



Política de Comunicação e Uso da Marca

Versão 1.0

Sumário

1. Introdução.....	4
1.1. Objetivo da Política.....	4
1.2. Aplicação e Abrangência.....	4
1.3. Fundamento Legal e Conformidade.....	5
2. Diretrizes Gerais de Comunicação.....	6
2.1. Princípios da Comunicação Institucional.....	6
2.2. Padrões para Comunicação Institucional.....	6
2.3. Responsabilidade na Comunicação.....	7
3. Identidade Visual e Uso da Marca.....	8
3.1. Uso Correto da Marca.....	8
3.2. Uso da Marca por Terceiros.....	8
3.3. Aplicações Proibidas.....	9
4. Comunicação Interna e Relacionamento Institucional.....	10
4.1. Objetivos da Comunicação Interna.....	10
4.2. Canais Oficiais de Comunicação Interna.....	10
4.3. Boas Práticas de Comunicação Interna.....	11
4.4. Relacionamento Institucional.....	11
5. Comunicação Externa e Relacionamento com a Mídia.....	12
5.1. Diretrizes para Comunicação Externa.....	12
5.2. Porta-Vozes Oficiais.....	12
5.3. Relacionamento com a Mídia.....	12
5.4. Gestão de Crises de Imagem.....	13
6. Uso de Redes Sociais e Presença Digital.....	14
6.1. Diretrizes para Redes Sociais Institucionais.....	14
6.2. Conduta de Colaboradores e Voluntários nas Redes Sociais.....	15
6.3. Uso de Redes Sociais por Parceiros e Terceiros.....	16
6.4. Gestão de Crises em Redes Sociais.....	16
7. Parcerias, Publicidade e Uso da Marca por Terceiros.....	18
7.1. Diretrizes para Parcerias e Uso da Marca.....	18
7.2. Regras para Publicidade e Patrocínios.....	18
7.3. Uso Indevido da Marca e Penalidades.....	19
8. Proteção e Sigilo das Informações Institucionais.....	20
8.1. Classificação das Informações.....	20
8.2. Sigilo e Proteção de Informações Sensíveis.....	20
8.3. Proteção de Dados Pessoais e Conformidade com a LGPD.....	21
8.4. Compartilhamento de Informações.....	21
8.5. Responsabilidade dos Envolvidos.....	21
9. Alterações na Política e Contato.....	23

9.1. Contato para Dúvidas e Solicitações.....	23
10. Conclusão e Vigência.....	24
11. Histórico de Revisões.....	25

1. Introdução

A RIT - Rede de Inovação e Transformação reconhece a importância da comunicação institucional para garantir transparência, alinhamento estratégico e fortalecimento da identidade organizacional. A forma como a RIT se comunica, tanto internamente quanto externamente, influencia diretamente sua credibilidade, seu impacto e sua relação com seus públicos de interesse.

Esta Política de Comunicação e Uso da Marca estabelece diretrizes para a padronização da identidade visual, o uso adequado dos canais de comunicação, o relacionamento com a mídia e o posicionamento digital da RIT. Além disso, define regras para a utilização da marca por terceiros, garantindo que sua aplicação esteja sempre alinhada com os valores e objetivos institucionais da organização.

1.1. Objetivo da Política

Esta política tem como finalidade:

- Definir diretrizes para a comunicação oficial da RIT, assegurando alinhamento com sua missão e seus princípios institucionais.
- Padronizar o uso da identidade visual da RIT, garantindo coesão na aplicação da marca e seus elementos gráficos.
- Estabelecer normas para a comunicação interna e externa, incluindo interações institucionais, mídias sociais e canais digitais.
- Regulamentar o uso da marca da RIT por terceiros, como parceiros e fornecedores, prevenindo usos indevidos ou não autorizados.
- Assegurar a conformidade das práticas de comunicação com princípios éticos e legais, fortalecendo a reputação da organização.

1.2. Aplicação e Abrangência

Esta política se aplica a todas as atividades e processos de comunicação da RIT, abrangendo:

- Colaboradores, voluntários, diretores e conselheiros, garantindo que utilizem os canais institucionais de forma alinhada às diretrizes da RIT.
- Fornecedores, parceiros e entidades integradas, sempre que fizerem uso da marca ou se comunicarem em nome da organização.

