



Cartilha de bom uso das redes sociais



► INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, as redes sociais têm sido utilizadas de forma ampla, ganhando um grande destaque na rotina das pessoas e das instituições, trazendo um novo formato para as relações pessoais e profissionais. Tais redes permitem enorme facilidade de difusão e de acesso a informações, mas nos obrigam a refletir sobre os conteúdos que queremos e devemos veicular, dado o impacto que podem gerar em nossa vida.

Aquilo que dizemos e a maneira como publicamos nas redes podem deixar impressões positivas ou negativas sobre nós ou sobre o que/ a quem nos referimos. Pessoas e instituições devem se preocupar com a sua reputação digital, avaliando o impacto daquilo que publicam, compartilham ou comentam nas redes sociais.

No contexto corporativo, em alguns casos, a utilização das mídias sociais pode resultar em

situações inconvenientes, tais como, distrair a atenção que deveria ser dedicada às atividades de trabalho, provocar conflitos interpessoais e expor informações que não devem ser divulgadas sem autorização oficial da empresa. Dessa forma, é preciso haver o entendimento, por parte de todos, sobre as formas adequadas de uso das novas tecnologias digitais, de modo que a utilização das redes sociais gerem interações positivas e contribuam para a expansão do conhecimento e o fortalecimento das conexões sociais, tornando-se, assim, um instrumento positivo para o ambiente corporativo.

A Comissão de Ética dos Correios, ao editar esta Cartilha, alinhada ao Código de Conduta Ética e Integridade dos Correios, busca cumprir seu papel, no intuito de contribuir para a preservação da reputação dos Correios e de seus agentes, com a divulgação de recomendações de conduta a todos, no que se refere ao uso das redes sociais.

► RECOMENDAÇÕES BÁSICAS

É recomendável que o agente a serviço dos Correios utilize as redes sociais com responsabilidade e bom senso, evitando consequências indesejáveis para si e para a empresa. Algumas das orientações são:

a) Aja com discernimento e cautela em tudo o que se publica nas redes sociais;

b) Fique atento ao que se publica ou compartilha, pois o conteúdo estará disponível a todos os usuários, por tempo indeterminado. Mesmo que o post seja apagado pelo autor, já poderá ter sido lido, copiado, compartilhado e gerado repercussão positiva ou negativa entre as pessoas, inclusive no âmbito do convívio profissional;

c) Antes de postar algo ou compartilhar informações, pergunte a si mesmo: Devo postar isso? Será que estarei causando danos a alguém? O que a publicação dessa informação agrega de valor? Que impacto essa publicação terá sobre você, sobre terceiros ou sobre os Correios? Na dúvida, não poste;

d) Respeite os outros usuários da rede, suas opiniões e convicções, mesmo que não concorde com o que está sendo postado por eles;

e) Seja o primeiro a corrigir um erro cometido por si próprio. Esteja pronto para recuar e se desculpar, se for o caso;

f) Seja cordial em suas publicações e manifestações;

g) Evite manifestar-se em redes abertas durante o horário de trabalho habitual;

h) Respeite a privacidade digital dos colegas de trabalho, evitando marcações e comentários relacionados a questões profissionais internas, pois isso pode gerar uma exposição pública indevida da empresa e da pessoa que foi mencionada;

i) O ambiente digital online é um meio rápido de troca de mensagens, onde a agilidade e objetividade são fundamentais. Não deixe as pessoas sem respostas. Se ainda precisa apurar a questão, indique que está fazendo isso e dê retorno o mais breve possível;

j) Antes de retransmitir uma mensagem enviada pessoalmente a você, peça permissão ao autor;

k) Administre as críticas recebidas. Veja o que pode ser levado como aprendizado. Mesmo que não concorde inicialmente, agradeça e siga em frente;

l) Respeite o tempo das pessoas e o da empresa. Conversas longas de interesse privado devem ser realizadas fora do horário de trabalho;

m) Fique atento para que a sua conduta nas mídias sociais não configure conflitos de

interesses que possam resultar em favores, benesses ou vantagens indevidas para você ou para outros indivíduos ou grupos. Como um agente público, você precisa ter esses cuidados.

n) Cuidado com as interpretações que as pessoas podem fazer do seu comportamento, quando do uso das mídias sociais. Evite prejuízos para a sua imagem profissional e à reputação dos Correios.

o) Embora não seja proibido apresentar-se como empregado dos Correios em seu perfil, lembre-se de que isto poderá provocar a associação de suas postagens à imagem dos Correios e, assim, trazer consequências para a sua vida profissional. De qualquer forma, sempre use o bom senso e deixe claro que se trata de um perfil pessoal, e que você não está falando em nome da empresa ou em função de ser empregado.

p) Considere que o tipo de perfil na rede social, aberto (público) ou fechado (privado), determina o nível de exposição das postagens. Perfis abertos requerem ainda mais cuidado, pois tornam a exposição pública e mais suscetível ao compartilhamento de conteúdo.

