



Manual de Redes Sociais



Manual de Redes Sociais

2025





GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Governador

Tarcísio de Freitas

Vice-Governador

Felicio Ramuth

Secretário de Ciência, Tecnologia e Inovação

Vahan Agopyan

CENTRO PAULA SOUZA

Presidente

Clóvis Dias

Vice-Presidente

Maycon Geres

Chefe de Gabinete da Presidência

Otávio Moraes

Coordenadora Geral da Pós-Graduação, Extensão e Pesquisa

Juliana Augusta Verona

Coordenador Geral do Ensino Superior de Graduação

Robson dos Santos

Coordenador Geral do Ensino Médio e Técnico

Divanil Antunes Urbano

Coordenador Geral da Formação Inicial e Educação Continuada

William Menezes

Coordenadora Geral de Infraestrutura

Bruna Fernanda Ferreira

Coordenador Geral de Administração e Finanças

Armando Natal Maurício

Coordenador Geral de Gestão de Pessoas

Vicente Mellone Junior

Coordenador da Assessoria de Comunicação

André Velasques de Oliveira

Coordenadora da Assessoria de Inovação Tecnológica

Jhenifer da Cruz Barreto Reis

Coordenadora da Assessoria de Relações Internacionais

Marta Iglesia

Coordenador Geral de Planejamento e Desenvolvimento Estratégico

Marcelo Capuano

Assessor de Relações Institucionais

Aldie Trabachini

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (ASSCOM)

Coordenação

André Velasques

Assessoria de Imprensa e Textos

Cristiane Santos

Alessandro Padim

Dirce Helena Salles

Fabio Berlinga e

Giusti Comunicação

Comunicação Institucional Integrada

Ana Paula Miranda

Design

Jefferson Santana

Ana Carmen La Regina

Fernando França

Marta Almeida

Michel Garcia

Núcleo de Informações

Cristiane Santos

Roberto Sungi

Redes Sociais

Isac Rodrigues

Revista CPS

Cristina Dantas

Fernanda Correia

Patrícia Patrício

Secretaria

Davi Ferreira

Raul Albuquerque

web

Felipe Menegozzi

Paulo Pasiam

Sumário

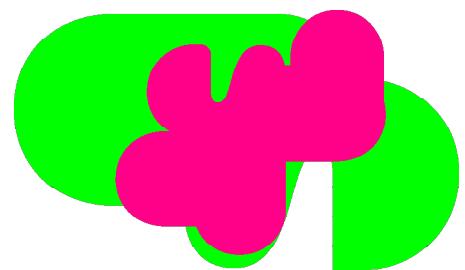
Introdução	05
Princípios da comunicação digital no CPS	06
Redes Relevantes	07
Diretrizes de conteúdo e boas práticas	09
Informações finais	14
Referências	16



Introdução

Este manual tem como objetivo orientar as Etecs e Fatecs do Centro Paula Souza na utilização estratégica e eficaz das redes sociais, garantindo uma comunicação alinhada aos valores da instituição e às melhores práticas no ambiente digital. Baseado no Manual de Boas Práticas no Ambiente Digital da SECOM e no Manual de Identidade Visual do CPS, este documento visa orientar a presença digital das unidades, promovendo a transparência, o diálogo e a proximidade com a comunidade acadêmica e a sociedade em geral.

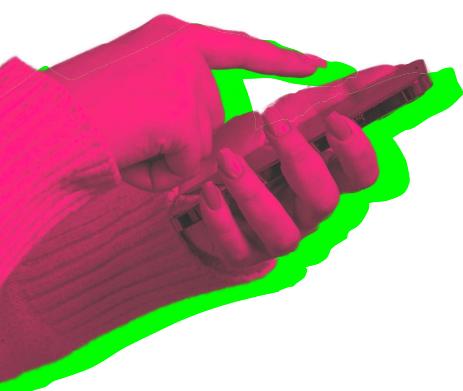
Princípios da comunicação digital no CPS



Inspirados nos pilares da comunicação do Governo de São Paulo, adaptamos os princípios para o contexto do Centro Paula Souza, focando na **humanização**, no **diálogo**, na **promoção da educação profissional tecnológica pública e de qualidade** e no novo slogan do GDS: **CPS onde os sonhos ganham vida e o futuro é construído**.

