

# O Trabalho e as Novas Tecnologias

Amigos ou Inimigos?

maio  
25

MIRANDA

Miranda & Associados Sociedade de Advogados, SP, RL

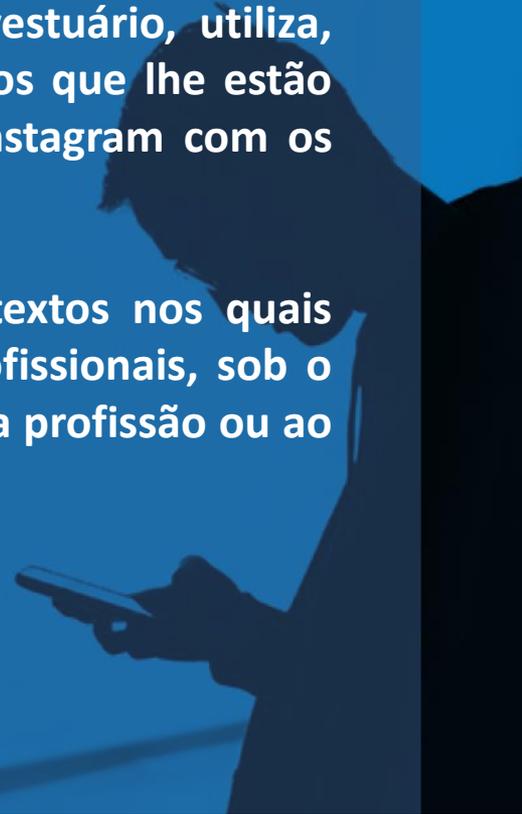
## REDES SOCIAIS

JOANA VASCONCELOS



## REDES SOCIAIS

- ANA, em casa de “baixa” por doença, publica no seu “mural” do Facebook posts e comentários injuriosos sobre a empresa empregadora, a sua superiora hierárquica e vários colegas, tendo deixado a sessão “aberta” no computador do local de trabalho, cujo uso partilhava aliás com outros trabalhadores ⇒ **DESPEDIDA**
- BEATRIZ, responsável do showroom de uma marca de vestuário, utiliza, contra as ordens da sua empregadora, as roupas e acessórios que lhe estão confiados para fazer sessões fotográficas que partilha no Instagram com os seus 5000 seguidores ⇒ **DESPEDIDA**
- CECÍLIA escreve e publica todas as noites no seu blog textos nos quais confessa as suas fantasias íntimas e as suas frustrações profissionais, sob o pseudónimo BELLE DE NUIT e sem fazer qualquer alusão à sua profissão ou ao seu empregador ⇒ **DESPEDIDA**



## REDES SOCIAIS

- DANIEL partilhou textos racistas e xenófobos no seu “mural” de Facebook, onde surge como Diretor de RH da sociedade X ⇒ advertido por esta da necessidade de retirar as publicações e de se conter, dado o risco de prejuízo para a imagem da empresa ⇒ fez “likes” e comentários nas publicações de teor racista e xenófobo de “amigos” e de grupos ⇒ **DESPEDIDO**
- EVA não compareceu ao trabalho numa 5.ª-feira, alegando doença e enviando atestado médico ⇒ ao longo desse dia e de todo o fim-de-semana publicou no Instagram várias fotos com um animado grupo de amigas em Sevilha sob o hashtag #araquelvaicasaroléolé ⇒ **DESPEDIDA**
- FILIPE, contabilista do clube de futebol de que é adepto fervoroso, indignado com episódios envolvendo a equipa e o presidente, partilha no Twitter várias notícias e artigos de opinião contrários a este, exprimindo com veemência a sua vergonha e desgosto em ter como “chefe” tal sujeito ⇒ **DESPEDIDO**



## REDES SOCIAIS

### QUESTÕES

- **Pode o empregador aceder aos perfis e publicações do trabalhador nas redes sociais a que este pertence?**
- **Podem as publicações do trabalhador nas suas redes sociais ter reflexos na relação laboral?**
- **Pode o empregador regular o comportamento do trabalhador nos *social media*?**