▶ PRÁTICAS NÃO RECOMENDADAS

NAS MÍDIAS SOCIAIS, NÃO SE DEVE:

a) Criar perfis institucionais relacionados à empresa, sem autorização da área de comunicação dos Correios;

b) Criar perfis com nomes que façam menção à empresa ou a alguma de suas unidades, sem autorização da área de comunicação dos Correios;

c) Usar a logomarca da empresa e/ou de seus produtos em perfis de grupos, pessoais ou profissionais;

d) Falar em nome da empresa, sem a devida autorização oficial;

e) Discutir e ofender usuários ou cidadãos que estejam fazendo críticas à empresa. As manifestações e reclamações de cidadãos em redes sociais, sejam eles usuários ou não de nossos serviços, quando relativas aos produtos/serviços da empresa, devem ser direcionadas aos perfis oficiais dos Correios ou para o Fale Conosco, para que seja dado o adequado tratamento. Jamais entre em qualquer discussão em redes sociais. Não há vencedores em tais discussões. Em tais situações, todos perdem.

f) Manifestar ofensa à empresa, bem como a qualquer pessoa física ou jurídica, em face de suas relações com a empresa;

g) Antecipar resultados de pesquisas, estudos e informações corporativas, sem autorização oficial;

h) Divulgar imagens internas, sem autorização oficial ou sem que tenham sido tornadas públicas no site ou demais mídias da empresa;

i) Adotar procedimentos não alinhados com a Política de Porta-Vozes da empresa.

j) Difundir notícias falsas e qualquer conteúdo duvidoso ou inapropriado. Tenha atenção à origem das mensagens postadas;

k) Emitir opiniões depreciativas a respeito do seu trabalho ou dos trabalhos de seus colegas, por meio de perfis públicos das redes sociais;

l) Divulgar mensagens relacionadas a assuntos internos dos Correios, que possam configurar violação de sigilo profissional ou caracterizar conflito de interesses, nos termos da Lei n.º 12.813/2013. Do mesmo modo, mantenha reserva sobre assuntos profissionais, quando sua divulgação puder trazer prejuízos à empresa e a seus agentes ou benefícios indevidos a qualquer pessoa. Caso queira publicar algo sobre a empresa, apenas compartilhe conteúdo oficial dos Correios do site ou de outras de suas mídias ou, em se tratando de trabalhos educacionais, estudos e pesquisas científicas, atente-se para a necessidade de expressa autorização dos Correios e com observância às normas internas de educação e/ou de

comunicação que regem o assunto.

AO UTILIZAR APLICATIVOS DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS E CHATS, NÃO SE DEVE:

a) Difamar ou ofender os demais empregados. Considere que ações no mundo virtual trazem impactos reais para o cotidiano profissional. Lembre-se que as conversas podem ser “printadas” e utilizadas como prova, tanto em procedimentos ético-disciplinares, como em ações na justiça e que difamar ou ofender os empregados não está em consonância com um dos valores da empresa, neste caso, o respeito às pessoas;

b) Constranger alguém a participar de grupos de discussão - se o canal de comunicação não é da empresa, a participação é voluntária;

c) Disseminar boatos ou rumores sobre a empresa;

d) Fazer comentários difamatórios, caluniosos ou preconceituosos. “Brincadeiras de mau gosto” (constrangedoras ou ofensivas, por exemplo) podem gerar problemas na justiça para você ou prejudicar a imagem da empresa, além de não estar em consonância com um dos valores dos Correios, neste caso, o respeito às pessoas.

► POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS DO MAU USO DE REDES SOCIAIS

Os Correios respeitam a liberdade de expressão de seus empregados e demais agentes a seus serviços e esperam que eles usem as mídias sociais com responsabilidade, conscientes das oportunidades e também das consequências que os seus atos podem propiciar. Publicações inadequadas podem ser objeto de reprimenda ética ou disciplinar e, a depender da gravidade da situação, até justificar a rescisão do contrato de trabalho, em virtude da configuração de falta grave.

