

DIRETRIZES E GUIAS PARA O CONTEÚDO - REDES SOCIAIS

Objetivo deste guia: estabelecer as diretrizes, com base em guias de melhores práticas para a comunicação nas redes sociais do perfil oficial da Câmara Municipal de São Paulo @camarasaopaulo, gerenciado pela equipe da Rede Câmara SP.

Adaptado do Manual da Secom do Senado Federal.

Diretrizes:

Sensibilização

Princípios da Comunicação Pública

1. Garantir o acesso amplo à informação
2. Fomentar o diálogo
3. Estimular a participação
4. Promover os direitos e a democracia
5. Combater a desinformação
6. Ouvir a sociedade
7. Focar no cidadão
8. Ser inclusiva e plural
9. Tratar a comunicação como política de Estado
10. Garantir a impessoalidade
11. Pautar-se pela ética
12. Atuar com eficácia

Principais **Marcos Legais** que devem pautar todos os produtos e conteúdos:

Constituição Federal/ 88 - Destaque ao Art. 37 que prevê os 5 princípios da administração pública: legalidade, moralidade, impessoalidade, eficiência e publicidade.

Lei de Acesso à Informação.

LGPD.

Atos, normativas e pareceres específicos.

Cobertura do ponto de vista institucional das atividades da Câmara Municipal de São Paulo.

Ações institucionais caracterizam-se por impactar a forma como o cidadão percebe a Instituição, contribuindo para a consolidação de sua reputação, identidade e imagem. O planejamento e a implementação de tais ações devem ser pautados pelo interesse público, pelo rigor técnico e pelo compromisso ético.

As ações desenvolvidas devem ter como objetivos fomentar e fortalecer o diálogo e o relacionamento da CMSP com seus diversos públicos, favorecer a compreensão do papel da Casa no sistema político e agregar valor à imagem institucional.

As ações institucionais devem ter como referência dados e fatos, que não podem ser criados nem distorcidos.

As ações institucionais devem ser acessíveis e de fácil compreensão por parte dos públicos de interesse.

Atividades que visem à promoção pessoal, partidária, eleitoral ou comercial não são objeto das ações institucionais.

Sugestões de ações institucionais recebidas de gabinetes, parlamentares, servidores ou quaisquer outras fontes devem ser avaliadas pela Coordenação.

Conduta profissional

O profissional da Rede Câmara SP deve tratar os colegas e o público com respeito e urbanidade. O relacionamento com os parlamentares deve ser pautado pelo decoro e pela seriedade que a tarefa exige.

O profissional não deve usar sua condição para obter vantagens para fins particulares, em desacordo com o decoro.

Deve-se manter a neutralidade no exercício profissional em relação às influências político-partidárias, religiosas ou ideológicas, de modo a garantir a imparcialidade nas suas atividades.

A identificação como profissional da Rede Câmara SP, como o crachá que garante livre acesso ao Plenário e a outras dependências da Casa, deve ser utilizada no desempenho do trabalho; é proibido o seu uso para obter vantagens indevidas dentro ou fora da CMSP.

A participação dos profissionais em atividades pessoais de cunho político-partidárias não deve interferir em suas responsabilidades profissionais, ocorrer no horário e

no ambiente de trabalho, utilizar recursos da equipe e nem provocar conflitos de interesses.

Garantida a liberdade de expressão, é proibida a realização de campanhas político-partidárias no ambiente de trabalho.

As fontes e personagens escolhidas para as produções devem representar a pluralidade e a diversidade da sociedade brasileira, cuidando para não reforçar estereótipos ou preconceitos.

O uso do e-mail institucional e o acesso à internet pela rede devem estar de acordo com as normas da Casa.

O uso de métodos clandestinos para a obtenção de informação (entre eles, câmeras ou microfones escondidos) não é permitido.