- Canais institucionais e digitais, incluindo site, redes sociais, materiais impressos, documentos oficiais e campanhas institucionais.
- Todos os envolvidos devem seguir as diretrizes desta política, assegurando uma comunicação padronizada, ética e alinhada à identidade institucional da RIT.

1.3. Fundamento Legal e Conformidade

A comunicação institucional da RIT será conduzida em conformidade com as normas e melhores práticas nacionais e internacionais aplicáveis, incluindo, mas não se limitando a:

- Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018) – Regulamenta o tratamento de dados pessoais em qualquer meio de comunicação.
- Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) – Estabelece diretrizes para o uso responsável da internet, incluindo privacidade e liberdade de expressão.
- Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998) – Protege a propriedade intelectual de conteúdos produzidos e divulgados pela RIT.
- Normas de publicidade e comunicação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) – Diretrizes éticas para a comunicação e publicidade no Brasil.

Esta política será revisada periodicamente para garantir conformidade com novas regulamentações e melhores práticas em comunicação institucional.

2. Diretrizes Gerais de Comunicação

A comunicação da RIT deve ser transparente, acessível e alinhada aos valores institucionais, garantindo que todas as mensagens transmitidas pela organização sejam coerentes e representem adequadamente sua missão e objetivos. Essas diretrizes asseguram que a comunicação institucional seja eficaz, fortalecendo a identidade da RIT e seu relacionamento com os públicos de interesse.

2.1. Princípios da Comunicação Institucional

Todas as ações de comunicação da RIT devem seguir os seguintes princípios:

- **Transparência** – As informações devem ser claras, objetivas e acessíveis, evitando ambiguidades ou distorções.
- **Unidade Institucional** – Toda comunicação deve preservar a identidade e os valores da RIT, garantindo consistência nos conteúdos divulgados.
- **Inclusão e Acessibilidade** – O conteúdo deve ser adaptado para contemplar diferentes públicos, garantindo acessibilidade digital e linguagem inclusiva.
- **Ética e Responsabilidade** – Toda comunicação deve respeitar os princípios éticos, legais e institucionais, evitando a disseminação de informações falsas ou enganosas.
- **Engajamento e Relacionamento** – A comunicação deve incentivar a participação ativa dos públicos da RIT, fortalecendo o vínculo entre a organização e seus stakeholders.

2.2. Padrões para Comunicação Institucional

Para garantir que todas as mensagens da RIT sejam transmitidas de maneira coerente e alinhada aos seus princípios, a comunicação deve seguir os seguintes padrões:

- **Tom e Linguagem** – A comunicação da RIT deve ser clara, objetiva e institucional, evitando jargões técnicos excessivos. O tom pode ser adaptado conforme o canal e o público, sempre mantendo coerência com a identidade da organização.
- **Uso de Canais Oficiais** – Todas as informações institucionais devem ser divulgadas exclusivamente pelos canais oficiais da RIT, evitando a disseminação de conteúdos não autorizados.

- Aprovação de Conteúdos Sensíveis – Qualquer comunicação relacionada a temas estratégicos, posicionamentos institucionais ou assuntos de grande repercussão deve ser previamente analisada e aprovada pela equipe responsável pela comunicação da RIT.

2.3. Responsabilidade na Comunicação

Todos os envolvidos com a RIT devem garantir que a comunicação institucional seja feita de maneira ética e respeitosa. Para isso:

- Colaboradores e voluntários devem evitar a divulgação de informações institucionais sem autorização prévia.
- Diretores e conselheiros devem zelar pela coerência e veracidade das informações divulgadas pela organização.
- Parceiros e fornecedores que utilizam a marca ou participam da comunicação da RIT devem seguir as diretrizes desta política.

Essas diretrizes garantem que a RIT tenha uma comunicação alinhada à sua identidade institucional, reforçando sua credibilidade e fortalecendo o relacionamento com seus públicos.

3. Identidade Visual e Uso da Marca

A identidade visual da RIT é um dos principais ativos institucionais da organização e deve ser utilizada de maneira padronizada para garantir coerência, reconhecimento e fortalecimento da marca. Esta seção estabelece diretrizes para o uso correto da marca da RIT, assegurando que sua aplicação respeite os princípios institucionais e evite distorções ou apropriações indevidas.

