

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
MBA GESTÃO DE TALENTOS E COMPORTAMENTO HUMANO

MARISTELA IVONCHECHEN

ÉTICA NO TRABALHO: TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E REDES SOCIAIS

CURITIBA

2015

MARISTELA IVONCHECHEN

ÉTICA NO TRABALHO: TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E REDES SOCIAIS

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização
MBA em Gestão de Talentos e Comportamento
Humano, Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em
Administração do Setor de Ciências Sociais
Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Professora Orientadora: Prof.^a Jane Mendes Ferreira

CURITIBA

2015

ÉTICA NO TRABALHO: TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E REDES SOCIAIS

Maristela Ivonchechen

Orientadora: Jane Mendes Ferreira

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar se as organizações exercem o controle de seus colaboradores sobre o uso das redes sociais, para fins pessoais no ambiente de trabalho, haja vista que com o avanço da sua utilização as mesmas passaram a estar presentes não apenas no cotidiano das pessoas mas também das empresas. Para a obtenção de informações específicas sobre o assunto comportamento humano baseado em relações virtuais, foi realizado um estudo de caso múltiplo, com objetivo exploratório e pesquisa de campo qualitativa, bem como pesquisa bibliográfica de caráter exploratório-descritivo baseada em materiais já publicados, compostos especialmente por livros, revistas, artigos científicos, tese e por informações especializadas em sites. Após a análise das informações obtidas verificou-se que as redes sociais são utilizadas nos ambientes de trabalho para questões pessoais, sendo que o Facebook é o site mais utilizado.

Palavras-chave: Ética, Tecnologia da Informação, Redes Sociais.

1 INTRODUÇÃO

O mercado é muito competitivo e as sucessivas crises que vêm ocorrendo fazem com que as empresas busquem maiores índices de produtividade, visto que é o que garante a sobrevivência das organizações.

A busca pela produtividade passa pela modernização dos canais de comunicação, que estão avançando no mundo empresarial, possibilitando que sejam mantidas e melhoradas as relações, tanto pessoais quanto comerciais, à distância e em tempo real.

De acordo com Pistori et al (2015), entre estes canais de comunicação estão as redes sociais, que permitem a interação em tempo real entre os usuários. Desta forma, a conectividade está chegando ao ambiente de trabalho em empresas que disponibilizam a internet, o que faz com que indivíduos que tenham um perfil nas redes sociais possam acessá-las dentro da empresa, seja pelo computador disponibilizado para a realização das tarefas ou através do seu próprio celular.

Para Alméri et al (2013), o ser humano possui uma necessidade de comunicar-se e a internet proporcionou o acesso ilimitado a todo tipo de interação, e com a evolução da comunicação entre as empresas, a forma de relacionar ficou mais prática.

Autores como Brito (2015), Rezende e Abreu (200), Carmo (2006) e Moreira (2015) realizaram estudos que mostram que a implantação de projetos de comunicação e a utilização de novas tecnologias pelas empresas tem trazido mudanças no relacionamento das empresas tanto internamente, quanto externamente, uma vez que além da criação de sites para divulgação de produtos e da marca, muitas empresas adotaram as redes sociais como ferramenta administrativa. De acordo com Moreira (2015), os principais projetos de comunicação que tiveram sucesso nas empresas surgiram baseados na capacidade de implementar mudanças como a utilização de tecnologias de informação.

Carmo (2006), aponta que as transformações geradas pela tecnologia da comunicação está ocorrendo de maneira sutil, mas com consequências fundamentais para o mundo empresarial, causando preocupação diária aos empresários e executivos das corporações, com o estágio do desenvolvimento tecnológico das empresas e/ou de seus processos internos. Esta preocupação é

ligada à criação e determinando um novo perfil de produtos e de serviços, bem como de colaboradores.

Com relação ao perfil dos colaboradores, devido ao avanço da comunicação virtual, o uso das redes sociais no ambiente de trabalho pode se tornar atrativo, fazendo surgir uma questão: até que ponto o uso das redes sociais em horário de trabalho é uma postura profissional ética.

Falar de ética e postura profissional é parte da análise da organização de uma empresa, pois as mesmas estão ligadas a regras e condutas consideradas adequadas para o ambiente de trabalho.

Valls (1986) conceitua ética como sendo a teoria ou ciência do comportamento moral dos seres humanos em sociedade, ou seja, é a ciência de uma forma específica do comportamento humano. Para o autor, a ética esta ligada à forma com que as pessoas procuram resolver as contradições entre necessidade e possibilidade, entre tempo e eternidade, entre o individual e o social, entre o econômico e o moral, entre o corporal e o psíquico, entre o natural e o cultural e entre a inteligência e a vontade.

Apesar desta busca, as organizações tem enfrentado dificuldades em função de uma gama de distrações a que os trabalhadores tem acesso por meio das redes sociais.

Brito (2015) aponta em seu estudo que as empresas, embora sem pesquisas oficiais com estatísticas sobre desperdício de tempo, estão procurando criar regras para o uso de recursos tecnológicos no ambiente de trabalho, estabelecendo mecanismos de controle sobre seus colaboradores.

