

Estudos de comunicação, liberdade de expressão e censura na perspectiva do mundo do trabalho¹

Roseli Figaro²
Universidade de São Paulo - USP

Resumo: Este artigo discute a noção de direitos fundamentais a partir do direito à comunicação e à liberdade de expressão no mundo do trabalho. Retomamos os artigos constitucionais que tratam dos direitos fundamentais. Discutimos o direito de crítica do empregado, conforme estudos de Freitas Melo (2015). Realizamos um balanço das pesquisas realizadas no âmbito do Arquivo Miroel Silveira e do Núcleo de Pesquisa do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura. Finalmente, apresentamos dados de pesquisa empírica desenvolvida sobre a temática do controle e da vigilância no mundo do trabalho. Como conclusão, apontamos a falta de tradição democrática das instituições brasileiras, o desconhecimento sobre os direitos fundamentais constitucionais e a dificuldade de se tratar do tema fora do campo acadêmico.

Palavras-chave: comunicação, liberdade de expressão, controle, vigilância, mundo do trabalho

Introdução

O tema aqui proposto tem sido preocupação não individual, mas de um grupo de pesquisadores que há mais de dez anos dedica-se ao estudo da censura e da liberdade de expressão.

Esses estudos têm como contexto, primeiro, a censura das ditaduras brasileiras e seus órgãos de repressão e cerceamento da liberdade de opinião nas artes, sobretudo, no teatro, e nos demais meios de comunicação, também no discurso jornalístico. Trata-se do Grupo de Pesquisa do Arquivo Miroel Silveira (<http://www2.eca.usp.br/ams/>) que, dos documentos da censura sobre o teatro em São Paulo de 1930-1970, constituiu um acervo da memória sobre a repressão aos direitos da liberdade de expressão dos artistas e seu público. Esse acervo, graças ao desenvolvimento de dois projetos temáticos com apoio da Fapesp, encontra-se organizado e disponível para pesquisa na Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da USP.

¹ Artigo apresentado ao GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, do XV Encontro de Grupos de Pesquisa da Intercom, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, RJ - 4 a 7 de setembro de 2015.

² Professora livre docente do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. Email: figaro@uol.com.br.

Em decorrência dos resultados bastante importantes das pesquisas desenvolvidas no acervo Miroel Silveira, as pesquisadoras fundaram o Núcleo de Pesquisa do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da USP. Esse Núcleo coordena as atividades de pesquisa no Observatório em relação ao tratamento do tema (liberdade de expressão e censura) nos meios de comunicação e nas atividades culturais e do mundo do trabalho. Fruto do Observatório, fundamos a Hemeroteca Digital Miroel Silveira (<http://obcom.nap.usp.br/hemeroteca.php>), lançada em 2012, tem em seu acervo as notícias cujas palavras chave remetem a alguma forma de cerceamento à liberdade de expressão, e que publicadas por diferentes mídias de línguas inglesa, espanhola e portuguesa.

Há, portanto, amadurecimento no estudo sobre a temática e, com isso, podemos afirmar que as pesquisas foram desenvolvidas com espírito bastante inovador e criativo, sempre tendo como perspectiva disponibilizar o conhecimento produzido ao cidadão. A inovação não se dá apenas na forma da expressão dos resultados obtidos, dá-se, sobretudo, na maneira de se construir a problemática de pesquisa. A título de exemplo, a pesquisadora Cristina Costa (coordenadora de todos os projetos) realizou videoentrevistas com cidadãos comuns sobre a perspectiva deles do que é a censura. Foram produzidas dezenas de videoentrevistas, disponibilizadas nos sites referidos, as quais completam a base empírica das pesquisas no acervo de documentos sobre a censura. A professora Mayra Rodrigues Gomes (vice-coordenadora dos projetos) de forma criativa empregou a análise do discurso para estudar as palavras censuradas, provando como a sociedade ainda está presa a preconceitos e estereótipos, sobretudo, de base moral e comportamental. Ela também realiza pesquisa sobre a classificação etária dos produtos culturais. Nós inovamos ao tratarmos o teatro amador e popular, feito em São Paulo entre 1930-1970, como meio de comunicação. Foram estudadas as políticas culturais do Estado e as ações da indústria cultural e dos movimentos populares na formação do circuito alternativo e popular de cultura na cidade de São Paulo.

No Observatório, temos como foco de pesquisa a comunicação, o controle e a vigilância no mundo do trabalho. Dedicamo-nos a buscar e analisar as práticas de cerceamento à liberdade de expressão aos trabalhadores, noticiadas pelas mídias; também dedicamo-nos a compreender como as organizações empresariais tratam o direito à comunicação e implantam processos de controle e vigilância no ambiente de trabalho, prescritos em Manuais de conduta.

