

MONITORAMENTO

A Tigre já faz este trabalho para garantir resposta rápida a nossos consumidores e um relacionamento próximo com todos os públicos. São monitorados conteúdos e comentários envolvendo a Tigre em redes sociais. Afinal, além da melhor qualidade de atendimento aos usuários, o monitoramento permite à Empresa identificar melhorias, obter informações para planejamentos de comunicação online, mapear potenciais parceiros e observar focos de oportunidades e riscos.



PENALIDADES E CONSEQUÊNCIAS DO USO INCORRETO DAS REDES SOCIAIS

A Tigre respeita a liberdade de expressão de seus colaboradores e espera que eles usem as redes sociais com responsabilidade, conscientes das oportunidades e também das consequências que seus atos podem gerar.

Comportamentos conflitantes com esta norma poderão ser denunciados e encaminhados aos canais oficiais da Tigre de denúncia, por e-mail COMITE.ETICA@TIGRE.COM, pelo telefone 0800 602 1350, ou ainda pelo site WWW.CONTATOSEGURO.COM.BR/TIGRE. Casos de violação comprovada de direitos e regras podem gerar medidas disciplinares como advertência, suspensão e até



- 12 demissão por justa causa, conforme legislação vigente e normativa interna, que estabelecem tais penalidades. As consequências acima mencionadas ocorrerão sem prejuízo das sanções cíveis e criminais, conforme a gravidade da infração cometida.

Os colaboradores da Tigre devem respeitar e cumprir todas as disposições deste manual. O descumprimento desta e de outras normas da Empresa poderá implicar penalidades e sanções previstas na regulamentação aplicável. Caberá ao Comitê Digital a análise dos casos e seus desdobramentos.

Confira a seguir o rol exemplificativo de ordenamentos jurídicos que podem ser aplicados em caso de uso indevido de redes sociais:

- a. Discriminação ou preconceito na internet: crime previsto no Art. 20, §2º, da Lei 7.716/89;
- b. Calúnia, injúria e difamação: crimes previstos nos Arts. 138, 139, 140, respectivamente, combinados com o Art. 141, Inc. III, todos do Código Penal;
- c. Induzimento, instigação ou auxílio a suicídio: crime previsto no Art. 122 do Código Penal;
- d. Falsa identidade: crime previsto no Art. 307 do Código Penal;
- e. Revelação de segredos de terceiros na internet: previsto no Art. 153 do Código Penal;
- f. obrigação de reparar dano causado à outrem, por ato ilícito – previsto no art.927 do Código Civil



REFERÊNCIAS

Para a elaboração deste documento uma série de Políticas de Mídias Sociais, instituições públicas e privadas foram consultadas, além das normas internas. As áreas de Compliance, Jurídico e Comunicação Interna também contribuíram. Abaixo seguem indicações de fontes consultadas para a redação deste manual

SOCIAIS, Mídias. Wikipédia, A enciclopédia livre. Disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADdias_sociais >. Acesso em 11 set. 17

GOVERNANCE, Social Media. Social Media Governance. Disponível em: < <http://socialmediagovernance.com/policies/> >. Acesso em 11 set. 17

SOCIAIS, Manual de Conduta das. Grupo Água Branca. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=2K8SkKZjl_A >. Acesso em 11 set. 17

SOCIAIS, Manual de Conduta das. Grupo Enbrapa. Disponível em: < <http://manualmidias.sct.embrapa.br> >. Acesso em 11 set. 17

Facebook faz guia de boas práticas de marca. Meio & Mensagem. Disponível em: < <http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2014/04/23/facebook-faz-guia-de-boas-praticas-de-marca.html> >. Acesso em 11 set. 17

Pequeno glossário de mídias sociais. Sharing for Social. Disponível em: < <http://www.sharingforsocial.com.br/pequeno-glossario-de-midias-sociais> >. Acesso em 11 set. 17

setembro 2017



tigre.com