Você sabia que o mau uso das redes sociais, em situações nas quais se evidencia o vínculo do usuário com o seu empregador, é tema recorrente na Justiça do Trabalho, pois é motivo frequente de punições àqueles que expõem imagens e informações em desacordo com as obrigações geradas pelo contrato de trabalho, dentre as quais, a adesão às normas éticas e disciplinares?

Alguns exemplos de situações que podem provocar penalidades disciplinares e/ou éticas são:

a) Uso descontrolado das mídias sociais e aplicativos de mensagens no ambiente de trabalho, que cause falta de concentração no seu trabalho e diminuição na produtividade – pode configurar desídia, indisciplina ou até insubordinação (artigo 482 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT) – por agir

com negligência e desinteresse no cumprimento das suas tarefas ou por desobedecer as normas de conduta da empresa;

b) Divulgação de fotos ou vídeos que possam comprometer a vida privada e até íntima de clientes da empresa, de empregados ou de seu superior hierárquico – essas situações podem configurar, por exemplo, ato lesivo à honra ou à boa fama contra o empregador e superiores hierárquicos, conforme a alínea “j” do artigo 482 da CLT, podendo justificar a rescisão do contrato de trabalho por justa causa;

c) Divulgação de temas sensíveis/sigilosos da empresa pode gerar rescisão do contrato de trabalho por justa causa, prevista na alínea “g” do artigo 482 da CLT.

NOTA: caso queira apresentar denúncia relacionada ao mau uso de redes sociais, utilize o Canal Único de Denúncias dos Correios: correios.com.br/falecomoscorreios/canais-de-denuncia

► DOS CUIDADOS PARA OS GESTORES

Relacionam-se, a seguir, alguns cuidados a serem adotados pelos gestores em relação ao uso moderado das mídias, dentro e fora do ambiente corporativo. Os gestores devem orientar os empregados sobre os seguintes aspectos:

a) Não realizar comentários nas mídias

sociais (Facebook, Instagram etc.) que possam refletir de forma negativa à imagem da empresa;

- Reforçar a atenção em relação ao conteúdo de seus perfis pessoais, no que tiver relação com os Correios. Pelo fato de os Correios serem uma entidade de grande relevância no Estado brasileiro, as suas publicações podem ter maior impacto na sociedade;

- Quando identificadas postagens negativas relacionadas à empresa, os empregados devem saber direcionar os clientes para os canais de relacionamentos oficiais da empresa.

► CONCLUSÃO

Após a apresentação de recomendações sobre o bom uso das redes sociais, esperamos ter contribuído para que cada um de nós, ao nos utilizarmos de tão importantes ferramentas de comunicação, estejamos menos expostos a riscos de reputação, tanto no plano pessoal, quanto no profissional. A Comissão de Ética dos Correios se coloca à disposição para esclarecer dúvidas que não tenham sido sanadas na leitura desta cartilha, as quais devem ser encaminhadas para etica@correios.com.br.

▶ REFERÊNCIAS DAS NORMAS APLICÁVEIS:

As principais normas que regem o assunto são:

CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA E INTEGRIDADE

Capítulo VI - Dos Compromissos dos Empregados em Relação aos Correios

Art. 6º. Na relação com os Correios, o empregado se compromete a:

(...)

XII – preservar:

a) Os interesses e zelar pela imagem da empresa, seja em ambiente interno ou externo, e não associar as marcas dos Correios a ações, imagens ou informações negativas, em qualquer forma de comunicação, inclusive eletrônica.

REGULAMENTO DE PESSOAL DOS CORREIOS

CAPÍTULO XII Do Regime Disciplinar - Deveres e Proibições (Art. 26 ao 29)

(...)

Seção II - Das Proibições

Art. 29. São proibições aos públicos sujeitos ao Regime Disciplinar:

(...)

XXIX - Criar ou fazer uso indevido dos meios

de comunicação da empresa, para veicular assuntos de interesse próprio ou de outrem, ou não alinhados às políticas de comunicação e de segurança da informação dos Correios;

XXX - Utilizar indevidamente os meios de comunicação da empresa para divulgar conteúdos de cunho político-partidário, pornográfico, correntes de cunho “financeiro” ou não, e que atentem contra a imagem de pessoas e da empresa;
(...)