Assim, o objetivo deste artigo é uma análise para sabermos se as organizações exercem algum tipo de controle sobre o uso das redes sociais para fins pessoais no ambiente de trabalho.

Para atingir este objetivo, o trabalho está dividido em duas partes. Inicialmente é feita uma conceituação sobre tecnologia da informação, ética no trabalho, redes sociais e controle interno. A seguir é apresentado um estudo de caso múltiplo, com a pesquisa de campo qualitativa e discussão dos resultados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo tem como objetivo proporcionar um estudo sobre conceito e história da ética, passando-se, então para uma reflexão sobre utilização de tecnologias de comunicação pelas empresas, o uso de redes sociais e controle interno.

2.1 ÉTICA NO AMBIENTE DE TRABALHO

Antes de iniciar uma discussão sobre a ética no uso das redes sociais, se faz necessário apresentar alguns conceitos sobre ética, partindo-se do significado da palavra.

Segundo Ferreira (1999, p. 327), ética é “o estudo dos juízes de apreciação referente a condutas humanas suscetível de qualidade do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja de modo absoluto”.

Com relação à diferença entre ética e moral, Sofiste (2003), aponta que uma distinção muito comum usada por diversos autores contemporâneos é a de que moral é o costume, os valores instituídos e vivenciados, isto é, o conjunto de normas, preceitos, regras de conduta. A simples existência da moral não significa, naturalmente, a existência da ética, no caso entendida como a teoria, a reflexão, a interpretação e fundamentação da moral. Os problemas práticos, as normas de ações concretas são os elementos que identificam a moral. Por sua vez a ética é a teoria, a ‘ciência’ que fundamenta e justifica os princípios gerais de caráter teórico, como por exemplo, o que é o bem.

É comum utilizar o conceito de ética e moral como sinônimos principalmente quando a ética é definida como conjunto de práticas morais de uma determinada sociedade. Normalmente se diferencia ética de moral para distinguir os conjuntos de práticas morais pelo costume e convenção social dos princípios teóricos. Neste caso ética seria “uma reflexão teórica que analisa e critica ou legitima os fundamentos e princípios que regem um determinado sistema moral”(SIDEKUN, 1994, p.56).

Assim, ética e moral são um conjunto de padrões que são adquiridos pelos seres humanos por meio dos seus hábitos, mas, embora muito próximos, não podem ser unificados, pois, segundo Soares (2005):

O campo ético é composto por dois extremos que se relacionam internamente que são o sujeito moral e os valores morais ou virtudes éticas. O sujeito moral pode apresentar um caráter de passividade e atividade. Passivo é o indivíduo que se deixa dominar e ser levado por impulsos, ambições e paixões, pelos acontecimentos, pelo acaso, pela opinião de terceiros, pelo medo dos outros, pela vontade de uma outra pessoa, deixando de considerar a sua própria consciência e vontade (p.23).

Para Sofiste (2003), a ética não pode ser imposta, pois depende da adesão consciente de quem quer pautar sua vida dentro dos princípios estabelecidos para um modo de viver. Assim, a consciência ética que surge de um conjunto de valores é diferente de uma simples assimilação de valores e normas morais vigentes na sociedade.

A ética no trabalho está ligada à profissão que, além de ser o meio de vida, o trabalho cotidiano, é também o ponto de referência das pessoas na sociedade. Um dos pontos mais importantes, portanto, no estudo da ética, é o respeito para com todas as pessoas no exercício de suas atividades e ocupações, pois cada indivíduo tem o direito de desejar ascender na vida.

Baroni (2015), aponta outro ponto de igual importância é o respeito do outro como ser humano, que não deve ser ignorado apenas para que se possa ter maiores benefícios. É neste ponto que entra a ética, como código de moral que deve reger as relações de trabalho em qualquer atividade econômica.

2.2 TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Um dos responsáveis pelo avanço nas comunicações foi a revolução industrial e conseqüentemente o surgimento das Tecnologias da informação e comunicação (TICs).

Castells (1999) aponta o processo de industrialização e desenvolvimento tecnológico não é uma ocorrência isolada, pois reflete um determinado estágio de conhecimento. Para o autor, a revolução tecnológica iniciada no século XX foi que deu início à chamada “sociedade da informação” que modificou drasticamente os aspectos cotidiano da vida das pessoas.

Para Werthein (2000) a expressão “sociedade da informação” passou a ser utilizada como substituta para a sociedade pós-industrial buscando transmitir um novo paradigma técnico-econômico, com informações sobre as transformações

técnicas, organizacionais e administrativas, que têm como ponto principal a informação em consequência dos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações. Essas tecnologias mudaram a quantidade, a qualidade e a velocidade das informações.

É preciso diferenciar tecnologia de informação (TI) de tecnologia de informação e comunicação (TIC).

