

# Política de Uso das Mídias Sociais na Tron Informática

*Este manual contém as diretrizes oficiais para as mídias sociais no grupo **Tron Informática** e se aplica, sem exceção, a todos os colaboradores da empresa que criam, participam ou contribuem para blogs, sites de relacionamentos, wikis, redes sociais, mundos virtuais ou qualquer outro tipo de mídia social, dentro e fora da empresa.*

## Introdução

Restaurantes, lanchonetes, bares, padarias, cafés são lugares onde pessoas se encontram para trocar informação, opinar sobre os acontecimentos do dia, pedir ajuda, dar risada, criar vínculos, cultivar relacionamentos, falar entre si ou acompanhar as conversas dos outros.

Coisas que sempre fizemos de maneira pessoal e direta agora estão no mundo virtual, em meio a tantos canais e ferramentas digitais que oferecem as mesmas oportunidades de sociabilização.

Prazer e utilidade estão unidos via Internet!

Como nunca antes, a colaboração está presente em todos os aspectos da existência humana, servindo aos mais diversos propósitos. Esses fenômenos sociais se tornarão ainda mais contextualizados.

Sabendo disso, o grupo **Tron Informática** estabeleceu diretrizes com o objetivo de garantir o melhor aproveitamento de tudo isso, contribuindo para um mundo mais social, mais dinâmico e melhor.

## Conceito de Redes Sociais

As redes sociais estão em constante evolução e fazem parte do vasto universo de mídia social. A cada minuto acontecem mudanças radicais.

Estamos sempre antenados nas novidades que surgem, fazendo experiências nessas redes e buscando ferramentas que contribuam para o diferencial estratégico.

Diante desta realidade, a **Tron Informática** adotou as redes Orkut, Twitter, Facebook e YouTube, como seus principais canais de comunicação social.

### Orkut

Trata-se de uma comunidade online criada pela Google®. Lançado em janeiro de 2004, o Orkut é uma das redes sociais mais populares no Brasil. A **Tron Informática** utiliza o Orkut para enquetes, postagem de matérias produzidas pela Tron, aplicativos personalizados (apps).

### Twitter

Surgiu em março de 2006 e foi criado por Jack Dorsey. É uma rede social e servidor para *microblogging* que

permite enviar e ler atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres (*tweets*).

O Twitter pode ser usado via web, por SMS, através de softwares instalados no computador e por softwares instalados em dispositivos portáteis (Blackberry, iPhone, Smartphone, etc.).

As atualizações são exibidas no perfil do usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários que tenham assinado para recebê-las.

Pelo que se sabe, **a Tron Informática foi a primeira empresa brasileira de desenvolvimento de software a colocar o Twitter dentro dos seus sistemas**. Ao acessar qualquer sistema Tron, o usuário vê no rodapé da tela a postagem mais recente feita no Twitter (@TronInformatica).

A **Tron Informática** utiliza o Twitter para postagens instantâneas, objetivas e claras. As informações variam entre novidades, promoções, cobertura de eventos, links para materiais de ajuda ao cliente.

## Facebook

Trata-se de uma rede de relacionamento semelhante ao Orkut. O Facebook foi lançado em 4 de fevereiro de 2004 e fundado por Mark Zuckerberg, ex-estudante de Harvard. Inicialmente, a adesão era restrita aos estudantes do Harvard College. Tempos depois, passou a aceitar estudantes secundaristas e empresas.

A **Tron Informática** utiliza o Facebook integrado com Twitter, priorizando a publicação de vídeos, fotos e informações sobre eventos relacionados com a área de atuação da empresa.

## YouTube

O site de vídeos mais popular do mundo permite aos seus usuários carregarem e compartilharem vídeos em formato digital. Foi fundado em fevereiro de 2005 por três pioneiros do PayPal, um famoso site ligado a gerenciamento de transferência de fundos.

O YouTube utiliza o formato Adobe® Flash para disponibilizar conteúdo. É o mais popular site do tipo, devido à possibilidade de hospedar quaisquer vídeos (exceto materiais protegidos por direitos autorais). Hospeda uma grande variedade de filmes, vídeos e materiais caseiros. O material encontrado no YouTube pode ser disponibilizado em blogs e sites pessoais através de mecanismos (APIs) desenvolvidos pelo site.

Em 9 de outubro de 2006, o YouTube foi comprado pela Google®, pela quantia de US\$1,65 bilhão em ações.

