



HEIDER DE OLIVEIRA SILVA

O USO DAS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

São Lourenço

2019



HEIDER DE OLIVEIRA SILVA

O USO DAS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho apresentado ao Curso de Administração da Faculdade Victor Hugo, como requisito parcial para a Conclusão de Curso, sob a orientação do Professor Edson Wander da Silva.

São Lourenço

2019

O USO DAS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

*Heider de Oliveira Silva

**Edson Wander da Silva

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo analisar como as redes sociais podem influenciar nos hábitos e comportamentos dos colaboradores dentro das Organizações. O atual cenário é de avanço tecnológico e exige uma grande capacidade de comunicação e resposta rápida. Os sistemas de informação e as redes sociais tem sido grandes aliados na comunicação corporativa, diminuindo a distância entre empresa e clientes. São vários os meios de comunicação, os mais avançados e usados no momento dentro das Organizações são computadores, tablets e smartphones, todos com capacidade de acessar a internet. Hoje em dia ficou muito fácil se comunicar com qualquer pessoa de onde quer que se esteja, essa facilidade se deve principalmente por causa das redes sociais, que carregam informações em alta velocidade, e também podem ser usadas como entretenimento. As redes sociais e os novos meio de comunicação não são inimigos. São recursos, e como quaisquer outros tipos de recursos, quando bem utilizados traz dividendos, qual mal utilizados trazem prejuízo e além disso não se trata tão somente de utilizar bem ou mal, nos dias atuais empresas que não se rederem ao “mobile” tendem a ficar para traz na corrida mercadológica.

Palavras-chave: Redes Sociais, Comportamento, Informação, Comunicação, Organizações.

1. INTRODUÇÃO

As Organizações no mercado atual precisam estar cada vez mais competitivas e grandes aliados nessa busca são os colaboradores que precisam estar motivados e satisfeitos com a forma de trabalho que desempenham e com menos conflitos possíveis. Contudo, juntamente com o mercado atual, a forma e a velocidade de se comunicar também está evoluindo rapidamente, podendo ser chamado de a era digital.

*Heider de Oliveira Silva-Aluno de ADM da Faculdade Victor Hugo, e-mail: heider.oliveira@yahoo.com.br

**Edson Wander da Silva-Professor da Faculdade Victor Hugo, e-mail: edsonwander.silva@professor.unis.edu.br

De acordo com Chiavenato (2011) as Organizações têm que se esforçar cada vez mais para acompanhar a tecnologia, que vem evoluindo de forma rápida e causando grandes impactos na vida e no comportamento das pessoas.

Com a tecnologia em constante evolução, foram criadas as “redes sociais” que não só mudaram a forma e a velocidade de se comunicar, mas a dinâmica em que acontece, podendo ser individual ou em grupo, dando assim a origem do objetivo deste trabalho que é analisar como as redes sociais podem influenciar nos hábitos e comportamentos dos colaboradores dentro das Organizações. Criam-se dessa forma uma nova realidade, uma vez que toda informação em grupo é exposta, as Organizações têm a capacidade de comunicar-se com todos os públicos. No entanto, a atenção redobrada é necessária para que se possa passar uma imagem positiva e gerar credibilidade para impulsionar o crescimento.

Segundo Chiavenato (2006) para que se possa chegar a realização de um objetivo comum, é necessário que seres humanos cooperem uns com os outros a fim de formar uma Organização. Nesse sentido, a comunicação organizacional é de grande importância, sua prioridade nas Organizações é solucionar problemas, passar informações, auxiliar na tomada de decisões corretas e aperfeiçoar relacionamentos que integram e coordenam todas as partes. No entanto, a internet proporcionou acesso ilimitado a todo tipo de informação, podendo assim interferir na produtividade e no desempenho das atividades dos colaboradores dentro das Organizações, portanto o que justifica o motivo principal desta pesquisa que é conhecer a necessidade do colaborador se comunicar com terceiros através das redes sociais durante a jornada de trabalho e, desta forma, auxiliar gestores de empresas na tomada de decisões referente a este tipo de comportamento, pois vale lembrar que esse tipo de comunicação pode trazer a aproximação de clientes.

2. REFERENCIAL TEORICO

2.1 Comunicação nas Organizações na era digital

A era da informação, mas conhecida como era digital teve seu início ao redor de 1990, e suas principais características são as rápidas mudanças, tais mudanças que

são imprevistas e inesperadas. Hoje existe um mundo completamente globalizado onde a informação passou a cruzar fronteiras em milésimos de segundos, e com isso a competitividade intensificou-se muito entre as organizações, agilidade, mobilidade, inovação, ameaças e oportunidades, na era atual o recurso mais importante deixou de ser o capital financeiro e cedeu espaço ao conhecimento.

Segundo Chiavenato (2015, p.9) a administração de recursos humanos deu lugar a gestão de pessoas, onde as pessoas deixam de ser meros recursos organizacionais e se tornam seres dotados de alta inteligência capacidade de transformação, o autor ainda ressalta que a moeda do futuro não vai ser financeira, mas sim o capital intelectual.

A era digital no mundo contemporâneo chegou com muitas transformações e umas das áreas que sofreram grandes mudanças foi à área da comunicação, pois o homem atual tem testemunhado tais mudanças aceleradas, e a internet faz com que não exista mais pessoas separadas por lugares longínquos. A informação se move através de ondas em um espaço virtual denominado ciberespaço.

No entendimento de Costa (2006, p.20) o ciberespaço é um “novo espaço de interação e produção de inteligência humana” um local de comunicação entre homens, uma interação dinâmica, podendo comunicar-se com qualquer um onde quer que se esteja.

Nos tempos atuais as Organizações têm investido fortemente em ferramentas que facilitam a comunicação dentro e fora das Organizações, porém estas encontram algumas adversidades perante o comportamento de seus colaboradores. De acordo com Chiavenato (2011) alterações na forma e agilidade de se comunicar trazem grandes impactos na sociedade e na vida das pessoas, logo as empresas e pessoas estão ligadas em redes, conectadas, com tudo e todos em tempo integral. Chiavenato (2009) explica que com o novo momento vivido, as trocas de informações acontecem em alta velocidade, desta forma a tecnologia da informação provocou o aparecimento da globalização da economia, além disso, vem transformando também as formas de relacionamentos. Relacionar-se ficou mais prático, as mídias sociais têm alterado seriamente o comportamento das pessoas, isto vai além de sites criados como ferramentas de marketing, para divulgações de

produtos, marcas, etc. O que apareceu e ficaram foram as redes sociais que aproximaram em grande escala e tempo real, colaboradores e pessoas ligadas a estes, fornecedores, clientes, ou seja, qualquer um que tenha interesse na organização ou alguém ligada a ela.