A referência técnica detalhada para todas as diretrizes visuais da organização está especificada no Manual de Identidade Visual da RIT.

3.1. Uso Correto da Marca

A marca da RIT deve ser utilizada conforme as diretrizes institucionais, garantindo uniformidade na comunicação visual. Até a finalização do Manual de Identidade Visual, as seguintes regras devem ser observadas:

- A marca não pode ser alterada, distorcida ou modificada de nenhuma forma.
- O logotipo deve ser utilizado apenas em materiais oficiais da RIT, sem alterações de cores, proporções ou elementos.
- A aplicação da marca em diferentes materiais (digitais ou impressos) deve seguir as versões aprovadas pela equipe responsável pela comunicação da RIT.
- Aprovações prévias – Qualquer aplicação da marca que não esteja claramente definida por esta política deve ser submetida à avaliação da equipe de comunicação da RIT antes de ser utilizada.

3.2. Uso da Marca por Terceiros

A marca da RIT pode ser utilizada por parceiros, fornecedores e entidades integradas, desde que respeitadas as seguintes condições:

- Autorização formal – O uso da marca por terceiros deve ser previamente autorizado pela RIT.
- Finalidade alinhada aos valores institucionais – A identidade visual da RIT não pode ser usada em materiais, campanhas ou eventos que contrariem os princípios e diretrizes institucionais da organização.
- Aplicação correta – O uso da identidade visual da RIT deve respeitar as versões e proporções aprovadas, sem edições ou modificações que alterem sua integridade.

3.3. Aplicações Proibidas

Para proteger a identidade visual da RIT, as seguintes práticas são expressamente proibidas:

- Alteração das cores, tipografia ou elementos gráficos da marca.
- Uso da marca em materiais de terceiros sem autorização formal da RIT.
- Aplicação da marca em fundos ou elementos que prejudiquem sua legibilidade.
- Uso da identidade visual da RIT em contexto que possa comprometer a reputação da organização.

Essas diretrizes garantem que a identidade visual da RIT seja utilizada de forma padronizada e estratégica, fortalecendo sua presença institucional e prevenindo usos inadequados da marca.

4. Comunicação Interna e Relacionamento Institucional

A comunicação interna da RIT é essencial para garantir alinhamento estratégico, transparência e engajamento entre colaboradores, voluntários, diretores e demais integrantes da organização. Esta seção estabelece diretrizes para o fluxo de informações dentro da RIT e define boas práticas para a interação entre os diferentes públicos institucionais.

4.1. Objetivos da Comunicação Interna

A comunicação interna da RIT tem como principais objetivos:

- Assegurar que todos os membros da organização tenham acesso às informações institucionais de forma clara, organizada e tempestiva.
- Fortalecer o alinhamento estratégico entre as equipes, garantindo que todos compreendam e sigam as diretrizes institucionais.
- Promover um ambiente colaborativo, incentivando a participação ativa dos colaboradores e voluntários.
- Prevenir ruídos na comunicação, garantindo que informações relevantes sejam transmitidas pelos canais apropriados.

4.2. Canais Oficiais de Comunicação Interna

Para garantir a eficiência e a confiabilidade da comunicação dentro da RIT, os seguintes canais institucionais são considerados oficiais:

- E-mails institucionais – Utilizados para comunicados internos, orientações formais e trocas de informações estratégicas.
- Plataformas digitais – Espaços para compartilhamento de documentos, treinamentos e atualizações institucionais.
- Reuniões presenciais e virtuais – Ferramentas fundamentais para alinhamentos estratégicos, planejamento e tomadas de decisão.
- Grupos de mensagens instantâneas – Devem ser utilizados com responsabilidade para facilitar a comunicação rápida, evitando o compartilhamento de informações sigilosas ou não verificadas.