Por ser o site de vídeos mais popular do mundo, a **Tron Informática** utiliza-o para postagem de vídeos institucionais, com o objetivo de reforçar a credibilidade da marca.

## Fundamentos das Mídias Sociais

**O poder está na mão das pessoas, e não mais das organizações.** Diálogo, colaboração e comunicação em tempo real. Não é só a forma de nos comunicarmos que mudou, mas também a forma como os produtos são criados, vendidos, comprados e avaliados.

**Não subestime o poder da internet.** Um simples deslize pode se tornar público em questão de segundos, e as pessoas irão se posicionar sobre o assunto perante milhares de pessoas.

**Não espere problemas acontecerem.** Se descobrir que alguém está zangado com a empresa, procure saber o motivo real e resolver na hora. Além disso, seja um grande guardião da marca.

**Estabelecer uma presença confiável em blogs e redes sociais.** Esses canais também funcionam como

uma forma para os defensores da marca avisarem uma empresa sobre situações que permeiam a marca. Sempre que problemas forem relatados nesses canais de comunicação, agradeça a pessoa por levar a situação ao conhecimento da empresa, e diga que a questão será resolvida o mais rápido possível. E resolva mesmo!

**Estabelecer o diálogo onde ele está acontecendo.** Não dá para ignorar as novas mídias. São milhões de pessoas conversando em tempo real. Use-as como plataforma de solução.

**Ser sincero.** Quando um problema surge na internet, é melhor a empresa se dirigir aos internautas dizendo que desconhece a origem do problema e que vai apurar e divulgar os motivos do que se manter calada. Dizer que não sabe, não deve ser motivo de vergonha para ninguém e sim uma maneira de não gerar mais especulações. Resolvido o problema, diga o que a empresa está fazendo.

**Humanize a comunicação com o cliente.** Em situações delicadas, o consumidor quer ver e ouvir pessoas nas quais pode confiar dentro da empresa. Isso vale para qualquer tipo de crise. Não basta o presidente falar. As pessoas que fazem parte do processo devem estar presentes. O gerente da loja, o dono da franquia, os outros funcionários. As respostas devem ser alinhadas.

## Como utilizar as redes sociais

A **Tron Informática** acredita que relações comerciais podem ser mais sólidas e mais bem-sucedidas também no ambiente social.

É uma maneira de participar nas discussões globais relacionadas ao trabalho que estamos desenvolvendo, aos produtos criados, aos serviços prestados, às soluções de problemas e a vários outros assuntos importantes para a empresa.

Eis alguns princípios para você seguir quando estiver usando uma rede social na Tron:

- » **Mantenha-se na sua área de conhecimento** e forneça uma perspectiva individual exclusiva sobre o que está acontecendo na Tron e no mundo;
- » **Divulgue comentários respeitosos e significativos**, ou seja, nada de *spam* e nenhum comentário ofensivo;
- » **Pare e pense antes de postar.** Lembre-se do conceito “pensar, observar, ouvir e então falar”, nunca o processo contrário;
- » **Responda os comentários de maneira oportuna e relevante.** Em outras palavras, concentre-se em dar sua opinião sem “atacar” outras respostas;
- » **Respeite informações e conteúdos proprietários.** Se o material tem m copyright, verifique se você possui direito de cópia, transmissão e/ou publicação;
- » **Discordar faz parte do cotidiano social.** Entretanto, quando não concordar com a opinião de outras pessoas, seja educado e conveniente. Faça aos outros aquilo que gostaria que fizessem a você.

## Como participar

**Seja transparente.** Ao debater sobre o seu trabalho na **Tron Informática**, use seu nome verdadeiro e seja claro sobre sua função na empresa. Sua postura será rapidamente percebida no ambiente de rede social.

**Seja criterioso(a).** Certifique-se de que seus esforços sejam transparentes e não violem o *Código de Conduta*. Sempre informe que se trata de sua opinião e não a da empresa. Todas as declarações devem ser verdadeiras e não devem induzir ao erro, e todas as alegações devem ser fundamentadas e aprovadas.

**Nunca publique informações sigilosas.** As redes sociais são um meio de comunicação poderoso e altamente dinâmico, servindo para vários propósitos. Tome cuidado para não tratar de assuntos relativos aos projetos da empresa, revelando informações “secretas” que venham comprometê-los.