Humanização

A comunicação do CPS nas redes sociais deve ser humana, próxima e acessível. Devemos ir além da divulgação burocrática de informações, **buscando contar histórias, valorizar as pessoas** (estudantes, professores, servidores, egressos, comunidades) e mostrar o impacto efetivo da educação profissional e tecnológica na vida dos cidadãos. O objetivo é criar uma conexão genuína com o público, utilizando uma linguagem empática.

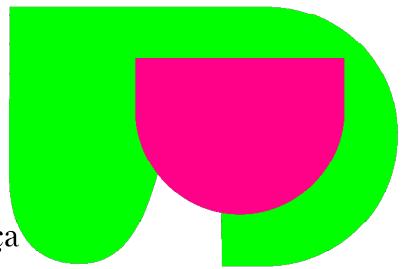


Diálogo e interação

As redes sociais são canais de mão dupla. O CPS deve **promover o diálogo, incentivar a participação e interagir ativamente** com a comunidade. Isso inclui responder a questionamentos, ouvir sugestões e estimular debates construtivos sobre temas relevantes para a educação e a sociedade.

Redes relevantes

As Etecs e Fatecs devem considerar a presença nas seguintes redes sociais, adaptando a estratégia de conteúdo para as características de cada plataforma e o perfil do seu público-alvo:



Instagram

Plataforma visual, ideal para mostrar o dia a dia das unidades, projetos de alunos, eventos e conquistas. Priorize fotos e vídeos de alta qualidade, utilizando recursos como Stories, Reels e Carrosséis para engajar o público.

Dica 1: Evite excesso de texto nas imagens.

Dica 2: Utilize a nova função repost, para compartilhar em seu perfil, os conteúdos da conta do CPS.

Facebook

Ainda relevante para um público abrangente do CPS, o Facebook permite a criação de comunidades e a divulgação de informações mais detalhadas e eventos (dia de prova, eventos das unidades). Explore grupos e comunidades para interagir com públicos específicos.

YouTube

Essencial para vídeos mais longos, tutoriais, depoimentos, transmissões ao vivo de eventos. Utilize os Shorts para vídeos curtos e crie playlists para organizar o conteúdo. Atente-se à qualidade de áudio e vídeo.

LinkedIn

Rede profissional, ideal para divulgar oportunidades de carreira, parcerias, projetos de pesquisa, eventos acadêmicos e o sucesso de egressos. Mantenha um tom formal e profissional, focando no desenvolvimento educacional e profissional.

TikTok

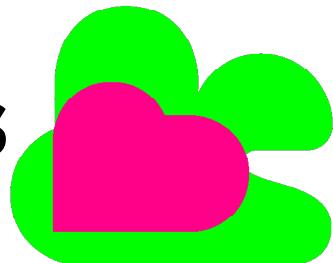
Plataformas de vídeos curtos com linguagem mais descontraída e bem-humorada, ideais para alcançar o público jovem.

Dica: Explore trends e desafios de forma criativa, sempre mantendo a imagem institucional do CPS. O tom deve ser educativo e visual.

X (antigo Twitter) / Threads

Redes de agilidade e informação em tempo real. Utilize para comunicados rápidos, atualizações, notícias e interação com a imprensa e formadores de opinião. Mantenha a transparência e a veracidade das informações.

Diretrizes de conteúdo e boas práticas



Impessoalidade e uso da imagem

A comunicação institucional do Centro Paula Souza e das unidades nas redes sociais deve ser pautada pelo princípio constitucional da impessoalidade da administração pública. Isso significa que o foco deve estar nas ações, programas e resultados da instituição, e não na promoção pessoal de indivíduos.

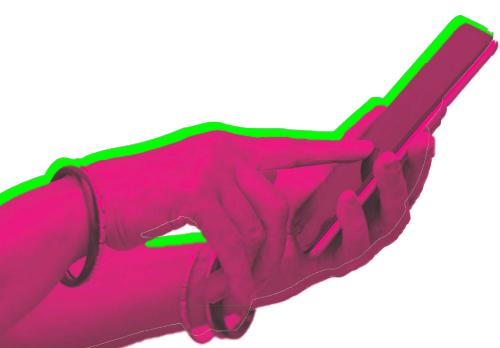
Orientações específicas:

Foco na instituição:

Todas as publicações devem promover o trabalho do Centro Paula Souza, suas Etecs e Fatecs, e o impacto da educação na vida dos alunos e da sociedade.