Identidade audiovisual

A identidade audiovisual dos produtos e serviços deve ser produzida e aplicada em consonância com o Manual de Identidade Visual da Rede Câmara SP.

A Câmara Municipal possui manual de identidade visual elaborado pelo CCI.3 e deve ser respeitado quando os produtos forem desenvolvidos pela referida equipe (ex: Prêmios Institucionais, cards de chamamento para eventos da Escola do Parlamento, Procuradoria Geral Legislativa)

Integração e novos produtos

Deve-se prezar pelo princípio da eficiência na gestão dos recursos e produção de materiais, otimizando os materiais coletados e adaptando para cada formato de plataforma.

A criação de novos produtos deve passar pela avaliação da Diretoria Executiva e da Coordenação de Mídias Digitais.

Mídias Sociais

A comunicação das mídias sociais deve respeitar o planejamento para cada plataforma:

a distribuição das atividades pelas equipes; a identidade visual; e os critérios para

publicação, interatividade, monitoramento, criação e gestão.

A atuação dos operadores das redes sociais deve seguir padrão definido na Política de Uso das Redes Sociais publicada no Portal da Câmara e conforme o Ato nº 1450/2019 (Encaminhar ao Portal da Câmara ou em caso de indisponibilidade da informação, informar os contatos da Ouvidoria do Parlamento).

Não são permitidas marcações nas redes sociais, conforme Parecer da Procuradoria Legislativa nº 106/2018.

Os impulsionamentos são de gestão da Diretoria de Comunicação Externa e os relatórios de redes devem ser disponibilizados mediante solicitação da DCE ou Coordenador de Mídias Digitais, sempre por meio da Diretoria Executiva e do Coordenador Chefe da equipe da Rede Câmara SP.

Os objetivos das redes sociais @camarasaopaulo são: ampliar o diálogo com a sociedade e divulgar os trabalhos legislativos e institucionais da Casa e os produtos institucionais.

As redes sociais devem ser usadas para:

- divulgar os programas e reportagens;
- publicar a cobertura jornalística das atividades legislativas e institucionais;
- divulgar campanhas, programas e serviços institucionais;
- estimular a participação do cidadão ao abrir canais de diálogo com a sociedade;
- divulgar as ações de promoção da imagem da Instituição;
- acompanhar a presença da CMSP e dos temas legislativos nas redes sociais.

Os coordenadores e operadores de redes sociais devem manter-se vigilantes ao surgimento de novas plataformas, a fim de garantir os domínios dos perfis das áreas e, mesmo que não haja atuação naquela rede. Sempre sob o @camarasaopaulo.

Não é permitido publicar opiniões, juízos de valor, assuntos não relacionados ao perfil, ofensas e ameaças.

Manifestações ofensivas, contendo palavras de baixo calão, não devem ser respondidas.

O conteúdo a ser postado deve estar de acordo com estas orientações, em especial com os princípios e as demais diretrizes da Política de Comunicação da Rede Câmara SP.

As redes sociais devem ser objeto de monitoração constante, embasada em métricas e análises quantitativas e qualitativas dos resultados e registrada em relatórios periódicos.

A Rede Câmara SP não aprova, não apoia, não declara nem garante a integridade, veracidade, exatidão ou confiabilidade de qualquer mensagem, manifestação ou comentário publicado por usuário, tampouco endossa opiniões expressadas nos seus perfis em mídias sociais.

Eventual violação às políticas de uso, à legislação e às regras constitucionais, poderá ser denunciada no canal da Ouvidoria do Parlamento, para providências.

Interações que contenham ameaças ou manifestações de ódio a algum parlamentar devem ser informadas à Direção e à assessoria do Parlamentar para eventuais providências.

Qualidade da informação

A qualidade da informação — regra básica para o combate à desinformação — deve se caracterizar pela clareza, correção, pluralidade e completude, independentemente dos formatos e dos conteúdos adotados.