XXXII - Promover, participar ou divulgar, por qualquer meio, crítica de despreço aos Correios, superiores hierárquicos ou a colegas de trabalho;
(...)

XXXIII - Divulgar em redes sociais, assuntos que afetem negativamente a imagem dos Correios;
(...)

XLIV - Criar páginas de internet que se identifiquem como sendo a empresa, com o uso ou citação de marcas dos Correios, sem a devida autorização;

XLV - Usar as marcas dos Correios, fora da atividade profissional, sem autorização da empresa;

XLVI - Representar os Correios junto aos meios de comunicação (escrita, falada, tele-

visionada ou por qualquer mídia social) sem autorização da empresa;

POLÍTICA DE PORTA-VOZES

6. Diretrizes

Os porta-vozes falarão, em nome dos Correios, à imprensa, em eventos externos e em audiências públicas, não sendo permitido emitir opiniões pessoais de qualquer natureza ou que estejam em desacordo com a estratégia, as políticas, as diretrizes e as normas da empresa.

O discurso institucional da empresa é definido pelo presidente.

Os porta-vozes deverão falar com a imprensa, sempre que possível, após atendimento prévio realizado pela área de comunicação, que identificará o assunto e a conveniência da entrevista.

São porta-vozes dos Correios:

a. O presidente dos Correios, responsável por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos sobre os assuntos estratégicos da empresa;

b. Os diretores, com a anuência do presidente, responsáveis por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos sobre os assuntos de suas respectivas diretorias;

c. O presidente do Conselho de Administração dos Correios, responsável por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos sobre os assuntos institucionais afetos à competência do Conselho de Administração, sempre em alinhamento com o colegiado e

a presidência dos Correios e em consonância com as diretrizes corporativas; O presidente pode autorizar outro profissional da empresa a atuar como porta-voz para assuntos técnicos no Correios Sede e/ou no âmbito das Superintendências Estaduais.

► GLOSSÁRIO

Aplicativo de mensagens instantâneas: ferramenta que permite o envio e o recebimento de mensagens de texto, vídeos e áudios em tempo real. Exemplos: Whatsapp, Telegram, Viber, Skype e outros.

Chat: é um termo da língua inglesa que se pode traduzir como “bate-papo” (conversa). Como recurso de comunicação, é uma ferramenta que permite a comunicação (por escrito), em tempo real, por meio da Internet.

Mídia social: são meios de comunicação que permitem interação ou compartilhamento de informações, como um blog que apresenta conteúdo e permite comentários.

Perfil: em redes sociais, se refere a um cadastro de dados pessoais, de contato, e preferenciais de um determinado usuário.

Printar: ato de produzir uma imagem mostrando o que se vê na tela do celular ou do computador em dado momento

Rede social: é uma mídia social que conecta

pessoas por meio de interesses em comum, e fortalece estas relações. É um meio que permite a comunicação em massa (mídia) com o adicional de relacionamento (rede).

► REFERÊNCIAS:

Para a elaboração deste documento, foram consultadas Políticas de Mídias Sociais, além de normas internas dos Correios. Abaixo seguem indicações de fontes consultadas:

Banco Central do Brasil. Manual de Boas Práticas em Mídias Sociais do Banco Central. Disponível em https://bcb.gov.br/content/acessoinformacao/etica_docs/3_manual_boas_praticas_midias_sociais_versao_3_1.pdf. Consulta em 04/10/2021.

Empresa Brasileira de Correios e telégrafos. Código de Conduta Ética e Integridade dos Correios. Disponível em http://intranet/cs/correios-normas/codigo-de-conduta-e-integridade-1/Codigo_Conduta_Integridade_formatado_DCORE.pdf. Consulta em 04/01/2022

-----, Política de Porta Vozes dos Correios. Disponível em <http://intranet/cs/correios-normas/politicas>. Consulta em 04/10/2021.

-----, Regulamento de Pessoal dos Correios. Disponível em <http://intranet/cs/correios-normas/regulamentos-1/regulamentos>. Consulta em 04/10/2021.

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Manual de Conduta em Mídias Sociais da Embrapa. Disponível em- http://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/embrapa_em_midias_sociais_edicao_1.pdf. Consulta em 04/10/2021.

Brasil. Presidência da República. Manual de Orientação das Redes Sociais da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM). Disponível em http://antigo.secom.gov.br/pdfs-da-area-de-orientacoes-gerais/internet-e-redes-sociais/secommannualredessociaisout2012_pdf. Consulta em 04/01/2022.