São inúmeras as publicações, teses, dissertações e relatórios de pós-doutorado resultados dessas pesquisas³. Também fazem parte dos resultados dessas investigações as relações internacionais com grupos de estudiosos de Portugal, Espanha e França. Neste balanço sintético e introdutório, pode-se avaliar a efetiva contribuição que esses pesquisadores têm dado ao campo da Comunicação, tratando de um tema importante para a história e a política de comunicação no País e, hoje, revigorado pelas novas formas de controle, vigilância e cerceamento à liberdade de expressão.

Nesse contexto, temos por objetivo refletir sobre o conceito de liberdade de expressão no mundo do trabalho e como ele tem sido discutido e aplicado pelas empresas.

A Constituição brasileira, os direitos fundamentais e a liberdade de expressão

A Constituição brasileira de 1988, também conhecida como a Constituição cidadã, tem em seu Título II, Dos direitos e garantias fundamentais, Capítulo I, Dos direitos e deveres individuais e coletivos, no Artigo 5., o enunciado de que:

“Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(.....)

III - ninguém será submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante;

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

(...)

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

³ Citamos apenas algumas das dissertações e teses defendidas: Mestrados: A produção audiovisual como mediação na prática científica, por Denise Ramos Gonçalves; Arquivo Miroel Silveira: uma leitura dos processos da censura prévia ao teatro sob o prisma do gerenciamento de informações, por Maria Aparecida Laet; Boca do Lixo: Erotismo, pornografia e poder no cinema paulista durante a ditadura militar (1964-1985), por Caio Túlio Padula Lamas; Jornalistas e dramaturgos: influência da prática jornalística na dramaturgia no Brasil em meados do século XX, a partir dos prontuários de censura do Arquivo Miroel Silveira; por José Ismar Petrola Jorge Filho. Doutorados: Coincidências da censura: figuras de linguagem e subentendidos nas obras teatrais do Arquivo Miroel Silveira, por Andrea Limberto Leite; Mixórdia no picadeiro: circo, circo-teatro e circularidade cultural na São Paulo das décadas de 1930 a 1970, por Walter de Sousa Junior; O ato da sociedade paulista: opinião pública e censura ao teatro de 1957 a 1968: manifestações populares presentes nos processos do Arquivo Miroel Silveira da Biblioteca da ECA/USP, por Carla de Araújo Rizzo, entre outros.

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

(...)

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal; ([Vide Lei nº 9.296, de 1996](#))

(...)

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

(...)

XLII - a prática do racismo constitui crime inafiançável e imprescritível, sujeito à pena de reclusão, nos termos da lei;

(...)” (nos termos da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em : http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

Acesso:15/07/2015)

Transcrever os excertos da legislação do país neste artigo, dando continuidade ao nosso estudo da comunicação e da livre expressão no mundo do trabalho, contribui para a formulação dos problemas de pesquisa em duas instâncias de preocupações: a) verificar o quanto nossa Constituição está forjada sobre forte consciência democrática civilizatória, pois, nos itens destacado do Art. 5, é notório o fundamento progressista, humanista e democrático de nossa legislação maior; b) verificar quanto estamos longe de incorporar (não só por parte do Estado) o conjunto dos preceitos legais destacados.

Com relação à primeira questão (a), é pertinente inferir que a maioria da população não tem noção do que significa a Carta Constitucional e seus preceitos fundamentais. Destaque-se sobre o assunto o que afirma Silva, em artigo do site *Juízes para a Democracia* (sugestivo título, aliás, faz pensar no seu contrário):

A Constituição Federal de 1988 refundou o Estado Brasileiro a partir de bases democráticas. A função jurisdicional foi uma das que mais recebeu atenção, com significativas modificações, o que revelou a intenção do constituinte de fortalecer o Estado Democrático de Direito. (Silva, s.d.)

Esse enunciado instiga uma série de perguntas de pesquisa na área da Comunicação: Qual é a recepção que a população tem da Carta Constitucional? Qual é a recepção que fazem os juízes de Direito sobre a Carta Constitucional? Haverá pontos de vista e valores por parte dos profissionais do Direito que vão de encontro (portanto contra) aos preceitos fundamentais em que se baseiam a Constituição? Como os veículos de comunicação, com concessão pública para funcionamento, interpretam e praticam os preceitos fundamentais da Constituição? Será que os produtores e programadores de rádio e televisão estão cientes dos preceitos Constitucionais?

