

Educar antes de reprimir

Veja as dicas dos especialistas sobre como sua empresa deve educar os funcionários para o uso das redes sociais



De acordo com a editora da revista INFO, Kátia Arima, em um seu artigo "Dicas sobre uso das redes sociais na empresa", as empresas geralmente optam por uma dessas quatro abordagens para as mídias sociais: fecham os olhos, tapam os ouvidos e esperam o horroroso monstro da mídia social ir embora; admitem que a mídia social existe, mas impedem que seus funcionários a acessem usando recursos corporativos; molham o dedo nas águas da mídia social e permitem que alguns funcionários a acessem para propósitos limitados; adotam a mídia social como um canal de comunicação adicional e como uma forma de confiar no bom senso coletivo para critérios de uso. Mas independentemente do que se faça, as mídias sociais continuam existindo e daqui para frente a empresa, em algum momento, deverá planejar alguma ação com relação a elas.

Uma das discussões atuais é sobre a maneira como os funcionários devem agir nessas mídias sociais. Até então, a solução encontrada por muitas organizações tem sido a de bloquear essas ferramentas, porém, muitas delas também já se deram conta de que os avanços tecnológicos tornaram esse tipo de ação obsoleta. De que adianta bloquear, se o meu funcionário possui um telefone celular com acesso à Internet e minha empresa não pode fazer nada com relação a esse uso? Será que a melhor solução não seria educar esses funcionários para o uso positivos dessas mídias? Como evitar problemas que vemos diariamente na mídia, como o caso da profissional terceirizada do STF que foi demitida após questionar em uma rede social quando Sarney encenaria a sua carreira?

De acordo com a diretora de desenvolvimento da Right Management, Márcia Palmeira, sem dúvida, o caminho da educação é o mais longo e dispendioso inicialmente, porém é o ideal e mais sustentável, além de trazer economias de longo

prazo. "Proibir nunca foi e nem será o melhor caminho. Orientar, educar, sim. Temos que considerar os benefícios que trazem o uso das redes sociais, especialmente para a formação do *networking* troca de informações, porém, as pessoas devem ser alertadas sobre os riscos de se publicar informações sigilosas das e sobre a empresa. Outro ponto importante é esclarecer para as pessoas através de documentos, palestras e treinamentos, sobre quais assuntos não podem ser comentados sobre a organização, ou seja, nenhum, salvo os que já foram publicados com autorização da própria empresa nos meios públicos de comunicação", explica ela. Para Renato Grinberg, diretor da Trabalhando.com, a educação tem que vir junto com algumas restrições, caso contrário, o uso das redes sociais em horário poderá gerar grande ineficiência na empresa.

Já a defesa de alguns especialistas, como o diretor da Eken Comunicação Digital, David Reck, é de as empresas partirem para as redes sociais de forma corporativa, buscando um relacionamento maior com o seu público-alvo, consumidores e fornecedores. E nesse caso, seria totalmente contra esse cenário a empresa punir o próprio funcionário bloqueando-o e o impedindo-o de acessar as redes sociais, já que ela está pregando um novo posicionamento em relação a elas.

Para Reck, a educação deve começar criando um comitê multidisciplinar com gestores ou pessoas indicadas por eles e discutir e apresentar qual o cenário da Internet hoje, como a marca da empresa está sendo divulgada, assim como o da concorrência, e mostrar que muitas vezes, mesmo a empresa não fazendo nenhuma ação com relação a Internet já existem consumidores e funcionários interagindo sobre a marca nessas redes. "Tem que mostrar como é que o funcionário está se comportando, principalmente, quando ele deixa de atuar

na rede social como pessoa física e assina com o cargo dele na organização e fala sobre a empresa, ou seja, muitas vezes ali, ele é visto como um representante. Nesse sentido, a organização deve traçar um panorama e colocar para as pessoas dessas áreas como elas podem criar um projeto e trabalhá-lo de ponta a ponta. E a área de RH sobre o que vai ter que esclarecer para os funcionários, o que vai ter que colocar no Manual de Conduta, qual vai ser o posicionamento da empresa e a estratégia", explica o diretor.

Que ferramentas usar no processo de educação?

Para Reck, ações através de *workshops* e palestras são muito bem vindas, porque elas acabam conscientizando sobre o há por trás de todo o cenário no uso das redes sociais. "Geralmente, as pessoas que estão ali têm uma visão muito superficial sobre o uso dessas mídias. Quando você começa a mostrar com profundidade a importância desses canais, trazendo casos de problemas que aconteceram no mercado e ilustrando os cenários, isso abre bastante a visão dos envolvi-

dos", explica. O diretor também acredita que a Intranet seja um canal forte para esse tipo de sensibilização, pois nela é possível manter a geração de conteúdos e comunicações.

Grinberg acha que a melhor opção são os encontros, pois a interação com outras pessoas e a discussão de exemplos reais fazem com que a retenção da informação seja mais eficaz. Nesse sentido, ele não aconselha uso de e-mails ou cartas, já que, segundo ele, estes não são lidos ou se isso acontece, são esquecidos rapidamente. Já Palmeira, acredita que todos os meios de transmissão de conhecimento, de troca de ideias e reflexões devem ser utilizados. Para ela, cada indivíduo tem uma forma de apreender e por isso, usar um caminho único para a educação (ou reeducação) não é suficiente.