Quando surgiram as redes sociais, administradores, gestores, decidiram por proibirem o uso das redes sociais, dentro das organizações, tinham no entendimento que o uso das redes sociais afetaria negativamente o rendimento e a produtividade dentro das empresas, e também não descartavam a possibilidade do uso das redes sociais para fins pessoais, o que causaria a descontração, a perda de foco e desencontro de ideias nas atividades que desempenham dentro das empresas. Porém logo as Organizações permitiu a seus colaboradores o uso das redes, com a finalidade de que no momento atual em que vivemos, diversos acontecimentos referentes a economia, transformações, evoluções em alta velocidade, as redes sociais tornaram-se ferramentas imprescindíveis para determinadas atividades desempenhadas no dia-a-dia das empresas (MONTEIRO; BRUNO, 2010).

No entanto, é necessário, analisar de que forma as redes sociais podem se tornar aliadas ou ameaças nas Organizações, pois o uso indevido das redes sociais pode gerar riscos, conflitos, pelo simples motivo de que muitos colaboradores deixam de executar suas tarefas para passarem horas e horas em redes sociais.

O uso inadequado de redes sociais durante a jornada de trabalho pode causar grandes transtornos no convívio dentro das Organizações, comprometendo também a qualidade da tarefa executada, por isso deve ser feita minuciosamente as análises de vantagens e desvantagens do uso das redes sociais e definir limites para o uso destas.

Dentro das Organizações, é importante fazer um trabalho de conscientização dos colaboradores referente ao uso de redes sociais, pois se as redes sociais forem usadas para entretenimento ou fins pessoais, os colaboradores podem enfrentar e sofrer com as consequências do uso indevido das redes sociais.

De acordo com Mattos, Cibele (2015) a veiculação de notícias nas redes sociais que maculam a imagem da empresa, caracteriza desídia e mau comportamento do funcionário, da mesma forma que o empregado que publica em seu perfil na internet ofensas ao patrão ou pratica ato lesivo à honra e a boa fama do empregador, pode acontecer, nos dois casos, a dispensa por justa causa. Os fundamentos para demissão por justa causa nos casos citados acima estão descritos nas hipóteses do art. 482, “b” e “k”, da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas).

O mercado de trabalho está muito concorrido, os colaboradores devem estar atentos as mudanças e as exigências, é de grande importância que estejam cada vez mais preparados e demonstrar comprometimento com as Organizações é essencial para manter-se dentro do mercado de trabalho.

2.2 Redes sociais e seus tipos

Existem várias e várias definições para redes sociais, que ao longo do tempo sofreram algumas mudanças, mas sempre algo em comum, a necessidade de interação entre pessoas para se chegar a um determinado objetivo.

Segundo Ribas e Ziviani (2008) as redes sociais surgem através de procedimentos políticos e culturais que apresentam um conjunto de inovações nascidas de necessidades de soluções para conflitos atuais, levando em conta que cada tipo de rede possui suas próprias características que se baseia em fatores determinados pelo ambiente interno e externo, referentes a objetivos compartilhados.

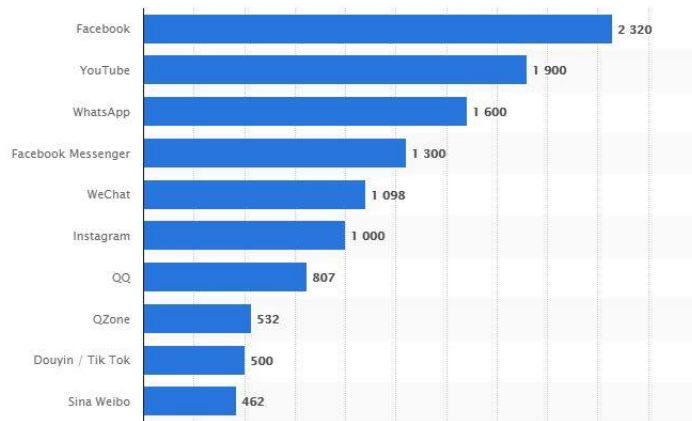
As redes sociais podem ser vistas também como estruturas sociais virtuais compostas por pessoas e ou Organizações conectadas por diversos tipos de relações que compartilham valores, interesses e objetivos comuns na internet, as redes sociais também vem transformando a forma de comunicar das pessoas, pois com seu alcance global, ou seja, em escala mundial, influencia opiniões, causando desta forma o aparecimento de grupos de pessoas interligadas por, religião, opção sexual, etnia, times, gosto musical e muitos outros.

Na opinião de Olivieri (2003) as redes sociais criam campos de interação entre pessoas de diferentes Organizações, gerando envolvimento de pessoas e instituições de modos participativos, dinâmicos e democráticos, e equiparados por desejos em comum.

MARQUES, Eduardo Cesar (1999, p.46) “As redes são, portanto, a estrutura do campo no interior do qual estão imersos os atores sociais e políticos relevantes em cada situação concreta. O traço comum à análise de redes é o enfoque central nas relações sociais, preocupação antiga das ciências sociais. Embora tenham sido as preocupações empíricas que motivaram as primeiras décadas de pesquisa sobre o assunto, os esforços analíticos recentes baseados no estudo das redes indicam a preocupação com a fundação de uma "sociologia relacional", ou com a recuperação, em outras bases técnicas, das preocupações originais presentes em clássicos da Sociologia como George Simmel (Emirbayer, 1997; Emirbayer e Goodwin, 1994; White, 1992). Da mesma forma, a análise de redes tem possibilitado integrar economia e sociedade de uma maneira que recupera a melhor tradição de Max Weber e Karl Polanyi, como é o caso dos trabalhos de Granovetter (1973), White (1981) e Burt (1992)”.

As pessoas procuram diversas formas de comunicação, e tem a necessidade de estar em um grupo social. De acordo com GOOSEEN (2009) as redes sociais se adaptaram no universo da informação, refletindo na forma de mudanças para a sociedade. As redes sociais são hoje altamente conhecidas, e impressionam pela quantidade de pessoas que fazem o uso delas.

De acordo com pesquisa realizada por Q2 Global Digital Statshot (2019), em nível mundial as redes sociais mais usadas considerando o número de usuários ativos, lidera o facebook, sendo ele a primeira rede social a superar 1 bilhão de usuários ativos mensais. De acordo com o portal de pesquisa e estudos Statista, confira a seguir o ranking das dez redes sociais mais usadas referente a abril de 2019.