Sem pretensões de tratar dessas questões neste artigo, mas somente a título de exemplo, de como as perguntas acima têm pertinência, vale comentar matéria publicada no site de Carta Capital, em 10/02/2014, questionando a impunidade dos meios de comunicação ao infringirem os fundamentos constitucionais. Já no título: “Violação dos direitos humanos na mídia: até quando?”⁴, a autora Ana Graziela Aguiar, cobra uma resposta sobre a forma como a âncora do programa dito jornalístico, do canal de TV SBT, Rachel Sheherazade, comenta a agressão sofrida por um jovem, suposto infrator, sendo ele acorrentado em um poste, na cidade do Rio de Janeiro. O comentário da profissional do SBT provou polêmica nacional, e, infelizmente apoio de muitas pessoas. Além de trazer à tona a discussão sobre se seria conveniente processá-la por emitir opinião xenófoba e preconceituosa, até mesmo fascista, fez-nos ver o quanto a sociedade brasileira ainda carece de valores civilizatórios e democráticos. Mesmo o Ministério Público Federal tendo dado início a uma ação civil pública contra o SBT, inúmeros foram os jornalistas que defenderam a expressão da opinião de Sheherazade. A questão é polêmica, mas de fato, a âncora tem o direito de expressar suas opiniões. No entanto, como profissional da comunicação social deveria ter conhecimento de seu pacto com os direitos constitucionais que, sobretudo, defendem a vida, a dignidade e a integridade física das pessoas. Na falta desse compromisso por parte da dita profissional, a legislação deve ser aplicada *a posteriori* e, a opinião já expressa, como ato criminal, deve ser julgada e incriminada.

Outra matéria jornalística trata o assunto por viés diferente, o das consequências que a profissional deveria sofrer ou sofreu, devido manifestar suas opiniões em rede nacional de TV, ao vivo. A notícia tem por título: “Com salário de R\$ 90 mil, Sheherazade pensou que seria demitida do SBT”⁵. Além de a âncora do telejornal do SBT ter o direito de expressar sua opinião como pessoa, ficam as questões: Teria ela o direito de, como profissional de uma rede de televisão, fazendo a linha de frente de um programa jornalístico, emití-las durante a programação, infringindo a Constituição do País? Se a profissional tomou essa atitude, ela o fez porque seu empregador tem entre os valores e a missão da empresa

⁴ Ana Graziela Aguiar. Violação de direitos humanos na mídia: até quando?. Carta Capital. 10/02/2014. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/violacao-de-direitos-humanos-na-midia-ate-quando-5219.html>. Acesso em 15/07/2015.

⁵ Da Redação. Com salário de R\$ 90 mil, Sheherazade pensou que seria demitida do SBT. Bol Notícias. 15/04/2014. Disponível em: <http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2014/04/15/com-salario-de-r-90-mil-sheherazade-pensou-que-seria-demitida-do-sbt.htm>. Acesso: 15/07/2015.

opiniões semelhantes às expressas pela jornalista? Se como enuncia a matéria referida, de que Sheherazade pensou que seria demitida, mas foi apenas advertida, e o canal televisivo tomou algumas providências por interesses na receita publicitária do Governo Federal e não para seguir as leis do País, fica a questão: a empresa, que tem por negócio a produção de conteúdo noticioso ou ficcional, deve permitir que seus funcionários manifestem suas opiniões, mesmo que elas firam a Constituição?

Por muito menos, colunistas e jornalistas importantes foram demitidos das empresas onde trabalhavam. Nosso estudo, no Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura, com o levantamento de material divulgado nas mídias, pode identificar várias matérias sobre demissão de jornalistas entre 2013 e 2014. Mas, antes mesmo da existência da Hemeroteca Digital sobre liberdade de expressão e censura, vimos acompanhando as notícias de demissões de jornalistas e, entre elas, destacamos a que trata da demissão, pela Abril, do jornalista Felipe Milanez. Editor da revista National Geographic Brasil, ele foi demitido por comentar, em sua conta no twitter, conta particular, matéria de um dos veículos de seu empregador, a revista Veja, sobre xenofobia em relação aos índios bolivianos. Como se vê, o jornalista, em sua conta do twitter, sendo funcionário da Abril não pode expressar sua opinião contrária ao xenofobismo, conforme direito fundamental regido pela Constituição. Nessa mesma matéria há a fala do advogado Marcos Alencar e de outros consultores afirmando a respeito da correção da atitude da empresa. Sobre a demissão de Milanez, observe-se o comentário do advogado⁶:

O advogado trabalhista Marcos Alencar, do Dejure Advogados, de Pernambuco, que é também autor de um **blog jurídico**, afirma que o jornalista errou ao publicar tais comentários, uma vez que ele era empregado e remunerado e provido pela editora.

