



INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS

NOTA TÉCNICA Nº 1/2020/COMISSÃO-ÉTICA/GABIN

PROCESSO Nº 02001.012082/2020-11

INTERESSADO: COMISSÃO DE ÉTICA DO IBAMA

1. ASSUNTO

1.1. Manifestações políticas e/ou pessoais dos agentes públicos do Ibama em redes sociais.

2. REFERÊNCIAS

2.1. Código de Conduta Ética dos Agentes Públicos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Portaria nº 2534, de 11 de julho de 2019, publicada no Boletim de Serviço 07A do Ibama, em 12 de julho de 2019);

2.2. Portaria Ibama nº 560, de 27 de fevereiro de 2020;

2.3. Decreto nº 1171, de 22 de junho de 1994.

3. ANÁLISE

Trata a presente Nota Técnica de sugestão de orientação prática quanto ao enquadramento de algumas postagens de servidores em redes sociais, no que dispõem os artigos 6º, inciso III, 8º, inciso X, 9º, incisos III, IV, XIII e XIV, 20 e 22, do Código de Conduta Ética dos Agentes Públicos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Portaria nº 2534, de 11 de julho de 2019, publicada no Boletim de Serviço 07A do Ibama, em 12 de julho de 2019).

A presente Nota se justifica pelo recorrente recebimento de denúncias por esta Comissão, das condutas práticas que serão listadas abaixo, e pela atual dificuldade do próprio servidor em compreender algumas dessas condutas como descumpridoras dos preceitos e dispositivos éticos supramencionados.

Importante relembrar que o Código de Conduta Ética do Ibama aplica-se ao conceito de agente público do parágrafo único de seu artigo 2º, qual seja: "para fins deste Código, entende-se por agente público do Ibama todo aquele que, por força de lei, contrato ou qualquer outro ato jurídico ou administrativo, preste serviços ao Ibama de natureza permanente, temporária, excepcional ou eventual". Assim, as presentes orientações também se aplicam a todos enquadrados no referido dispositivo.

Abaixo, serão exemplificadas as condutas mais recorrentes objeto de denúncias junto a esta Comissão, e as considerações que esta CE/Ibama entende cabíveis em cada caso. Reforça-se o caráter meramente orientativo e preventivo, para mitigar conflitos decorrentes do uso indevido das redes sociais pelo **agente público do Ibama**, assim identificado publicamente como tal.

3.1. Redes sociais de natureza ou acesso privativos (grupos privados de Whatsapp, Skype, Telegram, etc).

Como premissa, entende-se por redes sociais de natureza ou acesso privativos aquelas cujo acesso é limitado às pessoas admitidas no grupo por um administrador, mediante convite ou inclusão, não aberta à leitura por terceiros, e que pressupõem uma certa confiança entre os membros, de modo que certas coisas que ali são ditas não seriam intencionadas de divulgação externa pelo autor da postagem inicial.

Assim, como premissa, a informação que tenha sido divulgada em meio externo a esses grupos de acesso privativo passa a ser de responsabilidade de quem a divulgou em acesso externo, limitando-se a responsabilidade do autor original da postagem ao alcance original da sua postagem (os membros do grupo).

As condutas que recorrentemente vêm sendo objeto de denúncias junto a esta Comissão, neste tipo de rede social mais exclusiva, tratam principalmente de xingamentos ou desabaços mais exaltados em relação ao órgão, a autoridades da linha hierárquica direta do Ibama, ou a colegas de órgão. Em alguns casos, há uma certa confusão quanto à natureza do grupo de contatos onde a postagem foi feita, pois grande parte das unidades possuem um grupo de comunicação interna, identificada pelo nome da respectiva unidade, Coordenação ou Divisão.

Para esses casos, entende-se que a postagem original feita pelo autor, por ser acessada apenas pelo público interno do órgão, não incorreria, nesse primeiro momento, no que dispõem os artigos 6º, III, 8º, X, 20 e 22 do Código de Ética do Ibama, se entendermos que estes possuem como bem jurídico tutelado **a imagem do órgão junto ao público externo**.

