
A utilização da rede social Facebook no ambiente de trabalho durante o horário de expediente

Alexandre Nasser Barbosa

Graduando em Administração

Renata Rodrigues de Oliveira

Especialista em Redes de Computadores e professora da Libertas – Faculdades Integradas

* Trabalho apresentado no Simpósio Brasileiro de Administração da Universidade Federal de Lavras.

RESUMO

As redes sociais têm como premissa facilitar e baratear a comunicação entre seus usuários, como principal intuito manter a interatividade de seus adeptos em qualquer tempo e local. O Facebook tomou destaque por unir uma gama de ferramentas e, atualmente, consegue estar no topo dos acessos de sites desse tipo. O seu uso indiscriminado entra em discussão no estudo sequente, sendo que o objetivo do artigo é discutir o motivo que faz com que esta mídia interfira na execução dos afazeres dos funcionários, nas organizações corporativas. O estudo aborda não apenas a rede social em destaque, mas os problemas relacionados ao desinteresse do funcionário para com o desempenho da sua função. A metodologia do artigo seguiu com pesquisas bibliográficas, e para a obtenção de dados para análise, foi realizado um levantamento *survey*. Como conclusão do estudo, obteve-se que o vício ao Facebook não seria o principal causador de interferências no trabalho.

Palavras-chave: Redes Sociais. Facebook. Vício.

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução humana, o trabalho sofreu um avanço e, junto a ele, tecnologias surgiram para facilitar e agilizar o processo produtivo. O homem se aglomerou e construiu organizações onde o trabalho em grupo sempre foi necessário para que o sucesso fosse obtido amplamente.

Com os avanços da tecnologia, o homem inventou computadores e fez com que eles se comunicassem virtualmente e, com o advento da internet, surgiram as redes sociais que levaram as pessoas para o mundo virtual e possibilitaram com que elas se comunicassem e interagissem em entre si, criando grupos de amigos online. Na disputa por popularidade e

adeptos, o Facebook conquistou um maior conglomerado de pessoas, fazendo com que estas deixassem o mundo real de lado para conectarem-se no ambiente virtual, a qualquer hora do dia ou da noite ou, muitas das vezes, 24 horas por dia.

Para Paddock (2012) sua crescente expansão assustou pesquisadores que, por conseguinte, realizaram uma análise de seus usuários para tentarem entender se poderia ser considerado como vício o motivo de tamanho número de pessoas conectados por tantas horas ao dia. Perante esse fato, surgiram matérias na mídia totalmente destinadas ao uso indiscriminado do Facebook, alertando para sua utilização no trabalho.

Diante do exposto acima, surge o seguinte problema: a utilização da rede social Facebook no ambiente organizacional durante o horário de expediente pode ser considerado um vício ou outro tipo de problema?

O tema em estudo justifica-se pela necessidade de se descobrir se a utilização do Facebook no ambiente de trabalho é ocasionada por adversidades íntimas dos funcionários, ou se seu uso oculta problemas dentro das organizações, objetivando apurar as causas reais da sua utilização.

O vício pode não ser o causador de interferências no desempenho, sendo a utilização do Facebook apenas uma válvula de escape de problemas organizacionais não solucionados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Trabalho

Marx e Engels (2008) teorizam que o trabalho é fruto da evolução humana e que ele é essencial para a nossa existência, dando sentido à vida, estabelecendo relações humanas, onde o homem deve interagir e se relacionar com o próximo de maneira a criar vínculos necessários para a sua execução.

O trabalho é a atividade executada pelo ser humano capaz de dar significado ao meio em que o mesmo vive e, conseqüentemente, ao do outro. É todo tipo de atividade física ou intelectual que gera transformação no ambiente. “Trabalho é mais do que emprego, é o ato de atribuir significado ao meio, portanto a si mesmo e ao outro” (DAVEL e VASCONCELOS, 1997, p.165).

Do trabalho, surge a alienação a ele: o indivíduo subordina-se a outro criando uma divisão de classes que, por muitas vezes, devido a esta divisão, criam-se conflitos e atritos entre as classes subordinadas e executivas (MARX e ENGELS, 2008).

A força do trabalho tornou-se um produto sobre o qual a classe dominante sempre teve interesse, devido ao capitalismo ascendente. O recrutamento da classe proletariada por troca de salário obrigava a todos desta classe a trabalharem, transformando-os em um apêndice de máquina, desta forma alienando-os (DAVEL e VASCONCELOS, 1997).

Os indivíduos alienados ao trabalho, segundo Marx e Engels (2008), não percebem o quão importantes são para a organização e para o meio e, por consequência, perdem-se os motivos íntimos para trabalhar, tornando-se uma máquina humana, fruto do capitalismo.

2.1.1 Os Estímulos Motivadores para o Trabalho

Para Davel e Vasconcelos (1997), aquele que exerce função precisa de estímulos para a própria manutenção e vitais para a saúde das relações entre classes e do meio empresarial, estímulos estes que apenas o salário não produz. Tais estímulos (motivadores) precisam advir do meio para o trabalhador, de maneira constante.

Montana e Charnov (2003) definem a motivação como um impulso que leva o ser humano a agir em prol de um objetivo almejado e é responsável pelo início, direção e o comportamento do indivíduo no cumprimento de metas.

Motivo é tudo o que impulsiona o indivíduo a agir ou, no mínimo, uma propensão a determinado comportamento. O impulso pode ser decorrente de um estímulo do ambiente em que a pessoa vive ou trabalha ou, então, por uma força interior gerada por sua atividade mental (CHIAVENATO, 2009).

O indivíduo que está expressivamente motivado com o seu trabalho, implica em maior produtividade e menor absenteísmo; e aqueles não têm suas necessidades satisfeitas por algum motivo, ocasiona-se em tensão que, por consequência, tendem a satisfazê-la (MONTANA e CHARNOV, 2003).

