

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 12 DE 04 DE MAIO DE 2022

Estabelece diretrizes de segurança da informação para o uso seguro de mídias sociais no Instituto Federal de Santa Catarina.

O Reitor em Exercício do Instituto Federal de Santa Catarina, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pela Lei 11.892/2008, de 29 de dezembro de 2008, e pelo Estatuto do IFSC;

Considerando a Política de Comunicação do IFSC, Resolução Consup 26/2013;

Considerando a Política de Segurança da Informação do IFSC, Resolução Consup 52/2016;

Considerando a Lei nº 13.709/2018 que trata da Proteção de Dados Pessoais;

Considerando a Instrução Normativa nº 6/2021 do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República;

RESOLVE:

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

Art. 2º Consideram-se para essa Instrução Normativa os perfis institucionais oficiais da instituição nas mídias sociais que são geridos pela Diretoria de Comunicação (Dircom), quando sistêmicos, ou pelos responsáveis pela comunicação nos câmpus, quando locais.

DA UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PELO IFSC

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 IFSC podem ser utilizadas para a comunicação institucional entre pessoas, empresas, órgãos e entidades públicas e privadas, desde que seu uso não comprometa a disponibilidade, integridade, confidencialidade e autenticidade dos ativos de informação da instituição.



Art. 5º A utilização das mídias sociais pelo IFSC 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 IFSC 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 IFSC nas mídias sociais devem ser utilizados de forma estratégica, como parte do relacionamento da instituição com seus públicos estratégicos, e com a finalidade de potencializar a divulgação de seus serviços e ampliar os canais de interação com os cidadãos.

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

DOS PERFIS INSTITUCIONAIS OFICIAIS

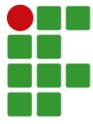
Art. 9º O IFSC está presente nas mídias sociais por meio de perfis sistêmicos, ou seja, que representam a instituição como um todo, e com perfis locais, que representam um ou mais câmpus.

Art. 10º A Diretoria de Comunicação do IFSC recomenda que todos os câmpus utilizem canais próprios nas mídias sociais para interagir com seus públicos estratégicos e divulgar informações relativas às atividades realizadas localmente. Cabe a cada câmpus avaliar se tem condições de criar e manter um perfil em determinada mídia social, em consonância com as orientações da Política de Comunicação do IFSC.

DA GESTÃO DOS CANAIS DO IFSC NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 11º A gestão dos perfis sistêmicos do IFSC nas mídias sociais é responsabilidade da Diretoria de Comunicação. Já a gestão dos perfis gerais de cada câmpus cabe à área responsável pela comunicação do câmpus, bem como ao jornalista ou relações-públicas que atende o câmpus.

§ 1º No caso dos perfis administrados pela Dircom, a responsabilidade pelas publicações é dos jornalistas e relações-públicas lotados na Reitoria. No caso dos perfis administrados pelos câmpus, a responsabilidade é do setor ou servidor responsável pela comunicação no câmpus, com apoio do jornalista ou relações-públicas que atende o câmpus.



§ 2º Não devem ser adicionados como administradores dos perfis servidores que não tenham atribuições relacionadas à comunicação.

§ 3º Caso o servidor 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.

Art. 12º Os servidores responsáveis pela gestão das mídias sociais serão definidos em portaria emitida pelo Reitor.

Parágrafo único. É vedada a terceirização da administração e gestão dos perfis institucionais do IFSC nas mídias sociais.

Art. 13º Os servidores responsáveis por administrar perfis institucionais nas mídias sociais devem ter ciência da sua responsabilidade enquanto representantes do IFSC naquele canal, a fim de não permitir que as preferências e os gostos pessoais se sobressaiam à comunicação institucional.

Art. 14º Os servidores responsáveis pelas mídias sociais nos câmpus que não tenham formação na área de comunicação devem, preferencialmente, ter familiaridade prévia com a utilização de mídias, facilidade de escrita e bom conhecimento da língua portuguesa.

§ 1º É indispensável que todos os servidores que assumam a responsabilidade pela atualização de canais institucionais em mídias sociais realizem uma capacitação com a Diretoria de Comunicação, na qual serão orientados sobre a forma de utilização de cada mídia, boas práticas e gestão de crises nas mídias sociais.

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

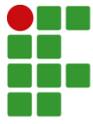
Art. 15º Além dos canais institucionais geridos pela Comunicação, existem outros perfis que são criados e mantidos por setores, cursos ou projetos do IFSC. Estes canais são de responsabilidade dos seus criadores e não representam a instituição oficialmente.

§ 1º A Diretoria de Comunicação não se responsabiliza pelo suporte, manutenção e criação de conteúdo para esses canais, mas pode orientar os servidores sob demanda sobre o melhor uso das plataformas.

§ 2º O fato de esses canais não serem considerados oficiais não isenta os servidores responsáveis do não atendimento à Política de Comunicação do IFSC, à LGPD e demais normativas relacionadas.

DA CRIAÇÃO E EXCLUSÃO DE PERFIS NAS MÍDIAS SOCIAIS PELO IFSC

Art. 16º A criação e exclusão de novos perfis em mídias sociais é regulamentada pela Política de Comunicação do IFSC.



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.

DA ADMINISTRAÇÃO DOS PERFIS DO IFSC NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 17º 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 um servidor tenha acesso ao perfil.

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

§ 4º As informações detalhadas para cadastro de administradores em cada plataforma serão disponibilizadas em documento orientador elaborado pela Diretoria de Comunicação e publicado na intranet do IFSC.

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

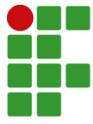
Art. 18º Todas as contas devem utilizar login com autenticação de dois fatores, sempre que disponível.

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.

DA PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDOS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 19º 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, comerciais ou publicitárias.