Porém, o servidor autor das postagens deve sempre observar a urbanidade, a vedação a causar prejuízos à reputação de colegas (incluindo chefes), e o caráter reservado ou sigiloso de certas informações a que teve acesso em razão de seu trabalho. Além disso, certas palavras exaltadas, mesmo que em caráter de desabaço, podem desdobrar-se em um ambiente tóxico de trabalho, suscitando conflitos dentro da unidade se essa exaltação se tornar recorrente.

Assim, esta Comissão é sensível à necessidade que os servidores possuem de conversar entre si sobre certas insatisfações no ambiente de trabalho, e que esses momentos de “desabaço” possuem um caráter profilático de evitar que esses conflitos se recrudesçam em ações presenciais de desprezo ou troca de ofensas.

Porém, deve-se sempre atentar para quem é o **público presente no grupo privativo**, se realmente existe um círculo de confiança ou se há pessoas ali que nem sequer conhecem pessoalmente o autor da postagem, bem como se o grupo onde foi feita a postagem teria ou não um caráter proto-oficial, de manifestação exclusiva para fins de trabalho, onde então seria inadequado se proferir ofensas ou xingamentos.

Importante ressaltar ainda que, nos grupos que sejam **criados para discussões apenas do ambiente de trabalho**, com diligências e discussões pertinentes à rotina de atividades da unidade ou Coordenação, recomenda-se que preferencialmente a moderação seja feita pelos próprios chefes de unidade, e reafirmando aos presentes a preferência de que se evite a discussão de temas alheios a essa rotina. Recomenda-se ainda que, sempre que possível, o administrador ou moderador reafirme com os presentes as regras de conduta do grupo, ou mesmo que se trata de uma extensão virtual do ambiente de trabalho, colocando na descrição do grupo as regras claras que todos devem obedecer e reiterando cada vez que um membro é adicionado. Dessa forma, casos de agressão ou outra conduta antitética, adotados nesses espaços, se previamente delimitados como espaços de discussão exclusiva de trabalho, passam a ser de jurisdição desta Comissão e, eventualmente, da Corregedoria do órgão.

O que não impede que alguns servidores, para fins pessoais e de interação fora do ambiente laboral, criem grupos paralelos mais informais, com temática livre, os quais possuirão a natureza de uma conversa estritamente privada, exceto se tais conflitos se replicarem também no ambiente de trabalho dos envolvidos.

3.2. Redes sociais de acesso externo por terceiros não-servidores (postagens no Facebook, Instagram, etc).

Como premissa, entende-se por redes sociais de acesso externo, por terceiros não-servidores, aquelas cujos contatos que podem ler a postagem do autor sejam de fora do órgão. Logo, para postagens com críticas ao Ibama ou aos servidores do Ibama, haveria o risco de se caracterizar a exposição da imagem do órgão de que tratam os artigos 6º, III, 8º, X, 20 e 22 do Código de Ética do Ibama.

Assim, como premissa, a informação que tenha sido divulgada nesse tipo de rede social possui o risco de ser replicada de forma exponencial por outros leitores e usuários, alheios ao Ibama, risco este que deve ser compreendido e aceito pelo autor original da postagem – não isentando de responsabilidade o também servidor que tenha ajudado nesse compartilhamento / “viralização”.

As condutas que recorrentemente vêm sendo objeto de denúncias junto a esta Comissão tratam principalmente de:

- a) manifestações contra políticos específicos, ocupantes ou não de cargos representativos no Executivo ou Legislativo;
- b) manifestações contra projetos de lei ou decisões de natureza macro do Poder Executivo, que impliquem em supostos prejuízos ao meio ambiente ou ao trabalho do Ibama;
- c) manifestações contra decisões específicas do Ibama (exoneração/nomeação de servidor para cargo de chefia, seleções para cursos, política de remoção, etc) ou contra colegas de órgão;
- d) compartilhamento de notícias veiculadas em meios de mídia e imprensa, cuja autoria não foi do servidor autor da respectiva postagem de compartilhamento, e que se trata das mesmas matérias especificadas nos itens “a”, “b” ou “c” supra.

