



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

YASMIN XAVIER MATTOS

**A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES E
O PAPEL DOS RECURSOS HUMANOS**

**Assis/SP
2016**



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

YASMIN XAVIER MATTOS

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES E O PAPEL DOS RECURSOS HUMANOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração, do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientando(a): Yasmin Xavier Mattos

Orientador(a): Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

**Assis/SP
2016**

FICHA CATALOGRÁFICA

M444i MATTOS, Yasmin Xavier.

A influência das redes sociais dentro das organizações e o papel dos recursos humanos / Yasmin Xavier Mattos. – Assis, 2016.
47p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração). – Fundação Educacional do Município de Assis- FEMA.

Orientadora: Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

1. Internet. 2. Redes Sociais. 3. Organização. 4. Recursos Humanos.

CDD: 658.403
Biblioteca da FEMA

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES E O PAPEL DOS RECURSOS HUMANOS

YASMIN XAVIER MATTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador(a): Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

Examinador: José Carlos Cavassini

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, por ser a minha base, o meu alicerce de todos os dias. Agradeço a Deus por me proporcionar sabedoria para que este trabalho pudesse ser realizado. A minha família, que está sempre ao meu lado me apoiando e ajudando em todas as minhas decisões e escolhas.

Dedico também à minha querida amiga Laís, que dividiu comigo todas as expectativas, dúvidas e alegrias.

E a minha professora e orientadora, Danielle Ferrarezi, por ter me conduzido com sucesso para o desenvolvimento deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

À professora Danielle Ferrarezi pela sua orientação, paciência, competência e sabedoria. Obrigada por compartilhar seu conhecimento e acreditar no meu potencial mesmo com as dificuldades encontradas no caminho.

Aos meus pais, Valdir e Marinalva que são exemplos de luta, amor e perseverança e por sempre acreditarem e confiarem em mim.

Ao meu irmão Vinicius pelo seu amor e carinho.

E a minha eterna gratidão a todos que contribuíram direta ou indiretamente para que fosse possível a realização deste trabalho.

Nada é impossível para aquele que persiste.

Alexandre, o Grande.

RESUMO

A tecnologia está inserida no nosso meio, e com isso, vem facilitando nossos processos e está cada vez mais embutida na realidade pessoal e profissional. Com a possibilidade da *Internet* em aparelhos móveis (como celulares e *tablets*), as redes sociais também estão cada vez mais presentes, pela facilidade e acessibilidade.

Este trabalho apresenta a influência da *Internet* na vida contemporânea e os pontos positivos e negativos para o ambiente organizacional; bem como mostra as redes sociais mais utilizadas pelas empresas pesquisadas e como os colaboradores as utilizam; além disso, aborda o papel da administração de recursos humanos na conscientização do uso das redes sociais no trabalho, como também a maneira como realiza o seu gerenciamento. O objetivo principal desta monografia foi analisar o gerenciamento da utilização da *Internet* em cooperativas de Assis – SP e a importância do papel do setor de RH nesse gerenciamento. O método de pesquisa foi o descritivo e exploratório, através de artigos, livros, sites do assunto e questionários.

A pesquisa levantou dados sobre a utilização das Redes Sociais dentro das cooperativas e como o RH, no papel de educador, lida com a questão do acesso à internet no ambiente organizacional.

Pode-se constatar que as empresas pesquisadas apresentam opiniões divididas, ou seja, mesmo que possuam a mesma categoria de mercado (cooperativas), podem ter conceitos diferentes.

Palavras-chave: Internet, Redes Sociais, Organização, Recursos Humanos.

ABSTRACT

The technology is embedded in our environment, and thus, has facilitated our processes and is increasingly embedded in personal and professional reality. With the possibility of the Internet on mobile devices (such as phones and tablets), social networks are also increasingly present, ease and affordability.