Rezende e Abreu (2000) conceituam tecnologia da informação (TI) como sendo recursos tecnológicos e computacionais para geração e uso da informação, sendo fundamentada assim, nos seguintes componentes: hardware e seus dispositivos e periféricos; software e seus recursos; sistemas de telecomunicações; gestão de dados e informações.

Carmo (2006) ressalta que um dos principais benefícios que a tecnologia da informação traz para as organizações é a sua capacidade de melhorar a qualidade e a disponibilidade de informações e conhecimentos importantes para a empresa, seus clientes e fornecedores. Os sistemas de informação mais modernos oferecem às empresas oportunidades sem precedentes para a melhoria dos processos internos e dos serviços prestados ao consumidor final.

A Tecnologia da Informação esta ligada à comunicação, como aponta Chiavenato (2009): as pessoas não vivem isoladas, ou seja, possuem contato com outros indivíduos e se relacionam de modo contínuo com outras pessoas ou com o ambiente, no qual estão inseridas. Para o autor, a comunicação pode ser definida como a transferência de informação de uma pessoa para a outra. Para o autor, a comunicação pode ser descrita como a maneira que uma pessoa tem para se relacionar com outras, através da expressão de fatos, ideias, pensamentos, entre outros.

Pistori (2015), afirma que a comunicação é um fator muito importante no que diz respeito à evolução humana, já que permite que as ideias e aprendizados sejam difundidos ao longo do tempo e conclui que comunicação é o “processo através do qual as pessoas tentam compartilhar significados através da transmissão de mensagens simbólicas”.

Assim, para Ramos (2008), TICs é um termo criado para identificar o papel da comunicação (seja por fios, cabos, ou sem fio) na tecnologia da informação. Podendo ser conceituado como um conjunto de recursos tecnológicos, utilizados de forma integrada, com um objetivo comum, seja na indústria (no processo de

automação), no comércio (no gerenciamento, nas diversas formas de publicidade), no setor de investimentos (informação simultânea, comunicação imediata) e na educação (no processo de ensino aprendizagem).

De acordo com Maia (2003), as TICs modificaram e agilizaram a comunicação por meio da digitalização e da comunicação em redes (Internet) para a captação, transmissão e distribuição das informações, que podem assumir a forma de texto, imagem estática, vídeo ou som.

Para Ramos (2008), as TICs possuem três áreas de aplicação: computador, comunicação e controle/automação. Sendo que o computador desempenha cálculos e operações lógicas com facilidade, rapidez e confiabilidade; a comunicação é essencial à condição humana, pois através dela ocorre a transmissão e recepção de informação; e o controle/automação consiste em mecanismos, processos e equipamentos industriais.

Quando se fala em uso de tecnologias da informação e comunicação, o que se fala primeiro é sobre a Internet, pois esta representa uma importante ferramenta no cotidiano tanto dos indivíduos quanto das empresas. Não é mais possível imaginar um mundo sem ela, entretanto é importante que as empresas, na pessoa de seus gestores, busquem estratégias para que o seu uso seja adequado, principalmente dentro do ambiente de trabalho.

As tecnologias da informação e comunicação estão presentes na organização das empresas e podem influenciar a construção das carreiras dos profissionais, tanto com relação ao comportamento, que inclui a forma de se comunicar (real ou virtual), quanto a imagem que cada profissional têm dentro da empresa.

2.3 REDES SOCIAIS

De acordo com Pistori (2015), as redes sociais permitem que os usuários se relacionem através de perfis, que são páginas virtuais criadas para a publicação de fotos, arquivos, vídeos, textos, entre outros. Estas páginas podem ser compartilhadas com outros membros da rede, ou seja, outros usuários podem visualizar o perfil do indivíduo, de maneira interativa, oferecendo ao usuário a oportunidade de relacionamento em tempo real, de participação e inclusão social e do compartilhamento de conteúdos e opiniões.

Para melhor entender o uso das redes sociais é preciso conhecê-las. De acordo com Pistori (2015), as principais são: Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram.

O Twitter, conforme informações contidas no site Twitter, é uma rede de informações em tempo real, que conecta o indivíduo aos conteúdos disponibilizados por outros usuários e empresas, através de um perfil criado pelo próprio usuário. Para ter acesso ao que é compartilhado na rede, o usuário deve seguir as “contas” com as quais mais se identificar. Se o perfil desse usuário for interessante, também será seguido por outros indivíduos. As postagens, denominadas Tweets, possuem, no máximo, 140 caracteres. Além das postagens, o indivíduo pode visualizar fotos e vídeos, assim como pode compartilhá-las e acompanhar as conversas de outros usuários da mesma rede social (SOBRE, 2015).