## REDES SOCIAIS

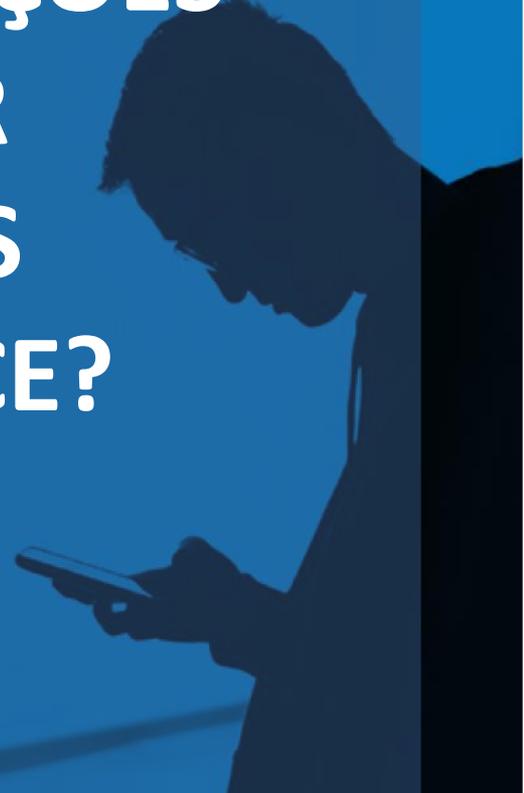
### VALORES EM CONFLITO

- Privacidade do trabalhador
- Liberdade de expressão, dentro e fora do local de trabalho
- Reserva e confidencialidade das suas mensagens de natureza pessoal

**X**

- Direitos à imagem, ao bom nome e à reputação da empresa, dos seus demais trabalhadores
- Deveres de lealdade, de respeito, de discrição e de reserva do trabalhador para com o empregador
- Outros interesses legítimos do empregador/empresa

**PODE O EMPREGADOR ACEDER  
AOS PERFIS E PUBLICAÇÕES  
DO TRABALHADOR  
NAS REDES SOCIAIS  
A QUE ESTE PERTENCE?**



## REDES SOCIAIS

*“A tutela legal e constitucional da confidencialidade da mensagem pessoal veda ao empregador a possibilidade de procurar obter provas para instruir processo disciplinar através do acesso às mensagens pessoais. As provas obtidas em violação daquele direito do trabalhador são nulas e, logo, insusceptíveis de serem atendidas”.*

**Ac. RL de 24-9-2014  
(Proc. n.º 431/13)**

*“No procedimento disciplinar instaurado com vista ao despedimento do trabalhador e, ulteriormente, na acção instaurada pelo trabalhador com vista à impugnação da regularidade e licitude de tal despedimento” não pode o empregador lançar mão “de provas obtidas mediante uma intromissão abusiva na vida privada, no domicílio, na correspondência ou nas telecomunicações.”*

**Ac. RP de 8-9-2014  
(Proc. n.º 101/13)**

## REDES SOCIAIS

*“Perante a previsão dos artigos 22.º e 16.º do Código do Trabalho, o empregador não pode aceder ao conteúdo de mensagens “de natureza pessoal” ou comunicações “de carácter não profissional” do trabalhador, transmitidas através de rede social que não inclua o empregador no círculo ou esfera de contactos daquele” nem “pode aceder e servir-se de aspectos relativos à vida privada do trabalhador, mesmo através de rede social de livre acesso.”*

**Ac. RP de 8-9-2014  
(Proc. n.º 101/13)**

## REDES SOCIAIS

*“As redes sociais fizeram surgir novos espaços que não se reconduzem facilmente às tradicionais esferas que se alargam progressivamente à volta do irredutível núcleo íntimo de privacidade do indivíduo”*

*“O que adensa as dificuldades em traçar os contornos da privacidade que merece a tutela da confidencialidade”*

*Torna-se, pois, “necessária, para a caracterização de cada situação, uma cuidada apreciação casuística”*

**Ac. RP de 8-9-2014  
(Proc. n.º 101/13)**

## REDES SOCIAIS

*Mais exatamente, essa **apreciação casuística** visa determinar se, no caso, e diante dos seus concretos contornos, podia o trabalhador ter uma **“legítima expectativa de privacidade”** relativamente ao conteúdo das suas publicações e mensagens*