2.1.2 A Ética para com o Trabalho

Independentemente da organização na qual o funcionário faz parte, ele deve saber se portar dentro dela, levando em consideração qual o comportamento adequado para o ambiente em questão. Por isso, é de suma importância que o mesmo saiba entender o que é ética

profissional e quais os preceitos éticos. A ética profissional interpreta tudo aquilo que é adequado ou inadequado, correto ou incorreto em ambientes organizacionais, porém não estabelece regras (SÁ, 2012).

Para Ashley (et. al. 2005), as responsabilidades éticas correspondem a uma série de comportamentos que é esperado pela organização, porém tais comportamentos não são codificados em lei. Essas responsabilidades correspondem aos valores morais que dizem respeito às crenças pessoais de cada indivíduo sobre o comportamento, que o mesmo considera como correto ou incorreto.

A ética dentro da organização reflete em hábitos e escolhas que os indivíduos fazem e que influenciam suas próprias atividades. O seu comportamento dentro da empresa é reflexo do conjunto de valores éticos que o mesmo carrega consigo, de modo que esse comportamento pode se voltar aos objetivos da organização (como se espera que seja) ou, então, sofrer transformações para saciar suas prioridades, prejudicando a empresa e o clima organizacional como um todo (NASH, 1993).

2.1.3 O Clima Organizacional

A motivação individual conduz ao clima organizacional, ou seja, o clima da organização está profundamente ligado com o nível motivacional dos indivíduos agrupados entre si. Dessa maneira, quando há um alto nível de motivação no grupo como um todo, o clima motivacional se eleva ocasionando satisfação, interesse, colaboração, além de outros fatores, entre os indivíduos. Ocorre o inverso quando há baixo nível motivacional que, por consequência, gera desinteresse, insatisfação, stress e descompromisso para com a organização, entre outros (CHIAVENATO, 2009).

“O clima organizacional é a qualidade ou propriedade do ambiente organizacional que é percebida ou experimentada pelos membros dessa organização e que influenciam o seu comportamento” (CHIAVENATO, 2009, p. 89).

Maximiano (2011) acredita que as pessoas dentro das organizações comportam-se como pessoas e não como maquinários ou seres estritamente profissionais. Seus conflitos pessoais são levados consigo e influenciam diretamente o clima organizacional.

2.2 As Implicações de Outros Tipos de Vício

A dependência química é considerada uma doença proveniente de um transtorno mental, onde os dependentes químicos têm sua atividade psíquica, emocional e física totalmente deterioradas ao longo do tempo. Os dependentes são considerados pessoas de pouca força de vontade, sendo influenciáveis facilmente, não possuem bom senso e discernimento, sendo que a causa dessa dependência é de origem interna, e não externa como muitos pensam. A mente que está fragilizada de alguma forma, por qualquer motivo, pode ficar mais suscetível a qualquer tipo de vício (FIGLIE, BORDIN E LARANJEIRA, 2010).

Segundo Murad (1998), a dependência química torna-se dependência psicológica pois, após a utilização da substância, há uma sensação de satisfação e prazer e os estímulos psíquicos provocados por essa sensação fazem com que o indivíduo a procure constantemente para que permaneça sempre satisfeito, ou seja, sua utilização, repetidas vezes, cria o desejo indomável de utilizá-la pela satisfação que a substância produz.

A ausência da substância no organismo do viciado afeta diretamente o estado psicológico do mesmo, produzindo, por consequência, mudanças bruscas de comportamento, como stress, agressividade e melancolia, podendo variar de pessoa para pessoa. As toxinas que agem no psicológico do usuário fazem com que o dependente crie um hábito (MURAD, 1998).

2.3 A Rede Social Facebook e suas Implicações

2.3.1 Definição de Rede Social

Redes Sociais são estruturas virtuais que têm por intuito criar grupos de pessoas com múltiplas características entre si, possibilitando a comunicação e interação entre elas, a qualquer momento, em qualquer lugar, por intermédio de um computador ou outro aparelho conectado a internet (KEEN, 2012).

No Brasil, a rede social precursora de sucesso foi o Orkut, lançado no ano de 2004, o qual tinha como objetivo ajudar seus membros a manterem relacionamentos e conhecerem pessoas. O mercado foco foram os Estados Unidos, mas a maioria de membros que o compunham eram os brasileiros; porém, o mesmo caiu em desuso ao longo dos anos (BRASIL ESCOLA, 2009).

Nos dias atuais, a rede social mais acessada no Brasil é o Facebook, seguido pelo LinkedIn e Twitter. O Facebook é uma rede social que conecta pessoas, permite a

comunicação entre amigos, o envio de fotos e vídeos. O LinkedIn é voltado para o uso profissional, onde seus membros buscam oportunidades de emprego e empresas selecionam candidatos para vagas em aberto. E o Twitter é serviço de microblogging que permite que os usuários façam atualizações, enviando e recebendo mensagens em tempo real (A - ALEXA INTERNET INC., 2014).

2.3.2 O Facebook

O Facebook foi criado em 2004, por Mark Zuckerberg e outros amigos, para ser uma rede de relacionamentos da Universidade de Havard, onde apenas os estudantes tinham acesso. A ideia de Zuckerberg era criar uma rede onde os estudantes pudessem compartilhar fotos, convidar amigos para sair, comentar sobre eventos, interagir e fazer novas amizades. Em poucos meses houve uma expansão e várias universidades e instituições acadêmicas já podiam acessá-la. No ano de 2005, escolas internacionais já obtinham acesso a ele e, em 2006, deixou de ser uma rede "privada" e foi aberta aos internautas, onde qualquer um poderia se registrar (TERRA, 2014).

Em 2011, o Facebook ultrapassou o Orkut, sendo registrado o acesso de 30,9 milhões de usuários contra 29 milhões do concorrente (G1, 2011).

