



TLT

Ética nas Redes Sociais

Elaboração:**Presidente dos Correios**

Fabiano Silva dos Santos

Diretor de Governança e Estratégia

Mariana Cruz Montenegro

Superintendente Executivo de Educação

Juliano Armstrong Arnosti

Chefe da Universidade Corporativa dos Correios

Miriam Yvone Matos Alves

Comissão de Ética dos Correios

Maria Aparecida Miranda

José Barreto de Arruda Neto

Sonia Maria Suzy Souza

Lucinaldo Cirino da Silva

Tatiana de Sousa Mundim Machado

Marcio Yoshio Tazaki

Coordenação educacional

Nilma Rosa de Matos

Conteúdo

Melissa de Sousa Silva

Adriana Helena Ribeiro Brazil

Carlos Augusto Maciel dos Santos

Klícia dos Santos Trindade

Érica Torres Pinheiro Martins

Márcio Yoshio Tazaki

Mirella Aline Tonissi

Desenho instrucional

Enise Regina Willms Passos

Revisão de texto

Vanessa da Silva Lima Antunes dos Santos

Projeto gráfico

Alexsandro de Brito Almeida

Paula Andréia dos Santos

Ronaldo Baía da Silva

Diagramação

Enise Regina Willms Passos

Silvio do Espírito Santo

Brasília-DF

Julho/2023

Objetivo de aprendizagem

Ao final do treinamento, o empregado deverá:

Identificar a importância da postura ética nas redes sociais e aplicativos de mensagem instantânea, de acordo com orientações contidas nos normativos e instrumentos de comunicação e capacitação dos Correios.

Conteúdo

- ▶ Conduta e reputação.
- ▶ Recomendações para o uso adequado das redes sociais.
- ▶ Práticas não recomendadas nas redes sociais.

Público-Alvo

Todos os empregados.

É proibida a reprodução deste material fora do âmbito dos Correios.

Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.

TLT - Ética nas Redes Sociais/ Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos. - Brasília: Correios, 2023.

13p.

Inclui bibliografia

1. Ética. 2. Integridade. 3. Conduta. 4. Aplicativos. 5. Mensagens instantâneas. 6. Redes Sociais. 7. Ética nas Redes Sociais.

Universidade Corporativa dos Correios

Edifício-sede dos Correios

SBN Quadra 1 Bloco A, Asa Norte

70002-900 Brasília/DF

Ações do facilitador

Para ministrar a sessão de ensino programada, o facilitador do TLT deve:

- ▶ Familiarizar-se com o material instrucional e preparar a aula com antecedência, buscando esclarecimento para as dúvidas que surgirem.
- ▶ Estar no local alguns minutos antes do grupo.
- ▶ Receber os participantes de forma descontraída. Isso deixa o grupo mais à vontade e cria empatia.
- ▶ Começar no horário marcado, mesmo que nem todos os participantes tenham chegado. Os presentes não podem ser penalizados.
- ▶ Explicar o(s) objetivo(s) de desempenho que os participantes deverão demonstrar ao final da sessão de ensino do TLT.
- ▶ Falar sobre a importância do conteúdo que será trabalhado na sessão de ensino.
- ▶ Seguir o Roteiro do TLT, no qual os assuntos são tratados de forma crescente, do mais simples para o mais complexo.
- ▶ Trabalhar apenas um módulo do TLT em cada sessão de ensino de 50 minutos.
- ▶ Tratar o treinando pelo nome.
- ▶ Ser claro, paciente e objetivo.
- ▶ Criar oportunidades para que os participantes façam perguntas e **evitar**:
 - ▶ monopolizar discussões;
 - ▶ desviar-se do foco do treinamento;
 - ▶ discutir assuntos alheios ao tema e/ou debater com os participantes por longos períodos.
- ▶ Comprovar a compreensão do treinando a respeito do conteúdo, fazendo perguntas.
- ▶ Responder sempre ao que for questionado.
- ▶ Administrar bem o tempo disponível para o repasse de conteúdo.
- ▶ Respeitar o horário de término da sessão de ensino.

Olá!

Hoje iremos conversar sobre a importância da ética nas redes sociais. E aqui, quando mencionarmos o termo redes sociais, estaremos nos referindo também aos aplicativos de mensagens instantâneas, certo?