4.3. Boas Práticas de Comunicação Interna

Para garantir um ambiente organizacional produtivo e respeitoso, todos os integrantes da RIT devem seguir as seguintes diretrizes de comunicação interna:

- Utilizar os canais apropriados para cada tipo de informação, evitando sobrecarga de e-mails e mensagens instantâneas.
- Manter um tom profissional e respeitoso em todas as interações, evitando ruídos ou interpretações equivocadas.
- Compartilhar apenas informações verificadas e relevantes, prevenindo a disseminação de dados incorretos ou incompletos.
- Priorizar a objetividade e clareza na comunicação, garantindo que as mensagens sejam compreendidas de maneira eficiente.

4.4. Relacionamento Institucional

O relacionamento institucional da RIT deve ser conduzido de forma estratégica, respeitosa e alinhada aos valores organizacionais. Para isso, são estabelecidas as seguintes diretrizes:

- Representação institucional – Apenas pessoas autorizadas podem falar oficialmente em nome da RIT em eventos, reuniões e interações externas.
- Participação em parcerias e redes de colaboração – A RIT deve fortalecer seu posicionamento institucional por meio da construção de relacionamentos estratégicos alinhados à sua missão.
- Uso de linguagem e postura adequadas – Em qualquer interação externa, a comunicação da RIT deve refletir profissionalismo, respeito e transparência.

Essas diretrizes garantem que a comunicação interna da RIT seja eficiente e que o relacionamento institucional seja conduzido de maneira profissional, fortalecendo a credibilidade e a presença da organização no setor.

5. Comunicação Externa e Relacionamento com a Mídia

A comunicação externa da RIT é um instrumento estratégico para a divulgação da sua missão, fortalecimento da reputação institucional e ampliação do impacto de suas ações. O relacionamento com a mídia e outros stakeholders deve ser conduzido de forma planejada, transparente e alinhada aos valores da organização, garantindo que a imagem da RIT seja representada corretamente.

5.1. Diretrizes para Comunicação Externa

A comunicação externa da RIT deve seguir os seguintes princípios:

- Clareza e Consistência – Todas as informações divulgadas devem ser precisas, bem estruturadas e coerentes com a identidade da organização.
- Transparência e Credibilidade – A RIT deve fornecer informações corretas e acessíveis, fortalecendo a confiança dos públicos externos.
- Posicionamento Estratégico – Qualquer comunicação pública deve estar alinhada aos valores e objetivos institucionais da organização.
- Ética e Responsabilidade – Nenhuma comunicação pode ser usada para disseminação de informações enganosas, ataques a terceiros ou conteúdos sensacionalistas.

5.2. Porta-Vozes Oficiais

Para garantir um posicionamento institucional unificado, a RIT define porta-vozes oficiais responsáveis pela comunicação externa. As diretrizes incluem:

- Apenas porta-vozes autorizados podem falar oficialmente em nome da RIT perante a mídia, instituições e parceiros.
- O posicionamento da RIT em assuntos sensíveis ou estratégicos deve ser previamente aprovado pela Diretoria.
- Todos os porta-vozes devem estar preparados para interações externas, garantindo que sua comunicação reflita os valores e objetivos da organização.

5.3. Relacionamento com a Mídia

A interação da RIT com veículos de comunicação deve ser planejada e estratégica. As diretrizes para o relacionamento com a mídia incluem:

- Gestão proativa de comunicação – Sempre que necessário, a RIT pode divulgar releases, notas e informações relevantes à imprensa para ampliar a visibilidade de suas ações.
- Atendimento a solicitações de jornalistas – Todas as solicitações da imprensa devem ser direcionadas à equipe responsável pela comunicação da RIT, que analisará e responderá conforme a relevância do tema.
- Treinamento de porta-vozes – Sempre que necessário, os representantes oficiais da RIT deverão passar por media training para aprimorar sua comunicação com a imprensa.

5.4. Gestão de Crises de Imagem

Em situações que possam impactar a reputação da RIT, a comunicação externa deve ser conduzida com planejamento e responsabilidade. As diretrizes incluem:

- Monitoramento contínuo – A RIT deve acompanhar sua presença na mídia e redes sociais para identificar possíveis crises de imagem com antecedência.
- Resposta rápida e estratégica – Em caso de crise, um plano de ação deve ser elaborado pela equipe de comunicação em conjunto com a Diretoria, garantindo um posicionamento adequado.
- Compromisso com a transparência – Qualquer resposta oficial deve ser baseada em fatos concretos e comunicar a posição da RIT de forma clara e responsável.