Em 2012, pronunciava-se que ele havia atingido a marca de 1 bilhão de usuários ativos no mundo. E Zuckerberg, para comemorar, publicou em seu perfil pessoal que “ajudar 1 bilhão de pessoas a se conectar é incrível e, de longe, a coisa que eu mais me orgulho na minha vida” e “hoje, o Facebook é um pedaço da vida de milhões de pessoas que vivem em todas as partes do mundo” (G1, 2012).

Hodiernamente, o Facebook é o 2º site mais acessado em todo o mundo (B - ALEXA INTERNET INC., 2014).

2.3.3 O Vício no Facebook

Para Andreassen (et. al. 2012), que coordenou um estudo chamado “Dependência de Facebook” (*Facebook Addiction*) – o primeiro no mundo, o aumento no uso desta rede social atingiu níveis assustadoramente elevados.

A capacidade reflexiva da mente humana está em degeneração, devido à perda da criticidade em publicações e compartilhamentos de ideias e conteúdos de origem incerta, onde muitos dos usuários nem se quer interpretam aquilo que publicam (KEEN, 2012).

As pessoas inseguras, neuróticas, e até mesmo as mais extrovertidas, são mais suscetíveis a se renderem ao vício virtual, pois elas não estão em equilíbrio emocional e psicológico e, devido a este déficit, procuram o Facebook como uma fuga para se desligarem inconscientemente do mundo real, sendo mais fácil para elas se comunicarem virtualmente. Este vício atinge em maior escala as mulheres e os mais jovens (ANDREASSEN, et. al. 2012).

De acordo com Andreassen (et. al. 2012), as pessoas mais organizadas e ambiciosas tendem a ser menos propícias ao vício, pois costumam usar o Facebook como uma rede de contatos profissionais, sendo que estas possuem um equilíbrio psicológico natural e buscam atingir seus objetivos pessoais, de forma a alcançarem o sucesso amplamente.

Para Meshi (et. al. 2013), o tempo que passamos conectados ao Facebook pode ser determinado por nossa atividade cerebral, e isso pode revelar muito a nosso respeito, pois o desejo de utilizá-lo está ligado ao de construir uma reputação, onde ambas as atividades estimulam a mesma região do cérebro – os chamados Núcleos de Accumbens¹.

O efeito viciante, ocasionado pelo Facebook, tem origem na possibilidade que esta rede social nos dá de gerenciar nossa reputação. Antes do estudo, os cientistas da área pensavam, de modo geral, que a reputação social dependia do nível de maturidade intelectual do indivíduo, ou seja, era considerado como uma infantilidade, mas descobriu-se que ela é um complemento instintivo da psicologia humana (MESHI, et. al. 2013).

Como seres humanos, evoluímos para nos preocuparmos com a nossa reputação. No mundo atual, uma forma de sermos capazes de gerir a nossa reputação é usando sites de mídia social como o Facebook. Nosso estudo revela que o tratamento dos ganhos em reputação social no núcleo acumbente esquerdo prevê a intensidade do uso do Facebook entre os indivíduos. Esses resultados expandem nosso conhecimento atual sobre a função do núcleo acumbente, no que se refere ao comportamento humano complexo. É importante notar, porém, que nossos resultados não determinam se o retorno social positivo leva as pessoas a interagir nas mídias sociais, ou se o uso sustentado dos meios de comunicação social muda a forma como o feedback social positivo é processado pelo cérebro (MESHI, et. al. 2013).

De acordo com Meshi (et. al. 2013), o núcleo de accumbens apresenta uma maior atividade e intensidade nos indivíduos que passam maior tempo conectados ao Facebook. Contudo, não se pode determinar os efeitos a longo prazo, ou se o aumento da atividade no núcleo acumbente obriga os internautas a voltarem para o site, mas sabe-se que as mídias virtuais podem deixar os indivíduos mais suscetíveis a outros vícios, como o álcool e as

drogas, pois ambos estimulam também a mesma área do cérebro e trazem o mesmo prazer instantâneo ao usuário, ou seja, os sintomas do vício são semelhantes ao da dependência química.

2.4 O Acesso ao Facebook no Ambiente de Trabalho durante o Expediente

As empresas atualmente, independentes de tamanho (pequenas, médias e grandes), investem com maior frequência na informatização e na velocidade do tráfego das informações. Uma prática comum nas organizações, cuja rotina de trabalho é dependente de um computador, é o estabelecimento de regras para o uso deste e comumente é vedado o uso de redes sociais (dentre elas o Facebook) ou, em casos mais severos, para garantir a inacessibilidade dos sites pessoais, programas específicos instalados nas máquinas bloqueiam quaisquer tentativas de acesso a uma lista de sites predeterminados (AMADEU, 2010).

De acordo com Ferrer (2011), 72% das empresas bloqueiam o acesso ao Facebook e similares, totalmente ou parcialmente, no ambiente organizacional. O principal argumento dos diretores empresariais para o fato é o comprometimento da produtividade em dever da grande perda de tempo, pois o funcionário interrompe suas tarefas para cuidar de assuntos pessoais, e o comprometimento à segurança das informações sigilosas, devido aos vazamentos, por possíveis ataques de malware.

A utilização indiscriminada do Facebook dentro do ambiente de trabalho está sendo o motivo de demissões por justa causa de muitas pessoas ao redor do mundo, principalmente quando estas deixam à conduta ética e o bom senso de lado (KEEN, 2012).

Para Amadeu (2010), o real problema não é fato de que os funcionários interrompam as tarefas para usar a internet ou principalmente o Facebook, mas o porquê de interromperem seus afazeres para tratar dos seus assuntos particulares. As empresas estão mais preocupadas em isolar o funcionário, construindo um ambiente organizacional livre de interferências, onde o objetivo é a maior produtividade, do que motivá-lo para o seu trabalho, pois o ato de motivar alguém requer conhecimento e habilidades dos líderes empresariais que precisam se informar do assunto.