Fonte: © Statista 2019

A rede social mais usada como podemos ver na relação acima é o facebook, que foi desenvolvida no ano de 2004, por um grupo de ex-alunos da Universidade de Harvard, entre eles estava Mark Zuckerberg o maior idealizador desta rede, segundo Galhardi (2011), no ano 2011 o facebook tornou-se a maior rede social do mundo.

De acordo com entrevista de Zuckerberg (2011), “à diferença de praticamente qualquer outro site ou negócio de tecnologia, o Facebook é, profunda e prioritariamente, sobre pessoas. É uma plataforma para que elas obtenham mais da própria vida. É uma nova forma de comunicação, tal como foram às mensagens instantâneas, o e-mail, o telefone e o telégrafo” (GALHARDI, p.32, 2011).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia para realização deste trabalho pode ser caracterizada como qualitativa e quantitativa e quanto aos meios de investigação, pesquisa bibliográfica, “As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. ” (Gil, 2008, p.28).

Os dados coletados foram através de questionários aplicados por conveniência para cinquenta pessoas de vários ramos como comércio, indústria, agricultura e também a pessoas que estão desempregados na cidade de Carmo de Minas.

O objetivo da pesquisa é avaliar e analisar a necessidade das pessoas de utilizarem as redes sociais durante a jornada de trabalho para fins pessoais e qual o impacto isto causa a ela.

O questionário aplicado continha treze perguntas objetivas, que ao ler a pergunta, o entrevistado a interpreta e, entre as opções que a questão dá ao entrevistado, ele pode optar por apenas uma das opções de resposta e uma pergunta discursiva, na qual o entrevistado não tem opções de possíveis respostas corretas, a resposta é pessoal. O questionário encontra-se anexo nessa pesquisa.

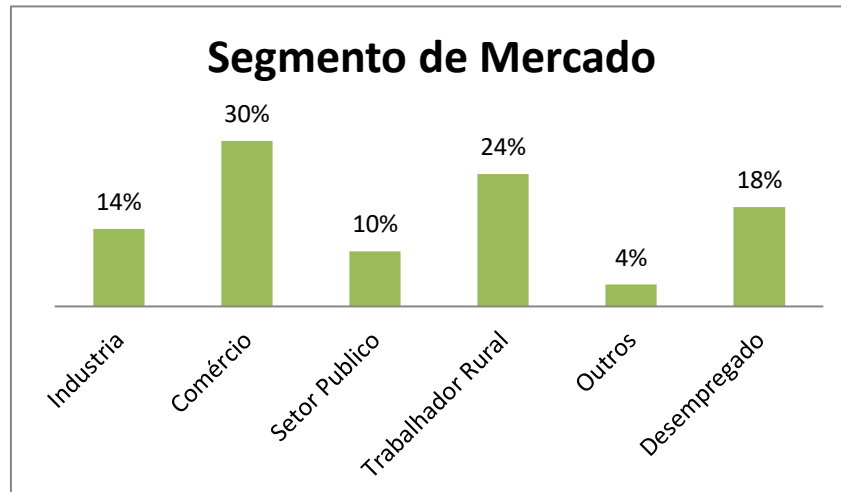
A pesquisa foi realizada durante o mês de abril de 2019 e realizada na zona urbana da cidade, mas não impediu que pessoas que residem e trabalham na área rural respondessem ao questionário, pois foi possível encontrá-los na cidade e desta forma obter as mais diversas opiniões a respeito do tema estudado.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

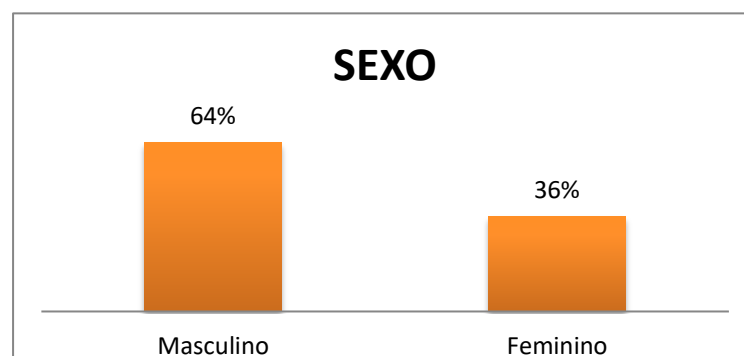
A influência e o impacto que as redes sociais causam nas Organizações e na vida das pessoas tem sido um tema de muita discussão e estudo.

Como citado anteriormente a pesquisa foi realizada com cinquenta pessoas de vários ramos da cidade de Carmo de Minas e para que se possa chegar ao objetivo desta pesquisa, serão apresentados a seguir resultados e discussões obtidos através do questionário aplicado.

A primeira variável a ser analisada foi relativa a segmento de mercado, e quando os entrevistados foram indagados sobre o segmento de mercado que atuam profissionalmente, a maioria está no setor de comércio e apesar da entrevista ter sido realizada na área urbana, o trabalhador rural se destaca com 24% entre os entrevistados, tendo em vista que a agricultura é uma das maiores fontes de renda da cidade, o número de desempregados também é considerável, levando em conta que o país vive um momento de crise econômica, o ramo da indústria aparece com 14% que representam sete pessoas que trabalham em uma fábrica de calças jeans da cidade e setor público aparece com números menos significativos, apenas 10% dos entrevistados e os classificados como outros, foi um rapaz que trabalha em hotel e uma mulher que trabalha como doméstica. Confira a seguir o gráfico os dados obtidos referentes a segmento de mercado.

