Profissionais dão dicas para jornalistas tirarem melhor proveito das redes sociais no trabalho

Camilla Demario

Há poucos anos, milhões de brasileiros podiam até imaginar se William Bonner, sempre sentado atrás da bancada, teria mesmo pernas. Hoje não apenas sabem que Bonner adora uma caminhada, como também sofre com dores nas costas, usa pijama listrado para dormir e podem ainda escolher a cor da gravata que o apresentador irá usar na próxima edição do "Jornal Nacional", do qual também é editor-chefe. Tudo isso graças ao Twitter, já que o jornalista é um dos muitos heavy users (expressão em inglês para rotular usuários assíduos da ferramenta) famosos do microblog.

Crédito:Marcus Castro

Janaína Depiné

Procurada por IMPRENSA, a assessoria de imprensa da TV Globo afirmou que a emissora não possui um manual de comportamento para seus funcionários nas redes sociais, incluindo jornalistas, ainda que o canal não cite em sua programação o nome de nenhum desses sites ou alimente seus perfis pessoais, gerando conteúdo nessas páginas. Mas a tendência do mercado é que cada vez mais os veículos de comunicação se posicionem, já que gafes e micos cometidos pelos funcionários podem comprometer a imagem da empresa.

No dia 9 de setembro deste ano, o jornalista Flavio Gomes foi demitido da ESPN, canal de televisão por assinatura especializado em esportes, após algumas declarações polêmicas em seu perfil pessoal no Twitter. Dois dias antes, no feriado da Independência, o time do coração do Flavio, a Portuguesa, jogou contra o Grêmio e perdeu por 3x2 após a marcação de pênalti duvidoso a favor do clube gaúcho. "O que aconteceu foi que eu fiquei revoltado e saí disparando impropérios, mas foram três tuitadas e acabou."

Arnaldo Ribeiro, também torcedor da Lusa, comentarista de futebol e gerente de programação da ESPN, se manifestou sobre o mesmo jogo na mesma rede social, onde usa o nome "@arnaldoESPN" para se identificar, e criticou o presidente do Grêmio, Fábio Koff. O jornalista não foi demitido, mas se retratou publicamente com os torcedores e o presidente do time. João Palomino, diretor de Jornalismo da ESPN, afirmou que "existe orientação interna para bom uso das redes sociais". Já a emissora, em comunicado, disse que "medidas internas já estão sendo tomadas para prevenir que outros episódios como esse aconteçam".

Helena Duncan, sócia-diretora da agência H+ Conteúdos e Relações com a Mídia, que tem entre seus serviços o desenvolvimento de manuais de comportamento na web e especialmente nas redes sociais, é categórica na sua visão sobre o uso das ferramentas. "A primeira dica de

A utilização deste texto é exclusiva para fins educacionais

uso é: acabou a inocência". "Não é porque você fez configurações para visualizações só de amigos que você está protegido e pode falar qualquer coisa, tem de ter responsabilidade.

Crédito:Divulgação

Helena Duncan

No caso de jornalista não é como se você estivesse fazendo uma matéria, mas as consequências podem ser profissionais", diz. Janaína Depiné, jornalista e especialista em comunicação empresarial, criadora do site Elegante Sempre, sobre etiqueta na web, já teve de demitir uma funcionária pelo seu comportamento no Facebook. "Após ser chamada a atenção por mim, ainda que sem citar nomes, ela postou 'manda quem pode, obedece quem tem juízo'. Ficou claro sobre o que ela estava falando, então conversamos novamente, mas ela desmentiu que fosse sobre o ocorrido. E mais uma vez foi no Facebook desabafar, da mesma maneira.

Aí não teve conversa", conta. Vale a pena então manter um perfil profissional e um pessoal? "Depende do tempo que você pode desprender cuidando dessas redes sociais, porque acaba virando um grande gerenciamento. Eu tenho só um, porque acho que é possível ter um perfil só e sobreviver nele", diz Helena. Janaína levanta outro questionamento: precisamos do reconhecimento do outro para ter certeza de que de fato somos felizes?