As redes sociais presentes na internet são apenas uma expansão das redes humanas que existem desde que começamos a viver em grupos. Muitas vezes a queda no desempenho no trabalho é interpretada como uma decorrência do uso dessa tecnologia – que desse modo é vista como a vilã – enquanto sua causa real

¹ Núcleo de Accumbens – nosso “centro de recompensas” – é uma área do cérebro responsável pelo mecanismo de recompensas, onde determinados acontecimentos e ações geram retornos químicos inconscientemente.

permanece não conhecida: a falta de motivação presente no trabalho (AMADEU, 2010).

Bloquear o acesso ao Facebook não trará benefícios à empresa, assim como liberar indiscriminadamente o seu uso também não. O mais correto é determinar regras, desenvolver o bom senso e o comportamento ético dos funcionários e os limites para o acesso dentro da organização (BARBOSA, 2014).

“Sou favorável ao uso das redes sociais, mas de forma controlada, com horários, limites de tempo, volume de dados trafegados etc. Não existe mais essa história de bloqueio total, a não ser que você reviste o bolso das pessoas e as impeça de trazer seu celular para o trabalho” (BARBOSA, 2014).

Segundo Barbosa (2014), existem muitas pessoas que não conseguem estabelecer em si mesmas um limite para o acesso ao Facebook dentro da organização, prejudicando assim a produtividade devido à perda de tempo, pois uma tarefa em atraso pode atrasar as outras. Contudo, essas pessoas podem ser consideradas como viciadas e dependentes dessa ferramenta de interação, ou então, elas podem não ter a ética necessária para com o trabalho.

Todos podem utilizar suas redes sociais dentro da organização, desde que desenvolvam limites em seu íntimo para a utilização, sabendo distinguir quando ela pode ajudar ou atrapalhar as devidas tarefas. Pausas para o acesso podem ser consideradas um ponto positivo, no qual pode-se chamar de “ócio criativo” (Teoria de Domenico de Masi) (BARBOSA, 2014).

Para Masi (2013), o ambiente criativo estimula as pessoas a produzirem mais, pois aliar o trabalho ao lazer aguça a criatividade: “Difícilmente as grandes ideias surgem no ambiente de trabalho”.

De acordo com Barbosa (2014), é necessário também que os gestores cumpram seu papel, pois são fundamentais para a garantia da produtividade, onde a verificação constante do acesso às redes sociais é de extrema importância contra a perda de tempo. Eles precisam saber liderar, motivar e conscientizar os funcionários sobre o que realmente é importante, pois o Facebook não pode ser considerado o grande culpado pela falta de produtividade.

O sentido de liderança é totalmente diferente de autoridade. Liderar significa conduzir, direcionar, impulsionar um conglomerado de pessoas rumo a uma meta específica, com o objetivo de atingir o sucesso de forma conjunta. O verdadeiro líder motiva e conduz os integrantes da organização, resolve atritos e soluciona problemas, desenvolvendo a união e o espírito de equipe e ensina a cada um o que é autoconfiança, responsabilidade e ética. O papel

desempenhado pelo líder afeta diretamente o espírito motivacional do colaborador, modificando positivamente, quando assim é feito, todo o clima organizacional da empresa (MAXIMIANO, 2011).

3 METODOLOGIA

O desenvolvimento teórico deste artigo foi baseado em pesquisas bibliográficas em livros, revistas, artigos e sites na internet, buscando conteúdos que se relacionam ao tema abordado, de forma a enriquecê-lo (SEVERINO, 2007).

A pesquisa realizada foi do tipo descritiva, que auxilia na busca da resolução do problema em pauta, onde seu objetivo é a descrição das características do grupo abordado para o estudo (SEVERINO, 2007).

O método de pesquisa utilizado para elaboração do conteúdo prático foi o Survey (levantamento), que tem por intuito obter informações de determinado grupo de pessoas, representante de uma população-alvo, e a técnica da pesquisa para a coleta e obtenção dos dados necessários trata-se de um questionário estruturado, com fins quantitativos (FREITAS et al, 2000).

As pesquisas deste tipo (levantamento) caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados (GIL, 2010, p. 35).

O questionário estruturado foi formado por perguntas fixas, sendo que as múltiplas respostas são fornecidas, e o entrevistado pode escolher a que mais se adapta a ele dentre as outras. Esse tipo de ferramenta permite que um vasto número de pessoas sejam entrevistadas e analisadas, por conseguinte, de forma quantitativa (GIL, 2010).

Após a aplicação do questionário, os dados obtidos foram analisados para, em seguida, serem classificados e mensurados. O objetivo da quantificação é prover informações úteis dos dados colhidos, a partir de uma contextualização da realidade apanhada, sendo que sua apresentação pode ser realizada através de gráficos com variáveis relacionadas entre si (CHIZZOTTI, 2006).

4 LEVANTAMENTO

4.1 Empresas em Estudo

O levantamento promovido para a contextualização desse artigo foi realizado dentre as empresas da cidade de Jacuí – MG. Desta maneira, a apresentação dos resultados obtidos serão conceituados apenas para este município.

Para o direcionamento desta pesquisa, primeiramente foi procurado os dados das empresas jacuienses que mais se assemelhem com um ambiente organizacional, onde há divisões de classes visíveis.

De acordo com a ACIAJ², a cidade possui 151 empresas privadas, das quais apenas 67 (até a data de aplicação do questionário) são suas associadas e possuem acesso contínuo a computadores com internet.

Ao todo, foram colhidos os dados de 80 empresas: 67 são de origem privada e associadas à ACIAJ (lojas em geral, fábricas, mercados, postos de gasolina, farmácias, cooperativas, entre outros), e 13 são organizações de origem pública (prefeitura, conselho tutelar, escolas, postos de saúde, entre outros), dados estes que foram conseguidos através da Prefeitura Municipal de Jacuí – MG, que informou e listou todos os seus órgãos dependentes.

