



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA GERAL DA REPUBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PGR**

PORTARIA PGR/MPF N° 62, DE 4 DE FEVEREIRO DE 2019.

Aprova o Manual de Gestão de Contas do Ministério Público Federal em Redes Sociais.

A PROCURADORA-GERAL DA REPÚBLICA, no uso das atribuições que lhe confere o art. 49, incisos XX e XXII, da Lei Complementar n° 75, de 20 de maio de 1993, e considerando o disposto no artigo 3°, inciso VI, da Portaria PGR/MPF n° 918, de 18 de dezembro de 2013, resolve:

Art. 1º Aprovar o Manual de Gestão de Contas do Ministério Público Federal em Redes Sociais, constante do anexo desta Portaria, de observância obrigatória por todas as unidades do Ministério Público Federal.

Parágrafo único. A Secretaria de Comunicação Social zelará pela aplicação do presente Manual e esclarecerá as dúvidas que ocorram em seu uso.

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

RAQUEL ELIAS FERREIRA DODGE

ANEXO DA PORTARIA PGR/MPF Nº 62/2019

**MANUAL DE GESTÃO DE CONTAS DO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
EM REDES SOCIAIS**

2ª edição revista e atualizada

MPF
Brasília, 2019

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL

Raquel Elias Ferreira Dodge
Procuradora-Geral da República

Luciano Mariz Maia
Vice-Procurador-Geral da República

Humberto Jacques de Medeiros
Vice-Procurador-Geral Eleitoral

Juliano Baiocchi Villa-Verde de Carvalho
Ouvidor-Geral do Ministério Público Federal

Oswaldo José Barbosa Silva
Corregedor-Geral do Ministério Público Federal

Alexandre Camanho de Assis
Secretário-Geral do Ministério Público Federal

Eloá Junqueira
Secretária-Geral do MPF do Ministério Público Federal Adjunta

Dione Aparecida Tiago
Secretária de Comunicação Social

Allana de Albuquerque Sousa Silva
Secretária de Comunicação Social Adjunta

SUBCOMITÊ DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (Sicom) – 2017/2019

Marcos Antônio da Silva Costa

Coordenador - Procurador Regional da República

Antônio Edílio Teixeira

Procurador da República (PR/PB)

Alan Rogério Mansur Silva

Procurador da República (PR/PA)

Wellington Cabral Saraiva

Procurador Regional da República (PRR5)

Dione Aparecida Tiago

Secretária de Comunicação Social

Juliana Carvalho Garcia

Analista de Comunicação Social

Roberta Sousa Almeida Pontes

Analista de Finanças e Controle

GRUPO DE TRABALHO DE MÍDIAS SOCIAIS

Murilo Hildebrand de Abreu - Coordenador

Aline Fonseca de Andrade

Fabiana Freitas Derzié Laranjeira

Helena Palmquist

ORGANIZAÇÃO

Allana de Albuquerque Sousa Silva

REVISÃO

Subcomitê de Comunicação Social (Sicom)

Procuradoria-Geral da República

SAF Sul Quadra 3 Conjunto C – Brasília/DF – CEP 70050-900

PABX: (61) 3105-5100

www.mpf.mp.br

Manual de gestão de contas institucionais do MPF em redes sociais

Apresentação

O Ministério Público Federal (MPF) tem, entre seus objetivos estratégicos, “buscar a aproximação com o cidadão e de fomentar a equipe da Instituição a relacionar-se com públicos de interesse”.

Para o alcance desses objetivos, as redes sociais são ferramentas extremamente importantes, pois são espaços em que, além da divulgação de informações do MPF para a maioria da população, é possível o estabelecimento de diálogo e parceria com a sociedade.

Para que a Política Nacional de Comunicação Social possa ser aplicada nas redes sociais, são estabelecidas neste Manual diretrizes para a gestão das contas do MPF e a Política de Convivência e Uso nas Redes Sociais do MPF.

Diretrizes básicas

O processo de análise sobre a necessidade de abertura de novos perfis em redes sociais, locais ou nacionais deve levar em conta a importância e a utilidade desse perfil para os públicos de interesse do MPF. Uma vez criado o perfil, desativá-lo pode acarretar danos sérios (não só quanto a investimento em recursos humanos e financeiros, mas quanto à imagem).

Para a criação de novo perfil institucional, precisam ser consideradas as questões a seguir:

- Qual a finalidade desse canal?
- O público-alvo está nessa rede e a utiliza com frequência?
- Os(as) usuários(as) falam sobre o MPF?
- O que falam? Com que frequência?
- Como o MPF vai se conectar com esse público nessa plataforma?
- Para alcançar esse público e produzir conteúdo específico para ele na frequência adequada para o canal do MPF, serão necessários mais recursos humanos ou materiais para a equipe? Esses recursos existem ou há planejamento para obtê-los?
- Algum outro canal de comunicação que já existe pode suprir essa demanda?