Com tantas ferramentas na palma da mão através do smartphone, pode ser mesmo tentador sair por aí compartilhando cada momento da vida profissional e pessoal. Um estudo publicado em agosto deste ano, realizado pela Universidade de Michigan, nos EUA, analisou o comportamento de 82 jovens adultos e concluiu que, quanto mais intenso o uso do Facebook, maior era a sensação de infelicidade, provocada justamente pela avalanche de imagens de pessoas bem-sucedidas e sorridentes, em situações de vitória. O que todo mundo sabe é que na vida real as coisas não são sempre assim.

"Abrir a intimidade pode ser positivo para jornalistas porque o que faz sucesso nas matérias, por exemplo, são os personagens. Eu sigo amigos que são conhecidos da mídia que utilizam bem essas ferramentas mostrando bastidores, com os convidados antes de entrar no ar, e nesse sentido a Maria Beltrão, da Globo News, é um ótimo exemplo, porque ela instiga a sua

Autorização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

audiência para o programa sem deixar de ser pessoal", diz Helena. Ainda que o manual "definitivo" de comportamento na web não tenha sido criado, vale lembrar que os valores não mudaram e que as regras de convivência da vida real também valem para as redes sociais. Na dúvida, o melhor é imaginar o que seu chefe pensaria e não publicar, afinal, ninguém gosta de erratas – muito menos na vida real.

Bom senso na rede

Confira dicas para não cometer gafes nem colocar o emprego em risco:

Uma coisa é uma coisa, outra coisa...

Entenda a função de cada rede social. O Facebook é um perfil seu ou uma página pública, não dá certo misturar. Se for postar fotos da intimidade, como tomando cerveja com os amigos, melhor não aceitar solicitação de estranhos, deixe os "seguidores" para o Twitter, perfeito para divulgação de matérias. O mesmo vale para o Instagram.

A diferença entre ego e autoestima

Você é linda, sensual e seus looks arrasam. É preciso se perguntar se seus seguidores estão interessados no seu trabalho ou somente na sua imagem – e se isso prejudica sua carreira. Evite montagem com várias fotos de si mesma, no banheiro, fazendo "bico de pato" ou mostrando a língua.

Não seja um ativista de sofá

Se você tem uma causa, manifeste-se, corra atrás. Mas se sua única ferramenta são posts de imagens chocantes de maus-tratos a animais ou qualquer outro tema, você precisa de uma ocupação de verdade. Ficar lotando a timeline alheia com campanhas de web não muda nada e só irrita.

Apuração ou fiscalização?

Há quem seja especialista em investigar a vida alheia e gaste horas com isso. Como se não bastasse, os "fiscais" ainda gostam de fazer o papel de juízes e avaliam tudo o que você posta. Siga, mas não persiga. Lembre-se de que redes sociais não representam tudo sobre uma pessoa (ainda bem).

Fica à vontade, mas não põe o pé no sofá

Ninguém duvida que as redes sociais aproximam, uma ferramenta e tanto especialmente para quem tem família e amigos que moram longe. Porém, começar a dar pitaco na vida da pessoa a cada post é demais. Se não for para ser positivo nas suas postagens, simplesmente não comente.

Ah, não floode!

Se você posta várias fotos e comentários o dia inteiro, não tenha inocência, porque seus seguidores vão pensar "das duas uma: ou está desempregado ou desocupado". Péssimo sinal para sua reputação em qualquer um dos casos. Evite inundar (daí a palavra "flood", do inglês) a timeline alheia com excesso de postagens.

Como diz o ditado, futebol e religião não se discutem

Ficar agredindo ou ofendendo outras pessoas pela opção religiosa ou time que torcem é prova cabal de intolerância. Respeite a opinião e escolhas alheias. A liberdade de crença e expressão é um direito, garantido na Constituição.

Diga não ao jabá

Autorização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

Antiga prática de abordagem das assessorias, estes brindes enviados têm o objetivo claro de comprar a opinião de jornalistas. Nas redes sociais foram rebatizados de “mimos”, mas seguem com mesmo significado. Colocar foto de produto, anúncio ou preço é propaganda. E pode comprometer sua credibilidade.

***Com informações de Janaína Depiné**

Fonte: Portal Imprensa. [Portal]. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/revista_imprensa/conteudo-extra/61538/profissionais+dao+dicas+para+jornalistas+tirarem+melhor+proveito+das+redes+sociais+no+trabalho>. Acesso em: 4 out. 2013.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.