



MANUAL DE USO SEGURO DE MÍDIAS SOCIAIS

SUMÁRIO

1.	DISPOSIÇÕES INICIAIS.....	3
2.	OBJETIVO	3
3.	DEFINIÇÕES.....	3
4.	FUNDAMENTAÇÃO LEGAL	4
5.	DIRETRIZES.....	5
6.	RESPONSABILIDADES	11
7.	DISPOSIÇÕES GERAIS.....	14
	INFORMAÇÕES DE CONTROLE	15



MANUAL DE USO SEGURO DE MÍDIAS SOCIAIS

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

Fica instituído o Manual de Uso seguro de Mídias Sociais da Autoridade Portuária de Santos S.A. (“Santos Port Authority”, “SPA” ou “Companhia”) como parte integrante do conjunto de instrumentos de governança e de gestão que suportam a concepção, implementação e melhoria contínua na estrutura organizacional da Companhia.

2. OBJETIVO

Este Manual é um instrumento de normatização para o uso seguro de mídias sociais, com o intuito de orientar a atuação de seus empregados e colaboradores, sempre que mencionarem, comentarem, publicarem, propagarem, divulgarem ou compartilharem conteúdos envolvendo a Companhia nesses meios, como forma de estimular seu uso responsável e explorar todos seus potenciais benefícios institucionais, sociais e profissionais.

3. DEFINIÇÕES

Para os fins deste Manual são adotados os seguintes conceitos:

Mídias Sociais: Grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UCG). Mídias sociais podem ter diferentes formatos como: *blogs*, compartilhamento de fotos, *videologs*, *scrapbooks*, e-mail, mensagens instantâneas, compartilhamento de músicas, *crowdsourcing*, VoIP, entre outros.

Netiqueta: Conjunto de recomendações de comportamento em ambientes online.



Secom: Órgão da Presidência da República do Brasil responsável pela liberação de verbas e gerenciamento de contratos publicitários firmados pelo Governo Federal.

Perfil Institucional: Perfil criado nas plataformas das respectivas mídias sociais, em nome da SPA, ou para seu uso, veiculação institucional, comunicação etc.

4. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

Decreto-Lei Nº 2.848/40: Código Penal.

Decreto-Lei Nº 5.452/43: Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho.

CLT – Decreto Lei nº 5.452/43: Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho.

Constituição Federal/88: Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença:

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.

Lei nº 7.716/89: Discriminação ou preconceito na internet: crime previsto no Art. 20, §2º, da Lei 7.716/89.

Lei nº 9.279/96: Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Lei nº 12.737/12: Dispõe sobre a tipificação criminal de delitos informáticos; altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal; e dá outras providências.

Lei nº 12.965/14: Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

Lei nº 13.709/18: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).



IN nº6 de 23/12/2021 do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República (GSI/PR): Estabelece diretrizes de Segurança da Informação para uso seguro das mídias sociais.

5. DIRETRIZES

5.1 PERFIS INSTITUCIONAIS

- 5.1.1** Os perfis oficiais da Companhia nas mídias sociais abrangem as contas administradas por profissionais autorizados a falar em nome da Companhia com objetivos e métodos específicos. Mensagens, arquivos, multimídia e respostas a comentários partindo desses perfis oficiais seguem orientações técnicas próprias e padronizadas para marcar a identidade da Companhia e zelar pela sua imagem.
- 5.1.2** A Companhia, dependendo da mídia social, pode optar por ter um perfil único corporativo e/ou perfis segmentados por público, por tema, por eventos, por produtos e serviços, por programas da Companhia, por campanhas de comunicação. Em todos os casos, os esforços de comunicação devem agregar valor ao negócio e ter foco na missão da SPA.
- 5.1.3** As contas de acesso devem ser criadas de forma a permitir o rastreamento e identificação da autoria das postagens. Portanto, é vedado o compartilhamento de contas.
- 5.1.4** Caberá somente à Superintendência de Comunicação Corporativa (Sucoc) a criação de perfis, manutenção e eventual encerramento de contas institucionais em mídias sociais relacionadas à Companhia.
- 5.1.5** A criação e gestão de contas institucionais em mídias sociais está sujeita à:



- a) Identificação dos objetivos a serem alcançados com o uso da conta;
- b) Definição de procedimentos de verificação do conteúdo antes e após sua postagem;
- c) A existência de elementos visuais que identifiquem a SPA de modo indubitável, seguindo seus padrões de marca;
- d) A existência de Políticas e Procedimentos de Segurança da Informação e Privacidade por parte da mídia social que sejam compatíveis com PSIP da SPA.
- e) Definição de procedimentos para prevenção e correção de postagens prejudiciais à imagem da SPA, autoridades ou órgãos e entidades da administração pública federal. Cabendo ponderar sobre recursos de moderação de mensagens.

5.1.6 O apoio à gestão das mídias sociais poderá ser realizado por terceiros, desde que haja acompanhamento e coordenação por um representante da SPA.

5.1.7 As postagens nos perfis das mídias sociais da Companhia somente poderão ser realizadas por pessoas autorizadas pela Sucoc, com consulta à área de negócio responsável pelo tema do perfil, quando for o caso.

5.1.8 Informações classificadas ou com acesso restrito não devem ser publicadas em mídias sociais.

5.1.9 Dúvidas ou críticas de usuários/seguidores das mídias sociais da SPA devem ser respondidas tempestivamente de forma clara, objetiva e transparente.



5.1.10 É vedada a utilização dos perfis institucionais nas mídias sociais para recomendação de produtos e/ou serviços, e/ou empresas.

5.1.11 Não poderão ser disponibilizados nas mídias sociais da SPA conteúdos considerados inapropriados, ou informações classificadas ou de acesso restrito cuja procedência ou veracidade não possa ser comprovada. Caso seja recebido material com essas características por meio de um perfil institucional, este fato deve ser comunicado à Sucoc para adoção de providências junto ao agente responsável pelo perfil. Considera-se conteúdo inapropriado, entre outros, material:

- a) ofensivo;
- b) obsceno;
- c) pornográfico;
- d) sexualmente sugestivo;
- e) abusivo;
- f) discriminatório;
- g) difamatório;
- h) ameaçador;
- i) de ódio;
- j) que infrinja a Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989;
- k) que infrinja as leis de propriedade intelectual; e
- l) que infrinja as leis de privacidade.



5.2 PERFIS DOS COLABORADORES

- 5.2.1** As menções à Companhia na internet são monitoradas pela Superintendência de Comunicação Corporativa (Sucoc). Comentários ou outros conteúdos inseridos sobre a Companhia nas mídias sociais serão considerados documentos escritos e públicos, que geram prova jurídica.
- 5.2.2** É permitido mencionar, no perfil pessoal do empregado, que este trabalha ou faz estágio na Companhia.
- 5.2.3** É permitido, nos perfis pessoais, realizar menções à Companhia e a seus empregados, desde que não violem questões de direitos autorais, privacidade e segurança da informação e sejam feitas com respeito e responsabilidade, observadas as diretrizes do presente normativo.
- 5.2.4** É permitida a utilização de fotos em perfil pessoal com alguma identificação da Companhia, como camisetas e bonés, por exemplo, desde que a imagem não prejudique a reputação ou a identidade visual da Companhia.
- 5.2.5** Nos perfis profissionais e pessoais é permitido falar “sobre a Companhia”, respeitados os limites legais e éticos. Falar “em nome da Companhia”, somente quando autorizado pela Sucoc ou Diretoria Executiva.
- 5.2.6** É permitido mencionar ou divulgar materiais disponíveis no site oficial da Companhia, como imagens, matérias jornalísticas e publicações, informando sempre que possível, os autores das obras e o link de onde foi retirada a informação.



5.2.7 A Companhia recomenda que seus empregados interajam com as mídias sociais da SPA para:

- a) Fortalecer a imagem da Companhia como o maior porto brasileiro e sua busca pela excelência dos serviços prestados.
- b) Fortalecer a imagem de comprometimento, excelência técnica e ética dos profissionais da Companhia.
- c) Interagir e promover o diálogo profissional com a sociedade e usuários das mídias sociais, desde que devidamente autorizado.
- d) Manter contatos profissionais e articulações com outros empregados da Companhia.
- e) Oferecer sugestões de conteúdos e recomendar a leitura para pessoas com interesse no tema.