## REDES SOCIAIS

- **Existindo uma “legítima expectativa de privacidade”** ⇒ contando razoavelmente o trabalhador “com a discrição dos seus interlocutores para a confidencialidade” das suas publicações e estando fundadamente convicto “de que mais ninguém terá acesso e conhecimento, em tempo real ou diferido, ao seu teor” ⇒ **beneficia da tutela da confidencialidade prevista no artigo 22.º, n.º 1, do CT**

Ac. RP de 8-9-2014  
(Proc. n.º 101/13)

- **Não existindo essa “legítima expectativa de privacidade”** ⇒ não podendo o trabalhador “ter uma expectativa minimamente razoável de reserva na divulgação do conteúdo” de publicações com eventuais implicações de natureza profissional ⇒ está claramente afastada a natureza “privada” ou “pessoal” das publicações” ⇒ **não beneficia da tutela da confidencialidade prevista no artigo 22.º, n.º 1, do CT**

Ac. RP de 8-9-2014  
(Proc. n.º 101/13)

e  
Ac. RL de 24-9-2014  
(Proc. n.º 431/13)

## REDES SOCIAIS

ORA, TAL “EXPECTATIVA LEGÍTIMA DE PRIVACIDADE”

**EXISTE** ⇒ QUANDO O CÍRCULO ESTABELECIDO É PRIVADO E FECHADO

**NÃO EXISTE** ⇒ QUANDO O CÍRCULO ESTABELECIDO É  
(TENDENCIALMENTE) PÚBLICO E ABERTO

*Necessidade de “ponderação dos diversos factores em presença – designadamente o tipo de serviço utilizado, a matéria sobre que incidem as publicações, a parametrização da conta, os membros da rede social e suas características, o número de membros e outros factores que se perfilam como pertinentes em cada caso a analisar”*

**Ac. RP de 8-9-2014  
(Proc. n.º 101/13)**

## REDES SOCIAIS

### O QUE DETERMINA A QUALIFICAÇÃO DE UMA PUBLICAÇÃO COMO PRIVADA OU PÚBLICA?

- Utilização de equipamento do empregador? **NÃO**
- Realização no local e durante o tempo de trabalho? **NÃO**
- Características da rede? **SIM**
- Natureza pessoal ou profissional do perfil/conta? **SIM**
- Configurações definidas pelo trabalhador? **SIM**
- Meio utilizado pelo trabalhador? **SIM**
- Extensão do círculo de amigos/seguidores? **SIM**
- Atitude do próprio trabalhador? **SIM**

# REDES SOCIAIS

## O QUE DETERMINA A QUALIFICAÇÃO COMO PRIVADA OU PÚBLICA DE UMA PUBLICAÇÃO?

### DELIBERAÇÃO N.º 1638/2013 DA CNPD

*“Mesmo que o trabalhador utilize a Internet no local de trabalho, em condições não permitidas pelo Regulamento Interno da Empresa, sublinha-se que o acesso ao perfil pessoal do trabalhador em redes sociais **é proibido**.*

*Nas redes sociais os perfis pessoais são espaços utilizados para expressar a individualidade de cada um, caindo no círculo restrito da reserva de intimidade da vida privada, contendo, por regra, informações de carácter pessoalíssimo, e mesmo íntimo. O acesso a esta informação está manifestamente fora do espectro da norma ínsita no artigo 22.º, n.º 2, do CT.*

# REDES SOCIAIS

## O QUE DETERMINA A QUALIFICAÇÃO COMO PRIVADA OU PÚBLICA DE UMA PUBLICAÇÃO?

- **Definições de privacidade do perfil/conta** ⇒ acessível só a “amigos”, também a “amigos de amigos”, ou a todos (perfil “aberto”)
- **Extensão, maior ou menor do círculo de “amigos”, seguidores ou membros do grupo** ⇒ quanto maior, menor a expectativa de privacidade

*“No conceito de “amigos” do Facebook cabem não só os amigos mais próximos, como também outros amigos, simples conhecidos ou até pessoas que não se conhece pessoalmente, apenas se estabelecendo alguma afinidade de interesses no âmbito da comunicação na rede social que leva a aceitá-los como “amigos””.*