Essas diretrizes asseguram que a comunicação externa da RIT seja eficiente, ética e alinhada à sua missão, fortalecendo a presença institucional da organização no setor e ampliando seu impacto.

6. Uso de Redes Sociais e Presença Digital

As redes sociais e os canais digitais são ferramentas essenciais para fortalecer a visibilidade institucional da RIT, divulgar suas iniciativas e engajar diferentes públicos. No entanto, seu uso deve ser estratégico, responsável e alinhado aos princípios institucionais, garantindo que a reputação da organização seja preservada e fortalecida.

Este capítulo estabelece diretrizes para a gestão das redes sociais da RIT, o comportamento de seus colaboradores e voluntários no ambiente digital e as regras para o uso da identidade institucional em plataformas online.

6.1. Diretrizes para Redes Sociais Institucionais

Os perfis oficiais da RIT nas redes sociais são administrados pela equipe de comunicação e seguem as seguintes diretrizes:

- Apenas canais oficiais podem representar a RIT – Nenhuma pessoa ou equipe pode criar perfis ou páginas em nome da organização sem autorização formal.
- O conteúdo deve ser alinhado aos valores e à missão da RIT – Todas as postagens devem refletir a identidade institucional, evitando temas sensíveis que possam gerar interpretações equivocadas.
- As publicações devem ser verificadas antes da postagem – A equipe responsável deve revisar conteúdos para garantir coerência, precisão e conformidade com as diretrizes institucionais.
- Interação com o público deve seguir um tom profissional e respeitoso – Respostas devem ser educadas, informativas e alinhadas ao posicionamento da RIT.
- A remoção de conteúdos inadequados segue critérios institucionais – Comentários ofensivos, discursos de ódio, spam e ataques pessoais poderão ser excluídos, sempre respeitando os princípios de transparência e liberdade de expressão.

As publicações da RIT nas redes sociais devem seguir um padrão visual unificado, garantindo consistência e alinhamento com a identidade institucional. Enquanto o Manual de Identidade Visual não for concluído, as seguintes diretrizes devem ser observadas:

- Uso do logotipo – O logotipo da RIT deve ser aplicado de maneira adequada, respeitando a identidade visual da organização.

- Paleta de cores – As publicações devem seguir a identidade cromática definida pela RIT, evitando combinações que não representem a marca.
- Tipografia – Sempre que possível, os materiais gráficos devem utilizar fontes institucionais ou fontes neutras e legíveis.
- Templates padronizados – Para manter a coerência da identidade visual, a RIT poderá disponibilizar modelos de publicações para sua equipe e parceiros.

Toda publicação que contenha imagens de pessoas físicas, especialmente menores de idade, só poderá ser realizada mediante autorização formal do indivíduo ou de seu responsável legal. O uso da imagem deve respeitar a privacidade e a dignidade dos retratados, garantindo que o conteúdo não exponha indevidamente qualquer pessoa.

Para reforçar essa diretriz, a RIT deve adotar:

- Termos de consentimento de uso de imagem, assinados pelos indivíduos ou responsáveis legais antes da publicação.
- Cuidados na escolha de imagens, evitando contextos que possam gerar interpretações inadequadas ou constrangimento.
- Restrições à edição de imagens, garantindo que nenhuma manipulação possa distorcer a representação dos indivíduos.

6.2. Conduta de Colaboradores e Voluntários nas Redes Sociais

Colaboradores e voluntários da RIT possuem liberdade de expressão, mas devem ter cautela ao interagir nas redes sociais, especialmente quando mencionam a organização. As diretrizes incluem:

- O uso pessoal das redes sociais não deve comprometer a imagem da RIT – Expressar opiniões pessoais é um direito, mas comentários que possam afetar a reputação da organização devem ser evitados.
- Não se deve divulgar informações institucionais sem autorização – Dados internos, documentos, estratégias e qualquer informação sensível da RIT não podem ser compartilhados publicamente.
- A participação em debates públicos deve ser cuidadosa – Associar a RIT a temas políticos, religiosos ou polêmicos sem autorização pode gerar impactos negativos.
- A marca da RIT não pode ser usada em perfis pessoais sem autorização – O uso do logotipo, slogans ou qualquer elemento visual da organização em redes sociais pessoais deve ser previamente autorizado.

