Por Eduardo **MORTEO** Bastos

Analista de Seg. Operacional da ASAGOL

AERONAUTAS E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

As formas de comunicação entre as pessoas têm se alterado de forma radical com os avanços tecnológicos.

As mídias sociais e aplicativos de mensagens (e.g. Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, LinkedIn, WhatsApp, Telegram, etc) tornaram simples o acesso às pessoas, desde familiares até aos nossos ídolos. Conseguimos saber em tempo real o que se passa na vida deles. Entretanto, devemos nos preocupar muito sobre como essas ferramentas de comunicação têm sido utilizadas, tanto no contexto profissional quanto pessoal.

A IFALPA (International Federation of Air Line Pilots' Associations) recentemente emitiu um *position paper* entitulado *"Use of Social Media by Pilots"*. Nesse documento, ela alerta sobre os riscos em potencial assumidos pelos pilotos que, desintencionalmente colocam em perigo as suas carreiras e as de seus colegas de trabalho. A entidade cita incidentes associados ao uso indevido de câmeras pessoais de pilotos, que instaladas em pontos do *cockpit*, causaram comportamentos indesejados da aeronave (e.g. mergulho da aeronave, emperramento dos manetes de potência, impossibilitando a sua redução).

Equipment

There have been several incidents where devices have impacted flight safety. In one incident, many passengers were injured after a pilot's personal camera pushed the side-stick as he moved his seat forward, causing a rapid descent of the aircraft. In another, the thrust levers were jammed by a device being used for filming, and could not be retarded. (IFALPA, 2018)

Eles ainda citam que o uso indiscriminado das mídias pode causar distrações em voo ou em qualquer situação que requeira atenção dos pilotos.

Distraction

Accessing social media pages and contributing to them can easily focus attention and presents a significant source of distraction from flight deck duties. (IFALPA, 2018)

Cuidados com publicações de textos, imagens e vídeos

Deve-se tomar muito cuidado com o conteúdo publicado, pois pode agredir moralmente pessoas que tenham acesso ao que foi postado. É importante lembrar que as informações publicadas tendem a ser a opinião/posição pessoal do dono da página. É muito comum que a interpretação equivocada de quem está lendo essas publicações, possa gerar consequências indesejadas.

Misuse of personal data

Unlike recordings made by onboard equipment, social media content has no protection whatsoever, even on so-called "private pages", and can always generate undesirable attention and be subject to misinterpretation and misuse. Consequently, images taken by/of pilots have a strong potential to be used as evidence in disciplinary procedures against them or their colleagues on the flight deck. Pilots should remember that it only takes one upload for content to become permanent and therefore retrievable for later use.

As a recent example, in September 2018, an executive member of one of IFALPA's Associations in Europe was suspended by his airline without any notice or even a chance to defend himself, following a comment he had made on a theoretically "protected" social page and that had been taken out of its context by a local web news portal. (IFALPA, 2018)

RECOMENDAÇÕES

A entidade internacional recomenda que os pilotos pensem duas vezes antes de fazer qualquer comentário online, carregar fotos ou vídeos. Deve-se também ter ciência sobre política da sua empregadora sobre o uso de mídias sociais.

Lembramos que não só os pilotos, mas os comissários também, devem ter muita atenção sobre isso.

- Observe as políticas da empresa quanto ao uso da imagem da mesma, filmagem, etc;
- Pense bem antes de publicar;
- Cheque a veracidade da informação;
- Garanta que a sua publicação não venha a ferir nenhuma regra corporativa e também não agrida moralmente ninguém;
- Evite instalar aparelhos pessoais (e.g. Go Pro) no *cockpit*. Isso pode prejudicar ou limitar o uso dos recursos disponíveis na cabine.

- Postar opiniões que firam ou magoem as pessoas;
- Postar opiniões ou críticas hostis contra pessoas e empresas;
- Defender opiniões ou posição em nome da empresa, sem autorização prévia;
- Criticar os passageiros, estados, cidades, sotaques, culturas, orientação sexual, etc;
- Postar fotos com o uniforme da empresa em ambientes não condizentes com o uso dessa vestimenta;

Acesse o *Postion Paper* da IFALPA clicando aqui.