O Facebook, segundo informações contidas no site Facebook, é uma rede social com o objetivo de possibilitar que as pessoas compartilhem conteúdos e façam do mundo um lugar mais aberto e conectado. Ainda segundo o site dessa rede social, para se relacionar com outros usuários por meio do Facebook, a pessoa deverá, primeiramente, criar um perfil no site e adicionar outros indivíduos conhecidos por ela. Após a confirmação de adição, o usuário poderá realizar a troca de mensagens via chat, marcar as pessoas em fotos publicadas, acompanhar as postagens, entre outros. Todo o conteúdo postado aparece disposto por ordem cronológica ou de relevância, o que varia de acordo com a preferência do usuário, em uma escala conhecida, popularmente, como Linha do Tempo (CENTRAL, 2015).

LinkedIn, segundo informações contidas no site LinkedIn, é uma rede social que tem como objetivo conectar profissionais de todo o mundo, proporcionando aos usuários a possibilidade de realizarem contatos profissionais com vários usuários ou empresas. Através do LinkedIn o usuário pode gerenciar a sua identidade profissional na internet, conectar-se aos seus atuais colegas de trabalho e clientes, além de manter contato com pessoas com que já trabalhou ou estudou. Quando o usuário cria seu perfil no LinkedIn, ele pode ter acesso às notícias compartilhadas pela rede, atualizações de outros usuários, vagas de emprego, entre outros (SOBRE, 2015).

Instagram, segundo informações contidas no site Instagram, é uma rede social que permite o compartilhamento de fotos, que podem receber filtros para aprimoramento da imagem ou customização, e também de vídeos, desde que sejam

de curta duração. Porém, para usar o Instagram é preciso baixar em seu celular um aplicativo gratuito que recebe o nome da rede citada, que é compatível com os sistemas IOS, Android e Windows Phone. Após a criação do perfil, o usuário pode compartilhar fotos, seja de modo privado, que é quando apenas pessoas autorizadas podem visualizar as fotos, ou de modo público, onde todos os usuários interessados podem ver o conteúdo postado.

Pistori (2015) apresenta pesquisa quantitativa realizada com 244 alunos, sendo que 214 exercem atividade profissional, do curso de Administração da Universidade do Sagrado Coração, Bauru/SP. A pesquisa mostra que a rede social Facebook é utilizada por 93,45% dos respondentes, ou seja, de 214 respondentes, 200 indivíduos utilizam a mesma. A segunda rede social mais utilizada é o Instagram, assinalada por 46,72% do total de respondentes, enquanto o Twitter é usado por 27,57% e o LinkedIn por 16,82% dos indivíduos. As opções “Nenhum” e “Outros” foram marcadas, cada uma, por 6,54% dos respondentes.

Para Pistori (2015), a utilização indiscriminada da internet para fins particulares afeta de modo direto o andamento do serviço e a produtividade do funcionário. Ainda, conforme a autora, é por meio da internet que acontecem as invasões e o roubo de informações, sendo assim, o bloqueio aos acessos, violação do conteúdo de e-mails e monitoramento do uso da rede da empresa estão sendo cogitados e praticados pelos gestores.

2.4 CONTROLE INTERNO

De acordo com Almeida (1996), o controle interno representa em uma organização o conjunto de procedimentos, métodos ou rotinas que objetivam salvaguardar os ativos e auxiliar a administração a conduzir de maneira ordenada a empresa.

Andrade (1999) afirma que o objetivo do controle interno é garantir as diversas fases do processo de tomada de decisão, o fluxo de registro e informações, assim como a implementação das decisões e o *feedback* sobre as medidas tomadas.

Contudo Franco e Marra (2001) apontam que controles internos são os instrumentos de uma entidade, os quais são destinados à vigilância, fiscalização e verificação administrativa, de forma que se possa prever, observar, dirigir ou

governar os acontecimentos ocorridos na empresa e que produzem de alguma forma reflexos em seu patrimônio.

As considerações dos autores no que diz respeito ao controle interno o descrevem como um planejamento de organização em relação aos procedimentos a serem adotados pelas empresas, bem como às responsabilidades nos diversos níveis e visando uma garantia aceitável, porém não absoluta do cumprimento dessa política de conduta na própria empresa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos que nortearam este estudo são uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório-descritivo, baseada em materiais já publicados, compostos especialmente por livros, revistas, artigos científicos, tese e por informações especializadas em sites, e um estudo de caso múltiplo, com objetivo exploratório e pesquisa de campo qualitativa.

A pesquisa exploratória, de acordo com Gil (2008) é aquela que tem por objetivo explicitar e proporcionar maior entendimento sobre o tema do estudo. A pesquisa exploratória depende da intuição do pesquisador e por ser um tipo de pesquisa muito específica, neste estudo, ela assume a forma de estudo de caso.

O estudo de caso, de acordo com Araújo et al. (2008), é uma abordagem metodológica de investigação especialmente adequada para compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente envolvidos diversos fatores.

Para Yin (2005), estudo de caso é uma investigação empírica, um método que abrange tudo – planejamento, técnicas de coleta de dados e análise dos mesmos. Yin também define o estudo de caso como único e múltiplo.

Este artigo foi elaborado buscando analisar se as organizações exercem algum tipo de controle sobre o uso das redes sociais para fins pessoais no ambiente de trabalho.