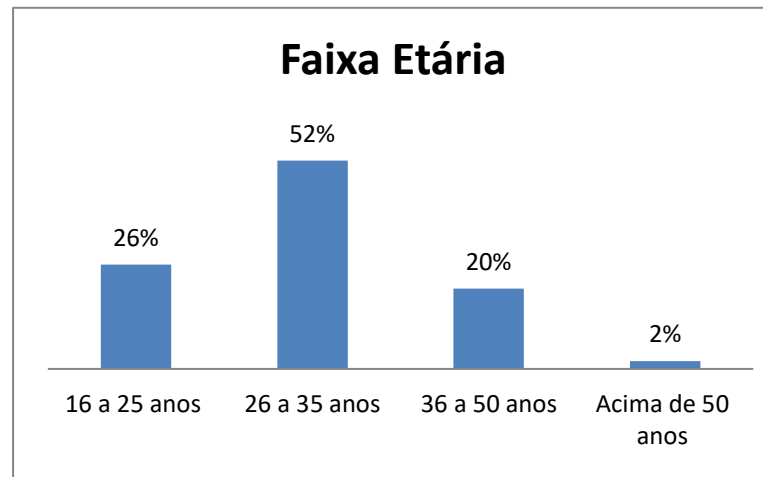


Entre cinquenta entrevistados na pesquisa realizada, 64% são do sexo masculino, e 36% do sexo feminino, com base nesses dados pode-se relatar que os homens ainda ocupam uma fatia maior do mercado de trabalho, como mostra o gráfico a seguir, considerando que a pesquisa foi realizada na cidade de Carmo de Minas, que pode não refletir a nível nacional.



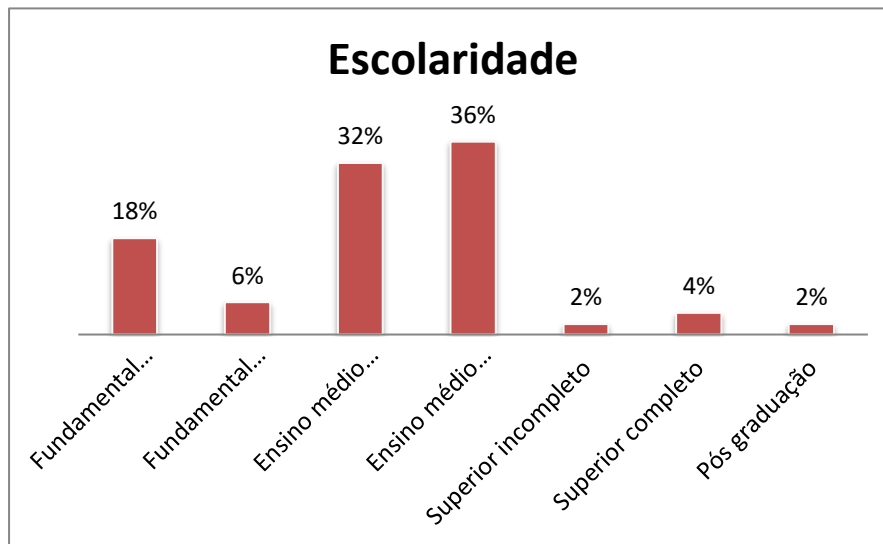
A terceira variável analisada é referente a idade dos entrevistados, as pessoas entre 26 e 35 anos, ocupam a maior parte dos lugares no mercado de trabalho em Carmo de Minas, também com base na pesquisa realizada conclui-se que a maioria dos desempregados ocupam uma faixa etária entre 16 e 25 anos e em sua maioria são estudantes, e os homens de acordo com essa pesquisa começam mais tarde a

procurar emprego, o entrevistado acima de 50 anos é aposentado, porém exerce função remunerada em uma empresa do comércio local, por sua vez a pessoas entre 36 e 50 anos, em sua maioria são trabalhadores rurais e como veremos a diante possuem menor grau de escolaridade, confira a demonstração gráfica referente a idade dos entrevistados.



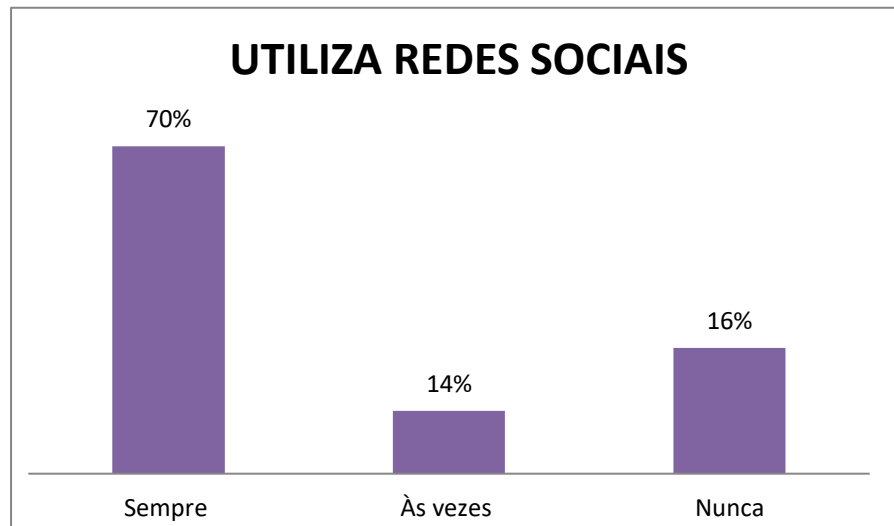
A análise referente ao grau de escolaridade traz algumas observações, nota-se que muito pouco da população chega ao nível superior, e as pessoas que possuem ensino superior completo e pós graduação trabalham na área da educação pública, aqueles que possuem fundamental incompleto trabalham em sua maioria como trabalhador rural, pois como o mercado e indústria estão muito concorridos, também estão cada vez mais exigentes quanto ao nível de escolaridade de seus funcionários, por outro lado como já observado percebe-se que Carmo de Minas ainda tem, de acordo com os entrevistados, uma grande parte das pessoas que não chegaram às universidades, que quando perguntado a alguns se tinham interesse de continuar estudando, dizem que devido a ter que começar a trabalhar precocemente fica mais difícil dar continuidade aos estudos, as pessoas que possuem um grau de ensino médio completo, ocupam a maior parte do quadro de funcionários no comércio e na indústria, aqueles que possuem ensino superior incompleto foram considerados aqueles que abandonaram a universidade, em relação aqueles que possuem ensino médio incompleto, abandonaram os estudos,

porém pretendem voltar no ano seguinte, outros dizem que já tem família e não dá mais para estudar, o gráfico a seguir mostra a comparação de grau de escolaridade entre os entrevistados.

