PORTARIA Nº 140, DE 26 DE JUNHO DE 2023.

Estabelece diretrizes de segurança da informação para o uso seguro de mídias sociais do Conselho Federal de Química.

O PRESIDENTE DO CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA (CFQ), no uso de suas atribuições conferidas pelo art. 8º da Lei nº 2.800, de 18 de junho de 1956;

Considerando a Instrução Normativa n° 01, de 27 de maio de 2020, do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, que dispõe sobre a Estrutura de Gestão da Segurança da Informação nos órgãos e nas entidades da administração pública federal;

Considerando a Instrução Normativa nº 05, de 30 de agosto de 2021, do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, que dispõe sobre os requisitos mínimos de segurança da informação para utilização de soluções de computação em nuvem pelos órgãos e pelas entidades da administração pública federal;

Considerando a Portaria n° 182, de 6 de outubro de 2022, que dispõe sobre a institucionalização da Política de Segurança da Informação (POSIN) no âmbito do Conselho Federal de Química (CFQ);

Resolve:

Art. 1º Estabelecer as diretrizes de segurança da informação para uso seguro de mídias sociais no âmbito do Conselho Federal de Química.

Art. 2º Consideram-se para essa Portaria os perfis institucionais oficiais do Conselho nas mídias sociais que são geridos pela Assessoria de Comunicação do CFQ.

CAPÍTULO I

DA UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PELO CFQ

Art. 3º Entende-se como mídias sociais as estruturas sociais digitais compostas por pessoas ou organizações conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns.

Art. 4º As mídias sociais no CFQ podem ser utilizadas para a comunicação institucional entre pessoas, empresas, órgãos e instituições públicas e privadas, desde que seu uso não comprometa a disponibilidade, integridade, confidencialidade e autenticidade dos ativos de informação do Conselho.

Art. 5º A utilização das mídias sociais pelo CFQ deve ter como finalidade a aproximação da instituição com o cidadão e o estreitamento das relações institucionais com os seus públicos estratégicos, sendo entendidas como ferramentas para o compartilhamento de informações e a prestação de serviços públicos de forma ágil e transparente, em consonância com os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Art. 6º O CFQ entende as mídias sociais como ambientes ou espaços institucionais para uma interação dialógica com os seus públicos, não se limitando a estar nelas apenas para divulgação de atos, fatos e realizações de seu interesse.

Art. 7º Os perfis institucionais do CFQ nas mídias sociais devem ser utilizados de forma estratégica, como parte do relacionamento da instituição com seus públicos-alvo e com a finalidade de potencializar a divulgação de seus serviços e ampliar os canais de interação com a sociedade.

Art. 8º As mídias sociais institucionais devem ajudar a potencializar a comunicação do CFQ, contribuindo para a consolidação da identidade e o fortalecimento da imagem institucional.

CAPÍTULO II

DOS PERFIS INSTITUCIONAIS OFICIAIS

Art. 9º O CFQ está presente nas mídias sociais por meio de perfis sistêmicos, ou seja, que representam a instituição como um todo.

CAPÍTULO III

DA GESTÃO DOS CANAIS DO CFQ NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 10. A gestão dos perfis sistêmicos do CFQ nas mídias sociais é de responsabilidade da Assessoria de Comunicação.

§1º Não devem ser adicionados como administradores dos perfis que não tenham atribuições relacionadas à comunicação.

§2º Caso o usuário utilize conta pessoal para acessar o perfil institucional, se ele for desligado da função relacionada à comunicação, sua conta deve ser excluída da administração do perfil.

§3º A alimentação dos perfis do CFQ nas redes sociais poderá ser realizada por colaboradores terceirizados, por meio de contrato de comunicação.

Art. 11. Os usuários responsáveis por administrar perfis institucionais nas mídias sociais devem ter ciência da sua responsabilidade enquanto representantes do CFQ naquele canal, a fim de não permitir que as preferências e os gostos pessoais se sobressaiam à comunicação institucional.

§ 1º É indispensável que todos os usuários que assumam a responsabilidade pela administração dos canais institucionais em mídias sociais realizem uma capacitação sobre a forma de utilização de cada mídia, boas práticas e gestão de crises nas mídias sociais.

§ 2º Os usuários responsáveis por administrar perfis institucionais nas mídias sociais devem ter conhecimento da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, suas obrigações e penalidades.

CAPÍTULO IV

DA CRIAÇÃO E EXCLUSÃO DE PERFIS NAS MÍDIAS SOCIAIS PELO CFQ

Art. 12. A criação e exclusão de novos perfis em mídias sociais deve ser realizada pela Assessoria de Comunicação, com a aprovação expressa da Presidência.