Já estudamos que a ética está relacionada à integridade, honestidade, ao respeito, ao caráter, à índole de uma pessoa, em importar-se com o outro, em abrir mão de interesses pessoais em favor dos interesses coletivos.

Mas qual é a importância da ética nas redes sociais, em especial para os empregados de uma empresa pública como os Correios?

É de fundamental importância, pois pessoas e instituições devem se preocupar com a **reputação digital**, avaliando o impacto daquilo que publicam, compartilham ou comentam nas redes sociais, na sua vida pessoal e profissional e na reputação da Empresa.

Por sermos uma empresa pública, o zelo com a nossa reputação se torna ainda mais importante, pois lidamos com recursos públicos.

Falando em reputação, vamos relembrar o conceito?

Citação

É “a opinião que as pessoas em geral têm sobre uma empresa, uma pessoa ou sobre algo. Reputação significa também o quanto você é respeitado ou admirado por um grupo de pessoas com base na **percepção de suas ações e no comportamento passado.**” (Fonte: adaptado do Cambridge Dictionary, grifo nosso).

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 possibilitam enorme facilidade de difusão e de acesso a informações, mas nos obrigam a refletir sobre os conteúdos que veiculamos, dado o impacto que podem gerar em

nossa vida. É preciso haver o entendimento, **por parte de todos**, sobre as formas adequadas de uso das novas tecnologias digitais.

Atenção

A utilização das redes sociais deve gerar interações construtivas, contribuir para a expansão do conhecimento e o fortalecimento das conexões sociais, tornando-se, assim, um instrumento positivo para a sociedade como um todo.

Observe essa história que causou alvoroço nas redes sociais e foi largamente publicada pela imprensa mundial:

Uma frase infeliz publicada no Twitter em 2013, teve consequências inimagináveis na vida da americana Justine Sacco, gerente de comunicação de uma grande empresa. Durante uma viagem para visitar a família na África do Sul, Justine postou uma frase com suposto teor racista e a publicação foi repostada e compartilhada milhares de vezes, de maneira que onze horas após a postagem, ao chegar ao destino, Justine se deu conta das consequências do seu ato: estava sendo “linchada virtualmente”. O caso de Justine foi um dos primeiros casos de **“cancelamento”** nas redes sociais.

O termo **“cancelamento”** se refere a um boicote ou banimento virtual de uma pessoa, evento, marca ou empresa que tenha assumido uma posição considerada indevida. É uma punição, um repúdio a falas e posicionamentos considerados inadequados, sobre um tema qualquer.

A conduta de Justine teve consequências desastrosas. Foi demitida, causou vergonha a amigos e familiares e passou a ser apontada nos mais diversos lugares. Ela conta que teve dificuldade até mesmo com relacionamentos afetivos, pois sua reputação ficou manchada. Por fim, decidiu mudar-se para a Etiópia e trabalhar como voluntária em uma ONG. (Fonte: [A vida por um tuíte \(uol.com.br\)](http://uol.com.br))

Reflexão

O exemplo de Justine ilustra como uma má conduta e a exposição inadequada nas redes sociais pode tomar proporções incontrolláveis. Ninguém quer se relacionar com uma pessoa mal vista ou estar associado a uma empresa com má reputação, não é mesmo?

Sabemos que a internet facilita imensamente o dia a dia pessoal e empresarial. Por exemplo:

- ▶ educação, com cursos online, pesquisa, graduação e pós-graduação;
- ▶ saúde, por meio de consultas *online* e informação;
- ▶ trabalho remoto, home office;
- ▶ sistema bancário com segurança, rapidez e comodidade;
- ▶ acesso a compra e venda no Brasil e no exterior;
- ▶ acesso a vários serviços, mesmo nas regiões mais distantes do país;
- ▶ informação e entretenimento por meio de *lives*, vídeos e livros gratuitos em pdf;
- ▶ pagamentos por aplicativos de mensagens instantâneas.

Enfim, são inúmeros os benefícios obtidos por meio da internet. Hoje é quase impossível imaginar o cotidiano pessoal e empresarial sem esse canal, concorda?