4.2 Levantamento de Dados

O questionário de levantamento preocupou-se em verificar o parecer dos funcionários que utilizassem diretamente o computador da empresa, sendo realizada entre os dias 05/05/2014 e 17/05/2014, de maneira que foram visitados nesse intervalo todos os 80 ambientes organizacionais previamente listados, e pedido aos funcionários que respondessem ao questionário em tempo hábil, sendo este recolhido após o término.

Foram entregues 165 questionários, apurando-se o resultado de absolutamente todos e, de acordo com a apuração, 70% dos entrevistados pertenciam às empresas privadas e 30% pertenciam às empresas públicas.

Como o questionário foi dirigido aos funcionários, era esperado que a faixa etária dos mesmos fosse composta em maior parte por jovens, conforme demonstra o gráfico a seguir.

² ACIAJ – Associação Comercial Industrial Agropecuária e de Serviços de Jacuí, fundada em 1999, com o intuito de garantir os direitos dos empresários jacuienses.

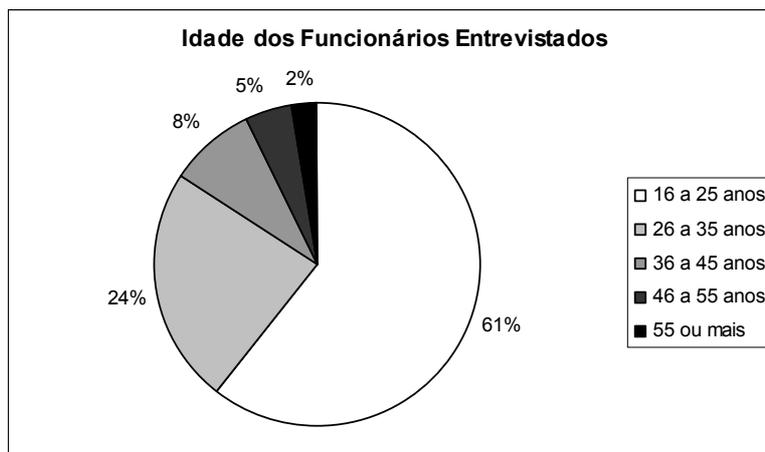


Gráfico 1 – Idade

Fonte: elaborado pelos autores.

A maioria dos entrevistados (61%) tem idades entre 16 a 25 anos. Na análise geral, percebeu-se que a maior parte dos indivíduos que respondeu à entrevista (60%) foi composta pelo sexo feminino.

4.3 O Questionário

O questionário estruturado foi composto por 14 questões fechadas e uma questão para comentários, críticas ou sugestões, onde quem tivesse o interesse pudesse descrever sobre o assunto em pauta.

O entrevistado possuía três opções para concluir o questionário, sendo possível encerrá-lo logo na primeira questão, ou encerrá-lo na questão de número 6 ou, então, encerrá-lo na questão 14 (a última).

Observou-se que 21 entrevistados (13%) encerraram seus respectivos questionários na questão de número 1, ou seja, os mesmos não possuem uma conta na rede social Facebook. O restante, 144 pessoas (87%) prosseguiram com o questionário.

Os entrevistados que prosseguiram, declararam em maioria (73%) que não se consideram viciados em Facebook, ante 27%, que alegaram serem viciados. E quando se perguntou se conseguiriam passar um longo período sem acessar o Facebook, 61% disseram que sim, sem problema algum; 28% disseram que conseguiriam, porém com uma certa angústia; e 11% disseram que se sentiriam perdidos. Grande parte dos mesmos (42%) revelaram que acessam esta rede social de 2 a 3 vezes ao dia, no período em que não estão

trabalhando, 38% disseram que acessam uma vez ao dia, ou raramente, e 20% permanecem online o tempo todo.

A maioria dos entrevistados declararam que as normas da empresa não permitem o uso do Facebook, como veremos a seguir.

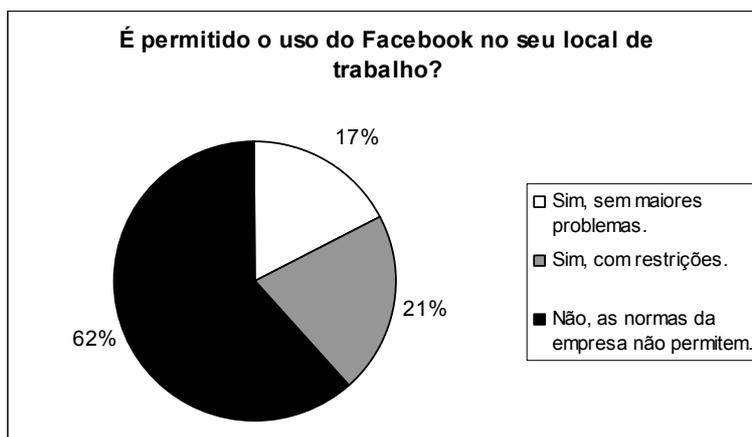


Gráfico 2 – Permissão de acesso.
Fonte: elaborado pelos autores.

Porém, em seguida foi perguntado se os mesmos acessam o Facebook no local de trabalho, seja do computador ou aparelho particular, e o resultado será visto abaixo, onde 56 entrevistados (38%) tiveram que encerrar seus respectivos questionários por declarem que no trabalho não há nenhuma forma de acesso ao Facebook. Contudo, 88 entrevistados seguiram em diante.