Os veículos de comunicação devem prezar pela apuração rigorosa das informações. Dados e fatos não podem ser criados nem distorcidos.

O profissional deve estar sempre atento à correção das informações recebidas. A preferência deve ser dada a fontes oficiais. Deve-se sempre citar a fonte de opiniões e informações não confirmadas oficialmente. Números e dados devem ser checados e, na dúvida, deve-se consultar as equipes técnicas da Casa.

Os materiais jornalísticos devem:

- conter informação objetiva, sem interpretações ou juízo de valor, de modo que sejam dados os elementos necessários para que o cidadão faça a análise e forme sua opinião;
- ser produzidos em linguagem acessível aos diferentes públicos;
- ser produzidos e divulgados com agilidade;
- considerar uma divulgação plural e equilibrada nos diversos temas em debate na Câmara Municipal de São Paulo.

O trabalho das equipes de produção de conteúdo não deve privilegiar nenhum

partido político, bloco parlamentar, liderança, parlamentar ou autoridade. A exceção é a cobertura da agenda oficial do presidente da Câmara ou membros da Mesa por ele designados para representar a Instituição em eventos oficiais.

Os casos de repercussão de notícias que envolvam dramas sociais e humanos devem ser tratados sem sensacionalismo e com respeito à dignidade humana, aos direitos humanos e à legislação vigente. O foco, nesses casos, devem ser os debates e as decisões legislativas sobre o tema.

Os produtos da Rede Câmara SP não devem conter quaisquer informações que tenham conotação comercial.

É vedada a comercialização de espaço nos canais oficiais.

A edição técnica tem o objetivo de favorecer a compreensão do cidadão. No entanto, não pode descaracterizar o conteúdo das declarações.

As posições políticas do profissional não devem influenciar a apuração ou a redação das matérias. A edição não pode refletir disposição favorável ou contrária a qualquer tendência política.

É basilar adequar o conteúdo informativo aos vários segmentos de público, leigos ou especializados, adotando diferentes formatos, linguagens e abordagens, inclusive no que se refere à acessibilidade, visando à eficácia da comunicação.

Todo material deve primar pelo respeito às normas gramaticais vigentes da língua portuguesa.

Dúvidas deverão ser dirimidas com o Coordenador Chefe que irá reportar à Diretoria da Rede Câmara SP.

Diretoria Executiva da TV CÂMARA SP
Coordenadoria de Mídias Digitais

Referências:

Senado Federal - **Manual de Comunicação da Secom do Senado Federal** <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/fundamentos-e-diretrizes>

Senado Federal - **Manual do ITPL - Índice de Transparência de Portais Legislativos**
<https://www.senado.leg.br/institucional/transparencia/itpl/>

Ministério Público Federal - **Boas práticas nas Redes Sociais do Ministério Público Federal** <https://biblioteca.mpf.mp.br/server/api/core/bitstreams/14f3bb33-6c4e-4409-8da8-68cceedcf60f/content>

Governo do Paraná - **Manual de Redes Sociais e Boas Práticas Digitais**
https://www.comunicacao.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-09/MANUAL%20DE%20REDES%20SOCIAIS%20E%20BOAS%20PRA%CC%81TICAS%20DIGITAIS%20%2025%20setembro%20de%20%202023.pdf

ENAP - Escola Nacional de Administração Pública - **Linguagem Simples no Setor Público**
<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6181/1/Apostila%20do%20curso%20Linguagem%20Simples%20no%20Setor%20Pu%CC%81blico.pdf>

Rede Nossa São Paulo - **Pesquisas Viver em São Paulo - Qualidade de Vida (2023)**
https://www.nossasaopaulo.org.br/wp-content/uploads/2019/01/23_0342_Viver-em-Sao-Paulo_Qualidade-de-vida_Resumida.pdf

Guia da Comunicação Pública - ABC Pública - <https://abcpublica.org.br/biblioteca/guia-da-comunicacao-publica/>