Se o empregador age de forma temerária ao ponto de fazer o empregado sentir-se mal, cabe ao empregado, em tese (desprezando a necessidade de emprego que todos nós temos) de pedir as contas e buscar novo empregador que se adeque à conduta ética e moral que ele empregado defende, justifica.

Para o advogado, a empresa tem a sua razão em demitir o profissional, e poderia fazê-lo, inclusive, com respaldo legal. Poderia alegar quebra do respeito, da confiança e até da subordinação funcional que rege a relação de emprego e o contrato de trabalho, aplicar o art.482 da CLT e demitir por justa causa, comenta Alencar. (Nomura, 2010, Portal IG)

⁶ Nomura, Maria Carolina. Demissão por comentário em rede social gera polêmica. Não há separação pessoal x profissional na web, diz consultor. **iG São Paulo**. 17/05/2010. Disponível em: <http://economia.ig.com.br/carreiras/demissao-por-comentario-em-rede-social-gera-polemica/n1237729612130.html> Acesso: 15/07/2015.

A opinião do advogado tem sido a de muitos outros profissionais da área, inclusive de juízes trabalhistas que têm dado ganho de causa a empresas que demitem por justa causa empregados que usaram o nome da empresa nas redes sociais sem atentar para as normas prescritas.

Mas essas posições são vistas com reservas e passam a exame de pesquisadores da área do Direito. O mais recente trabalho publicado sobre o tema é o da pesquisadora Cristiane Maria Freitas de Mello, cujo título: *Direito de crítica do empregado nas redes sociais. E a repercussão no contrato de trabalho*, nos dá conta de um estudo em que os direitos fundamentais da pessoa, garantidos pela Constituição, são discutidos à luz da legislação sobre as relações de trabalho e suas implicações para a sociedade democrática. Nas palavras da autora:

Partindo da premissa indiscutível de que o empregador, mesmo pessoa jurídica, tem direito à honra e imagem, no desenlace, segue-se finalmente, o exame da colisão entre o direito à honra e imagem do empregador e o direito à liberdade de crítica do empregado nas redes sociais, com pesquisa acerca da solução adequada para superação dos conflitos, uma vez que, por ser um direito fundamental, e pela coerência democrática, a restrição do direito à liberdade só se justificaria com previsão legal, autorizada pela Constituição. Na ausência dessa legislação, a pesquisa se volta também à atuação do Judiciário e suas técnicas para o sopesamento dos direitos fundamentais em jogo e à observação se, de fato, está sendo mantido, no caso concreto, o núcleo essencial do direito não prevalente. (Mello, 2015, p. 20)

Como se deduz, do excerto da pesquisadora, esse tema está em discussão e é polêmico, sendo a jurisprudência para a demissão por justa causa de empregados que se manifestam contra as empresas nas redes sociais um tema em aberto. Mesmo assim, é, no mínimo, muito intrigante que os direitos fundamentais garantidos na Constituição ainda sejam submetidos aos interesses comerciais privados.

A simples comparação entre o caso Sheherazade e o caso Milanez salta à vista, porque nos leva a entender que o direito privado, ou seja, a manifestação da empresa sobre o seu funcionário está acima (tem mais força de Lei) do que os preceitos constitucionais de respeito à pessoa humana, à dignidade, e contrários à discriminação racial ou étnica, à tortura, ao tratamento desumano ou degradante, conforme o Art.5 da nossa Constituição, acima transcrito.

A censura, o controle e a vigilância no mundo do trabalho

Esses dados da realidade levam-nos à pesquisa *Comunicação e Censura no mundo do trabalho: instituições, marcas e poder econômico como cerceadores da liberdade de expressão e do direito à informação*. Essa investigação tem por objetivo verificar como as empresas regulam as relações de comunicação a partir de manuais de conduta que normatizam o controle e a vigilância que as empresas desempenham no monitoramento das redes sociais e dos emails de seus funcionários. Restringimos, dessa maneira, a investigação ao cenário da comunicação na internet, sobretudo, nas redes sociais. Essa delimitação deve-se à natureza delicada da pesquisa que trata da regulação dos processos de comunicação entre empresa e funcionários. A comunicação pelas redes sociais trouxe às claras um tema recorrente e pouco estudado, pois priorizam-se para estudo os enunciados sobre a missão e os valores das empresas e o senso comum no qual há a naturalização da soberania, em todos os sentidos, da empresa sobre o empregado.