Parágrafo único. Para a criação de contas em plataformas de mídias sociais, deve-se observar a existência de políticas e procedimentos de segurança da informação e de privacidade por parte da empresa proprietária ou gestora do aplicativo de mídia social.

CAPÍTULO V

DA ADMINISTRAÇÃO DOS PERFIS DO CFQ NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 13. Sempre que possível, a administração dos perfis institucionais deve ser realizada por meio de contas de e-mail institucionais setoriais.

§1º Quando não for possível a utilização de uma conta de e-mail setorial, recomenda-se a utilização de uma conta pessoal institucional.

§2º Quando for utilizada uma conta pessoal, seja por meio de e-mail institucional ou pessoal, recomenda-se que mais de uma pessoa tenha acesso ao perfil.

§3º Sempre que possível, deve ser adicionado o e-mail *comunicacao@cfq.org.br* como administrador do perfil, com credenciais de acesso diferentes da outra conta de administração.

Parágrafo único. Deverão ser buscadas alternativas que permitam o rastreamento dos responsáveis pela publicação de conteúdos nas contas institucionais.

Art. 14. Todas as contas devem utilizar *login* com autenticação de dois fatores, sempre que disponível.

Parágrafo único. Para evitar o bloqueio dos perfis por acessos múltiplos de locais diferentes, recomenda-se que não sejam compartilhadas senhas ou acessos com mesmo login. Sempre que possível, deve-se utilizar logins pessoais e intransferíveis.

CAPÍTULO VI
DA PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDOS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 15. As publicações nas mídias sociais devem prezar por conteúdos que estejam em consonância com os objetivos da instituição, sem inserções que atendam a interesses ou manifestações pessoais ou comerciais.

§1º O responsável por realizar ou autorizar postagens pelo perfil institucional possui responsabilidade pelas postagens realizadas tendo que observar toda legislação pertinente.

§2º No caso da transmissão de eventos ou *lives* realizadas em perfis institucionais, a responsabilidade pelo conteúdo é dos organizadores do evento, que devem ter ciência desta normativa e cientificar os participantes previamente sobre as permissões e vedações.

Parágrafo único. A transmissão de eventos ou *lives* deve ser autorizada pelo responsável pelo gerenciamento do perfil institucional, que deve cientificar o organizador do evento sobre suas responsabilidades em relação ao conteúdo.

Art. 16. Os perfis oficiais do CFQ nas mídias sociais devem incorporar as principais características de utilização das mídias sociais: frequência de publicações, interatividade, linguagem simples e adaptada a cada canal.

Art. 17. Deve-se priorizar a utilização das mídias sociais para divulgação de cursos, vagas disponíveis, projetos, eventos e oportunidades para a comunidade da área da Química, além de dar transparência às decisões institucionais e transmissões ao vivo. Os canais também podem ser utilizados para divulgar histórias de alunos e egressos que enaltecem o papel da instituição, bem como para divulgar conquistas e prêmios do CFQ e sua comunidade.

Art. 18. É recomendável que se utilizem imagens para despertar maior atenção do público. Para isso, os responsáveis pelas publicações podem produzir imagens para o CFQ, sob orientação da ASCOM, ou utilizar banco de imagens, ressalvadas as imagens protegidas por lei.

Art. 19. Os canais institucionais oficiais nas mídias sociais devem usar corretamente a marca do CFQ e estarem adequados ao padrão visual institucional, conforme estabelecido pelas orientações institucionais vigentes.

Parágrafo único. Cabe à ASCOM orientar sobre a criação de material gráfico e utilização da marca do CFQ.

Art. 20. São vedadas as publicações que contenham:

I. Informações classificadas ou de acesso restrito, conforme Lei 12.527/2011.

II. Conteúdo ofensivo, obsceno, pornográfico, sexualmente sugestivo, abusivo, discriminatório, difamatório, ameaçador, de ódio e que infrinja a Lei nº 7.716/1989 e as leis de propriedade intelectual e de privacidade.

III. Dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

§1º A ASCOM irá excluir ou recomendar a exclusão de qualquer conteúdo que possa ser interpretado como uma das vedações.

Art. 21. Caso seja feita uma postagem que possa prejudicar a imagem da instituição, a ASCOM poderá recomendar a exclusão do post e, caso necessário, será publicada ainda uma nota explicativa.

CAPÍTULO VII
DA INTERAÇÃO COM OS USUÁRIOS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 22. É recomendável que as dúvidas enviadas pelas mídias sociais - seja por comentários ou mensagens privadas - sejam respondidas.

Parágrafo único. Caso o assunto não seja da competência específica da ASCOM, o responsável pelo canal deverá encaminhar o questionamento para o setor com a atribuição para o devido tratamento.