Para garantir a gestão profissional e a adequada produção de conteúdo na comunicação digital, deve-se observar no estudo de abertura de novos perfis institucionais os seguintes requisitos:

- I) É possível e estrategicamente conveniente utilizar a conta nacional (quando houver) e o georreferenciamento de conteúdo?
- II) Há estrutura de servidores adequada e capacitada para a demanda?
- III) Há anuência prévia da Secretaria de Comunicação Social (Secom), além de análise técnica da Assessoria de Comunicação respectiva?

Segurança

A senha para acesso à nova conta institucional do MPF em rede social deve ser de conhecimento da chefia da área de Comunicação Social e disponibilizada ao menor número de pessoas possível. Não é permitido que a senha seja conhecida por apenas uma pessoa.

Requisitos a serem considerados para a criação de senhas:

- a) A senha diferencia maiúsculas de minúsculas.
- b) Deve ter no mínimo 8 caracteres.

- c) Não deve ter mais de 40 caracteres.
- d) Deve incluir no mínimo 1 letra.
- e) Deve incluir no mínimo 1 número.
- f) Deve ter no mínimo 1 letra minúscula.
- g) Deve ter no mínimo 1 letra maiúscula.
- h) Deve incluir caracteres especiais.
- i) Não deve incluir parte do seu nome ou nome de usuário(a).
- j) Não deve incluir uma palavra comum ou sequência de caracteres comumente usada.
- k) A nova senha não pode ter sido usada anteriormente.

Conforme Política de Senha do MPF, o(a) usuário(a) responsável pela conta deve trocar a senha periodicamente para dificultar a identificação da combinação escolhida e, sempre que possível, cadastrar senhas diferentes para sistemas distintos.

Para garantir a segurança da conta, deve-se usar um e-mail institucional da área responsável pelo perfil e evitar centralizar a informação no e-mail de uma pessoa. Além disso, é necessário adicionar mais de uma pessoa da equipe com os devidos níveis de acesso. No caso de opção pela confirmação por SMS, deve-se informar um número corporativo.

Seguindo outros perfis

Os perfis oficiais do MPF devem levar em consideração a estratégia de comunicação da Instituição.

Infraestrutura de tecnologia

A infraestrutura de tecnologia da informação do MPF deverá manter atualizadas todas as configurações do portal institucional nos requisitos necessários para que a plataforma esteja otimizada, possibilitando a localização de seu conteúdo por mecanismos de pesquisa e o compartilhamento em redes sociais, bem como respeite os padrões de acessibilidade na web.

Encerramento de contas

Nos casos em que a Instituição decidir pelo encerramento de conta institucional em rede social, esse fato deve ser comunicado na rede de maneira clara. Devem ser citados os motivos que levaram a essa deliberação e deve ser oferecida uma forma de contato alternativa para os usuários.

Novas redes

Aos(às) gestores(as) de perfis do MPF nas redes sociais recomenda-se que se mantenham vigilantes ao surgimento de novas plataformas de redes sociais, a fim de garantir os domínios com a sigla MPF e com as siglas das unidades da Instituição.

Política de Convivência e Uso nas Redes Sociais do MPF

Conforme previsto no texto principal da Política Nacional de Comunicação Social, para cada rede social em que o MPF tiver perfil deverá ser divulgada a seguinte Política de Uso e Convivência e Uso nas Redes Sociais do MPF.

“Esta é a página oficial do Ministério Público Federal no (NOME DA REDE). A página é um espaço aberto a você, mas conteúdos ofensivos, ameaçadores, difamatórios, abusivos, obscenos, injuriosos, caluniosos ou discriminatórios e que violem os direitos de terceiros estarão sujeitos à exclusão.

Serão excluídos os conteúdos que contenham:

1. Lixo eletrônico (*spams*), atalhos (*links*) maliciosos (vírus), mensagens fraudulentas, de propaganda ou com conteúdo protegido por direitos autorais;

2. Links ou spam de correntes ou mensagens;
3. Mensagens que buscam promover o ódio e incitação à discriminação, hostilidade e violência contra uma pessoa ou grupo em virtude de raça, religião, nacionalidade, orientação sexual, gênero, condição física ou outra característica;
4. Mensagens com promoção da violência contra indivíduos ou grupos, preconceito e discriminação de qualquer natureza;
5. Propaganda político-partidária ou opinião favorável ou contrária a candidato(a) político(a);
6. Conteúdos e comentários considerados como spam serão excluídos. Serão considerados spam os conteúdos e comentários postados em mais de um post na página do MPF, de forma a repetir a mensagem;
7. Conteúdos e comentários que não se relacionem ao que está publicado;
8. O desrespeito reincidente a esta política de convivência acarretará o banimento do(a) usuário(a).