Ac. RL de 24-9-2014  
(Proc. n.º 431/13)

## REDES SOCIAIS

### O QUE DETERMINA A QUALIFICAÇÃO COMO PRIVADA OU PÚBLICA DE UMA PUBLICAÇÃO?

- **Meio utilizado** ⇒ “mural”, comentários, foto “de capa” ≠ mensagem “privada”, chat, grupo “fechado” ou “secreto” ≠ “mural” de “amigos” ou de terceiros
- **Atitude do próprio trabalhador** ⇒ o apelo à partilha ou à divulgação retira natureza privada à publicação

***“O A. deixou um verdadeiro apelo à divulgação (partilha) do comunicado para além dos seus amigos, ao rematar o texto escrevendo “PARTILHEM AMIGOS”, expressão tem um sentido equivalente ao que num outro contexto teria dizer-se “divulguem amigos”. Daí “não surpreender, antes sendo o desfecho normal e previsível da conduta do A., que o resultado tenha sido o que se provou, sendo forçoso concluir que a divulgação do conteúdo em causa, apesar de disponibilizada a “amigos”, deve ser considerada como pública”***

# O CONSENTIMENTO DO TRABALHADOR, MEIO DE LEGITIMAÇÃO DO ACESSO?

**Tratamento** = *“uma operação ou um conjunto de operações efetuadas sobre dados pessoais ou sobre conjuntos de dados pessoais, por meios automatizados ou não automatizados, tais como a recolha, o registo, a organização, a estruturação, a conservação, a adaptação ou alteração, a recuperação, a consulta, a utilização, a divulgação por transmissão, difusão ou qualquer outra forma de disponibilização, a comparação ou interconexão, a limitação, o apagamento ou a destruição”*

(artigo 4.º, n.º 2, do RGPD)

## REDES SOCIAIS

# O CONSENTIMENTO DO TRABALHADOR, MEIO DE LEGITIMAÇÃO DO ACESSO?

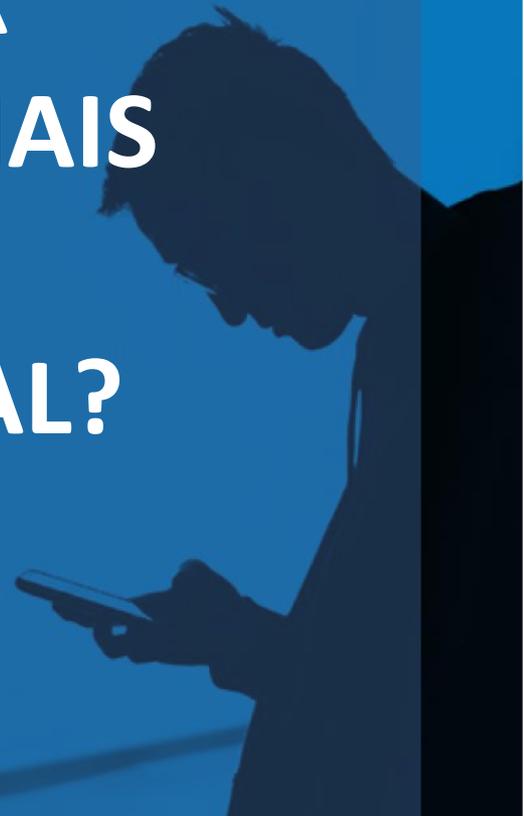
**Consentimento do titular dos dados** = *“uma manifestação de vontade livre, específica, informada e explícita, pela qual o titular dos dados aceita, mediante declaração ou ato positivo inequívoco, que os dados que lhe dizem respeito sejam objeto de tratamento”*

(artigo 4.º, n.º 11, do RGPD)

**RGPD** ⇒ no contexto laboral, limitação da relevância do consentimento como fator de licitude do tratamento de dados, pois tal consentimento pressupõe uma real possibilidade de optar e de livremente ser retirado sem consequências adversas

(artigos 6.º, n.º 1, a), b) e c) e 7.º do RGPD)