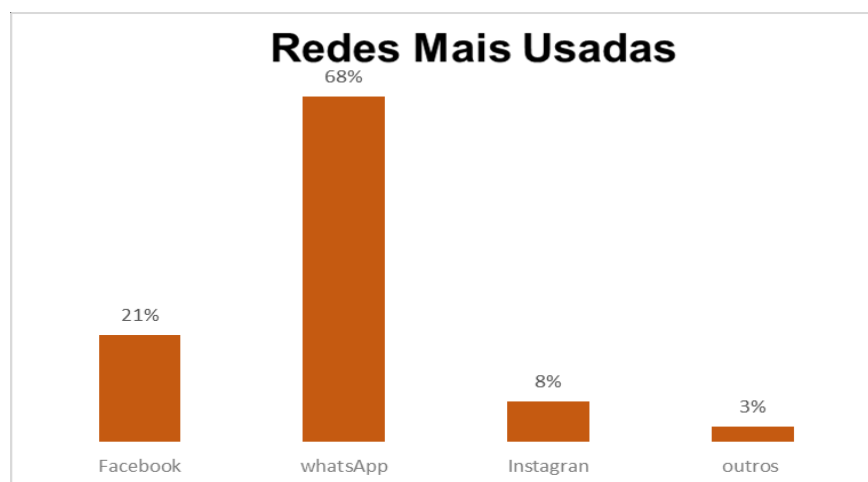


O uso das redes sociais está cada vez mais frequente no dia-a-dia das pessoas, como vimos na opinião de Olivieri (2003) as redes criam campos de interação e Chiavenato (2009) explica que a troca de informações atualmente acontece em alta velocidade. Referente a uso das redes sociais 70% dos entrevistados responderam que sempre faz o uso de redes sociais e 14% às vezes faz uso, estes que por sua vez disseram não ter muito apego por aparelhos eletrônicos, porém todos os que sempre usam e às vezes usam possuem um perfil no facebook, que de acordo com pesquisa feita pela Statista (2016) o facebook possui mais de um bilhão de usuários ativos.

Os entrevistados que responderam que nunca usam as redes sociais, alguns até já usaram, no entanto não gostam ou não sabem usar o computador ou não possuem um celular com tecnologia capaz de acessar a internet.

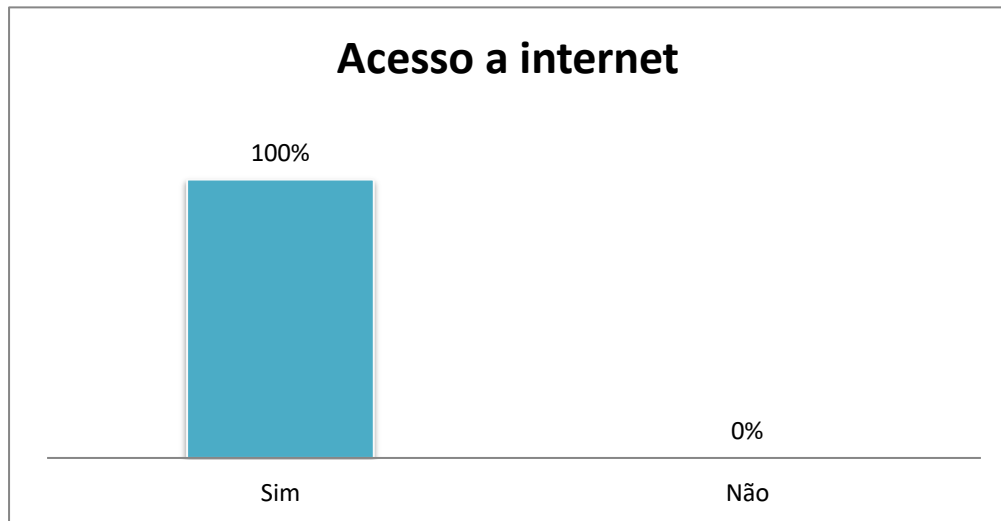


O facebook está no topo do ranking mundial de quantidade de usuários ativos, porém o aplicativo de mensagens instantâneas, o whatsapp, é o mais usado pelos entrevistados, que consideram o whatsapp o melhor aplicativo já criado para comunicação direta entre pessoas ou grupo, o Instagram ou qualquer outro aplicativo, sem ser o facebook e whatsapp, não é mais usado pelos entrevistados que os dois citados, veja no gráfico a comparação.

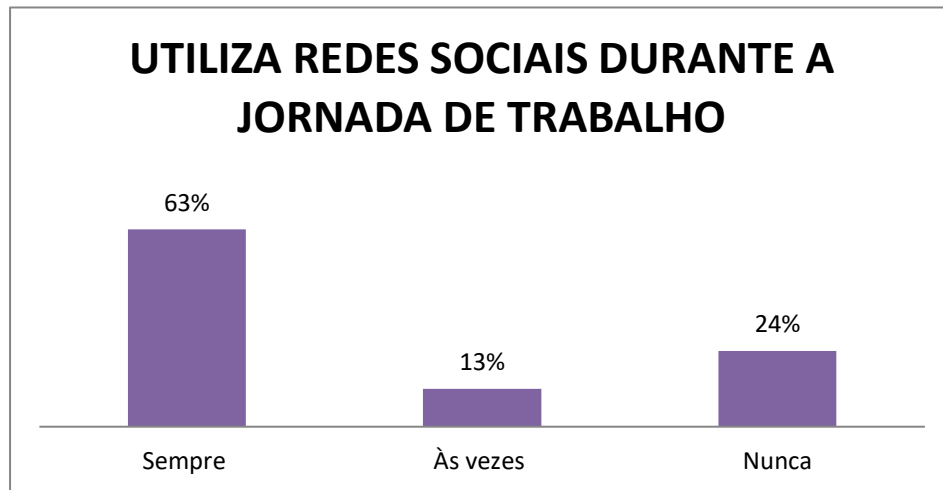


O acesso à internet dentro das Organizações é realidade nos dias atuais, pois é uma ferramenta fundamental para vários processos. Quando os entrevistados que possuem emprego foram indagados a respeito do acesso à internet, todos

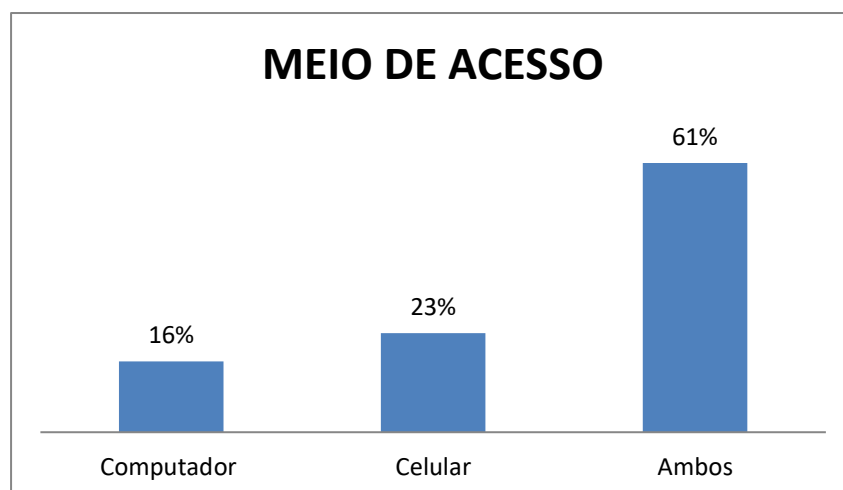
responderam que na empresa na qual trabalham possui internet, mesmo os trabalhadores rurais disseram que nas sedes das fazendas existe escritório com acesso à internet, isso nos mostra que tanto as empresas quanto as fazendas estão informatizadas.