As palavras-chave utilizadas para a busca na internet foram: tecnologia de informação e comunicação; ética no trabalho; redes sociais; controle.

A coleta foi realizada em materiais impressos e meios eletrônicos e o tratamento dos dados foi feito de forma qualitativa, por meio de interpretações dos apontamentos dos especialistas do tema.

Foram lidos e analisados 13 (treze) artigos publicados na internet, em livros e revistas, utilizando como critério as palavras-chave indicadas acima e a necessidade de conceituação dos termos.

Para o estudo de caso foram escolhidas 03 (três) empresas de portes diferentes da região de Curitiba, a fim de observar se há diferenciação no comportamento dos colaboradores e na forma de controle das empresas. A triangulação foi efetivada por meio de entrevistas com 01(um) gestor, 01(um) subordinado e documentação – rastreamento e evidências do uso de correspondência eletrônica em horário de trabalho.

A empresa 01(um) atua no varejo de produtos eletrônicos, possui 08 colaboradores. Foi realizada entrevista com o proprietário da empresa e com um vendedor.

A empresa 02(dois), é uma indústria com cerca de 200 (duzentos) colaboradores. Foi realizada entrevista com a coordenadora da área de recursos humanos e com um assistente da área de recursos humanos.

A empresa 03 (três), é uma indústria que conta com cerca de 400 (quatrocentos) colaboradores. Foi realizada entrevista com a coordenadora da área de recursos humanos e com uma analista de recursos humanos.

4 RESULTADOS

Atualmente tecnologia significa velocidade e precisão na divulgação de informações. Entretanto o seu uso pode representar inúmeros problemas sociais e até mesmo jurídicos, uma vez que nem sempre o trabalhador utiliza-se destes recursos dando a destinação esperada.

Assim, por vezes o trabalhador pode dedicar-se, através do computador ou do seu próprio celular, a outras atividades absolutamente estranhas ao interesse da empresa na qual atua, como por exemplo: o acesso a email pessoal e sites diversos.

O problema da utilização da internet para fins pessoais em horário de trabalho é que mostra ociosidade por parte do trabalhador bem como o desperdício de um tempo que poderia ser utilizado em atividades produtivas e pode expor a segurança da empresa, com a possibilidade de ameaças à segurança digital, como vírus, entre outros.

De acordo com Brito (2015), embora não haja no Brasil até o momento pesquisas oficiais com estatísticas sobre o desperdício do tempo de trabalho em atividades alheias às suas funções na empresa ou legislação para disciplinar o uso de internet e tecnologia pelo trabalhador, algumas empresas procuram estabelecer regras para uso dos recursos tecnológicos no ambiente de trabalho, em especial com relação a políticas de segurança da informação, termos de uso de e-mail, códigos de ética e de conduta, entre outros.

A autora também aponta que se deve desenvolver um trabalho de orientação para o uso desses recursos, uma vez que os problemas comportamentais relacionados ao uso de tecnologia emanam de deficiências culturais e sociais do cidadão contemporâneo (BRITO, 2015).

De acordo com Marteleto (2001, p.2), desde os estudos clássicos de redes sociais até os mais recentes, concorda-se que não existe uma 'teoria de redes sociais' e que o conceito pode ser empregado com diversas teorias sociais, necessitando de dados empíricos complementares, além da identificação de elos e relações entre indivíduos.

O que se percebe, com relação ao uso das redes sociais, é que em nome da modernidade, do avanço tecnológico ou das novas tendências, surge um modo de pensar, de agir, de viver fora dos princípios morais que eram, até pouco tempo, respeitados e aceitos. A aceitação atual e constante dessa nova situação caracteriza a denominada crise da ética, das regras que regem os atos humanos, tanto particulares, como públicos. Existe uma superestimação das coisas em detrimento do sistema da vida (BARONI, 2015).

Pesquisas realizadas pelo Instituto Forrester Research mostram que em 62% das empresas americanas os funcionários acessam sites de sexo e de bate-papo durante o expediente. Outro estudo, do SurfWatch, revela que mais de 25% do tempo gasto pelos funcionários conectados à Internet não tem nenhuma relação com trabalho (NETO, 2015).

No Brasil, pesquisa realizada pela revista Info Exame mostra que 34,5% das empresas já monitoram o tráfego das mensagens e 25% pretendem fazê-lo. Esta pesquisa foi realizada com empresas como a Embraer, Pão de Açúcar, Basf, Antarctica, Banco do Brasil, BCP e Usiminas (NETO, 2002).

Estatísticas do instituto de pesquisas americano Worldtalk Corp mostra que 31% das mensagens corporativas têm conteúdo inadequado (de paquera e

correntes a informações sigilosas); 10% são spam; 9% contêm arquivos pesados, que congestionam a rede; e 8% carregam vírus, pornografia ou piadas (NETO, 2002).

De acordo com Brito (2015, p.7), “isso demonstra a falta de ética de profissionais que deveriam utilizar a tecnologia para melhorar suas atividades e não para prejudicá-las”.