Primeiramente, necessário esclarecer que o artigo 20 delimita o sujeito passivo dos dispositivos éticos supramencionados, de modo que a identificação como servidor do Ibama passe a criar uma confusão na própria natureza do perfil em que foi postada a manifestação: uma hora esse perfil é usado para postagem de assuntos oficiais de trabalho, **identificando-se como agente público do Ibama**, outra é utilizada para manifestação de opiniões pessoais ou político-partidárias.

Importante que o servidor tenha consciência que, quanto mais seu perfil é identificado com sua função no Ibama, maior a sua responsabilidade quanto à forma de se expressar, e ao conteúdo de suas manifestações, exatamente pela confusão que isso pode gerar junto aos leitores e demais usuários da respectiva rede social.

Assim, servidores que fazem uso “misto” da rede social, divulgando suas ações como servidor do Ibama, e até mesmo amealhando seguidores em razão dessas ações, devem ter atenção redobrada quando da manifestação de opiniões pessoais ou político-partidárias que se enquadrem nos itens “b” e “d” supra.

Quanto ao item “a”, o servidor deve observar o que dispõe o artigo 6º, inciso II, do Código de Ética do Ibama, de modo a não ferir publicamente o decoro e a idoneidade de sua imagem pública (ex: evitar posturas de incitação ao ódio ou mesmo crimes cibernéticos ou contra a honra), uma vez que o perfil onde foi feita a postagem mistura-se com ações do servidor no dia-a-dia da sua missão institucional, criando uma confusão em quem o lê.

Sobre o item “c”, entende-se que haveria a vedação a esse tipo de conduta, posto que imediatamente expõe ao público externo um conflito interno do órgão. Excetua-se apenas a hipótese de mera divulgação de material produzido pela Associação representativa dos servidores, ou pelo sindicato dos servidores, por se tratar de direito constitucional fundamental (direito à livre associação e representação de classe).

Quanto a servidores que **não fazem postagens sobre o seu trabalho nas redes sociais**, não se enquadrando no que dispõe o artigo 20 do Código de Ética do Ibama, esses ainda assim devem tomar cuidado com o que postam com a natureza do item “b” supra, especialmente se acompanhada de informação reservada, a que teve acesso apenas em razão do seu trabalho. E ficam igualmente obrigados a evitar postagens como as do item “c” supra, exceto considerações de natureza geral, baseadas em estudos acadêmicos e/ou de mera citação a dispositivos legais.

Sobre as postagens de natureza dos itens “a” e “d”, uma vez que não haveria da parte do autor a utilização “mista” do perfil para divulgação de ações de missão institucional, e uma vez que sua rede social possua natureza estritamente de uso privado (para amigos e contatos), pode-se afastar a priori o enquadramento em uma das hipóteses do Código de Conduta Ética do Ibama. Porém, mantém-se o alerta de que evite postagens que passem a ser relevantes e danosas pela recorrência, pela ocorrência de crime, ou pela **replicação de suas consequências no ambiente de convívio presencial do agente público do Ibama**.

Destacamos também que os servidores não podem criar perfis ou canais institucionais em mídia sociais (artigo 2º, da Portaria nº 560, de 27 de fevereiro de 2020). Os perfis institucionais devem ser criados, produzidos, editados, distribuídos e/ou divulgados pela Assessoria de Comunicação (Ascom) do Ibama.

3.3. Veículos de larga escala de mídia e imprensa

Para manifestação de agentes públicos do Ibama em veículos de larga escala de mídia e imprensa, deve-se seguir a orientação institucional, artigos 9º e 10 da Portaria nº 560, de 27 de fevereiro de 2020, que diz que o contato de representante do Ibama com a imprensa deve ser intermediado pela Ascom ou por pessoa por ela designada.

Considera-se contato com imprensa:

- I - Entrevistas concedidas por representantes do Ibama em nome da instituição;
- II - Coletivas;
- III - Respostas a questionamentos de veículos de comunicação por quaisquer meios;
- IV - Envio de release;
- V - Envio de material audiovisual, logomarca e peças gráficas desenvolvidas no Ibama; e
- VI - Gravação de imagens em prédios ou áreas administradas pelo Ibama.