- Colaboradores e voluntários que descumprirem essas diretrizes poderão ser orientados a remover conteúdos inapropriados e, em casos graves, estarão sujeitos a medidas disciplinares conforme as políticas internas da RIT.

6.3. Uso de Redes Sociais por Parceiros e Terceiros

Entidades integradas, fornecedores e parceiros que mencionam a RIT ou utilizam sua marca em redes sociais devem seguir as seguintes diretrizes:

- Toda citação oficial à RIT deve ser precisa e condizente com sua identidade institucional.
- A marca da RIT não pode ser usada sem autorização expressa.
- Nenhum parceiro pode falar em nome da RIT sem aprovação formal.
- Qualquer uso inadequado da identidade da RIT em redes sociais pode resultar na exigência de correção imediata e, em casos extremos, na rescisão de parcerias institucionais.

Todas as publicações institucionais devem seguir a legislação vigente, incluindo:

- Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018) – Qualquer dado pessoal coletado e compartilhado nas redes sociais da RIT deve ter base legal e seguir as diretrizes de privacidade.
- Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) – Estabelece direitos e deveres no uso da internet, incluindo privacidade, liberdade de expressão e proteção contra discursos de ódio.
- Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998) – Nenhum conteúdo protegido por direitos autorais pode ser utilizado sem a devida permissão do autor.

6.4. Gestão de Crises em Redes Sociais

A RIT deve estar preparada para lidar com crises de imagem que possam surgir nas redes sociais. A gestão de crises deve seguir os seguintes passos:

- Monitoramento contínuo – A equipe de comunicação deve acompanhar menções à RIT para identificar potenciais crises.
- Avaliação do impacto – Antes de responder, a organização deve analisar a gravidade da situação e os possíveis desdobramentos.
- Resposta estratégica – Sempre que necessário, a RIT deve emitir um posicionamento oficial, garantindo que a resposta seja clara, respeitosa e alinhada aos seus valores.

- Acompanhamento e aprendizado – Após a crise, a equipe responsável deve avaliar as lições aprendidas e implementar melhorias para prevenir novos incidentes.

As redes sociais são uma ferramenta poderosa para fortalecer a imagem da RIT, mas também apresentam desafios que exigem uma gestão cuidadosa. Com estas diretrizes, a organização assegura que sua presença digital seja estratégica, ética e alinhada à sua missão institucional.

7. Parcerias, Publicidade e Uso da Marca por Terceiros

A marca e a comunicação da RIT são ativos institucionais valiosos que devem ser utilizados com responsabilidade para garantir credibilidade, coerência e alinhamento estratégico. Esta seção estabelece as diretrizes para o uso da identidade visual da RIT em campanhas publicitárias, colaborações institucionais e parcerias com terceiros, assegurando que sua aplicação esteja em conformidade com os valores e princípios da organização.

7.1. Diretrizes para Parcerias e Uso da Marca

A RIT pode estabelecer parcerias institucionais para fortalecer sua atuação e ampliar o impacto de suas iniciativas. O uso da marca e da identidade visual da RIT em ações conjuntas deve seguir as seguintes diretrizes:

- Alinhamento com os princípios da RIT – A marca da organização só pode ser associada a iniciativas, campanhas e eventos que estejam alinhados com sua missão, valores e compromissos institucionais.
- Autorização formal – Qualquer parceiro ou entidade que deseje utilizar a marca da RIT em materiais gráficos, campanhas digitais, eventos ou publicações deve obter autorização prévia e formal.
- Uso correto da identidade visual – A aplicação da marca deve respeitar as diretrizes institucionais, garantindo que o logotipo e outros elementos visuais sejam utilizados sem alterações, distorções ou adaptações não autorizadas.
- Cooperação na comunicação – Sempre que a marca da RIT for utilizada em materiais de parceiros, a organização deve ser informada previamente e ter acesso ao conteúdo antes da divulgação pública.