Caso o acesso à internet seja permitido apenas para atividades do trabalho, a empresa pode monitorar mensagens de contas de e-mail e programas de comunicação instantânea fornecida pela empresa e controlar o acesso a sites e serviços acessados na Internet da forma como julgar adequado, desde que o colaborador esteja ciente e previamente informado (PISTORI, 2015).

A empresa 01 é de porte pequeno e atua no varejo de produtos eletrônicos, possui 08 (oito) colaboradores. Nesta empresa foi realizada entrevista com o proprietário da empresa e com um vendedor que atua na empresa há cerca de 2(dois) anos.

A entrevista realizada com o proprietário da Empresa 01 mostra que o mesmo já teve problemas no que diz respeito à produtividade de seus colaboradores em virtude do uso indiscriminado das redes sociais, pois o uso fazia com que estes ficassem muito tempo atualizando seus contatos e em conversas paralelas ao trabalho. O entrevistado ressaltou que não é permitido o uso de computadores e que somente os gestores fazem uso dos mesmos. Os colaboradores acessam a internet via dispositivos móveis e telefone celular. Percebendo a queda na produtividade, o proprietário conversou com os colaboradores sobre o excesso de distrações, porém não percebeu melhoras. Assim, tomou uma medida que considera drástica: alterou a senha do wi-fi e não compartilhou com os demais, assim os mesmos passaram a utilizar menos a internet em horário de trabalho, já que precisam usar de seu próprio pacote de dados do celular e pagam pelos acessos. Após a mudança, os colaboradores estão mais concentrados em seus afazeres, porém continuam acessando a internet pelos dispositivos móveis, mas permanecem menos tempo conectados.

Em entrevista junto a um colaborador da Empresa 01 foi relatado que oficialmente os colaboradores não podem utilizar internet para fins pessoais, porém os mesmos o fazem através do uso de dispositivos móveis (celular). O gestor recentemente alterou a senha do wi-fi a fim de inibir o uso. O pesquisado relata

ainda que utiliza a internet do celular em diversos momentos do dia, inclusive quando sai para fazer entregas com o veículo da empresa. Utiliza muito o site Facebook para conversar com seu grupo de amigos e compartilhar fotos. Nunca teve problemas relacionados ao uso constante do celular, mas reconhece que pode atrapalhar seu trabalho, já que se distrai com facilidade e por muitas vezes durante o dia. Percebe-se certa dependência no que diz respeito ao uso de rede social, pois, inclusive, possui uma bateria reserva, pois segundo o próprio entrevistado tem medo de ficar desconectado. No início da pesquisa acreditava que usava cerca de 20 minutos durante o dia, porém ao final da entrevista percebeu que passa mais tempo do que imaginava. Durante a conversa com o colaborador, o mesmo fez questão de mostrar os aplicativos que possui e algumas conversas, já que estávamos em horário normal de trabalho ficou evidenciado o uso do dispositivo móvel.

A Empresa 02 é uma indústria com cerca de 200 colaboradores. Nesta empresa foi realizada entrevista com a coordenadora de área de recursos humanos e com um assistente de recursos humanos.

A coordenadora da área de Recursos Humanos atua há cerca de 8 anos na empresa. A entrevistada relatou que é permitido o uso de computadores e celulares, sendo que não há um controle formal a respeito. Não soube informar se a área de TI possui algum mecanismo de controle sobre os sites que são acessados ou sobre o tempo em que os colaboradores utilizam a internet para fins pessoais. Cada colaborador recebe a instrução sobre o uso de internet quando do seu ingresso na empresa através da integração. Não tem conhecimento sobre algum acidente ou incidente que tenha acontecido em virtude do mau uso da internet. Se por ventura houver abuso no uso do recurso ocorre uma advertência verbal.

A segunda entrevista realizada na empresa 2 foi com o profissional que atua há 01(um) ano como assistente da área de Recursos Humanos. O entrevistado confirmou as informações obtidas com a gestora. O uso dos computadores, celulares e outros equipamentos são permitidos. Não há nenhum tipo de bloqueio em relação às páginas que são acessadas, tendo, inclusive, acesso a sites de conteúdo adulto. Não há monitoramento e o único risco que corre é se alguém ver que esta acessando e falar para os superiores. Todos utilizam de bom senso na utilização da internet e redes sociais, mas isso não impede que utilizem sites como o Facebook em horário de trabalho.

Na observação realizada percebeu-se que os colaboradores utilizam redes sociais, inclusive postando fotos e curtindo acontecimentos no Facebook, o que vem comprovar o que foi relatado pelos colaboradores pesquisados.