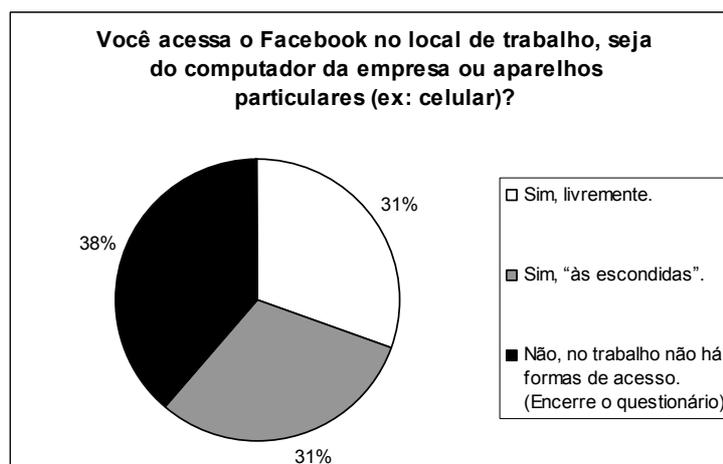


Gráfico 3 – Acesso no trabalho.
Fonte: elaborado pelos autores.

Em sequência, a entrevista revelou que 45% dos funcionários, que prosseguiram com o questionário, utilizam o Facebook apenas 1 vez, ou raramente, durante o horário de expediente; 38%, de 2 a 3 vezes; e 17% permanecem conectados o tempo todo ao Facebook. Quando perguntado se o entrevistado se sentiria incomodado se algum motivo não rotineiro impedisse seu acesso à rede social em análise, durante o expediente, obteve-se que 69% não se incomodam; 23% declaram que se sentem incomodados, mas se controlam; e 8% ficam angustiados. Na questão seguinte, ao perguntar se o funcionário se sentiria mal se perdesse totalmente o acesso ao Facebook no horário de expediente, 52% revelaram não sentir falta do mesmo, 41% disseram que se controlariam e 7% disseram ter necessidade de se conectar. Pode-se notar uma queda no número de funcionários que não se importariam em perder o acesso ao Facebook, perante a questão anterior. A pergunta seguinte revelou que 58% dos funcionários acreditam que o Facebook não os atrapalha no rendimento do seu trabalho, ante 42% que acreditam que possa atrapalhar.

Quando questionados sobre o número de vezes que já foram advertidos pelos seus respectivos chefes por acessarem o Facebook durante o expediente, 79% declaram nunca terem levado advertências, como veremos a seguir.

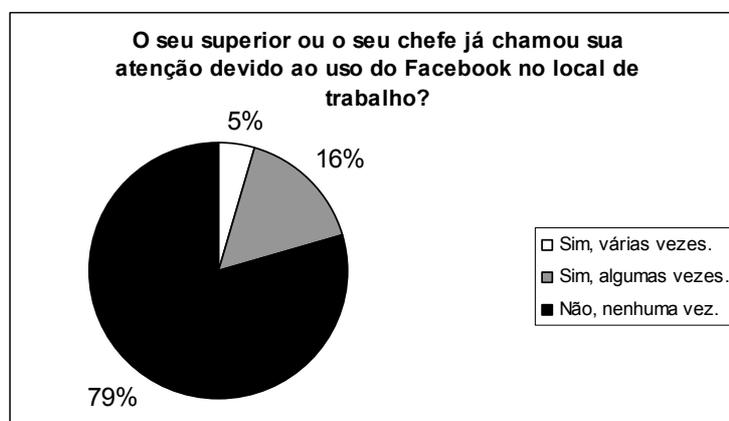


Gráfico 4 – Percepção por parte do empregador.
Fonte: elaborado pelos autores.

O questionário revelou que 50% consideram correto utilizar a rede social Facebook no trabalho, pois podem conciliar os dois, e os outros 50% acreditam que no trabalho não seja lugar de utilizá-lo. Na questão em sequência, foi questionado se o funcionário que utiliza o Facebook dentro da empresa se sente melhor e menos estressado, quando 56% acreditam que o mesmo não gera benefício algum, ante 46% que dizem se sentirem menos estressados.

Por fim, a última questão procurou saber se o funcionário que está motivado para com o seu trabalho procura acessar o Facebook. Foi quando 86% dos entrevistados revelaram que não sentem necessidade de acessá-lo quando há motivação naquilo que exercem, e 14% relatam sentir necessidade de acessá-lo mesmo quando estão empenhados.

No espaço aberto para comentários, críticas ou sugestões, os relatos, dos poucos entrevistados que mostraram interesse em participar, escreveram que o Facebook, no ambiente de trabalho, pode atrapalhar e prejudicar o rendimento na empresa; acreditam que no expediente essa ferramenta pode tirar o foco do funcionário, e que o melhor horário para acessá-la é nos intervalos ou, então, em casa, e justificaram que se permanecem online o tempo todo é devido ao fato de que o celular que possuem fica logado no Facebook 24 horas por dia.

4.4 Resultados Obtidos

Diante do exposto, após a aplicação do questionário, tem-se como resultado as seguintes conclusões:

Conforme apontado por Andreassen (2012), um grande número de pessoas está acessando a rede social Facebook, sendo que a maioria são os mais jovens e as mulheres, e esta informação também abrange os indivíduos dos ambientes organizacionais entrevistados, de acordo com o questionário aplicado.

Um grande número de entrevistados afirma que não se consideram viciados, que conseguiriam passar um período sem acessar o Facebook, mas o acessam várias vezes ao dia fora do ambiente de trabalho, ou seja, dedicam tempo demais a ele, sendo que este tempo poderia ser dedicado a outras tarefas. Podem não ser considerados viciados, mas estão bem próximos do vício.

Entrando no ambiente organizacional, os gestores e responsáveis pelas empresas entrevistadas têm consciência que o Facebook pode dispersar os funcionários, por isso a maioria das organizações não permite acesso de acordo com suas normas. Poucas o restringem em partes, ou então o permitem deliberadamente; no entanto, o número de pessoas que o acessam escondido, quebrando normas, é relevante, o que pode-se definir como um comportamento avaliado como não-ético para as organizações.