O que a empresa deve ensinar aos funcionários?

"O principal ponto é ela definir dentro dessa estratégia, como ela deseja que os funcionários se posicionem", explica Reck. Segundo ele, se a empresa aceita que o funcionário se apresente representando o cargo dele nas redes, com certeza,

Anúncio

"Se você estiver num ambiente de trabalho, você mostraria aquela informação para as pessoas que lá estão? Se a resposta for não, não a divulgue."

terá diretrizes diferentes da empresa que não aceita. Por exemplo, pedir para que ele evite misturar a vida pessoal com a profissional e evitar comentários um tanto polêmicos como relacionados à religião, futebol ou de possíveis patrocinadores da empresa. "Se fizer uma analogia, é como uma empresa que contrata uma personalidade para fazer a exposição da marca e ela faz uma série de restrições para essa pessoa, que se não cumpridas podem gerar cancelamento do contrato. O mesmo acontece com esse profissional da organização, que se torna uma personalidade da marca", diz.

Já a empresa que adotar uma postura em que o funcionário não pode comentar qualquer ação da empresa nas redes sociais, se ela observar que alguns deles têm interesse em escrever algo sobre o mercado, ela pode evitar que ele caia no erro de expor a organização, liberando o acesso dentro de canais internos para que ele promova o seu depoimento.

Veja as dicas que você pode passar ao seu funcionário no processo de educação para as redes sociais e Internet:

- ☞ Avalie o peso da sua opinião e possíveis consequências que podem ser geradas, principalmente, se ocupa um cargo gerencial ou de confiança;
- ☞ Tenha em mente que o mundo inteiro pode ter acesso ao que escreve e que sua imagem está em jogo;
- ☞ Cuidado com a divulgação de questões internas da empresa, mesmo que pareçam simples ao seu julgamento. Muitas vezes, estamos tão imersos em uma realidade que não damos conta de como um pequeno detalhe pode revelar muitas coisas;
- ☞ Evite falar mal de concorrentes, pois essa é uma prática considerada antiética;
- ☞ Tenha uma conversa com seus superiores sobre o que pode ou não ser divulgado na Internet;
- ☞ Nada melhor do que ter o aval da companhia para evitar possíveis problemas por falta de alinhamento;
- ☞ Quando for publicar uma informação, pense antes de colocá-la e depois avalie se ainda acha que é um benefício ter aquela informação. Se você tiver dúvidas se isso pode ou não dar problemas, não coloque. Uma boa regra é pensar: se você estiver num ambiente de trabalho, você mostraria aquela informação para as pessoas que lá estão? Se a resposta for não, não a divulgue.

Para os gestores:

- ☞ Reconheça que a presença das mídias sociais na rotina da maioria dos funcionários é uma realidade. Portanto, busque elaborar um código de conduta explicativo quanto às informações que podem ser ou não divulgadas;
- ☞ Oriente a equipe quanto aos cuidados que devem tomar, pois os colaboradores devem entender que carregam consigo a imagem corporativa;
- ☞ Esteja sempre aberto para dúvidas relacionadas a esse tema e não trate o assunto como algo que não pode ser discutido dentro da empresa.

Veja as dicas do consultor, Christian Barbosa para que os funcionários aprendam a gerenciar o seu tempo nas redes sociais

- ☞ **Participe de redes sociais relevantes** - Você não precisa estar em 10 redes sociais, selecione as mais relevantes e as que tenham o maior número de pessoas conectadas aos seus objetivos.
- ☞ **Desabilite os avisos de recados e mensagens** - Configure suas redes para não ficarem te avisando, apitando ou enviando e-mails a cada nova mensagem ou *scrap* que você receber. Se você visualizar todos os avisos, vai perder um tempo que você nem imagina e o que os olhos veem, a curiosidade não consegue controlar, não é?
- ☞ **Tenha horários** - Assim como no e-mail, nada de ficar com a rede aberta toda hora. Defina horário ou dias para atualizar e olhar suas redes. Costumo olhar minhas redes sempre de noite ou aos domingos. O Twitter, quando estou na empresa, vejo três vezes por dia e olhe lá.
- ☞ **Utilize Softwares** - Existem milhares de programas que ajudam você a atualizar suas redes sociais de forma simples e integrada. Recomendo o Tweetdeck, ele integra todas as minhas redes, ou seja, basta escrever uma vez para todas as redes serem atualizadas. O Echofon para Firefox também é excelente. Para celulares existem diversos, basta dar uma pesquisada para encontrar algum com a sua cara.
- ☞ **Dica para o Twitter** - Como o Twitter está na moda, a minha dica é: siga poucas pessoas, mas com conteúdo relevante. Se você seguir muita gente não deve usar o Twitter como fonte de conhecimento e provavelmente ele não deve agregar muito valor ao seu dia a dia, pois acaba tendo tantas mensagens que dificilmente você vai vê-las.