Usar redes sociais durante a jornada de trabalho é um assunto que geram vários pontos de vista, dentre aqueles que possuem acesso a internet, 63% sempre faz uso de rede social durante a jornada de trabalho, e em sua maioria trabalham na área do comércio local, aqueles que disseram nunca fazerem uso no horário de trabalho, dizem que fazem o uso fora do local e horário de trabalho, e os que usam às vezes, alegam que usam apenas para situações de grande importância, então fica evidente que a maioria das pessoas principalmente quem trabalha no comércio faz uso das redes sociais durante a jornada de trabalho, como mostra o gráfico a seguir.

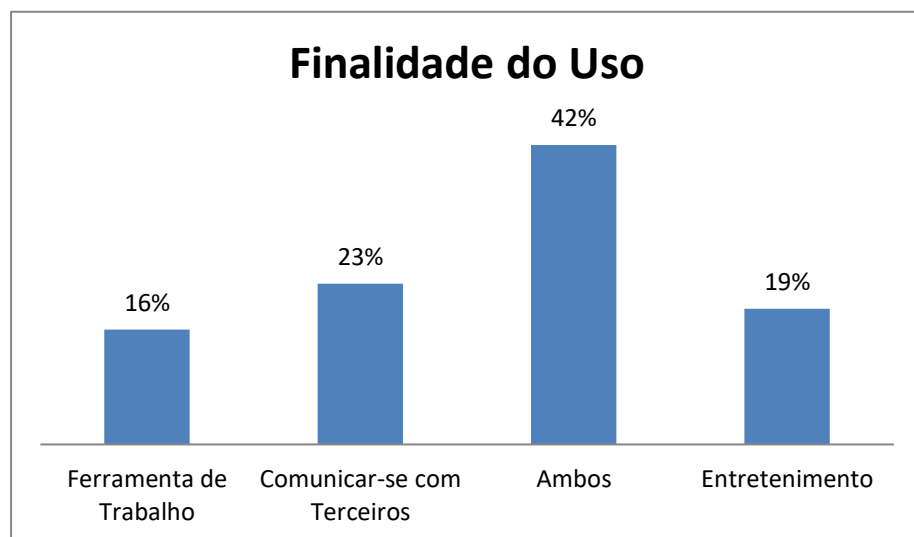


Com os avanços tecnológicos existem várias formas de acessar a internet, ou melhor, redes sociais e os meios mais comuns são o computador e o celular, e quanto os entrevistados foram questionados sobre meios de acesso, a grande maioria com 61% responderam que acessa tanto pelo celular quanto pelo computador, os entrevistados que responderam que acessa apenas pelo computador alguns dizem que o acesso ao celular é restrito e outros alegam não possuir um celular com a capacidade de acesso à internet, os que responderam usar apenas o celular apresentaram que nas suas empresas tem o acesso proibido, porém o uso de dados moveis mostra que a restrição não os impede de usar as redes sociais. Confira a seguir a representação gráfica entre os meios de acesso.



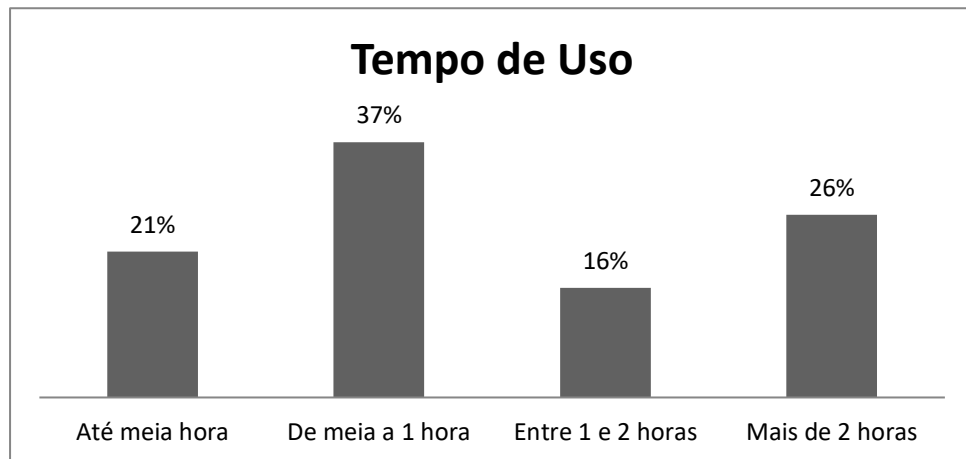
Fazer uso de redes sociais durante a jornada de trabalho tem suas finalidades, e quando os entrevistados foram questionados o motivo do uso, 42% dizem usar para

todos os tipos de finalidades tanto como ferramenta de trabalho, quanto comunicar-se com terceiros e também como entretenimento, aqueles que usam apenas como ferramenta de trabalho são em sua maioria aqueles que usam apenas pelo computador, e não possuem celular com acesso à internet, os que usam mais para comunica-se com terceiros alegam que tem pessoas que dependem delas, como por exemplo, uma mãe de idade, um filho pequeno ou um irmão mais novo, que são obrigados a deixar com outras pessoas para que possam sair de casa para trabalhar, os que usam apenas como entretenimento, até confessam possuir um vício em redes sociais e não viveriam sem o uso delas nos dias atuais, alguns destes que tem o uso restrito pelas empresas, chegam a ficar fechados várias vezes no dia, escondidos no banheiro da empresa para acessar a internet no celular.