Qualquer manifestação dos agentes públicos do Ibama devem ser precedidas pelo esclarecimento de que o manifestante não fala em nome do órgão, a menos quando previamente autorizado pela Ascom. De preferência, sempre que possível, recomenda-se que solicite ao veículo para que seja identificado pela sua atividade paralela (ex: representante sindical ou de Associação; professor universitário; ativista político, etc), para evitar confusões junto ao público-alvo. Tal ressalva será de grande utilidade para demonstrar que não houve o dolo do servidor em causar prejuízos à imagem do órgão.

3.4. Orientações complementares

Quanto ao uso de e-mail institucional para manifestações de natureza político-partidária, para criação de perfis em redes sociais, e/ou para atividades que possam estar em conflito com a missão institucional do órgão, é necessário reafirmar a recomendação de que se evite essas condutas.

Reuniões de trabalho em ambientes virtuais, como o Microsoft Teams, devem ser entendidas como extensão do ambiente de trabalho, ficando portanto vedadas manifestações de desprezo, agressões, embriaguez, ou outra conduta de natureza grave que fira o decoro do cargo.

Perfis em redes sociais com fotos de uniforme ou com logotipo do Ibama, como já afirmado no item 3.2 supra, implica em potencial enquadramento no artigo 20 do Código de Conduta Ética do Ibama, reforçando assim a necessidade de ponderação e comedimento nas postagens, compatíveis com a dignidade do cargo e a missão institucional do órgão.

Abaixo colocamos algumas recomendações do Manual de orientação para atuação em mídias sociais, da Secretaria de Comunicação da Presidência da República:

“Boas práticas

Os conteúdos postados são sempre de ordem pessoal – mas, a partir do momento em que o usuário definir o seu local de trabalho, eles invariavelmente terão também um teor profissional. Isso significa que a separação entre um e outro é relativa e pode gerar interpretações diversas. Há algumas boas práticas simples que devem ser seguidas:

Você é uma pessoa pública

Sempre que postar algo nas mídias sociais, entenda que o conteúdo da sua mensagem será visto por colegas, chefes, clientes, fornecedores, parceiros de negócio, amigos e familiares. Nunca poste nada que possa ser usado contra você na esfera profissional.

Seus seguidores/ amigos vão confundir o seu “eu” pessoal com o seu “eu” profissional

Você pode não ser o porta voz oficial do seu local de trabalho, mas, a partir do momento que o deixa público, será visto pelos demais usuários (amigos, seguidores, colegas, fãs) como alguém que fala em nome da instituição. Evite postar qualquer coisa que possa gerar danos à instituição em que atue.

Escrever na rede é o mesmo que escrever em pedra

Escrever não é o mesmo que falar: suas palavras ficam na web e são indexadas quase que instantaneamente por outras redes. Assim, mesmo que apague um post do qual tenha se arrependido, ele provavelmente já terá sido indexado pelo Google e por outros sites, se perenizando na Internet e ao alcance de todos os usuários. Pense antes de publicar; se for para se arrepender, arrependa-se antes de escrever.

Proteja-se

Uma crise envolvendo posts em mídias sociais feitos por um colaborador e prejudicando a empresa nunca tem a empresa como alvo único. O próprio colaborador acaba marcado na rede, o que pode dificultar a sua carreira no mercado como um todo.

Nunca deixe de ser você

Isso não significa que você não possa ter opinião. Como qualquer cidadão, você é livre para pensar e expressar o que desejar, da forma que preferir. Mas, como qualquer pessoa pública, tem que entender que tudo o que expressar provavelmente trará consequências, sejam estas positivas ou negativas. Quando estiver na dúvida sobre publicar ou não, questione-se:

- Você escreveria isso em um e-mail para seu chefe ou diretores?
- Se fosse comprar um anúncio, essa informação poderia ser utilizada?
- Contaria essa informação em voz alta em uma apresentação para clientes, parceiros, fornecedores ou terceiros?