A Empresa 03 é uma indústria que possui cerca de 400 (quatrocentos) colaboradores. Foi realizada entrevista com a coordenadora da área de recursos humanos e com uma analista da área. A gestora afirmou que não é permitido o uso da internet para fins pessoais na empresa, essa informação é transmitida na integração de cada colaborador e consta no Manual do Colaborador. Recentemente a empresa contratou uma Consultoria a fim de realizar palestras sobre o tema: Ética Profissional, onde foi abordado, inclusive, o uso consciente das redes sociais e os conteúdos que são vinculados na internet pelos seus colaboradores. Também foi tratado sobre como a imagem do colaborador é associada à empresa em que atua e que por esse motivo devem-se evitar postagens indevidas, como por exemplo, tomando bebida alcoólica ou usando roupas um pouco mais à vontade. A gestora relata ainda que algumas colaboradoras gostam de usar algumas roupas consideradas inapropriadas como decotes mais profundos e que isso também fere a ética da empresa. O uso de internet durante o horário de trabalho é passível de advertência, que no início ocorre de maneira verbal, mas que na sequência pode vir a ser formalizada. Os computadores tem acesso somente ao Sistema utilizado e à Intranet da empresa.

A segunda entrevista foi com uma das analistas da área de recursos humanos, a mesma relata que na empresa não é permitido o uso da internet para fins pessoais, mas que em alguns horários como café e intervalo de almoço os colaboradores acessam as redes sociais (principalmente o Facebook) através do celular. Já participou de treinamentos onde os colaboradores foram orientados sobre o comportamento esperado pela empresa. O tom da conversa é tranquilo e percebe-se que essa conduta da empresa é considerada normal e não é questionada pelos colaboradores, ao contrário se mostram como apoiadores das ações promovidas pela empresa. A entrevistada não tem conhecimento de nenhum tipo de acontecimento que prejudicou a empresa em virtude do uso inadequado da internet, e ressalta que todos têm ciência que podem levar advertência, caso sejam flagrados.

Foi realizada busca nos sites de relacionamento nos perfis das participantes dessa pesquisa e conclui-se que as publicações, curtidas e comentários realmente

aconteceram fora do horário de trabalho, normalmente depois das 20:00 e em finais de semana.

5 CONCLUSÃO

Existem muitas vantagens nas tecnologias da informação pelas empresas, o que fez com que houvesse um crescimento na sua utilização. Este crescimento fez com surgissem questões éticas para indivíduos e sociedades, uma vez que podem se tornar ameaças aos padrões de distribuição de poder, dinheiro, deveres e obrigações.

A ética no uso da internet vem para determinar os valores que estabelecem a moral no que diz respeito ao desenvolvimento e ao uso responsável de sistemas de informação. Assim, a informação deve ser tratada de maneira responsável e ética.

Na realização deste estudo, verificou-se que é uma prática comum, especialmente em empresas onde há uso rotineiro do computador, estabelecerem-se regras para o seu uso. Dentre essas regras, esta a proibição do uso das redes sociais e o acesso aos e-mails pessoais em alguns casos. Na maioria das vezes, os motivos apontados é a possibilidade de saída de informações sigilosas e a preocupação com a imagem da empresa.

A preocupação dos gestores com o uso da internet da empresa é justificável, uma vez que pode permitir a entrada de vírus ou softwares perigosos nos computadores e servidores e gerar o vazamento de informações sigilosas da organização. Porém, o principal argumento apontado é o comprometimento da produtividade em razão do mau uso do tempo.

Não são apenas pontos negativos que podem ser apontados. Alguns autores, como Pistori (2015), indicam que a liberação do acesso às redes sociais pode ser usada de modo benéfico, pois o (a) colaborador (a) pode passar a ter mais vida social no trabalho, o que pode ser um fator motivador, enquanto a empresa tem a possibilidade de melhorar a comunicação com os clientes, já que os seus clientes internos estão interagindo com uma rede de contatos.

A utilização das redes sociais pelos funcionários pode trazer benefícios às empresas como: maior integração entre os colaboradores e aumento da velocidade da comunicação interna, porém o uso indiscriminado das redes

sociais durante o trabalho pode ocasionar a perda de produtividade e consequentemente prejuízos para as empresas. Ou seja, o uso das mídias sociais pode favorecer a empresa em diversos aspectos, mas é extremamente importante que a empresa entenda como isso funciona, para utilizá-las de forma consciente e para a melhoria da empresa.

Percebe-se que, independente do porte ou do tamanho, as empresas pesquisadas estão preocupadas com o uso exagerado da internet pelos seus funcionários e que buscam uma forma de controle para que a produção não seja afetada e que a imagem passada, principalmente nas redes sociais, pelos seus colaboradores seja a de profissionais íntegros. Na pesquisa realizada junto a 03 (três) empresas nacionais notamos que a primeira exerce um controle parcial, haja vista o bloqueio do wireless, já na segunda empresa pesquisada não há qualquer controle, porém o bom senso é estimulado para que não utilizem de forma incorreta os recursos disponibilizados pela empresa. Na terceira empresa há um controle mais rígido no uso da internet e, inclusive sobre as postagens que são realizadas e vestes dos colaboradores, porém percebe-se claramente que para os colaboradores não é incomodo e que os mesmos apoiam a forma de ação da empresa em que atuam. Dessa forma podemos concluir que independente do tamanho ou porte das empresas há preocupação diante do uso inadequado da internet.

