



POLÍTICA DE CONDUTA NAS REDES SOCIAIS PARA MANIFESTAÇÕES NO ÂMBITO DA ABRACAM

CONTEXTO

1. As redes sociais são utilizadas por organizações, seus colaboradores e representantes para se comunicarem com o público interno e externo. Essa comunicação aberta, que pode ser visualizada por milhões de pessoas em instantes, traz novas oportunidades, bem como novos desafios e novas responsabilidades.
2. Reconhecemos que as interações de nossos associados, colaboradores, e outros envolvidos nas atribuições associativas proveem valor ao aumentar a visibilidade da ABRACAM, incentivar a adesão a atividades, retratar a ABRACAM como referência e impactar positivamente a sociedade. O bom uso de redes sociais aumenta a produtividade e eficiência, aprofunda relacionamentos institucionais e contribui para o alcance dos objetivos da Associação.
3. Associados e colaboradores, membros de conselhos, comissões, comitês e grupos de trabalho, representam a ABRACAM. Suas atividades ajudam a formar a percepção do público e de autoridades sobre a Associação para a qual se dedicam. Embora essas atividades possam favorecer a ABRACAM, a atuação nessas plataformas envolve riscos importantes, uma vez que as redes sociais dificultam a distinção entre público e privado e promovem discussões sem contexto.
4. O posicionamento ou atitude de um associado ou colaborador pode ser vinculado à Associação – mesmo em um perfil pessoal ou postado fora do horário comercial – e potencialmente prejudicar a ABRACAM, seus Associados e seus relacionamentos com reguladores e outras instituições. Estamos cientes de novos níveis de riscos regulatórios e reputacionais que podem nos impedir de alcançar nossos objetivos como Associação e por isso elaboramos esta Política de Conduta, que deve ser observada e respeitada no ambiente associativo.

OBJETIVOS

5. Esta Política de Conduta tem como objetivo principal proteger a reputação e a integridade da ABRACAM, de seus Associados, colaboradores e membros desses colegiados. Estas diretrizes visam incentivar o uso responsável e produtivo das redes sociais, minimizando riscos reputacionais, legais e regulatórios.



6. A ABRACAM respeita o direito de seus Associados, colaboradores e membros de colegiados de utilizar Facebook, Twitter, TikTok, Instagram, LinkedIn, grupos de WhatsApp, blogs e outras redes sociais (já existentes ou que venham a ser criadas) como forma de expressão pessoal, mas é necessário que compreendam as implicações desses posicionamentos para a Associação.

NOÇÕES GERAIS

7. Seus conteúdos, comentários e curtidas podem ser visualizados por jornalistas, clientes, associados, líderes, reguladores e concorrentes. Ao postar, pense em como cada um desses públicos interpretaria seu conteúdo.

8. Conteúdos considerados ofensivos e inadequados podem gerar visibilidade negativa instantaneamente e causar dano financeiro e reputacional a pessoas físicas e jurídicas, especialmente se forem reproduzidos na mídia tradicional.

9. Informações equivocadas publicadas pela Associação ou seus representantes — como argumentos falsos a respeito de um produto ou serviço — podem provocar reações de reguladores. A comunicação nas redes sociais também deve estar enquadrada na legislação e nas normas aplicáveis.

10. Comentários considerados banais no mundo real podem ser interpretados de maneira equivocada no mundo virtual, onde a percepção pode se sobrepor à realidade.

11. Erros acontecem e devem ser corrigidos imediatamente, seja por meio de edição ou exclusão do conteúdo. No entanto, “prints” de tela impedem que o conteúdo seja totalmente eliminado.

12. Suas postagens ficam armazenadas por período indeterminado. Algo escrito hoje pode trazer problemas anos à frente. Na dúvida, não poste.

13. A simples decisão de curtir e compartilhar conteúdos de outras instituições ou pessoas (sobretudo políticos e celebridades) traz os mesmos riscos reputacionais de conteúdos e comentários próprios.

14. Parta do princípio de que seu perfil em uma rede social não é apenas pessoal, mas uma extensão de sua vida profissional. Em um ambiente dominado por percepções, é difícil estabelecer a distinção



entre o papel público e o privado. Por isso, representantes da ABRACAM devem agir com os interesses da Associação em mente, mesmo em seus perfis pessoais ou fora do horário comercial.

15. Cada indivíduo é legalmente responsável pelo que posta e por toda atividade realizada a partir de um e-mail da ABRACAM ou que use ativos da ABRACAM.