Para dar início à nova pesquisa, realizamos um estudo exploratório com sete manuais de conduta de grandes empresas, com sedes no Brasil. O resultado foi publicado como: *Vigilância e controle à comunicação no mundo do trabalho*, no livro *Diálogos sobre a censura e a liberdade de expressão. Brasil e Portugal* (2014). Nele analisamos sete manuais, escolhidos por meio da busca no Google, pela palavra chave manual de conduta nas redes sociais, são eles: Manual de conduta nas mídias sociais Fibria; Diretrizes da Intel para mídia social; Código de conduta da Votorantim; Manual de conduta para colaboradores Ibope; Manual de conduta para uso nas redes sociais Máquina Public; Manual de conduta nas redes sociais colaboradores Grupo Informe de Comunicação Interna; Cartilha de redes sociais Febraban.

Os primeiros resultados da análise dos dados também estão explicitados no mesmo artigo cujo teor é o que segue:

De modo geral, as empresas, em seus manuais e/ou códigos de conduta citam o direito à liberdade de expressão, mas não o entendem. Pois tratam o empregado como um objeto, propriedade dela em tempo integral. O empregado deixa de ter a sua personalidade. É identificado com a marca, seu direito privado de imagem e de vontade está submetido aos valores da marca da empresa. Esta é a forma mais maquievélica de destruição do *ethos* pessoal, mais do que vigilância a empresa planeja dominar o imaginário e as aspirações do empregado. Outro dado relevante apreendido da leitura desses manuais é a importância que a área de comunicação corporativa adquire como *contrôleur* da imagem da empresa nas redes sociais e, portanto, no monitoramento dos conteúdos em que o nome da empresa aparece. O papel de guardião da imagem da empresa de certa forma sempre foi da área de comunicação, embora o marketing também cuide desse tema. No entanto, esse papel acentuou-se ainda mais e a comunicação corporativa exerce um papel

muito fino de acompanhamento e monitoramento das ações dos públicos internos e externos à empresa nas redes sociais. Essa posição de *contrôleur* tem sido assumida por uma nova função, para qual o perfil mais buscado é o de jovens comunicadores, trata-se do analista de mídias sociais. Uma das tarefas dessa função é a de monitorar marcas, personalidades e palavras (perigosas) para tirar de circulação todo e qualquer contraditório. Há também linhas de *softwares* desenvolvidas para o monitoramento das redes sociais. (Figaro, 2014:143)

Desde as análises das notícias jornalísticas, coletadas pela equipe do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura, vimos construindo um conjunto de dados empíricos bastante relevantes que demonstram a contradição entre o direito à liberdade de expressão e as normas prescritas para a comunicação na empresa. Essa contradição foi confirmada pelos resultados da pesquisa exploratória com os manuais de conduta.

Conquanto os estudos já realizados permitam criar categorias conceituais e teóricas sobre a questão do controle e da vigilância no mundo do trabalho, avaliamos ser pertinente ampliar a investigação, buscando com os mesmos critérios (palavra-chave, na busca do Google) os Manuais de conduta de 50 grandes empresas de diversificados ramos econômicos. O número de 50 foi estabelecido por conveniência de realização da pesquisa e também por avaliarmos ser um número bastante representativo das empresas no Brasil. Os Manuais de conduta selecionados para a pesquisa e a classificação inicial sobre os respectivos procedimentos das empresas sobre a comunicação nas redes sociais estão na Tabela I. Essa Tabela foi formulada com o critério da leitura integral de cada Manual de conduta, antecedida da pesquisa no site da empresa sobre os valores e a missão que cada qual enuncia para si. O segundo passo foi criar a classificação de cada modalidade de Manual de conduta. Essa classificação é inicial e demanda aprofundamentos do estudo de cada empresa.

Tabela I

Classificação dos Manuais de Conduta sobre a comunicação nas redes sociais de 50 empresas no Brasil

| EMPRESA | CLASSIFICAÇÃO | BREVE COMENTÁRIO |
|----------------|---|--|
| Embrapa | Específico de mídias sociais. Monitoramento | Manual muito completo apresenta desde motivos para se usar as redes sociais, regras de “netiqueta” e explicação detalhada do funcionamento de diversas redes sociais até as penalidades que o funcionário está sujeito caso utilize as mídias sociais de forma indevida. Foi um dos pioneiros e serviu de modelo para vários outros manuais. |
| Fibria | Específico de mídias sociais. Monitoramento | Manual bem simples, foca na diferença entre falar “em nome da empresa” e “sobre a empresa”. Em caso de dúvidas a área de Comunicação Corporativa deve ser consultada. |