O uso ou não das redes sociais é uma particularidade de cada empresa, que pode permitir ou não. No entanto, cada profissional deve estar ciente de que essa permissão tem limites, uma vez que o tempo deve ser utilizado para a realização de atividades decorrentes da função que exerce e não para ficar nas redes sociais. Assim, se for permitido fazer uso das redes sociais, este deve ser feito sem prejuízo de seu rendimento durante o expediente. É importante a educação para o uso correto das ferramentas disponíveis, pois as redes sociais, se bem utilizadas, podem se tornar grandes aliadas das empresas.

6 REFERÊNCIAS

ALMÉRI, T. M.; MENDES, A. C.; MARTINS, L. F.; LUGLIO, R. G. (2013). **A Influência das Redes Sociais nas Organizações**. Disponível em: <http://www.fatea.br/seer/index.php/raf/article/viewFile/1044/814>. Acesso em 06 novembro 2015.

ARAÚJO, Cidália et al. **Estudo de Caso. Métodos de Investigação em Educação**. Instituto de Educação e Psicologia, Universidade do Minho, 2008. Disponível em http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf. Acesso em: 06 novembro 2015.

BARONI, J.C. **O porquê da ética**. Disponível em <http://www.cbfc.com.br/>. Acesso em 23 setembro 2015.

BRITO, B. N. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial na utilização da Tecnologia da Informação**. Universidade Federal de Pelotas - UFPEL Disponível em: http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1413_Etica%20e%20RSE%20no%20uso%20da%20TI.pdf. Acesso 27 setembro, 2015.

CARMO, Romeu Mendes. **Gestão da Tecnologia da Informação** (2006). Disponível em <http://www.ibict.br/cionline/280199/28019907.pdf>. Acesso em 16 Julho de 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CENTRAL de ajuda. **Facebook**. Disponível em: www.facebook.com/help. Acesso em: 21 setembro 2015.

CHIAVENATO, I. **Recursos humanos: o capital humano das organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. São Paulo: 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

MAIA, Marta C. O Uso da Tecnologia de Informação para a Educação a Distância no Ensino Superior. São Paulo, FGV-EAESP, 2003, 294f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). FGV-EAESP. Área de concentração: Produção e Sistemas de Informação. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2463>. Acesso em 06 novembro 2015.

MARTELETO, R. M. **Análise de redes sociais aplicação nos estudos de transferência da informação**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>. Acesso em 23 setembro 2015.

MOREIRA, A. **O segredo não é mais a alma do negócio Comunicação empresarial e as novas tecnologias da informação**. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/moreira-adriana-comunicacao-empresarial.html#SECTION> Acesso em 20 outubro 2015.

NETO, C. L. **A função social da privacidade** (2002). Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/2834/funcao-social-da-privacidade>. Acesso em 27 setembro 2015.

PISTORI, D. S. S.; SOUZA, F. J.; PEREIRA, N. L. **O Uso das Redes Sociais para Fins Pessoais no Ambiente de Trabalho: Uma Pesquisa de Opinião**. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2014/34/2014_34_10140.pdf. Acesso em 27 setembro 2015

PERGUNTAS frequentes. **Instagram**. Disponível em: www.instagram.com/about. Acesso em 28 setembro 2015.

RAMOS, Sérgio Ramos. **Tecnologias da Informação e Comunicação: conceitos básicos** (2008). Disponível em: <http://esms.edu.pt/> Acesso em: 06 novembro 2015.

REZENDE, Denis A. & ABREU, Aline F. **Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informações organizacionais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2000.

SIDEKUN, Antônio. **Ética do discurso e filosofia da libertação: modelos complementares**. São Leopoldo: Unisinos, 1994.

SOARES, B. **A abordagem da ética nos cursos de graduação em administração de Salvador**. Salvador 2005. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/pt-br/publicacao/abordagem-etica-cursos-graduacao-administracao-salvador>. Acesso em 27 setembro 2015.

SOBRE nós. **LinkedIn**. Disponível em: <http://br.linkedin.com/about-us>. Acesso em: 28 setembro 2015.

SOBRE o Twitter. **Twitter**. Disponível em: <https://about.twitter.com/> . Acesso em: 28 setembro 2015.

SOFISTE, J. **Ética e filosofia na educação fundamental**. Revista Ética & Filosofia Política. Volume 6, Número 2, Novembro/2003.

VALLS, Álvaro. **O que é ética**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

WERTHEIN, J. **A sociedade da informação e seus desafios**. Ci. Inf., Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf> . Acesso em: 06 novembro 2015.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ALMEIDA, M.C. **Auditoria: um curso moderno e completo.** 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

ANDRADE, Armando. **Eficácia, eficiência e economicidade: como atingi-las através de adequados sistemas de controles internos.** São Paulo. Editora XXX, 1999.

FRANCO, Hilário, MARRA, Ernesto. **Auditoria contábil.** 4° Ed. São Paulo: Atlas, 2001.