This work shows the influence of the Internet in contemporary life and the positive and negative points to the organizational environment; and shows the social networks most used by companies surveyed and how employees use them; Furthermore, it addresses the role of human resource management in the awareness of the use of social networks at work, but also the way performs its management. The main objective of this paper was to analyze the management of Internet use in Assisi unions - SP and the importance of HR's role in management. The research method was descriptive and exploratory, through articles, books, websites and issue questionnaires.

The survey collected data on the use of social networks within the cooperative and how HR in the role of educator, deals with the issue of internet access in the organizational environment.

It can be seen that the surveyed companies have divided opinions, or even have the same market category (cooperatives) may have different concepts.

Keywords: Internet, Social Networking, Organization, Human Resources.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 ORGANIZAÇÃO.....	12
3 A INTERNET	13
3.1 A HISTÓRIA DA INTERNET	14
3.2 A <i>INTERNET</i> NA ATUALIDADE	15
4 AS REDES SOCIAIS.....	17
4.1 A HISTÓRIA DAS REDES SOCIAIS	18
4.2 PRINCIPAIS REDES SOCIAIS UTILIZADAS NA ATUALIDADE	19
4.2.1 Skype	19
4.2.2 Facebook.....	19
4.2.3 Twitter	20
4.2.4 LinkedIn.....	20
4.2.6 <i>WhatsApp</i>	22
5 A IMPORTÂNCIA DA <i>INTERNET</i> NAS ORGANIZAÇÕES.....	23
5.1 AS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES.....	24
5.2 AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE CAPTAÇÃO E AVALIAÇÃO DO RH.....	25
5.2.1 O RH no papel de educador e promotor da ética no trabalho	26
5.3 O QUE PODE AGREGAR PARA A ORGANIZAÇÃO ACEITAR AS REDES SOCIAIS.....	27
6 A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NAS EMPRESAS	29
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS.....	40
8 APÊNDICE.....	46
9 ANEXO.....	49

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a tecnologia vem melhorando as rotinas de pessoas e empresas e, por isso, está cada vez mais embutida nessas realidades. Com a possibilidade da *internet* em aparelhos móveis (como celulares e *tablets*), as redes sociais também estão cada vez mais presentes, pela facilidade e acessibilidade.

O presente trabalho tem como finalidade demonstrar a influência das redes sociais dentro das organizações e o papel dos recursos humanos, com objetivo de analisar o gerenciamento da utilização da Internet em empresas de Assis – SP e a importância do papel do setor de RH nesse gerenciamento.

As empresas têm encontrado dificuldades e vantagens em seu uso. Os administradores e, principalmente, o RH das empresas, devem sempre avaliar as necessidades da empresa e dos colaboradores e elaborar estratégias para que a organização não seja prejudicada pelo uso indevido e nem os colaboradores se sintam desmotivados, com bloqueio total de acesso às redes sociais, por exemplo.

O RH tem esse papel de percepção do clima para administração de conflitos, que podem ser causados pela utilização de internet para uso pessoal, e entender e pontuar as necessidades dos colaboradores.

Com isso, este trabalho procura demonstrar a influência das redes sociais nas organizações e o papel do RH.

Para embasar o assunto, no segundo capítulo deste trabalho é abordado o que é organização, para podermos entender melhor os demais assuntos.

No terceiro capítulo, é realizada uma explanação sobre a Internet, o que é, sua história, a internet na atualidade, suas vantagens e desvantagens.

O assunto sobre as redes sociais é abordado no quarto capítulo, onde há informações sobre o que é sua história e as principais redes sociais utilizadas na atualidade.

No quinto capítulo, foi realizada uma análise sobre a importância da internet e o uso de redes sociais nas organizações, o papel do RH educador e promotor de ética e como pode utilizar as redes sociais para captação e avaliação de colaboradores e candidatos.

Para finalizar o trabalho e reforçar as informações analisadas, o sexto capítulo trata sobre a realização de uma pesquisa descritiva e exploratória com algumas cooperativas na cidade de Assis – SP, sobre a utilização das redes sociais nas organizações.