Observações:

O MPF não incentiva o uso de perfis falsos (*fakes*) e, por esse motivo, quando constatado que o perfil é falso, o(a) usuário(a) será bloqueado(a) e banido(a);

Todo o conteúdo postado pelos(as) usuários(as), assim como suas consequências, são de responsabilidade exclusiva dos(as) proprietários(as) das contas, conforme os Termos e Políticas do (NOME DA REDE) (LINK PARA A PÁGINA DE TERMOS E POLÍTICAS DA REDE);

Denúncias, representações e reclamações:

O canal de denúncias ao Ministério Público Federal é a Sala de Atendimento ao Cidadão do MPF. Representações, reclamações, denúncias, críticas contra membros(as), servidores(as) e serviços auxiliares do MPF devem ser feitas à Ouvidoria do MPF. Os serviços estão disponíveis por meio do link <www.mpf.mp.br/mpfservicos/>.

As representações ao MPF também podem ser feitas pessoalmente ou por meio dos sites das Procuradorias da República nos estados. Localize a Procuradoria da República mais próxima em <www.mpf.mp.br/unidades/>.

Gastos, licitações e contratos:

A solicitação de dados relacionados a estrutura, gastos, processos licitatórios e contratos, entre outros, pode ser realizada pela Sala de Atendimento ao Cidadão. Esses dados estão disponíveis na página do Portal da Transparência do MPF <<http://www.transparencia.mpf.mp.br/>>.

Atendimento à imprensa:

O atendimento à imprensa continuará sendo realizado pelas Assessorias de Comunicação nos estados ou pela Secretaria de Comunicação Social da Procuradoria-Geral da República”.

Referências

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA – CNJ. **Manual de Redes Sociais do Poder Judiciário**. Disponível em: <<https://goo.gl/Fnmq9h>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO – CNMP. **Guia de Interação em Mídias Sociais**. Brasília: Conselho Nacional do Ministério Público.

_____. **Mídias Sociais: Guia de Boas Práticas**. Disponível em: <<https://goo.gl/U9N879>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

_____. **Recomendação de Caráter Geral CN-CNMP nº 01, de 03 de novembro de 2016**. Disponível em: <<https://goo.gl/6wWzGu>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

_____. **Revista do 6º Congresso Brasileiro de Gestão do Ministério Público.** Convergência institucional : foco no cidadão e transformação social. Disponível em: <<https://goo.gl/LxcunU>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA. **Embrapa em Mídias Sociais - documento orientador.** Disponível em: <<https://goo.gl/j97tW6>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

_____. **Manual de Conduta nas Mídias Sociais.** Disponível em: <<https://goo.gl/YhqyXF>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN. **Orientações Gerais de Redação, Redes Sociais e Imprensa.** Disponível em: <<https://goo.gl/tU3nJv>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL – MPF. **Boas práticas nas redes sociais: evitando crises e mal-entendidos.** Disponível em: <<http://intranet.mpf.mp.br/politicas-e-manuais/cartilhas>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

_____. **Mapa Estratégico do Ministério Público Federal.** Disponível em: <<https://goo.gl/AFK5jb>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

_____. **Manual de Redes Sociais do MPF.** Disponível em: <<https://goo.gl/rjHnhw>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO – MPT. **Manual de Redes Sociais.** Gilberto Gatti, João Ebling, Messias Costa(Coord.). Brasília: Ministério Público do Trabalho, 2017.

NIC.BR. **Acessibilidade na Web: Entenda a Legislação e Saiba Como Adequar seu Sítio.** Disponível em: <<https://goo.gl/kqaTBE>>. Acesso em: 14 jul. 2017.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais.** Disponível em: <<https://goo.gl/fki4At>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

SENADO FEDERAL. **Guia de Atuação do Senado nas Mídias Sociais.** Disponível em: <<https://goo.gl/6gmNrU>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

SENADO FEDERAL. **Política de Uso das Redes Sociais.** Disponível em: <<https://goo.gl/VoiUpG>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

WEGOV. Oficina Social Media Gov. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO, 6, 2011, Brasília. **Anais Eletrônicos...** Disponível em: <<https://goo.gl/DzXNiY>>. Acesso em: 7 jul. 2017.