A maioria dos funcionários, no entanto, o acessam com moderação em intervalos curtos, o que pode ser considerado como positivo, tanto para a empresa, que sofre menos com

o absenteísmo, quanto para o funcionário, que não pode ser considerado como viciado, onde o motivo de sua abstração do trabalho pode ter outros fatores. Apenas uma pequena parte dos entrevistados poderia ser considerado como dependente, o que afeta diretamente sua vida social e seu desempenho no trabalho de maneira geral.

Os gestores, em maioria, nunca advertiram seus funcionários por acessar ao Facebook, ou seja, a conduta dos mesmos é considerada como satisfatória para a organização (mesmo para aqueles que acessam escondidos), seu desempenho em relação a esse absenteísmo é favorável, e o sintomas do vício não estão ali presentes.

Entre os funcionários que acessam o Facebook durante o expediente, metade tem consciência de que no trabalho não seja o local apropriado para acessá-lo, e metade julga não atrapalhar em suas funções. Conseguir isolar o funcionário de sua vida pessoal dentro da organização fica mais difícil com o passar do tempo, por isso é preciso cuidado por parte dos funcionários em relação ao uso desta ferramenta, comprometimento para com o seu trabalho e comportamento adequado.

Uma considerável parte dos entrevistados define o Facebook como uma fuga do ambiente de trabalho quando estão estressados. Tal fator pode denunciar que existem problemas dentro da organização que podem passar despercebidos aos olhos dos gestores, ou os mesmos não tenham vontade de checá-los ou resolvê-los. Tais problemas afetam diretamente o clima organizacional da empresa, trazendo desmotivação aos empregados.

Grande parte dos funcionários afirmou que quando há motivação e empenho no trabalho que exercem, não sentem necessidade de acessar o Facebook, o que reforça a tese de Amadeu (2010), que acredita que os problemas enfrentados dentro da organização são em relação à falta de motivação do funcionário, do que o absenteísmo dos mesmos quando utilizam o Facebook. A motivação gera maior empenho que, por consequência, ocasiona em maior produtividade. É preciso uma liderança astuta, capaz de liderar e motivar os empregados com zelo, fazendo com que os mesmos se sintam acolhidos dentro da organização.

Pode-se concluir que a utilização da rede social Facebook dentro do ambiente de trabalho, durante o expediente, está mais ligada à falta de motivação dos funcionários, em decorrência de inúmeros fatores, do que com o vício em relação ao próprio Facebook.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Facebook não pode ser considerado como a causa da queda de desempenho dos funcionários dentro da empresa. Ele é apenas uma consequência de um problema camuflado, de origens, às vezes, não perceptíveis aos olhos dos gestores.

Contudo, é preciso saber qual tipo de comportamento é o mais adequado dentro das organizações. Os funcionários precisam ter o discernimento necessário entre o correto e o incorreto no exercício de suas atividades laborais, com competência e ética.

Proibir o acesso ao Facebook dentro do ambiente de trabalho será cada vez mais difícil, a partir do momento em que se sabe que a tecnologia avança e o número de adeptos dessa rede aumenta. Portanto, o melhor seria estipular horários, pausas para descanso e relaxamento e alertar para os excessos.

Os líderes precisam compreender que os funcionários não são maquinários, e que o lado pessoal, por mais que se tente isolar, sempre o acompanhará, até mesmo no ambiente de trabalho. Motivá-los pode ser uma tarefa difícil, mas recompensadora, pois os benefícios advindos contribuirão diretamente no desempenho da organização como um todo.

A falta de motivação é apenas um dos vários fatores que pode levar o funcionário a buscar o relacionamento virtual dentro do ambiente organizacional e, como sugestão para trabalhos futuros, recomenda-se que seja feito um estudo sobre os fatores que causam o absenteísmo dos empregados.

REFERÊNCIAS

A - ALEXA. **Topsites Brasil**. Alexa Internet Inc. 2014. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>> Acesso em: 13 de junho de 2014

B - ALEXA. **Topsites Global**. Alexa Internet Inc. 2014. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites>> Acesso em: 13 de junho de 2014

AMADEU, Marcio Beber Diz. **Redes Sociais no Ambiente de Trabalho**. 2010. Disponível em: <http://www.pucsp.br/nppi/downloads/28_07_2010_doc_5_a_redes_sociais_no_ambiente_de_trabalho.pdf>. Acesso em: 14 de junho de 2014

ANDREASSEN, Cecilie Schou; et. al. **Development Of A Facebook Addiction Scale**. *Psychological Reports*, v. 110, n. 2, p. 501-517, abril 2012. Disponível em:

<<http://www.amsciepub.com/doi/pdfplus/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>> Acesso em: 17 de junho de 2014

ASHLEY, Patrícia Almeida. et. al. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 300 p.

BARBOSA, Christian. Saiba **Estipular um Limite para as Redes Sociais no Trabalho**. 2014. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/saiba-estipular-um-limite-para-as-redes-sociais-no-trabalho/75789/>>. Acesso em: 13 de junho de 2014

BRASIL ESCOLA. **Orkut**. 2009. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/informatica/orkut.htm>> Acesso em: 13 de junho de 2014

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 506 p.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. 8ªed. São Paulo: Cortez, 2006. 164 p.

DAVEL, Eduardo; VASCONCELOS, João. **Recursos Humanos e Subjetividade**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1997. 270 p.

FERRER, Rafael. **72% das Empresas Proíbem o Acesso ao Facebook**. Revista Info. 2011. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/ti/72-das-empresas-proibem-o-acesso-ao-facebook-diz-pesquisa-07122011-37.shl>>. Acesso em 14 de junho de 2014

FIGLIE, Neliana Buzi; BORDIN, Selma; LARANJEIRA, Ronaldo. **Aconselhamento em Dependência Química**. 2ª ed. São Paulo: Roca, 2010. 674 p.