2 ORGANIZAÇÃO

Organização é uma entidade social formada por duas ou mais pessoas que visam o objetivo coletivo e, para isso, trabalham de forma ordenada e sincronizada.

Segundo Montana (2003, p. 170) “organizar é o processo de juntar recursos físicos e humanos essenciais à consecução dos objetivos de uma empresa para se alcançar suas metas”.

Segundo Maximiano (1992, p. 112):

Uma organização é uma combinação de esforços individuais que tem por finalidade realizar propósitos coletivos. Por meio de uma organização torna-se possível perseguir e alcançar objetivos que seriam inatingíveis para uma pessoa. Uma grande empresa ou uma pequena oficina, um laboratório ou o corpo de bombeiros, um hospital ou uma escola são todos exemplos de organizações.

Organização é um resultado, portanto, de todas essas combinações, onde vão se aperfeiçoando e se desenvolvendo a cada dia, sempre melhorando, aprimorando, evoluindo e empreendendo os processos na empresa, em busca do sucesso, com novas ideias e tecnologias, onde uma ou mais pessoas tem o mesmo objetivo de crescer, aprender e melhorar o local de trabalho.

3 A INTERNET

A *Internet* é a rede mundial de computadores distribuídos por todo o planeta e que trocam dados e informações utilizando protocolos (linguagens) comuns, podendo unir seus usuários, como órgãos públicos, empresas, usuários particulares.

Seu o nome é de origem inglesa, onde “*inter*” deriva de internacional e “*net*” significa rede, ou seja, rede de computadores internacional. A palavra ‘rede’ deriva do latim e significa ‘teia’. Assim, uma rede de computadores, é um conjunto de dois ou mais dispositivos (os nós da teia) que usam um conjunto de regras (protocolos) em comum, permitindo compartilhamento, troca de informações e recursos entre estes, independentemente da distância física dos mesmos, pois é uma teia virtual. Sendo assim, é um nome próprio, referindo-se a rede mundial de computadores como Internet, com a primeira letra em maiúsculo (FILIPPO, 1996).

Para Corrêa (2000, p. 135), a *Internet* é:

A Internet é um sistema global de rede de computadores que possibilita a comunicação e transferência de arquivos de uma máquina a qualquer outra máquina conectada na rede, possibilitando, assim, um intercâmbio de informações sem precedentes na história, de maneira rápida, eficiente e sem a limitação de fronteiras, culminando na criação de novos mecanismos de relacionamento.

A *Internet* é um conjunto formado por conexões que possibilita a comunicação pela rede de computadores, facilitando a comunicação entre os usuários.

Para Júnior (2001, p. 20), a *Internet* é:

A Internet, portanto, nada mais é do que uma grande rede mundial de computadores, na qual pessoas de diversas partes do mundo, com hábitos e culturas diferentes, se comunicam e trocam informações. Ou, em uma só frase, é a mais nova e maravilhosa forma de comunicação existente entre os homens.

Seu surgimento deu início a uma nova era, onde as pessoas conseguissem se interagir como outras pessoas a quilômetros de distâncias e tornando parte indispensável na organização ou em qualquer outro lugar. É difícil de imaginar um mundo sem a *Internet*, a facilidade e agilidade que nos fornece buscar quaisquer informações e sem sair do lugar, está tudo ao nosso alcance.

Estamos todos conectados!

3.1 A HISTÓRIA DA INTERNET

A Internet não foi propriamente criada para ser uma rede mundial de computadores, no final da década de 1960, no auge da Guerra Fria¹, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos concebeu a ARPA - Advanced Research Projects Agency (Agência Avançada de Projetos de Pesquisa), com a finalidade de mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do universo universitário, buscando alcançar a superioridade tecnológica militar em relação à antiga União Soviética (CASTELLS, 2003, p. 13).