7.2. Regras para Publicidade e Patrocínios

A RIT pode realizar ou apoiar campanhas publicitárias e iniciativas patrocinadas para ampliar sua visibilidade e promover suas ações. Para garantir alinhamento estratégico e evitar riscos à reputação institucional, devem ser seguidas as seguintes regras:

- Critérios para publicidade – Todas as campanhas devem respeitar os princípios éticos da RIT e estar em conformidade com as diretrizes de comunicação da organização.

- Restrições de patrocínio – A RIT não pode receber patrocínios de empresas ou entidades cujas práticas sejam incompatíveis com seus valores institucionais, como organizações envolvidas em atividades ilegais, exploração de mão de obra ou impactos ambientais severos.
- Posicionamento institucional – Nenhuma campanha pode comprometer a neutralidade institucional da RIT em questões sensíveis, como política partidária ou temas controversos.
- Transparência na captação de recursos – Qualquer apoio financeiro obtido por meio de campanhas publicitárias ou patrocínios deve ser devidamente registrado e prestado contas, garantindo a integridade e transparência da organização.

7.3. Uso Indevido da Marca e Penalidades

O uso indevido da marca da RIT pode comprometer sua credibilidade e levar a consequências institucionais. As seguintes situações são consideradas violações desta política:

- Utilização da identidade visual sem autorização prévia.
- Associação da marca da RIT a conteúdos ofensivos, enganosos ou incompatíveis com seus princípios.
- Alteração, distorção ou modificação do logotipo sem aprovação da equipe de comunicação da RIT.
- Uso da marca para obtenção de benefícios próprios ou comerciais sem consentimento formal.

Em caso de uso indevido da identidade visual ou da marca da RIT, a organização poderá solicitar a remoção do conteúdo, revogar autorizações concedidas e, em situações graves, adotar medidas legais cabíveis.

8. Proteção e Sigilo das Informações Institucionais

A RIT valoriza a transparência em suas comunicações, mas reconhece que determinadas informações institucionais devem ser protegidas para garantir a segurança, a privacidade e a integridade da organização. Esta seção estabelece diretrizes para a proteção, o sigilo e o uso responsável das informações institucionais, prevenindo o acesso não autorizado e o uso indevido de dados sensíveis.

8.1. Classificação das Informações

As informações institucionais da RIT podem ser classificadas em três categorias principais:

- Informações Públicas – Conteúdos que podem ser divulgados livremente, como campanhas institucionais, relatórios públicos, materiais educativos e comunicados oficiais.
- Informações Restritas – Dados acessíveis apenas a determinados grupos internos, como documentos administrativos, atas de reuniões internas e diretrizes operacionais.
- Informações Confidenciais – Dados sensíveis, estratégicos ou protegidos por lei, como informações financeiras, registros de beneficiários, contratos sigilosos e dados pessoais de colaboradores e parceiros.

O acesso e o compartilhamento dessas informações devem respeitar os níveis de classificação, garantindo que apenas pessoas autorizadas possam visualizar e utilizar determinados conteúdos.

8.2. Sigilo e Proteção de Informações Sensíveis

Para garantir a segurança e o sigilo das informações institucionais, todos os envolvidos com a RIT devem:

- Manter a confidencialidade de informações restritas e confidenciais, evitando seu compartilhamento sem autorização.
- Utilizar apenas canais institucionais para comunicação de dados sensíveis, evitando o uso de e-mails pessoais ou aplicativos não autorizados.
- Evitar o armazenamento de documentos institucionais em dispositivos pessoais, garantindo que informações críticas fiquem protegidas em ambientes digitais seguros.

- Manter cautela ao discutir temas institucionais em ambientes públicos, prevenindo a exposição de informações sensíveis a pessoas não autorizadas.

O descumprimento dessas diretrizes poderá resultar em medidas disciplinares e, quando aplicável, em medidas legais cabíveis.

8.3. Proteção de Dados Pessoais e Conformidade com a LGPD

A RIT segue as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018) para garantir a privacidade e a segurança de informações de indivíduos vinculados à organização. As diretrizes incluem:

- O tratamento de dados pessoais deve seguir uma base legal e ser realizado com transparência.
- A coleta e o armazenamento de informações pessoais devem respeitar o princípio da minimização, garantindo que apenas os dados necessários sejam utilizados.
- O acesso a informações pessoais deve ser restrito a pessoas autorizadas, conforme a finalidade do tratamento.
- Colaboradores e voluntários que lidam com dados pessoais devem seguir boas práticas de segurança da informação, prevenindo acessos indevidos e vazamentos.