Acione quem pode decidir

Quando encontrar algum comentário negativo sobre a marca, órgão ou instituição, a não ser que seja gestor da comunidade ou estiver autorizado como porta-voz a se pronunciar, não responda. Mesmo que a informação seja falsa, ou apenas para atacar a marca, nunca responda diretamente. Existem pessoas dentro

Açione quem pode decidir

Quando encontrar algum comentário negativo sobre a marca, órgão ou instituição, a não ser que seja gestor da comunidade ou estiver autorizado como porta-voz a se pronunciar, não responda. Mesmo que a informação seja falsa, ou apenas para atacar a marca, nunca responda diretamente. Existem pessoas dentro de cada órgão ou instituição especializadas neste tipo de situação. Informe o responsável de sua área. Ele levará o assunto ao conhecimento de quem é responsável, que irá dar o tratamento adequado ao caso com as devidas precauções. Dessa forma, você preserva sua integridade e a da instituição.

Seja criterioso

Em geral, boa parte dos órgãos e instituições já possuem guias e códigos de conduta, como é o caso da Embrapa, referência no assunto. Certifique-se de que seus esforços nas mídias sociais não violem as diretrizes de privacidade, confidencialidade, missão, valores e aspectos legais da instituição. Caso deseje espalhar alguma informação que considere importante, consulte seu gestor para obter a confirmação de não se tratar de dados considerados privados ou internos.

Muita atenção com acesso

É muito comum hoje em dia trabalhar com perfis de mídias sociais abertos no computador, smartphones e tablets. Antes de publicar qualquer informação de cunho pessoal, certifique-se de que não está logado no perfil oficial da instituição. Há diversos casos de opinião pessoal publicada em perfis oficiais de órgãos e instituições que geraram muito constrangimento para o órgão e para o servidor.

Ao divulgar a instituição em seus perfis pessoais

Divulgar informações nas plataformas sociais é sempre positivo. Quando isso vem de um colaborador tem uma força muito grande, e rapidamente se espalha pela web. Mas antes de soltar qualquer tipo de informação nas mídias sociais, vale checar e pensar nos seguintes questionamentos:

- Estas informações são confidenciais ou restritas ao público interno?
- Quanto eu realmente conheço desse produto, serviço ou tema que está sendo discutido no momento?
- Tenho autoridade e autonomia para falar sobre o assunto?
- Sei exatamente com quem estou me relacionando ou respondendo?

Você pode falar, sem problemas, sobre as campanhas, novidades ou ações que o órgão está realizando. Mas lembre-se de não usar um juízo de valor em seus comentários, pois existem pessoas que podem se ofender. Separar fatos de opiniões é essencial para que o processo seja claro.

Respeito às opiniões

O debate de ideias é sadio, ao contrário da tentativa de imposição de opiniões, que é algo negativo. Veja as mídias sociais como um ambiente para conversa e avaliação de pontos de vista diversos. Evite envolver-se em discussões públicas e seja cordial e respeitoso com a opinião de outras pessoas.

Na prática, é sempre bom usar o bom senso e refletir antes de publicar um conteúdo, entrar em debates sobre temas variados e se posicionar sobre assuntos (pessoais e profissionais) nas mídias sociais.”

4. CONCLUSÃO

Diante de todo o exposto e considerando que consta nas competências e atribuições da Comissão de Ética deste Ibama recomendar e acompanhar o desenvolvimento de ações objetivando a disseminação das normas de ética e de disciplina, além de dar ampla divulgação ao regramento ético, a presente Nota busca trazer orientações que já foram dadas individualmente em alguns juízos de admissibilidade de casos internos desta Comissão, evitando banalizar ou adotar interpretação excessivamente extensiva dos enquadramentos dos artigos 6º, inciso III, 8º, inciso X, 9º, incisos III, IV, XIII e XIV, 20 e 22, do Código de Conduta Ética dos Agentes Públicos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Portaria nº 2534, de 11 de julho de 2019, publicada no Boletim de Serviço 07A do Ibama, em 12 de julho de 2019). Por outro lado, não se pode afastar a tutela dos bens jurídicos de que tratam os artigos supra, motivo pelo qual se tecem as orientações profiláticas exaradas nesta Nota.

É o que submetemos a todos os agentes públicos do Ibama, para as discussões e reflexões pertinentes, salvo melhor juízo.