

PORTARIA n.º 020-CG/16

"Dispõe sobre orientações quanto ao uso de mídias sociais no âmbito da Polícia Militar da Bahia e dá outras providências".

O COMANDANTE-GERAL DA POLÍCIA MILITAR DA BAHIA, no uso de suas atribuições previstas no art. 57, inciso I, alínea “j”, da lei 13.201 de 09 de dezembro de 2014,

RESOLVE:

Art. 1º- O uso de mídias sociais no âmbito da Polícia Militar da Bahia – PMBA passa a ser orientado através da presente Portaria.

Parágrafo Único. As orientações gerais mencionadas na presente norma interna tem por objetivo regular a publicação e a interação da instituição com o público interno e externo por meio das mídias sociais.

Art. 2º- Por mídia social entende-se os instrumentos tecnológicos que permitem a criação e o intercâmbio de conteúdos, muitos dos quais gerados pelos próprios usuários, capazes de gerar a interação social a partir do compartilhamento de fotos, vídeos, áudios, textos etc.

Parágrafo Único. São exemplos de mídia social: Blogs, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Snapchat, Google Plus, LinkedIn, Periscope, Pinterest, Flickr, entre outras.

Art. 3º- O uso das mídias sociais no âmbito da PMBA observará os seguintes princípios:

- I- Confiabilidade e Responsabilidade
- II- Sigilo e Segurança
- III- Informalidade Moderada

IV- Objetividade Linguística

V- Registro e Notificação

VI- Periodicidade e Simultaneidade

VII- Impessoalidade

§ 1º- As publicações e relações estabelecidas através das mídias sociais policiais militares deverão estar pautadas em critérios de confiança e responsabilidade, garantindo a legitimidade do conteúdo e evitando desgastes institucionais.

§ 2º- Antes de ser publicado nas ferramentas de mídia social da PMBA, o conteúdo deverá ser filtrado pelo Comandante ou Diretor da OPM, ou por quem estes delegarem, quanto à segurança necessária ao desenvolvimento da atividade policial militar, bem como à segurança de envolvidos em ocorrências e outras ações policiais militares, garantindo desta forma o sigilo de determinados dados.

§ 3º- Sempre que conveniente, como estratégia de interação, os veículos de mídia social poderão utilizar-se de linguagens informais multimídia, observando os preceitos legais, os valores institucionais e a norma linguística vigente.

§ 4º- Os conteúdos textuais publicados nos veículos de mídias sociais corporativos devem ter caráter objetivo, sem redundância linguística, em conformidade com a dinâmica de cada mídia social.

§ 5º- As atividades desenvolvidas nas mídias sociais deverão ser registradas em relatório semanal ou mensal, assim como as informações obtidas através das interações devem ser remetidas aos setores competentes para que se proceda a tomada de decisão adequada.

§ 6º- As publicações nos veículos de mídias sociais policiais militares deverão ser realizadas periodicamente, preferencialmente todos os dias, sendo que, em se tratando de respostas a publicações e questionamentos, estas devem ocorrer o mais breve possível.

§ 7º- As publicações nas mídias sociais no âmbito da PMBA tem como finalidade o interesse público devendo ter o caráter informativo, educativo ou de orientação social sendo vedado o uso de nomes, imagens ou símbolos que caracterizem a promoção pessoal.

Art. 4º- O conteúdo textual publicado deve seguir as normas gramaticais da Língua Portuguesa, evitando-se, inclusive, abreviaturas típicas das comunicações realizadas na Internet, devendo observar-se os ditames legais vigentes.

Art. 5º- Não deverá ser utilizados imagens, vídeo, áudio ou texto que possua restrição de direitos autorais.

Art. 6º- O conteúdo deve estar isento de posicionamentos ideológicos, religiosos, étnicos, morais e raciais.

Art. 7º- As publicações deverão constar a identificação do setor de comunicação que o produziu através de sua sigla/abreviatura, bem como da OPM. Na utilização de conteúdo de terceiros deve ser observado o quanto disposto na legislação de direitos autorais.

Art. 8º- As publicações em imagem deverão constar os brasões da PMBA e da OPM, ambos vazados.

Art. 9º- As publicações da Intranet PMBA são exclusivas ao público interno, sendo necessário considerar anteriormente o seu teor para divulgá-las em mídias sociais externas.

Art. 10- É vedada a publicação de fotografias e dados de suspeitos, mesmo os presos em flagrantes, nos veículos de mídia social corporativos.

Parágrafo único. Excetua-se a regra prevista no caput a divulgação de retrato falado, divulgação de imagens de pessoas foragidas da justiça com ordem de prisão decretada e a necessidade, devidamente fundamentada por escrito, pelo condutor do inquérito policial, de divulgar, sempre utilizando de fotografia oficial, a imagem de detido para fazer a convocação pública de eventuais testemunhas ou vítimas de delitos que a ele possam ser imputados.

Art. 11- Nenhuma resposta às publicações de usuários das mídias sociais corporativas deve ser feita sem plena certeza da veracidade, segurança e conveniência desse retorno e sem aval do Comandante ou Diretor da OPM ou por quem estes delegarem.

Art. 12- Antes da publicação de uma resposta é indispensável considerar que usuários de mídias sociais tendem a ser menos ponderados em suas críticas e afirmações do que no “mundo real”, pois estão influenciados pela sensação de anonimato.

Art. 13- O gestor de mídias sociais da OPM deve afastar-se emocionalmente de provocações, xingamentos e atitudes grosseiras dos usuários de mídias sociais, evitando entrar em discussões polêmicas e que não tenham caráter informativo, educativo ou de orientação social.

Art. 14- Todas as informações que digam respeito a qualquer OPM deverão ser encaminhadas, via correio eletrônico, para as respectivas, que tomarão as medidas necessárias.

Art. 15- Nenhuma ferramenta de mídia social, a princípio, pode ser usada como Central de Operações, recebendo denúncias com a garantia de pronta resposta ao cidadão, a não ser que haja planejamento e a estruturação anterior necessária.

Parágrafo único – Sempre que mensagens do tipo forem recebidas o gestor de mídia social deve orientar o contato com a OPM da região.

Art. 16- Antes de criar qualquer perfil ou página em plataformas de mídia social corporativa as OPM devem solicitar autorização ao Departamento de Comunicação Social – DCS, especificando quais plataformas e o gestor de mídia social responsável pelo gerenciamento.

Art. 17- O Instituto de Ensino e Pesquisa (IEP), com apoio técnico do DCS, estruturará e implementará a capacitação dos Gestores de Mídia Social das OPM.

Art. 18- Os veículos de mídia social da PMBA deverão conter em destaque, como identificador do perfil ou página, o brasão da OPM e o brasão da PMBA.

Art. 19- O nome identificador e o endereço dos perfis e páginas das OPM devem ser designados pelo DCS, após a autorização para a criação do veículo.

Art. 20- As OPM que tenham criado perfis ou páginas anteriormente à edição desta portaria devem informar ao DCS, para que seja analisada a viabilidade de institucionalização ou exclusão do respectivo veículo.

Art. 21- O DCS definirá, em publicação própria, a identidade visual a ser seguida por todos os veículos de mídia social da PMBA.

Art. 22- Os casos omissos serão resolvidos pelo Comandante-Geral.

Art. 23- Esta portaria entrará em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

Portaria n.º 020-CG/16
BGO n.º 051, de 15 Mar 16