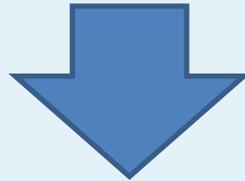
**PODEM AS PUBLICAÇÕES  
DO TRABALHADOR  
NAS SUAS REDES SOCIAIS  
TER REFLEXOS  
NA RELAÇÃO LABORAL?**



## REDES SOCIAIS

- **Publicações efetuadas pelo trabalhador FORA do local e do tempo de trabalho**
  - em que o empregador ou colaboradores seus sejam diretamente visados, em termos difamatórios, injuriosos ou que envolvam a violação de deveres de lealdade, reserva, sigilo
  - sem qualquer referência ou aparente nexos com o empregador, mas que, em virtude da associação a este da pessoa do trabalhador têm, ou podem ter, repercussões negativas neste (imagem, reputação)
- **Publicações efetuadas pelo trabalhador NO local e DURANTE o tempo de trabalho**
  - cujo conteúdo afete ou possa afetar o empregador
  - cujo conteúdo seja irrelevante, logo, inócuo

**Publicações do trabalhador  
FORA do local e do tempo de trabalho**



**Relevância disciplinar de  
comportamentos extralaborais do  
trabalhador**



**Publicações do trabalhador  
NO local e DURANTE o tempo de trabalho**



**Relevância disciplinar de  
comportamentos extralaborais do trabalhador  
+  
Incumprimento de deveres contratuais  
(diligência devida na execução do trabalho, ordens e  
diretrizes quanto à utilização de *social media*)**

**PODE O EMPREGADOR  
REGULAR  
O COMPORTAMENTO  
DO TRABALHADOR  
NOS *SOCIAL MEDIA*?**



***SOCIAL MEDIA POLICY*** ⇒ regras, orientações e critérios visando:

- a utilização de equipamentos fornecidos pelo empregador para aceder a redes sociais e afins
- os acessos e a “atividade” em redes sociais e afins do trabalhador, com recurso a equipamento próprio, no local e durante o seu período de trabalho
- os acessos e a “atividade” em redes sociais e afins do trabalhador em contexto extralaboral

## REDES SOCIAIS

**SOCIAL MEDIA POLICY** ⇒ possíveis conteúdos:

- **proibição** de acesso, em qualquer contexto, com equipamentos fornecidos pelo empregador, a determinadas redes ou sites
- **limitação** de acessos e de “atividade” em redes sociais e afins do trabalhador aos períodos de pausa durante a jornada de trabalho
- **recomendação** de que os acessos e a “atividade” do trabalhador em redes sociais e afins do trabalhador devem pautar-se por critérios de razoabilidade, de modo a não prejudicar o normal funcionamento da empresa, o cabal desempenho da sua prestação e a própria imagem exterior da empresa
- **informação** acerca da existência e da natureza dos controlos a efetuar pelo empregador, com vista a aferir do acatamento das regras estabelecidas quanto a acessos e atividade

# REDES SOCIAIS

**SOCIAL MEDIA POLICY** ⇒ possíveis conteúdos:

- **advertências** quanto a necessidade de prudência, contenção, reserva quanto:
  - divulgação online de informações relativas à empresa (operações, negócio, parceiros, clientes, episódios do dia-a-dia)
  - comentários, opiniões, juízos online relativamente à empresa e seus colaboradores
  - criação de eventuais conflitos de interesse com a empresa (por ex. sponsoring em determinadas redes sociais ou blogs)
  - aos riscos reais de repercussão das suas atuações online na empresa
- **indicações** acerca da necessidade de o trabalhador se dissociar online do empregador (omitindo a sua ligação a este, explicitando que atua a título pessoal, não criando ou alimentando equívocos)
- **recomendações** quanto a cautelas a observar em geral na atuação online (“*internet never forgets*”, necessidade de coerência mínima ou dos riscos da incoerência entre as imagens que se criam/assumem nos vários planos da vida)

# O Trabalho e as Novas Tecnologias

Amigos ou Inimigos?

maio  
25

MIRANDA

Miranda & Associados Sociedade de Advogados, SP, RL

# Muito obrigada pela vossa atenção!

**Joana Vasconcelos**

Joana.Vasconcelos@mirandalawfirm.com