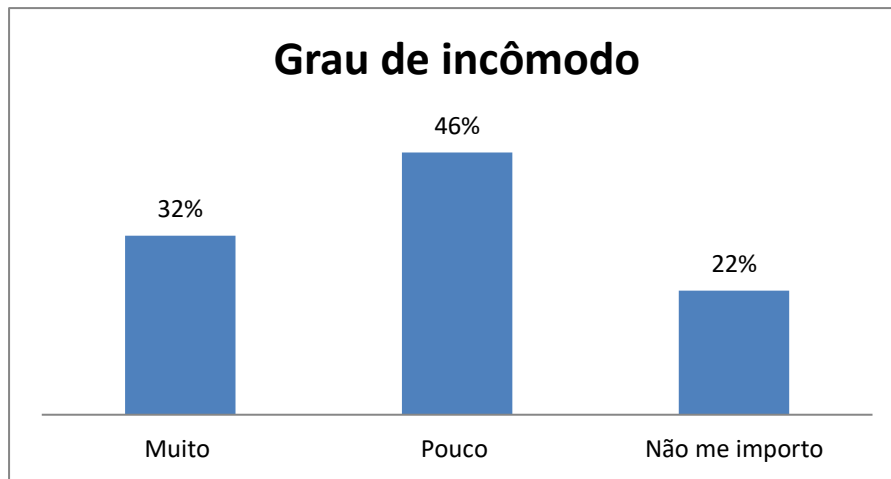
O tempo nos dias é de muito valor, e como já dito neste estudo o uso inadequado de redes sociais durante a jornada de trabalho pode causar grandes transtornos no convívio dentro das Organizações, comprometendo também a qualidade da tarefa executada, e quando perguntados referente ao tempo que dedicam as redes sociais, o resultado foi o seguinte, o intervalo de meia hora a uma hora obteve a maior quantidade de pessoas com 37%, em segundo lugar vieram aqueles que usam mais de duas horas com 26%, seguidos de perto por aqueles que usam até meia hora por dia no trabalho com 21%, e não menos importante 16%, ficaram enquadrados no tempo de uso entre uma e duas horas, tais tempos que perguntados aos

entrevistado se acham justo, a maioria respondeu que não conseguem ficar sem usar uma rede social.



Analisar qual a reação dos colaboradores perante de alguns colaboradores que utilizam as redes sociais é um dos objetivos desta pesquisa, e quando colocado em questão se provoca algum incômodo ver o colega de trabalho usando as redes sociais, 32% disseram que se incomodam muito com algum companheiro de trabalho fazendo uso das redes sociais para fins pessoais, estes são em sua maioria aqueles que nunca usam redes sociais e aqueles que usam pouco, mas que ficam incomodados, os que se incomodam pouco dizem que tem hora que pra usar para fins pessoais e tem hora que não, estão entre estes as pessoas que trabalham no comércio, que consideram em que em horários de baixo movimento não há nada para fazer e não teria problema algum ficar em uma rede social, são estes uma fatia de 46%.

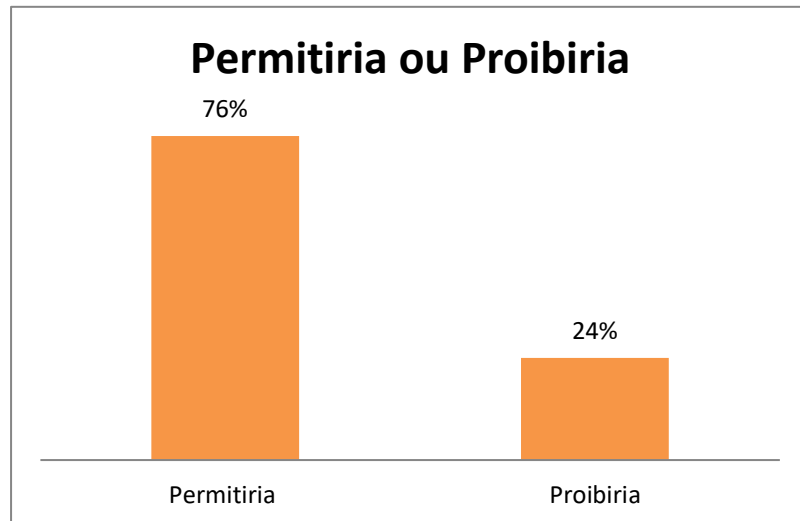
As pessoas que não se importam com algum colega fazendo uso das redes sociais durante a jornada de trabalho são aqueles que fazem o uso excessivo das redes sociais, são os que ficam mais horas nelas, e tem com eles o pensamento de que se eles podem porque não o outro, com 22% estão representados no gráfico a seguir.



A grande dúvida dos gestores, administrados, donos de empresas é permitir ou não o uso das redes sociais, pois de acordo com o estudo realizado conclui-se que colaboradores devem manter um equilíbrio quanto ao uso das redes sociais, em que o nível de rendimento não caia e que a necessidade maior é o interesse da organização.

A análise a seguir mostra a opinião dos entrevistados se tivessem o poder de decidir liberar ou proibir o uso das redes sociais dentro das Organizações, o resultado encontrado foi que 76% dos entrevistados responderam que permitiriam o uso das redes sociais na empresa, e quando perguntado a eles por qual motivo permitiriam, disseram que nos dias atuais seriam um problema maior proibir o uso das redes sociais, pois considerando estas hoje o meio mais rápido de comunicação e usados praticamente pela maioria das pessoas já fazem parte do dia-a-dia, porém disseram também que, dariam limites quanto ao uso, liberariam sim, mas controlariam o uso, de modo a não atrapalhar o rendimento no trabalho.

Na entrevista realizada 24% proibiriam o uso das redes sociais dentro das Organizações, pois consideram que de qualquer forma o uso das redes sociais durante o dia-a-dia de trabalho atrapalha e muito, tiram por base a si próprios que relataram durante a entrevista até se perderem do que estavam fazendo e alguns até já tiveram discussões por causa do uso indevido das redes sociais. O gráfico a seguir mostra a comparação entre proibir ou permitir redes sociais dentro das Organizações.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

O estudo realizado conseguiu atingir seu objetivo de conhecer qual a real necessidade do uso das redes sociais dentro das Organizações. A partir da análise das entrevistas realizadas conseguiu-se mostrar que as pessoas da cidade de Carmo de Minas, em sua maioria, fazem uso das redes sociais para uma necessidade primordial dos seres humanos, que é comunicar-se, às vezes moderadamente e outras vezes em excesso. Porém, esse é um assunto a ser estudado muito pelos gestores, para que possam manter seus colaboradores sempre motivados e focados em seus resultados. Conclui-se através deste estudo que proibir o uso das redes sociais dentro das Organizações não é o melhor caminho e os colaboradores devem manter um equilíbrio quanto ao uso das redes sociais, em nível de que o rendimento não caia e que a necessidade maior é o interesse da organização

As empresas têm que se proteger com o acesso referente a sigilo de dados, a capacidade daquele colaborador usar computadores das empresas e não contrair um vírus, o que comprometeria a competitividade da empresa, por este motivo o acesso deve ser controlado.