**Jamais comente sobre algo relacionado a questões legais.** Se quiser escrever sobre a concorrência, tenha certeza de que sabe do que está falando e obtenha a permissão apropriada. O que você publicar circulará por muito tempo, portanto, pondere o conteúdo cuidadosamente.

**Escreva sobre o que você realmente conhece.** Se estiver escrevendo sobre um tópico no qual a **Tron** esteja envolvida, mas não for um especialista no assunto, é importante deixar isso claro para os leitores.

**Escreva sempre na primeira pessoa.** Se você publicar em um site na web fora da **Tron Informática**, use termos de isenção de responsabilidade, como: *“As postagens publicadas neste site são de minha inteira responsabilidade e não representam necessariamente posições, estratégias ou opiniões da Tron Informática”*. Lembre-se de que você é diretamente responsável pelo seu conteúdo.

**O que se vê é o que se sabe.** Nas redes sociais, a diferença entre o que é público e privado, pessoal e profissional, é muito tênue. O simples fato de você se identificar como funcionário da **Tron Informática** gera percepções sobre seus conhecimentos e sobre a **Tron Informática**. Certifique-se de que todo o conteúdo associado a você seja consistente com seu trabalho e com os valores e padrões profissionais da **Tron Informática**.

**A conversa é real.** Converse com seus leitores como conversaria com pessoas reais em situações profissionais. Em outras palavras, evite uma linguagem excessivamente “rebuscada” ou informal, evitando gírias e termos inapropriados. Entretanto, não tenha medo de mostrar sua personalidade e dizer o que pensa. Apresente um conteúdo aberto e estimule respostas. Incentive os comentários. Você também pode ampliar a conversa, citando pessoas que estejam discutindo sobre o mesmo tópico e permitindo que seu conteúdo seja compartilhado ou divulgado.

**Você é o que escreve.** O que você escreve é de sua total responsabilidade. A participação nas redes sociais em nome da Tron Informática não é um direito mas uma oportunidade, portanto, respeite estas diretrizes bem como o *Código de Conduta* da empresa.

**Seja humilde.** Você não deve denegrir nossos concorrentes, nem a **Tron Informática**. Nem precisa responder a todas as críticas ou provocações. Tente coordenar o que você escreve para atrair diversos pontos de vista, sem inflamar os outros. Alguns temas – como *esporte, política* ou *religião* – afloram mais facilmente a sensibilidade. Portanto, tenha cuidado. Depois que as palavras forem lançadas, não há como modificá-las. E quando uma discussão inflamada começa, é difícil parar.

**Em nome da Tron.** Caso seu nome de usuário (*nickname*) seja do tipo “FulanoTron”, “Troniana” ou algo similar, tenha ainda mais cuidado! Apesar de o *nickname* ser pessoal, quando criado desta maneira, faz referência à marca da empresa. Use a criatividade e priorize nomes mais próximos da sua personalidade. Você pode ter paixão pela empresa sem correr o risco de comprometê-la!

**Imagens e identidade visual.** Independente de quem seja, o uso dos símbolos (tipográficos e/ou visuais) da TRON não deve ser feito sem a devida autorização. Símbolos, marcas e identificadores da TRON devem ser usados somente quando alguém se pronuncia em nome da empresa. Afinal, se seu nome ou foto é um símbolo da empresa (total ou parcialmente), há grande possibilidade do leitor interpretar sua informação como uma declaração oficial. Evite!

**Admita seus erros.** Se você cometer um erro, admita-o. Encare e seja rápido na correção. Ao anunciar em um blog, você pode modificar um anúncio anterior – e deixar bem claro que você fez isso.

## Tron Informática nas redes sociais

### Facebook

<http://www.facebook.com/pages/Tron-Informatica/183895946291>

### Orkut

<http://www.orkut.com.br/Community?cmm=3123128>

### Twitter

<http://www.twitter.com/TronInformatica>  
<http://www.twitter.com/PromocoesTron>  
[http://www.twitter.com/Radio\\_Tron](http://www.twitter.com/Radio_Tron)  
<http://www.twitter.com/Encontron>

### YouTube

<http://www.youtube.com/troninformatica>



## Considerações finais

Esperamos que sua participação no ambiente social online, representando a **Tron Informática**, siga essas diretrizes. Caso contrário, isso poderá colocar em risco a sua participação em programas futuros.

Estas diretrizes estão em constante evolução à medida que surgirem novas tecnologias e ferramentas de redes sociais. Verifique periodicamente para ter certeza de que você está atualizado.

Bem-vindo(a) à sociedade digital!