| | | |
|-----------------------------|---|---|
| Ibope | Específico de mídias sociais. Monitoramento | Explica de forma didática o uso dos diferentes tipos de rede social e as ferramentas que a empresa utiliza. Há uma suposta “Equipe Digital” preparada para lidar com as mídias sociais e os funcionários. |
| Magnum | Específico de mídias sociais. Monitoramento | O manual é simples e é baseado nos da Fibria e da Embrapa. Há uma pessoa na empresa responsável pelas mídias sociais. |
| Grupo Informe | Específico de mídias sociais. Monitoramento | Manual bem simples, foca nos cuidados ao expor a empresa. Na empresa existe uma suposta Coordenação das Redes Sociais. |
| Febraban | Específico de mídias sociais. Monitoramento | Manual interessante, começa com uma introdução teórica sobre a fusão do ‘real’ e ‘virtual’ e os impactos das redes sociais; depois dá alguns conceitos de rede social e apresenta as <u>orientações de conduta</u> de forma didática. |
| Grupo Máquina | Específico de mídias sociais. Controle | O manual dá orientações gerais e explicita que é feito <u>certo controle dos ambientes digitais</u> . Em caso de dúvidas deve ser contatadas as equipes da MWeb e de Tecnologia da Informação (TI). |
| Intel | Específico de mídias sociais. Orientação | Uma página, disponível no site da Intel, apresenta as “Diretrizes da Intel para Mídia Social”. A empresa possui um Centro de Excelência em Mídia Social e oferece treinamento Social Media@Intel. |
| Dell | Específico de mídias sociais. Orientação | Documento disponível em uma seção do site que apresenta a “Política Global de Mídias Sociais” da empresa. Em caso de dúvidas, entrar em contato com o time Social Media and Communities University (SMaC U), que também oferece treinamentos aos funcionários. |
| Coca-Cola | Específico de mídias sociais. Orientação | “Princípios de Mídia Social” da empresa é um documento bem simples e direto que orienta o uso das mídias sociais pelos funcionários, tanto para uso pessoal quanto para os porta-vozes da empresa. |
| Claro | Específico de mídias sociais. Orientação | Interessante que esse é um Código de Conduta nas Redes Sociais, mas que não é voltado aos funcionários e sim às pessoas que participam das mídias sociais da empresa. |
| Ministério da Defesa | Específico de mídias sociais. Monitoramento | Código de conduta muito interessante, está no facebook e é destinado ao público em geral que interage nos canais do Ministério da Defesa. São dadas algumas regras e fica o aviso de que caso os usuários quebrem essas regras, eles podem ter seus comentários apagados, ou até mesmo serem excluídos do canal. |
| Grupo Pão de Açúcar | Controle de informação | Manual interessante abrange as redes sociais e apresenta indicativos de controle de informação. |
| Braskem | Controle de informação | Apesar de não abranger redes sociais, ao se referir a Internet, o Manual é bem direto e diz que não garante a privacidade nesse meio. |
| Votorantim | Controle de informação | Manual bem completo. Deixa evidente que há monitoramento da internet. Sobre mídias sociais não há nada específico nesse manual, mas depois o Manual cita um manual direcionado ao uso profissional das mídias sociais, mas não consegui encontrar tal documento. Há uma Ouvidoria preparada para receber, analisar e solucionar questões relacionadas ao Código de Conduta. |
| Odebrecht | Controle de informação | O manual não abrange mídias sociais especificamente, mas fala de internet e apresenta evidências de controle dos meios digitais. |
| Raizen | Controle de informação | O manual não cita redes sociais, mas ao falar do “Uso pessoal de TI e Comunicações”, a empresa evidencia que há certo |