Foi somente nos anos 1990 que a *Internet* começou a alcançar a população em geral. Neste período, o engenheiro inglês Tim Bernes-Lee desenvolveu a *World Wide Web* (www), possibilitando a utilização de uma interface gráfica e a criação de sites mais dinâmicos e visualmente interessantes. Em 1995 foi o primeiro ano de uso disseminado da www, com aproximadamente 16 milhões de usuários. Esta década, tornou-se a era de expansão da Internet. Para facilitar a navegação pela Internet, surgiram vários navegadores (browsers) como, por exemplo, a Internet Explorer da Microsoft e o *Netscape Navigator* (CASTELLS, 2003, p. 13-19).

¹ Guerra Fria: iniciou-se após a Segunda Guerra Mundial, em 1945, até 1989, com a queda do Muro de Berlim. Foi um conflito entre os Estados Unidos da América (capitalista) e a URSS (antiga União Soviética, socialista). Estes países eram contraditórios em seus ideais e, com isso, fizeram com que competissem em corridas armamentistas. Partindo deste princípio, eu estes países enviaram os primeiros homens ao espaço e à lua. Fonte: <http://www.infoescola.com/historia/guerra-fria/>

Nos dias atuais, é impossível pensar no mundo sem a *Internet*. Ela tomou parte dos lares de pessoas do mundo todo. Estar conectado à rede mundial passou a ser uma necessidade de extrema importância. Os *browsers* (navegadores de *Internet*) mais utilizados na atualidade são *Internet Explorer*; *Firefox*; *Ópera*; *Google Chrome*. (CASTELLS, 2004).

3.2 A INTERNET NA ATUALIDADE

A *Internet* vem se tornando uma ferramenta cada vez mais indispensável e importante em diversos contextos de nossa sociedade, pois mantêm as pessoas informadas, melhora a comunicação, seja de pessoas que estão próximas ou em pontos opostos do planeta, acelera processos, gera uma maior confiabilidade das informações, devido ao fácil acesso das mesmas, entre outros (SITUADO.NET, 2016).

É eficiente, prático e essencial. Praticamente, todas as empresas utilizam a *Internet* para realizar suas operações e se comunicar com seus clientes e fornecedores. As organizações também utilizam a *Internet* para fazer suas divulgações de informações e *marketing*.

É possível ver que está muito presente nas rotinas das pessoas apenas pelo fato de sempre alguém estar com aparelho eletrônico nas mãos, como celulares e tablets, onde aproximadamente 48% dos brasileiros utilizam a internet regularmente, de acordo com Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015), divulgada em 19 de dezembro de 2014 (POTAL BRASIL, 2016).

Dos acessos, divulgados nesta pesquisa: 83% - *Facebook*; 58% - *WhatsApp*; 17% - *Youtube*; 12% - *Instagram*; 8% - *Google+*; 5% - *Twitter*; 4% - *Skype*; 1% - *Linkedin*; 1% - Outros; 6% - não utilizam (PORTAL BRASIL, 2016).

Como qualquer ferramenta, se não for bem utilizada, a *Internet* pode trazer consequências indesejadas, utilizando-a para fins ilícitos, tentando tirar vantagens de outras pessoas (Cartilha de Segurança para Internet – documento com recomendações e dicas sobre a utilização da *Internet* buscando aumentar a segurança e proteção sobre

possíveis ameaças) (CARTILHA DE SEGURANÇA PARA INTERNET, 2012). Porém, ela pode trazer muitos benefícios.

Atualmente, é possível alguém conversar e ver aquela pessoa querida que esta em outra cidade ou país (SKYPE, 2016) pesquisar sobre diversos assuntos e até mesmo, pagar suas contas sem sair de casa (PEREIRA, 2011).

A Internet atual está mais acessível, tanto na utilização (em aparelhos móveis, por exemplo) quanto no preço. É muito comum as pessoas terem acesso à Internet.