A questão está em saber tirar o melhor proveito, em fazer bom uso das redes sociais adotando, conscientemente, uma conduta ética, como forma de zelar pelo que você tem de mais importante: sua reputação.

Em geral, conforme o nível de utilização das redes sociais (incluindo os aplicativos de mensagens instantâneas), podemos classificar as pessoas em três grupos.

Ouçã e analise a descrição dos grupos a seguir e responda: em qual deles você se enquadra?

- 1) **Não utiliza as mídias sociais:** não tem conta em sites de rede social, porque entende que não vale a pena, por segurança, desinteresse, por não querer se expor na rede ou por não ter familiaridade com as novas tecnologias.
- 2) **Tem contas em um ou mais sites de rede social:** utiliza com moderação, navega, lê, observa e não costuma inserir muito conteúdo.
- 3) **Acessa mais de uma rede social várias vezes ao dia:** navega pela internet, compartilha notícias, fotos, vídeos, situações curiosas nas mídias sociais e comenta publicações de conhecidos e desconhecidos, emite opiniões e participa ativamente de grupos nos aplicativos de mensagens instantâneas. Dá uma vasculhada geral para ver o que as pessoas estão postando.

E aí, conseguiu identificar seu perfil nas redes sociais?

Independentemente do grupo ao qual você se encaixa, mesmo que não utilize redes sociais, possivelmente no seu ciclo familiar ou de amigos, há quem utilize.

Você sabia que, para orientar os empregados, os Correios produziram em 2022 uma Cartilha de bom uso das redes sociais?

Pois é. A cartilha contém importantes dicas sobre o uso adequado das redes sociais e está disponível na intranet, no portal corporativo, na página da **Comissão de Ética dos Correios - CET**, no link: [Cartilha Uso Mídias Sociais – Portal Corporativo Intranet \(correios.com.br\)](https://correios.com.br)

Conheça algumas orientações contidas na **Cartilha de bom uso das redes sociais:**

- a) aja com cordialidade, discernimento e cautela em tudo o que você publica nas redes sociais.

b) 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 mim, sobre terceiros ou sobre os Correios? Na dúvida, não poste.

c) 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.

d) Antes de retransmitir uma mensagem enviada pessoalmente a você, peça permissão ao autor.

e) 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.

f) 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.

Agora vamos falar sobre a importância de verificar a veracidade das mensagens que são postadas.

Atenção

Enquanto usuários das redes sociais precisamos evoluir, desenvolver **senso crítico** em relação aos conteúdos que recebemos ou compartilhamos. Firmar **propósito** de verificar a procedência da informação e a veracidade do conteúdo deve ser **compromisso ético** de cada um.

Em uma pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos no Brasil, 62% dos entrevistados afirmaram ter acreditado em informações que, na verdade, eram falsas.

Citação

“A desinformação traz graves consequências, pode causar pânico e espalhar medo entre as pessoas. Uma informação falsa pode levar muitos a tomar atitudes precipitadas, movidas por raiva ou indignação incitadas pelo conteúdo enganoso.” (Fonte: [Isso é fake news? Um guia rápido sobre desinformação na internet - LAPIN](#); Laboratório de Políticas Públicas e Internet, 2020).

Confira algumas dicas valiosas ao receber ou repassar um conteúdo virtual, para não enganar o outro ou ser enganado:

- ▶ não se deixe levar pelas manchetes: títulos bombásticos são utilizados para fisgar você. Leia toda a matéria e, na dúvida, não compartilhe sem antes verificar.
- ▶ Confira a fonte da informação, dê preferência a sites e dados oficiais sobre o tema.
- ▶ Fique atento ao texto: encontrou erros de português? Há sensacionalismo, exagero ou alarmismo? O autor usa palavras em caixa alta ou adjetivos em excesso? Então ligue o alerta!
- ▶ Confira a data da publicação: às vezes são notícias e fotos reais, mas fora do contexto ou mesmo de outro país.
- ▶ Recorra aos sites especializados em verificar fatos, como: Agência Lupa, Fato ou Fake, Comprova, Boatos.org, Aos Fatos. Faça disso um hábito, mesmo que seja mais trabalhoso.