| | | |
|---------------------------------|------------------------|---|
| | | controle. |
| Hypermarcas | Controle de informação | Manual apresenta indícios de controle de informação. Além disso, há um item do manual destinado ao uso de redes sociais. |
| P&G | Orientação | Há uma parte específica no Manual sobre mídias sociais, contendo <u>algumas indicações de conduta</u> . |
| Leão alimentos e bebidas | Orientação | Há um tópico “Uso e exposição de informações em redes virtuais”. Interessante que é o único manual que eles <u>dizem respeitar a liberdade de expressão</u> : “A LEÃO respeita o direito à livre expressão, à privacidade e à liberdade de todos os funcionários, acionistas, fabricantes do Sistema Coca-Cola Brasil, fornecedores, prestadores de serviços, clientes e consumidores.” |
| Grupo RBS | Orientação | Manual bem completo. Há um tópico bem breve sobre o uso das mídias sociais. |
| Oi | Orientação | Abrange a internet, no uso de ferramentas colaborativas e de mídias digitais. |
| Magazine Luiza | Neutro | Abrange o uso da internet, mas não há nada específico para as redes sociais. |
| Ambev | Orientação | Há um tópico “Diretrizes para redes sociais e aplicativos de mensagem instantânea” que apresenta algumas <u>recomendações de conduta</u> . |
| Volvo | Orientação | No item “Uso de recursos da empresa” há <u>recomendações de conduta no uso da internet</u> e é feita uma breve menção às redes sociais. |
| O Boticário | Orientação | Há um tópico sobre o uso de redes sociais, com algumas indicações de conduta. |
| GVT | Orientação | Há um item no manual chamado “Prudência e zelo nas redes sociais”, com dois breves parágrafos sobre o que se espera de conduta nas redes sociais. |
| 3M | Monitoramento | No manual há orientações sobre o uso de recursos eletrônicos, e dentre as recomendações tem: “Cumpra os Padrões de Mídias Sociais da 3M”, mas não se consegue encontrar tal documento. |
| Fiat | Orientação | O manual faz referências as “Linhas Guia” que devem orientar os colaboradores na utilização dos sistemas digitais, não se sabe se inclui redes sociais ou não. Não conseguimos encontrar esse documento. |
| Cargill | Orientação | Há apenas uma menção às redes sociais, que diz que os princípios éticos e políticas da empresa também devem ser respeitados no meio digital. |
| Gerdau | Orientação | Abrange o uso da internet, mas não há nada sobre redes sociais e nem que indique controle de informação. |
| Vale | Orientação | Manual bem sucinto e entre as condutas esperadas está “Atuar nas redes sociais respeitando os valores da Vale e este Código”. |
| Marisa | Pouco relevante | Não fala de internet, nem mídias sociais. |
| Carrefour | Pouco relevante | Manual simples e genérico. Não fala de internet ou redes sociais. |
| Arezzo | Monitoramento | Não abrange a utilização da internet e uso das mídias sociais. Há um Departamento de Auditoria Interna e a Diretoria de Gente&Gestão, que são responsáveis por resolver as questões referente ao manual de conduta. |
| Petrobrás | Pouco relevante | Manual mais geral, não é destinado apenas aos funcionários. Não cita redes sociais, nem internet. |

| | | |
|--------------------|-----------------|--|
| Sabesp | Pouco relevante | Bem genérico, não fala de internet, muito menos de redes sociais. |
| Infraero | Pouco relevante | Bem genérico, não fala de mídias sociais, nem internet. |
| TAM | Pouco relevante | Existe um Comitê de Ética da TAM. Manual direcionado a todos os stakeholders. Não fala de redes sociais, nem internet. |
| Polishop | Pouco relevante | Abrange o uso da internet, essencialmente no uso profissional. Não há uma parte específica para o uso das mídias sociais. |
| BNDS | Pouco relevante | Não fala de internet nem mídias sociais. |
| Embraer | Pouco relevante | Não cita nem internet nem mídias sociais. |
| Gol | Pouco relevante | Não fala de internet nem de mídias digitais. |
| Eletróbrás | Pouco relevante | Não fala de internet nem de redes sociais. |
| Grupo Abril | Pouco relevante | Manual direcionado a todos os stakeholders. A única menção que se faz à internet é em relação ao correio eletrônico. Não há nada sobre mídias sociais. |
| Itaú | Pouco relevante | Há uma única menção (pouco relevante) à internet. Não cita redes sociais. |
| AkzoNobel | Pouco relevante | Há um item “Uso de internet/Código de Conduta de Informática”, mas não há menções ao uso das mídias sociais. |
| Klabin | Pouco relevante | Há referência a meios eletrônicos, mas não a controle de informação, nem nada a respeito de mídias sociais. |
| Volkswagen | Pouco relevante | É um código de conduta da empresa para seus fornecedores, e não para os funcionários. |
| Sadia | Orientação | Só há uma menção à internet, em que se diz que não se deve usar os meios eletrônicos para fins não autorizados. Não há nada sobre mídias sociais. |

Esses 50 Manuais, somados aos sete Manuais de conduta da pesquisa exploratória, permitem fazer algumas ponderações. (i) Poucas empresas tornam explícitos para os funcionários e o público externo as normas de conduta que estabelecem em relação à comunicação, sobretudo, nas redes sociais. (ii) Foi difícil conseguir cumprir a meta das 50 empresas com Manuais de conduta, mesmo assim, muitas delas, não trazem prescrições específicas para uso da internet e redes sociais. (iii) Há empresas que indicam em seus manuais a existência de orientações, monitoramento e controle; outras se restringem a orientações e monitoramento; outras ainda indicam orientações, sem deixar explícito se há espécie de monitoramento. (iv) a leitura dos manuais de conduta não permite por definitivo afirmar a prática da empresa sobre as relações de comunicação com seus empregados. (v) A falta de normas explícitas sobre o que a empresa espera da conduta de seu empregado demonstra que há uma lei tácita de que a empresa sempre tem razão, e o silêncio é a forma da expressão imposta.