Uso da imagem de autoridades e servidores:

A imagem de superintendentes, coordenadores, professores e demais servidores pode ser utilizada em contextos que visem **informar sobre atividades, projetos ou iniciativas institucionais**. Por exemplo, um superintendente pode aparecer em um vídeo falando sobre um novo curso, ou um professor em uma foto demonstrando um projeto de aluno. No entanto, o objetivo deve ser **sempre a divulgação da atividade e não a promoção pessoal**. A legenda e o contexto da publicação devem reforçar o caráter institucional.



Consentimento para uso de imagem:

É fundamental obter o consentimento de estudantes, pais (para alunos menores de idade) professores e servidores antes de publicar suas imagens ou vídeos. Em eventos públicos, a sinalização sobre a captação de imagens para fins institucionais é recomendada. Para situações específicas, como depoimentos ou participação em campanhas, o termo de uso de imagem deve ser assinado.

Observação: Os termos de autorização de uso de imagem e voz estão disponíveis na equipe do Teams CPS Comunica.

Privacidade e proteção de dados:

Tenha atenção à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Evite a exposição de dados pessoais sensíveis de alunos ou servidores. Ao compartilhar fotos ou vídeos, certifique-se de que não há informações confidenciais visíveis.

Políticos e pessoas públicas:

Evite a associação direta da imagem institucional do CPS com figuras políticas ou pessoas públicas, a menos que haja um evento ou projeto institucional formal que justifique a menção, e sempre com caráter informativo e im-pessoal. O foco deve ser na instituição e em sua missão educacional, não em indivíduos.

Verificar antecedentes de professores e servidores:

Antes de destacar ou promover a imagem de professores e servidores em campanhas ou publicações de grande visibilidade, é fundamental que a unidade verifique seus antecedentes, garantindo que não haja histórico que possa comprometer a imagem da instituição.

Postura ética e respeitosa:

Mantenha uma postura ética e respeitosa em todas as interações online. Evite comentários ofensivos, discriminatórios, preconceituosos ou que incitem o ódio. Lembrar-se que a internet não é terra sem lei e a liberdade de expressão tem limites.

Veracidade das informações:

Não compartilhe notícias falsas (fake news) ou informações sem checar a veracidade da fonte. O compartilhamento de conteúdo inverídico pode prejudicar a credibilidade do CPS e do próprio servidor.

Evitar debates políticos/ideológicos:

Em perfis institucionais, é proibido o envolvimento em debates político-partidários ou ideológicos. Em perfis pessoais, o servidor deve ter bom senso e evitar manifestações que possam comprometer a instituição.

Autorização para criação de canais:

A criação de qualquer perfil ou canal em nome do Centro Paula Souza, Etecs ou Fatecs em redes sociais deve ser previamente informada para Assessoria de Comunicação do CPS. Isso garante a padronização e o alinhamento da comunicação.

Collabs:

Perfis de pessoas físicas ou jurídicas NÃO estão autorizados a realizar colaborações em nenhum tipo de postagem.

Direitos Autorais:

Respeite sempre os direitos autorais. Não utilize imagens, vídeos, textos ou músicas sem a devida autorização ou licença.

O que pode publicar nas redes sociais oficiais

Publicações permitidas (prioritárias)

Devem estar diretamente ligadas à missão, visão, valores e posicionamento do CPS:

- Projetos pedagógicos de impacto (ex: TCCs inovadores, feiras tecnológicas, desafios, hackathons);
- Histórias de sucesso de estudantes, professores, servidores e egressos;
- Parcerias com setor produtivo ou ações de empregabilidade;
- Premiações ou reconhecimentos institucionais;
- Eventos científicos, tecnológicos, educacionais promovidos pela unidade com foco em inovação, educação ou impacto social;
- Atividades de extensão ou voluntariado com impacto comprovado;
- Campanhas institucionais e ações coordenadas com a Administração Central;
- Novos cursos e habilitações;
- Melhorias e novas instalações;
- Metodologias inovadoras;
- Campanhas de conscientização.