FREITAS, Henrique; et. al. **O Método de Pesquisa Survey**. Revista de Administração. São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, julho/setembro 2000.

G1. **Facebook Atinge 1 Bilhão de Usuários Ativos Mensais**. Globo. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/Facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>> Acesso em: 13 de junho de 2014

G1. **Facebook Ultrapassa Orkut em Usuários Únicos No Brasil**. Globo. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/09/Facebook-ultrapassa-orkut-em-usuarios-unicos-no-brasil-diz-ibope.html>> Acesso em: 13 de junho de 2014

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projeto de Pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184 p.

KEEN, Andrew J. **Vertigem Digital: Porque as Redes Sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 256 p.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **O Manifesto Comunista**. 18ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008. 67 p.

MASI, Domenico de. **Dedicação Excessiva ao Trabalho Prejudica o Ócio Criativo**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2013. Disponível em: <

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/03/1249144-dedicacao-excessiva-ao-trabalho-prejudica-o-ocio-criativo-diz-de-masi.shtml>>. Acesso em: 15 de junho de 2014

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria Geral da Administração**: da revolução urbana à revolução digital. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. 491 p.

MESHI, Dar; et. al., **Nucleus Accumbens Response To Gains In Reputation For The Self Relative To Gains For Others Predicts Social Media Use**. *Frontiers In Human Neuroscience*, v. 7, n. 439, agosto 2013. Disponível em: <<http://journal.frontiersin.org/Journal/10.3389/fnhum.2013.00439/full>> Acesso em: 17 de junho de 2014

MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003. 525 p.

MURAD, José Elias. **Drogas**: O que é preciso saber. 8ª ed. Belo Horizonte: Lê, 1998. 168 p.

NASH, Laura L. **Ética nas Empresas**: Boas Intenções à Parte. 1ª ed. São Paulo: Makron Books, 1993. 239 p.

PADDOCK, Catharine. **Facebook Addiction**: New Psychological Scale. *Medical News Today*. 2012. Disponível em: <<http://www.medicalnewstoday.com/articles/245251.php>> Acesso em: 13 de junho de 2014

SÁ, Antônio Lopes de. **Ética Profissional**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2012. 312 p.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª ed. São Paulo: Cortez, 2007. 304 p.

TERRA. **Facebook Completa 10 Anos**: conheça a história da rede social. Terra Tecnologia. 2014. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/Facebook-completa-10-anos-conheca-a-historia-da-rede-social,c862b236f78f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>> Acesso em: 13 de junho de 2014

APÊNDICE

Questionário – Tema em foco: Facebook

Sexo: () Masculino () Feminino

Idade: _____ Anos

Empresa onde trabalha: _____ () Pública () Privada

1 – Você possui uma conta na rede social Facebook?

() Sim, possuo uma conta.

() **Não. (Encerre o questionário)**

2 – Para você, o Facebook é algo viciante?

() Sim, me considero um viciado em Facebook.

() Não, utilizo-o nos momentos vagos, quando não há o que se fazer.

3 – Você conseguiria passar um LONGO período sem acessar o Facebook?

() Sim, sem maiores problemas.

() Sim, porém ficaria angustiado.

() Não, me sentiria perdido e desantenido do mundo.

4 – Com qual frequência acessa ao Facebook quando NÃO está trabalhando?

() A maior parte do tempo.

() 2 ou 3 vezes ao dia.

() 1 vez ao dia, ou raramente.

5 – É permitido o uso do Facebook no seu local de trabalho?

() Sim, sem maiores problemas.

() Sim, com restrições.

() Não, as normas da empresa não permitem.

6 – Você acessa o Facebook no local de trabalho, seja do computador da empresa ou aparelhos particulares (ex: celular)?

() Sim, livremente.

() Sim, “às escondidas”.

() **Não, no trabalho não há formas de acesso. (Encerre o questionário)**

7 – Durante seu horário de expediente, quantas vezes você acessa o Facebook?

() O tempo todo.

() 2 ou 3 vezes.

() 1 vez, ou raramente.

8 – Você se sente incomodado quando algum motivo NÃO ROTINEIRO o impede de acessar o Facebook NO TRABALHO?

() Sim, fico angustiado.

() Sim, porém me controlo.

() Não, isso não me incomoda.

9 – Se você perdesse totalmente o acesso ao Facebook no local de trabalho, se sentiria mal?
() Sim, tenho necessidade de me conectar.
() Sim, mas eu me controlo.
() Não, nem sentiria falta.

10 – Você acredita que o Facebook pode atrapalhar o seu rendimento para com o seu trabalho?
() Sim, acredito que possa atrapalhar.
() Não, o Facebook não me atrapalha em nada.

11 – O seu superior ou o seu chefe já chamou sua atenção devido ao uso do Facebook no local de trabalho?
() Sim, várias vezes.
() Sim, algumas vezes.
() Não, nenhuma vez.

12 – Para você, é correto utilizar o Facebook no local de trabalho?
() Sim, posso conciliar trabalho e Facebook.
() Não, pois acredito que no trabalho não é lugar.

13 – Quando você utiliza o Facebook dentro do ambiente de trabalho, se sente melhor? Ou menos estressado?
() Sim, me sinto melhor e/ou menos estressado.
() Não, não me traz benefício nenhum.

14 – Quando está motivado e empenhado com o seu trabalho, sente necessidade de acessar o Facebook?
() Sim. Mesmo empenhado não consigo me desligar do Facebook.
() Não. Quando estou empenhado me desligo do Facebook.

15 – Algum comentário, crítica ou sugestão sobre o tema abordado neste questionário?
Descreva:

Obrigado pela sua colaboração!!

FAVOR DEVOLVER APÓS RESPONDER.
Grato!