Para aprofundar o estudo e ampliar a base de dados, demos início a uma nova rodada empírica, com a técnica da entrevista. Elas serão realizadas com os responsáveis pela gestão dos Manuais de Conduta e/ou da comunicação interna na organização. A primeira entrevista já foi concedida pelo responsável, na Embrapa, pelas normas de conduta nas redes sociais. A entrevista foi precedida de contato com empresa, autorização e aceite de participação na investigação. Embora em processo de análise, a entrevista com o responsável na Embrapa permite afirmar: a empresa tem grande preocupação em orientar da maneira mais clara possível seus funcionários sobre a política de comunicação e acesso às redes sociais; há um monitoramento diário com relatório ao superior, sobre como o nome Embrapa é usado nas mídias e nas redes sociais; há um setor específico na área da Comunicação da empresa para a regulação e monitoramento do uso das redes sociais pelos empregados; há possibilidade de sanções mediante o não cumprimento do Manual de conduta.

Considerações finais

A partir do balanço de mais de dez anos de pesquisa com a temática da censura e da liberdade de expressão, realizadas pelo grupo de pesquisa do Arquivo Miroel Silveira, com a pesquisa sobre a censura ao teatro amador de 1930-1970, depois, avançando para o Observatório Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura, Obcom, do Núcleo de Pesquisa de mesmo nome, no qual participamos da elaboração dos estudos da Hemeroteca digital, e, no momento, com a pesquisa sobre o controle e a vigilância da comunicação no mundo do trabalho, temos a considerar finalmente, a relevância e produtividade desses estudos.

Na etapa atual da pesquisa, de realização de entrevistas, precisamos de apoio material e de recursos humanos, visto o volume do empreendimento e da responsabilidade de sua execução em tempo hábil.

Por fim, cabe salientar que as pesquisas sobre e no mundo do trabalho sempre dependem da disponibilidade de a empresa aceitar a presença do pesquisador sem impor regras e vieses que inviabilizem a investigação com fins acadêmicos e independentes. Nesse sentido, temos de agradecer aos que compreendem a finalidade de pesquisas desse tipo, pois nosso compromisso é com a produção de conhecimento para levarmos a cabo o que rege a Constituição brasileira sobre os direitos fundamentais dos cidadãos.

Referências

AGUIAR, Ana Graziela. Violação de direitos humanos na mídia: até quando? Carta Capital. Disponível em : <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/violacao-de-direitos-humanos-na-midia-ate-quando-5219.html> Acesso: 15/07/2015.

BOL NOTÍCIAS. Com salário de R\$ 90 mil, Sheherazade pensou que seria demitida do SBT. Disponível em: <http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2014/04/15/com-salario-de-r-90-mil-sheherazade-pensou-que-seria-demitida-do-sbt.htm> Acesso: 15/07/2015.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em : 15/07/2015.

COSTA, Maria Cristina. A Censura em Cena: teatro e censura no Brasil. São Paulo: Fapesp/Imprensa Oficial/Edusp, 2008.

_____. (org.) Censura, repressão e resistência no teatro brasileiro. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP, 2009.

FIGARO, Roseli. *A censura à comunicação no mundo do trabalho*. In: COSTA, Maria Cristina.(org.) A censura em debate. São Paulo: ECA-USP, 2014.

_____. Vigilância e controle à comunicação no mundo do trabalho.In: _____(org.). Diálogos sobre censura e liberdade de Expressão. Brasil e Portugal. São Paulo: ECA-USP, 2014.

_____. Na cena paulista, o teatro amador. Circuito alternativo e popular de cultura (1927 - 1945). São Paulo: Fapesp/Ícone, 2008.

GOMES, Mayra Rodrigues.(org.) Palavras proibidas. Pressupostos e Subentendidos da censura teatral. São Paulo: Fapesp/ Bluecom, 2010.

MELLO, Cristiane Maria de Freitas. Direito de crítica do empregado nas redes sociais. E a repercussão no contrato de trabalho. São Paulo: LTR, 2015.

NOMURA, Maria Carolina. Demissão por comentário em rede social gera polêmica. Portal IG. Disponível em : <http://economia.ig.com.br/carreiras/demissao-por-comentario-em-rede-social-gera-polemica/n1237729612130.html> Acesso: 15/07/2015.

SILVA, Alessandro. Defensoria Pública em Santa Catarina: o desafio da consolidação do Estado Democrático de Direito. Juízes pela democracia. Disponível em: http://www.ajd.org.br/artigos_ver.php?idConteudo=66 Acesso: 15/07/2015.