Este estudo possui suas limitações, pois a realidade examinada foi a da cidade de Carmo de Minas, o que pode não refletir a realidade a nível nacional, porém é um assunto de extrema importância para o meio organizacional, que futuramente pode ser aperfeiçoado através de novas estratégias.

Com a velocidade da evolução da tecnologia, logo teremos coisas das quais nem imaginamos hoje que poderão existir, por enquanto é interessante que os gestores, coordenadores e líderes, foquem naquilo que é considerado hoje como o recurso mais importante das Organizações, o capital humano, e possam assim mensurar o que é bom e o que é ruim para suas empresas, para prevenir e ou corrigir problemas que possam encontrar.

Conclui-se que as redes sociais podem ser aproveitadas nas Organizações de forma sistêmica, através de bons planejamentos e boas estratégias, na qual a gestão consiga manter em seu quadro de colaboradores pessoas comprometidas e orientadas a cumprir as normas internas ali proposta para realização de suas atividades. Desta forma as Organizações podem traçar objetivos claros, e principalmente conseguir a aliança entre Organização e colaborador, juntos por um mesmo objetivo e assim usufruir das vantagens da evolução.

Este estudo apresenta um pouco sobre o desafio que as empresas enfrentam na era moderna, que é alinhar o bom senso de seus profissionais com um modelo eficiente de gestão para se manterem competitivas no mercado, a partir do uso das redes sociais no ambiente de trabalho.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, L. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 2006.

BUENO, W.C. **Comunicação e interatividade: a comunicação empresarial se prepara para enfrentar os desafios do século XXI**, Amparo (SP): Contexto Comunicação e Pesquisa, Unimed Amparo, 1995.

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas da pesquisa Social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

CHIAVENATO, Idalberto **Recursos Humanos: O capital Humano das Organizações**. 8º. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

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

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração**, 8ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos: o capital humano das Organizações** -10.ed.-Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

COSTA, Sérgio Roberto; FREITAS M. T. de A. (Org.). **Leitura e escrita de adolescentes na internet e na escola**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.

GALHARDI, Antônio. **Resenha crítica. Revista Eletrônica de Tecnologia e Cultura**; Ed. 3, nº 2, p.32, junho – agosto 2011. Disponível em <<http://201.55.32.167/retc/index.php/RETC/article/view/150/0>> acessos em 25 julho.2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOOSSEN, R. J. e - **Empreendedor: vencendo no mercado virtual corporativo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. Disponível em: <http://books.google.com.br/>. Acessos em 25 julho. 2016.

MARQUES, Eduardo Cesar. **Redes sociais e instituições na construção do Estado e da sua permeabilidade**. Rev. bras. Ci. Soc., São Paulo, v. 14, n. 41, p. 45-67, out. 1999 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091999000300004&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 04 ago. 2016.

Mattos, Cibele Naoum - 17/11/2015 - 18h17. **Redes sociais podem motivar dispensa por justa causa**. Disponível em <<http://ultimainstancia.uol.com.br/conteudo/artigos/73908/redes+sociais+podem+motivar+dispensa+por+justa+causa.shtml>> acessos em 25 julho. 2016.

MONTEIRO, Renato Leite; BRUNO, Marcos Gomes da Silva. **Empresa deve ter regra interna sobre redes sociais**, 2010. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2010-jun-26/empresa-regrainterna-redes-sociais-evitar-conflitos>. acessos em 24 julho. 2016.

OLIVIERI, L. **A importância histórico-social das redes**. Revista do Terceiro Setor. Jan. 2003. Disponível em: . <https://www.rits.org.br/?q=node/6>. acessos em 24 julho.2016.

RIBAS, Cláudia; ZIVIANI, Paula. **Redes de informação: novas relações**. Revista de Economia Política de la Tecnologias de la Información y Comunicación; vol. X,

n.1, enero-abr. /2008. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=388&Itemid=99999999. Acesso 24 julho.2016.

SILVA, Walmir Rufino da. RODRIGUES, Cláudia Medianeira Cruz. **Motivação nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2007.

ANEXO
PESQUISA ACADEMICA

1) Qual segmento de mercado você atua profissionalmente?

- a) Indústria
- b) Comércio
- c) Setor Público
- d) Trabalhador Rural
- e) Outros
- f) Desempregado

2) Qual o sexo?

- a) Masculino
- b) Feminino

3) Qual sua faixa etária?

- a) 16 a 25 anos
- b) 26 a 35 anos
- c) 36 a 50 anos
- d) Acima de 50 anos

4) Grau de escolaridade?

- a) Fundamental incompleto
- b) Fundamental completo
- c) Ensino médio incompleto
- d) Ensino médio completo
- e) Superior incompleto
- f) Superior completo
- g) Pós graduação

5) Você utiliza redes sociais?

- a) Sempre
- b) Às vezes
- c) Nunca

6) Qual rede social você mais utiliza

- a) Facebook
- b) Whatsapp
- c) Instangran
- d) Outros

7) Na Organização que você trabalha é possível acessar à internet?

- a) Sim
- b) Não

8) Se a resposta anterior foi sim, você utiliza as redes sócias durante a jornada de trabalho?

- a) Sempre
- b) Às vezes
- c) Nunca

9) Por qual meio você utiliza as redes sociais na organização?

- a) Computador
- b) Celular
- c) Ambos

10) Com que finalidade acessa as redes sociais na organização?

- a) Ferramenta de trabalho
- b) Comunicar-se com terceiros
- c) Ambos
- d) Entretenimento

11) Em média, quanto tempo, durante sua jornada de trabalho, você utiliza as redes sociais para entretenimento?

- a) Até meia hora
- b) De meias a 1 hora
- c) Entre 1 e 2 horas
- d) Mais de 2 horas

12) Você se incomoda com algum colega de trabalho fazendo uso das redes sociais para fins pessoais?

- a) Muito
- b) Pouco
- c) Não me importo

13) Se você fosse o proprietário da empresa, permitiria ou proibiria o uso das redes sociais?

- a) Permitiria
Por que? _____
- b) Proibiria
Por que? _____

14) Qual sua opinião sobre a utilização das redes sociais no ambiente de trabalho?