5.2.8 A participação nas mídias sociais requer atenção especial a questões de propriedade intelectual, privacidade (observar o disposto na Lei nº 13.709/2018), além de outros cuidados previstos neste Manual.

5.2.9 Recomenda-se responsabilidade e bom senso na interação com as redes sociais, ou ao mencionar o nome da Companhia, levando em conta a Política de Porta Vozes da SPA, bem como considerando as oportunidades e consequências que esses atos podem gerar.

5.2.10 O colaborador deve tomar cuidado para não expor os colegas e a imagem da SPA na publicação de vídeos que envolvam a Companhia (por exemplo, em festas, reuniões, eventos, dependências da instituição).



5.2.11 O comportamento dos empregados da Companhia nas mídias sociais deve ser guiado pelos seguintes princípios gerais de conduta:

- a) Responsabilidade;
- b) Respeito a direitos autorais e à privacidade;
- c) Boa-fé;
- d) Honestidade;
- e) Cortesia;
- f) Transparência;
- g) Moralidade e
- h) Legalidade.

5.2.12 O empregado deve ter cautela antes de falar sobre a Companhia em mídias sociais pois seus comentários podem ser compartilhados por uma quantidade imensurável de usuários.

5.2.13 Os grupos de discussão públicos envolvendo a Companhia devem expressar claramente em seu perfil que não são oficiais.

5.2.14 O empregado deve sempre incluir a *tag* que menciona o perfil oficial da Companhia na respectiva rede social em uso, em vídeos que envolvam trabalhos da Empresa, visando facilitar o rastreamento de conteúdos da instituição e dar visibilidade para a marca.

5.2.15 Com exceção dos canais oficiais de atendimento da SPA, as mídias sociais não devem ser utilizadas como forma oficial de comunicação administrativa. Para tal, deverão ser utilizadas as contas de e-mail



profissional ou as ferramentas tecnológicas disponibilizadas pela Companhia.

5.2.16 É expressamente vedada a criação de perfis em mídias sociais com nomes que façam menção à Companhia ou em nome da Companhia.

5.2.17 É vedada a utilização da logomarca da Companhia (expressa no [Manual de Uso da Marca](#)) em perfis de grupos, pessoais ou profissionais.

5.2.18 É vedado citar em mídias sociais pessoais, parceiros, fornecedores ou clientes sem a devida autorização.

5.2.19 É vedada a publicação de qualquer material em lugar público na internet, como conversas, fotos, vídeos e comentários, caso o conteúdo seja ofensivo à Companhia, clientes, parceiros e fornecedores da SPA, que comprometa outros empregados, o sigilo de informações e/ou comprometa a privacidade das pessoas.

5.2.20 Comportamentos inadequados devem ser denunciados à Ouvidoria da SPA, via Plataforma FalaBR (falabr.cgu.gov.br).

6. RESPONSABILIDADES

6.1. UNIDADE RESPONSÁVEL

Superintendência de Comunicação Corporativa (Sucoc)

É responsável:

- Pela criação, alteração, manutenção, controle e encerramento (exclusão) de perfis e contas institucionais nas mídias sociais relacionadas à Companhia, considerando aspectos de conveniência, de oportunidade e de segurança e privacidade da informação previstos na Política de Segurança e



Privacidade de Informação e SGPI da SPA, incluindo o site do Porto de Santos e a Intranet.

- Pela remoção de postagens que atentem contra a Segurança e Privacidade da Informação e demais aspectos que contrariem ou estejam vedados neste manual. Bem como o devido tratamento como incidente de Segurança da Informação e Privacidade.
- Pelo zelo para que os esforços de comunicação agreguem valor ao negócio e tenham foco na missão da Companhia.
- Por elaborar e apresentar ao gestor de segurança da informação relatório mensal sobre a utilização de mídias sociais administradas pela Companhia, contendo, por plataforma de mídia social:
 - Total de contas criadas e excluídas;
 - Total de seguidores registrados;
 - Quantidade de postagens realizadas e removidas.