§ 1º O servidor responsável por realizar ou autorizar postagens pelo perfil institucional é responsável 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. 20º Os perfis oficiais do IFSC 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. 21º Deve-se priorizar a utilização das mídias sociais para divulgação de cursos, vagas disponíveis, projetos, eventos e oportunidades para a comunidade acadêmica, além de dar transparência a decisões institucionais e transmissões ao vivo de reuniões colegiadas e eventos. 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 IFSC e sua comunidade acadêmica.

Art. 22º É recomendável que se utilizem imagens para despertar maior atenção do público. Para isso, os responsáveis pelas publicações podem produzir imagens no IFSC, sob orientação da Coordenadoria de Programação Visual, utilizar templates desenvolvidos pela Diretoria de Comunicação ou solicitar material personalizado para a Coordenadoria de Programação Visual do IFSC.

Art. 23º Os canais institucionais oficiais nas mídias sociais devem usar corretamente a marca do IFSC e estarem adequados ao padrão visual institucional, conforme estabelecido pelas orientações institucionais vigentes.

Parágrafo único. Cabe à Diretoria de Comunicação orientar sobre a criação de material gráfico e utilização da marca do IFSC.

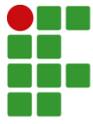
Art. 24º São vedadas as publicações que contenham:

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.

IV - Fazer recomendações profissionais ou que visem à promoção de produtos ou empresas que não tenham parceria vigente e formalizada com a instituição.



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

§2º A remoção da publicação se dará sem prejuízo da possibilidade de procedimento de apuração ética ou disciplinar.

Art. 25º Caso seja feita uma postagem que possa prejudicar a imagem da instituição, a Diretoria de Comunicação poderá recomendar a exclusão do post e, caso necessário, será publicada ainda uma nota explicativa.

DA INTERAÇÃO COM OS USUÁRIOS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 26º É recomendável que as dúvidas enviadas pelas mídias sociais - seja por comentários ou mensagens privadas - sejam sempre respondidas.

Parágrafo único. Caso o servidor responsável pelo canal institucional nas mídias sociais não saiba a resposta, deve encaminhar o usuário para contato com o setor responsável, informando os meios de contato.

Art. 27º 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 pelo Art. 24.

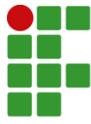
Art. 28º Comentários com mensagens ofensivas e com palavras de baixo calão podem ser denunciadas, ocultadas ou excluídas pelo servidor responsável pelo perfil.

Art. 29º No caso de assuntos polêmicos que geram discussão entre os próprios usuários nos comentários, não é recomendável que o perfil institucional responda para além de posicionamento oficial, se houver.

DA GESTÃO DE CRISES NAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 30º 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. 31º 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. 32º Nos casos em que a possível crise for identificada pelo responsável pela comunicação no câmpus, este deve entrar em contato com o jornalista ou relações-públicas que atende o câmpus, bem como com a Diretoria de Comunicação, para que sejam tomadas as providências de forma a minimizar os impactos para a instituição.

Art. 33º Quando outro servidor identificar uma possível crise em função de uma publicação em perfil institucional, a Diretoria de Comunicação deve ser acionada para que sejam tomadas as providências de forma a minimizar os impactos para a instituição.

Art. 34º O IFSC conta com um Manual de Gestão de Crises, disponível na área da Diretoria de Comunicação na intranet, que deve ser de conhecimento de todos os administradores de perfis do IFSC nas mídias sociais.

DA ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS

Art. 35º 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 Diretoria de Comunicação.

§2º Os relatórios dos perfis de câmpus deverão ser feitos pela área de comunicação de cada câmpus e submetidos à Dircom até o dia 15 do mês subsequente aos dados.

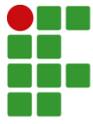
§3º Caberá à Dircom elaborar um modelo de relatório e disponibilizar o documento aos câmpus para preenchimento mensal.

Art. 36º Os relatórios – sistêmicos e locais - deverão ser enviados pela Diretoria de Comunicação para o Comitê Técnico de Segurança da Informação por meio do canal cgd@listas.ifsc.edu.br.

DA SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Art. 37º O uso das mídias sociais deve respeitar a legislação vigente, a Política de Segurança da Informação e Comunicação (POSIC) do IFSC e quaisquer outros atos normativos complementares.

Art. 38º 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. 39º 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. 40º Os servidores 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 Esta 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. 41º O agente responsável pelo uso seguro de mídias sociais deverá encaminhar para o Comitê Técnico de Segurança da Informação e ao Gestor de Segurança da Informação relatório que contenha a descrição de incidentes de segurança ocorridos em perfis institucionais e as medidas de correção adotadas.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 42º Caberá à Diretoria de Comunicação e ao Comitê Técnico de Segurança da Informação o acompanhamento do cumprimento desta Instrução Normativa, que poderá solicitar mudanças nos perfis do IFSC de forma que atendam o estabelecido pela IN e pela Política de Comunicação do IFSC.

Art. 43º O não cumprimento desta Instrução Normativa poderá ensejar advertência ao servidor.

Parágrafo único. Dependendo da gravidade da situação, o servidor poderá perder o acesso às mídias sociais do IFSC ou sofrer apuração ética ou disciplinar.

Art. 44º Em casos de criação de perfis em mídias sociais não contempladas nesta IN caberá à Diretoria de Comunicação analisar o funcionamento da plataforma e orientar como deverá ser sua gestão, atualizando esta normativa, se necessário.

Art. 45º Os casos omissos serão resolvidos pela Diretoria de Comunicação.

Art. 46º Esta normativa entra em vigor em 1 de junho de 2022 e será revisada a cada dois anos.

JESUE GRACILIANO DA SILVA

Autorizada conforme Processo nº 23292.013428/2022-58