Art. 23. Dependendo do tipo de informação que o usuário solicitar, a interação que estiver sendo feita por meio de comentário público deve ser direcionada para mensagem privada a fim de respeitar as leis de privacidade e os dados pessoais do usuário.

Parágrafo único. Nunca devem ser solicitados dados pessoais (número de documentos, e-mail) em comentários públicos, conforme estabelecido no caput deste artigo.

Art. 24. Comentários com mensagens ofensivas e com palavras de baixo calão pode ser denunciadas, ocultadas ou excluídas pelo responsável pelo perfil.

Art. 25. No caso de assuntos polêmicos que geram discussão entre os próprios usuários nos comentários, é recomendável que o perfil institucional manifeste apenas o posicionamento oficial, se houver.

CAPÍTULO VIII
DA GESTÃO DE CRISES NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 26. As crises podem ser definidas como as situações com potencial para causar prejuízo à imagem e à reputação da organização perante seus públicos estratégicos.

Art. 27. Em caso de situações de crise em um perfil nas mídias sociais, a resposta da instituição deve ser rápida e evitar ao máximo o comprometimento da imagem e reputação da instituição. Cabe ao gestor do canal buscar, com agilidade, atender às solicitações ou prestar esclarecimentos, sempre que necessário.

Art. 28. Nos casos em que a possível crise for identificada pelo responsável pela comunicação, este deve acionar o gabinete, para que sejam tomadas as providências de forma a minimizar os impactos para a instituição.

Art. 29. Quando outro usuário identificar uma possível crise em função de uma publicação em perfil institucional, a ASCOM deve ser acionada para que sejam tomadas as providências de forma a minimizar os impactos para a instituição.

CAPÍTULO IX
DA ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS

Art. 30. Mensalmente, os administradores dos perfis nas mídias sociais devem elaborar relatórios que contenham, minimamente, as seguintes informações:

I. o total de contas criadas e excluídas;

II. o total de seguidores registrados; e

III. a quantidade de postagens realizadas e removidas.

§1º Os relatórios dos perfis sistêmicos deverão ser feitos pela ASCOM.

Art. 31. Os relatórios sistêmicos deverão ser arquivados pela ASCOM nos processos administrativos pertinentes.

CAPÍTULO X
DA SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Art. 32. O uso das mídias sociais deve respeitar a legislação vigente, a Política de Segurança da Informação e Comunicação – POSIN do CFQ e quaisquer outros atos normativos complementares.

Art. 33. A publicação de dados pessoais em mídias sociais deverá observar o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e em normas correlatas.

Art. 34. É vedada a utilização de e-mail institucional em mídias sociais por usuários que não sejam administradores de contas institucionais, com o papel de produzir ou disseminar conteúdo de caráter institucional.

Art. 35 Os responsáveis pela administração de perfis institucionais nas mídias sociais devem atender ao disposto nas normativas institucionais e nas regras de segurança das plataformas de mídias sociais.

§1º Está normativa não isenta os administradores dos perfis institucionais de seguirem as regras para utilização e as normativas de segurança disponibilizadas pelas plataformas de mídia social.

Art. 36 O agente responsável pelo uso seguro de mídias sociais deverá, quando necessário, encaminhar para a Equipe de Tratamento e Resposta a Incidentes de Segurança de Cibernética - ETIR relatório que contenha a descrição de incidentes de segurança ocorridos em perfis institucionais e as medidas de correção adotadas.

CAPÍTULO XI
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 37. Caberá à ASCOM e ao Comitê de Governança Digital o acompanhamento do cumprimento desta Portaria, que poderá solicitar mudanças nos perfis do CFQ de forma que atendam o estabelecido pela Instrução Normativa N° 6, de 23 de dezembro de 2021 do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República.

Art. 38. O não cumprimento desta portaria poderá ensejar a perda do acesso aos perfis institucionais das mídias sociais do CFQ, a fim de evitar a reiteração do ato irregular.

Parágrafo único. A perda do acesso mencionada no caput deste artigo poderá ser acumulada com sanção ético-disciplinar nos termos da Código de Conduta Profissional dos integrantes do Quadro Funcional do Conselho Federal de Química.

Art. 39. Em caso de criação de perfis em mídias sociais não contempladas nesta Portaria caberá à ASCOM analisar o funcionamento da plataforma e orientar a pertinência e a necessidade de sua utilização, cabendo à Presidência a decisão final sobre a adesão à rede social bem como sobre a necessidade de alteração desta portaria.

Art. 40. Os demais casos omissos serão avaliados pela Presidência com o apoio do Comitê de Governança Digital.

Art. 41. Esta Portaria entra em vigor nesta data e será revisada a cada dois anos.

Dê-se ciência.

Publique-se.

Brasília, 26 de junho de 2023.

JOSÉ DE RIBAMAR OLIVEIRA FILHO
Presidente