

Mídia & Marketing

midiemarketing@gazetadopo

SEG. CONSUMIDOR

TER. FINANÇAS PESSOAIS

QUA. GESTÃO & CARREIRA

QUI. EMPREENDEDOR

SEX. MÍDIA & MARKETING

SÁB. TECNOLOGIA

» VIDA EM REDE

O que o seu funcionário está dizendo?

Empresas adotam mecanismos internos de gestão para acompanhar (e melhorar) sua reputação on-line

Viviane Favretto

A popularização das redes sociais criou uma nova preocupação para as empresas: o que os seus funcionários estão dizendo, curtindo e compartilhando. Daviane Chemin, presidente da Associação Brasileira de Recursos Humanos - Seccional Paraná (ABRH-PR), lembra que o fenômeno é muito recente para a sociedade e para as corporações e cada organização está fazendo a sua leitura e aprendendo com novas experiências e mecanismos de gestão.

"Algumas empresas já operam na linha do monitoramento, não assumindo esta postura publicamente. Outras valem-se do controle, mas explicitam tal prática. E parte delas vem trabalhando pelo caminho da conscientização e educação. Há aquelas que utilizam uma combinação destas práticas", resume Daviane. O professor Marcus Garcia, mestre em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação e professor da Universidade Federal do Paraná, afirma que o monitoramento não é comum. "O mais comum é limitar o acesso

so a partir dos computadores e das redes providas pela empresa, o que não surte efeito prático algum, pois o acesso através de smartphones e outros dispositivos móveis está amplamente disponível", afirma Garcia, que é autor do livro *Pedagogia Empresarial - Saberes, Práticas e Referências*.

A reação do trabalhador a essas interferências das empresas nem sempre é positiva. Mas para Daviane, o empregador pode e deve interferir junto a seus colaboradores fazendo deste fenômeno não uma ameaça, mas uma oportunidade de orientar, educar e firmar compromissos com seus funcionários. Isso além de tirar proveito desse novo modelo de relacionamento que já está presente em todas as esferas, completa. Já o professor Garcia considera que as empresas "não podem e não devem interferir na presença dos seus colaboradores nas redes sociais porque dessa forma estariam interferindo na vida privada dos funcionários.

De qualquer forma, ambos concordam que quando isso é feito o funcionário precisa ser informado. O trabalhador, quando contratado, deve ser informado das políticas da empresa. Para Daviane, "regras do jogo colocadas de maneira transparente geram confiança nos ambientes corporativos". Ela lembra que as redes sociais já fazem parte do cotidiano das organizações e podem, inclusive, apoiar a entrega de resultados de diversas áreas.



Paula e Layane, do Fancy Nail Lounge: de olho nas publicações da equipe.

CURTIU?

Salão incentiva manicures a compartilhar unhas nas redes sociais

Paula Buffara, sócia do Fancy Nail Lounge, conta que a empresa incentiva as manicures para que elas estejam nas redes sociais, acompanhem as unhas publicadas diariamente e compartilhem isso, "gerando propaganda e visualização para a empresa". Ela diz que existe uma conversa constante com as manicures para que elas deixem claro que suas posições nas redes sociais são pessoais. "Não temos manual de conduta nesse sentido", esclarece. E no Fancy não é permitido o uso de redes sociais no horário de trabalho "para não atrapalhar a concentração e não haver atrasos", completa Paula. (VF)



Marcus, da UFPR: empresas não deveriam interferir.

FALHA NOSSA

Veja alguns casos de tuítes infelizes em contas corporativas.

- » **Autor:** @KitchenAidUSA (rede de lojas de utensílios domésticos)
- » **Tuíte:** "A avó do Obama sabia que seria muito ruim! Ele morreu três dias antes de ele se tornar presidente."
- » O tuíte criticando o presidente Barack Obama deveria ser publicado na conta pessoal do autor.
- » **Autor:** @ChryslerAutos
- » **Tuíte:** "Acho irônico Detroit ser conhecida como a cidade motor sendo que ninguém aqui sabe dirigir."
- » A conta da fabricante de automóveis soltou um tuíte aparentemente acidental, mas ofensivo justamente a seus consumidores.
- » **Autor:** @RedCross (Cruz Vermelha)
- » **Tuíte:** "Ryan achou mais dois pacotes de quatro garra de cerveja Dogfish Head's Midas Touch... quando bebemos as coisas direito."
- » A conta da Cruz Vermelha internacional não é, definitivamente, a mais adequada para essa mensagem.