Lembre-se que ao repassar um boato, você lhe dá importância, influencia outros a acreditar, contribui para que circulem informações falsas e potencializa consequências danosas, ou seja, assume uma postura errada. Lembre-se: **faça o certo porque é certo.**

Isso também é integridade!

Ser íntegro é ter discurso e atitudes éticas, mesmo em situações em que se poderia ter algum tipo de vantagem.

Conforme consta na nossa **Cartilha de bom uso das redes sociais**, não se deve:

- a) criar perfis institucionais relacionados aos Correios ou com nomes que façam menção à empresa ou a alguma de suas unidades, sem autorização da área de comunicação dos Correios.
- b) Usar a logomarca da empresa e/ou de seus produtos em perfis de grupos, pessoais ou profissionais.
- c) Falar em nome da empresa, sem a devida autorização oficial.
- d) 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.
- e) Manifestar ofensa à empresa, bem como a qualquer pessoa física ou jurídica, em face de suas relações com a empresa.
- f) Antecipar resultados de pesquisas, estudos e informações corporativas, sem autorização oficial.
- g) Divulgar imagens internas, sem autorização oficial ou sem que tenham sido tornadas públicas no site ou demais mídias da empresa.

A **postura ética** e íntegra é uma escolha de vida, que compreende **vigilância contínua** sobre a própria **conduta**, é escolher **fazer o certo porque é certo**. É decidir deixar um legado positivo à sua família, à sociedade e ao mundo, ou seja, a ética está ligada a uma boa **reputação**.

Lembre-se que no mundo físico ou virtual, suas escolhas pessoais quando inadequadas, poderão impactar negativamente a imagem da empresa.

Escolha andar nos trilhos da ética e da integridade, pois sempre será o melhor para você e para os Correios!

Verificação da aprendizagem

Caro facilitador,

O objetivo da verificação da aprendizagem é reforçar a compreensão do conteúdo. Assim, para certificar-se de que houve aprendizado, favoreça a participação, o envolvimento e valorize cada resposta.

Para concluir a aplicação do conteúdo, realize a verificação da aprendizagem para confirmar se o desempenho esperado, indicado no objetivo, foi alcançado.

1) Dê exemplos de conduta ética a ser adotada nas mídias sociais:

- **Alguns exemplos:**

- fique atento ao que 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 negativa entre as pessoas, inclusive no âmbito do convívio profissional.
- Respeite os outros usuários da rede, suas opiniões e convicções, mesmo que não concorde com o que está sendo postado por eles.
- Seja o primeiro a corrigir um erro cometido por si mesmo. Esteja pronto para recuar e se desculpar, se for o caso.
- Seja cordial em suas publicações e manifestações.
- Evite manifestar-se em redes abertas durante o horário de trabalho habitual.
- Evite difundir notícias falsas e qualquer conteúdo duvidoso ou inapropriado. Fique atento à origem das mensagens postadas.

Obrigado(a) a todos pela presença e pela participação.

Referências

CERTBR. **Cartilha de Segurança para Internet**, versão 4.0/CERT.br - Fascículo Boatos. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012. Disponível em: <https://cartilha.cert.br/livro/cartilha-seguranca-internet.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2023.

CORREIOS. **Cartilha de Bom Uso das Redes Sociais**. Brasília: Correios, 2022. Disponível em: <https://intranet.correios.com.br/cs/cet/cartilha-uso-das-midias-sociais-na-condicao-de-empregado-dos-correios>. Acesso em: 15 mar. 2021.

LABORATÓRIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS E INTERNET. **Isso é Fake News?** Um Guia Rápido sobre Desinformação na Internet. Disponível em: https://lapin.org.br/o-que-sao-fake-news/?utm_source=googleads&utm_medium=search&utm_campaign=desinformacao&gclid=CjwKCAiAoL6eBhA3EiwAXDom5ggAYKdOxT_DLEbGeXLZAM0jdkxctsKQ0Vul2k-okcVn6Dtoioe8RRoCKxAQAvD_BwE. Acesso em: 24 jan. 2023.

RONSON, JON. **A vida por um tuíte**: como uma frase infeliz pode destruir uma pessoa. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/a-vida-por-um-tuite/>. Acesso em: 24 jan. 2023.