16. Potenciais problemas podem ser solucionados sem evoluir para uma crise quando identificados rapidamente e tratados com técnicas de comunicação. Sempre que perceber um problema potencial, acione os profissionais de Comunicação e/ou do Departamento Jurídico.

PRÁTICAS RECOMENDADAS

17. Ajude a ABRACAM a alcançar maior visibilidade e engajamento ao marcar, compartilhar, curtir e comentar conteúdos publicados pela Associação e seus representantes.

18. Aja com os mesmos princípios de honestidade, respeito e consideração que usa em interações presenciais.

19. Fortaleça conexões e relacionamentos em nossa comunidade. Destaque o trabalho colaborativo, reconheça conquistas e entregas de alta qualidade, seja inclusivo.

20. Use linguagem profissional, evitando erros ortográficos e gramaticais.

21. Certifique-se dos fatos e divulgue somente informações corretas e precisas.

22. Corrija erros imediatamente, editando ou apagando a publicação ou o comentário.

23. Se retrate quando apropriado.

24. Respeite direitos autorais e de propriedade intelectual, dando crédito aos autores e evitando acusações de plágio.

25. Respeite opiniões diferentes, retire-se de discussões que se tornarem agressivas ou com uso de palavras ofensivas.

26. Direcione queixas e sugestões em relação à atuação da ABRACAM aos canais oficiais da Associação, evitando debates no espaço das redes sociais. Denúncias relativas a colaboradores e associados devem ser direcionadas à Comissão de Ética da ABRACAM.
27. Redes sociais oferecem uma maneira conveniente e eficaz de criticar uma organização, seus produtos, serviços, condições de trabalho ou qualquer aspecto operacional. Críticas devem ser endereçadas sempre de maneira profissional e cortês, preferencialmente por profissionais designados a lidar com elas.
28. Se perceber a necessidade de uma resposta oficial da ABRACAM, acione imediatamente a Assessoria de Comunicação.
29. Atenha-se à sua área de conhecimento. Direcione questões fora da sua alçada aos profissionais responsáveis por esses temas.
30. Se contatado por jornalista ou outros profissionais de comunicação, não compartilhe nenhuma informação sensível e direcione imediatamente para a Assessoria de Comunicação.
31. Se escolher divulgar conteúdo destoante do posicionamento da ABRACAM, exonere a Associação de qualquer responsabilidade ao incluir a frase “Esta é minha opinião pessoal e não necessariamente reflete a opinião da ABRACAM.”
32. Mantenha-se permanentemente atento à possibilidade de melhorar seus posicionamentos nas redes sociais. Com a evolução de questões sociais e visões dissonantes de diferentes gerações no ambiente de trabalho, as pessoas estão formando novas opiniões sobre posicionamentos que antes não consideravam errados, ofensivos, antiéticos ou prejudiciais. Acolha críticas construtivas e respeitosas e ajude nossos colegas desta mesma maneira.

PRÁTICAS A SEREM EVITADAS

33. Jamais use palavras ofensivas, mesmo se for atacado desta forma.
34. Não faça ou apoie ameaças ou incentive qualquer tipo de violência.
35. Evite qualquer conduta com potencial de interferir nas atividades e interesses da ABRACAM.



36. Evite temas polêmicos, como política, religião, sexualidade e afirmações que possam ser interpretadas como assédio moral ou sexual ou apoio a essas práticas.
37. Ironia é grande fonte de conflitos e mal-entendidos, especialmente quando não se ouve o tom de voz de quem se posiciona.
38. Não fale em nome da ABRACAM se não tiver autorização para isso.
39. Não revele uma notícia sobre a ABRACAM sem autorização prévia.
40. Não endosse produto ou serviço de terceiros.
41. Não compartilhe senhas ou contas.
42. Não compartilhe informações sobre outras pessoas ou conteúdo de conversas privadas sem autorização da contraparte. A ABRACAM leva o direito à privacidade a sério.
43. Não envolva o nome de outras pessoas ou organizações em uma discussão em rede social. Isso pode prejudicar relacionamentos, destruir reputações e causar mal-entendidos, além de infringir leis, contratos e/ou acordos de confidencialidade.
44. Não vaze informações confidenciais ou proprietárias.
45. Não discorde publicamente de colegas ou membros de conselhos em redes sociais. Conflitos internos devem ser resolvidos internamente na Associação.

MEDIDAS DISCIPLINARES

46. Esta Política de Conduta nas Redes Sociais está atrelada ao Código de Ética e de Conduta e à Política de Uso de Tecnologia da Informação da ABRACAM.
47. Denúncias deverão ser dirigidas à Comissão de Ética, que decidirá sobre as eventuais sanções aplicáveis.