8.4. Compartilhamento de Informações

O compartilhamento de informações institucionais deve ser realizado de forma controlada e responsável, seguindo as seguintes diretrizes:

- Informações confidenciais só podem ser compartilhadas com autorização expressa da diretoria ou da equipe responsável.
- Dados institucionais não devem ser divulgados publicamente sem aprovação da equipe de comunicação da RIT.
- Informações sensíveis só podem ser enviadas a terceiros mediante termos de confidencialidade ou contratos que garantam a proteção dos dados.

8.5. Responsabilidade dos Envolvidos

Todos os colaboradores, voluntários, diretores, conselheiros, fornecedores e parceiros que tiverem acesso a informações institucionais devem:

- Cumprir as diretrizes desta política, garantindo que dados sensíveis sejam protegidos contra acessos não autorizados.
- Reportar imediatamente qualquer suspeita de vazamento ou uso indevido de informações institucionais.
- Atuar com responsabilidade no uso de documentos institucionais, garantindo que sejam armazenados e compartilhados de forma segura.

Essas diretrizes garantem que a RIT proteja suas informações institucionais e cumpra com as regulamentações de privacidade, assegurando a integridade e a segurança da organização.

9. Alterações na Política e Contato

A RIT poderá revisar e atualizar esta Política de Comunicação e Uso da Marca periodicamente para garantir sua adequação às melhores práticas institucionais, mudanças estratégicas e exigências regulatórias.

As atualizações podem ocorrer nas seguintes situações:

- Mudanças na estrutura organizacional ou na identidade visual da RIT, exigindo ajustes nas diretrizes de comunicação e uso da marca.
- Evolução das práticas e ferramentas de comunicação, incluindo novos canais digitais ou adaptações em redes sociais.
- Adequações a regulamentações vigentes, garantindo conformidade com leis de privacidade, direitos autorais e normativas do setor.
- Sugestões de melhoria por parte de colaboradores, voluntários ou parceiros, contribuindo para o aprimoramento contínuo da política.

Sempre que houver alterações relevantes, a RIT comunicará seus públicos de interesse por meio de seus canais institucionais, garantindo transparência e ampla divulgação das novas diretrizes.

9.1. Contato para Dúvidas e Solicitações

Para esclarecer dúvidas, solicitar autorizações ou obter mais informações sobre esta política, os interessados podem entrar em contato com a RIT pelos seguintes canais:

E-mail: contato@rit.org.br

A RIT analisará todas as solicitações e sugestões, assegurando que sua comunicação institucional seja continuamente aprimorada e alinhada aos seus valores e objetivos.

10. Conclusão e Vigência

Esta Política de Comunicação e Uso da Marca estabelece diretrizes fundamentais para garantir que a comunicação da RIT seja clara, alinhada à identidade institucional e conduzida com transparência e responsabilidade. Seu cumprimento é essencial para fortalecer a credibilidade da organização, proteger sua marca e assegurar um relacionamento ético e estratégico com seus públicos de interesse.

Todos os colaboradores, voluntários, diretores, parceiros e entidades integradas devem conhecer e seguir esta política, contribuindo para uma comunicação institucional padronizada e alinhada aos valores da RIT.

Esta política entra em vigor na data de sua aprovação pela Diretoria da RIT e permanecerá válida por tempo indeterminado. Revisões e atualizações poderão ocorrer sempre que necessário para garantir conformidade com novas regulamentações, melhores práticas e demandas institucionais.

As versões atualizadas da política serão disponibilizadas nos canais institucionais da RIT, garantindo que todos os envolvidos estejam informados sobre eventuais ajustes e aprimoramentos.

Data de Aprovação: 24 de março de 2025.

Bruno Carvalho Castro Souza
Presidente

Marcelo Augusto Rhormens Sauguellis
Presidente do Conselho de Administração

11. Histórico de Revisões

Versão	Data	Descrição
1.0	23/03/2025	Criação do documento.
1.0	24/03/2025	Aprovação da versão 1.0 pela Diretoria da RIT.