6.2. DAS UNIDADES EXECUTORAS

- **Superintendência de Tecnologia da Informação (SUPTI)**

É responsável por:

- estabelecer e manter a Política de Segurança e Privacidade, e Sistema de Gestão de Privacidade da Informação – SGPI.
- Como gestor de segurança da informação:
 - propor ações para melhoria contínua da gestão do uso seguro de mídias sociais;
 - fomentar o fortalecimento da cultura da segurança da informação no seu respectivo órgão ou entidade, no que diz respeito ao uso seguro de mídias sociais;
 - designar o agente responsável pelo uso seguro de mídias sociais;



- apresentar à alta administração e ao Comitê de Segurança da Informação o relatório sobre a utilização de mídias sociais.

- **Gerência de Corregedoria**

É responsável por apurar disciplinarmente o descumprimento de normas da Companhia, seja através de denúncias recebidas pela Ouvidoria, seja através de representação.

- **Gerência de Ouvidoria**

É responsável por receber e analisar preliminarmente as denúncias relativas às atividades da Companhia, inclusive as inerentes às condutas e orientações presentes neste Manual, providenciando o seu devido encaminhamento e tratamento.

- **Comissão de Ética**

É responsável por apurar possíveis irregularidades relacionadas a desvios éticos e conflito de interesses que lhe sejam atribuídas.

- **Comitê de Segurança da Informação**

É responsável por:

- analisar os riscos de segurança da informação provenientes da presença da Companhia em mídias sociais;
- promover ações para tratar os riscos de segurança da informação provenientes da presença da Companhia em mídias sociais;
- analisar, e aprovar no âmbito do Comitê as revisões do presente Manual sobre o uso seguro de mídias sociais;
- analisar os relatórios de utilização das mídias sociais;



- assessorar na implementação das ações de segurança da informação para o uso seguro de mídias sociais;
- encaminhar para aprovação da alta administração as revisões aprovadas no Comitê sobre o uso seguro de mídias sociais.
- **Alta Administração**

É responsável por:

- aprovar o presente Manual e suas revisões;
- designar os administradores de perfis institucionais em mídias sociais; e
- promover a participação em ações de capacitação e de profissionalização dos recursos humanos, em temas relacionados ao uso seguro de mídias sociais.

7. SANÇÕES

Os colaboradores da Companhia devem respeitar e cumprir as disposições deste Manual. Em caso de descumprimento das disposições deste normativo, a SPA adotará as medidas administrativas “cabíveis”, tendo em vista que pode ser um caso de ilícito disciplinar e/ou ético.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

Os casos omissos, exceções, bem como os ajustes no presente Manual devem ser submetidos à análise da Sucoc.

Este Manual deverá ser revisto, no mínimo, bianualmente pela Superintendência de Comunicação Corporativa, conforme previsto na Instrução Normativa nº 06, de 23 de dezembro de 2021.



INFORMAÇÕES DE CONTROLE

TÍTULO

MANUAL DE USO SEGURO DE MÍDIAS SOCIAIS

VERSÃO

0.0.1

UNIDADE GESTORA DO DOCUMENTO

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA e SUPERINTENDÊNCIA DE TI
(SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO)

ALTERAÇÕES EM RELAÇÃO À VERSÃO ANTERIOR

PRIMEIRA VERSÃO DO DOCUMENTO.

RELAÇÃO COM OUTROS NORMATIVOS

REGULAMENTO INTERNO DE PESSOAL;

REGIMENTO INTERNO DA COMISSÃO DE ÉTICA;

CÓDIGO DE ÉTICA;

MANUAL DE CONDUTA E INTEGRIDADE;

POLÍTICA DE SEGURANÇA E PRIVACIDADE, E SISTEMA DE GESTÃO DE PRIVACIDADE DA
INFORMAÇÃO – SGPI.

NORMATIVOS REVOGADOS

INSTRUMENTO NORMATIVO GERIR UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS.

INSTÂNCIA DE APROVAÇÃO

PRESIDENTE DA SPA, POR MEIO DO DOCUMENTO VIRTUAL Nº 15885/2022, EM
25/08/2022.