Publicações NÃO permitidas

Não devem ser compartilhadas como conteúdo oficial:

- Eventos de caráter local sem vínculo pedagógico ou social, como festas, gincanas ou atividades recreativas isoladas;
- Conteúdos com conotação política, partidária ou ideológica;
- Ações não autorizadas que envolvam marcas de terceiros;
- Campanhas ou sorteios sem amparo legal;
- Fotos de alunos sem termo de autorização de uso de imagem;
- Assuntos que não reforcem os valores e objetivos institucionais do CPS;
- Collabs com perfis de pessoas físicas e empresas;
- Comunicados de rotina interna;
- Conteúdo de baixa qualidade;
- Informações não verificadas/ fakenews;
- Erros ortográficos.

Monitoramento

O monitoramento das redes sociais é uma etapa crucial para o bom uso das ferramentas com a sociedade. Ele permite não apenas responder às demandas do público, mas também coletar insights, identificar tendências e gerenciar a reputação da instituição no ambiente digital.

Orientações específicas:

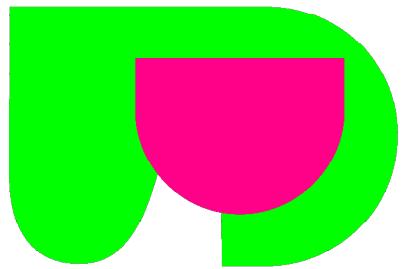
Gerenciamento de crises:

Sempre consulte a Asscom quando houver a identificação de uma crise.



Informações finais

O Manual de Uso de Redes Sociais para Etecs e Fatecs do Centro Paula Souza é uma ferramenta essencial para a construção de uma presença digital estratégica e alinhada aos valores da instituição. Ao seguir as diretrizes aqui apresentadas, as unidades contribuirão para:



Fortalecimento da marca:

Uma comunicação padronizada e consistente em todas as plataformas digitais fortalece a marca Centro Paula Souza, aumentando seu reconhecimento e prestígio.

Engajamento da comunidade:

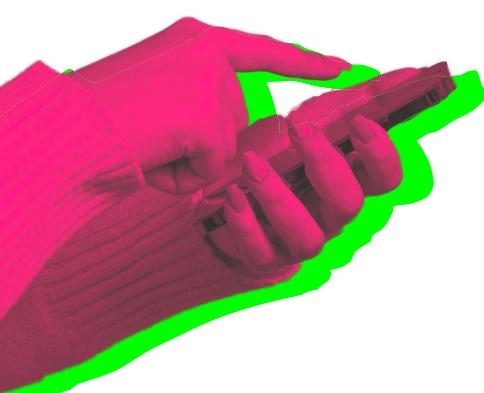
A interação ativa e a produção de conteúdo relevante e de qualidade promovem o engajamento de alunos, professores, servidores, egressos e da sociedade em geral.

Transparência e credibilidade:

A adesão aos princípios de impessoalidade, veracidade e ética na comunicação digital reforça a transparência e a credibilidade do CPS como instituição pública.

Atração de novos talentos:

Uma presença digital forte e atrativa contribui para a captação de novos alunos, mostrando o diferencial e a excelência da educação oferecida pelas Etecs e Fatecs.



Gerenciamento eficaz:

As diretrizes sobre SAC, monitoramento e regras de conduta permitem um gerenciamento mais eficaz das interações online e a prevenção de crises de imagem.

Este manual é um documento versionado e deverá ser consultado e atualizado periodicamente para se adaptar às novas tendências do ambiente digital e às necessidades do Centro Paula Souza. A colaboração de todas as Etecs e Fatecs é fundamental para o sucesso dessa iniciativa, garantindo que a comunicação digital do CPS seja sempre um reflexo de sua excelência e compromisso com a educação pública adicionar sombras ou efeitos, ou sobrepor elementos ao logotipo. O uso de logotipos抗igos ou não oficiais também é vedado.





Referências

SÃO PAULO (Estado). Decreto nº 69.328, de 22 de janeiro de 2025. Aprova o Código de Ética da Administração Pública direta e autárquica do Estado de São Paulo. Diário Oficial do Estado de São Paulo, São Paulo, 22 jan. 2025. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2025/decreto-69328-22.01.2025.html>. Acesso em: 15/09/2025.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Comunicação – SECOM. Manual de Boas Práticas no Ambiente Digital. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/wp-content/uploads/2023/09/Manual-de-BoasPraticas-no-Ambiente-Digital.pdf>. Acesso em: 15/09/2025.