Mas é preciso estar sempre atento aos sites que serão visitados, verificar a veracidade das informações antes de informar senhas e dados pessoais, considerar que outras pessoas possam estar usando a internet de má fé ou para se beneficiar. (CARTILHA DE SEGURANÇA PARA INTERNET, 2012)

Compreende-se em que se tratando de internet e redes sociais todo o cuidado é pouco. Cuidado com o que é postado, tudo o que se divulga será lido ou acessado e/ou compartilhado por qualquer pessoa do mundo, tanto agora, quanto futuramente. Na hora da entrevista de emprego, o RH pode visitar o perfil e coletar informações, como exemplo, o que se posta, fotos, o que é falado sobre outras pessoas, entre outros (BOTTONI, 2016).

Cuidado com o *check-in*. Eles mostram onde você está no momento e se costuma a frequentar muito esse lugar, cuidado ao postar fotos, pois, fotos que são postadas hoje podem virar *bullying* amanhã, ou pessoas mal intencionadas podem usar as fotos para se passar por você, indicações de endereço também são um erro comum, pois assim qualquer um tem a informação de quando você está e não está em casa, podendo furtar a residência ou em casos mais graves até sequestrar (CARTILHA DE SEGURANÇA PARA INTERNET, 2012).

4 AS REDES SOCIAIS

A partir de 2006, começou uma nova era na *Internet* com o avanço das redes sociais. Pioneiro, o Orkut ganhou a preferência dos brasileiros. Nos anos seguintes surgiram outras redes sociais como, por exemplo, *Facebook*, *Twitter*, *Google Plus* e *Instagram* (OLIVEIRA, 2015).

Redes sociais podem ser vistas como um espaço para compartilhamento de informações e conhecimentos, onde pessoas que possuem o mesmo interesse expõem informações que podem ser relevantes a elas.

Efaim Turbant et. al (2008, p.169) define rede social como:

A rede social é um lugar onde as pessoas criam um espaço próprio, ou home Page, em que escrevem blogs (web logs), postam imagens, vídeos, músicas, compartilham ideias e criam links para outros locais na web que elas acham interessantes. Os usuários de uma rede social marcam o conteúdo que eles postam com palavras-chave (tags) que eles mesmos escolhem o que torna o conteúdo pesquisável. Na realidade, eles criam comunidades online das pessoas com interesses semelhantes.

Segundo RECUERO (2009, p.25) a rede social é uma forma de interação entre as pessoas. Quando novas pessoas se conhecem e interagem, os laços sociais aumentam, modificam e tornam-se mais complexos.

Podemos citar algumas aplicações de mídias sociais: *Skype*, *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, entre outros. Saber interagir com os participantes como um todo, atender necessidades e dúvidas, ou seja, estabelecer um contato direto, claro e contínuo com os integrantes cada vez mais exigentes.

A troca de informações provê ganho de tempo e simplicidade nas rotinas, seja em empresas ou na vida pessoal, pois a interação das pessoas se faz com maior abrangência o que acaba potencializando a importância das redes sociais.

4.1 A HISTÓRIA DAS REDES SOCIAIS

Com a popularização da *Internet* e os avanços nas infraestruturas de comunicação, um novo tipo de serviços de comunicação e entretenimento começou a ganhar força: as Redes Sociais.

Atualmente, a variedade de produtos desse mercado é enorme, apresentando categorias para todos os públicos.

A primeira rede social surgiu em 1995 nos Estados Unidos e Canadá, chamada *Classmates*, com o objetivo de conectar estudantes da faculdade.

Em 2002, nasceu o *Fotolog*, que consistia em publicações baseadas em fotografias acompanhadas de ideias, sentimentos ou o que o usuário desejasse inserir, e o *Friendster* foi o primeiro serviço a receber o *status* de “Rede Social”. Suas funções permitiam que as amizades do mundo real fossem transportadas para o espaço virtual. Esse meio de comunicação e socialização atingiu 3 milhões de adeptos em apenas três meses (DAQUINO, 2012).

Em seguida, ao longo de 2003, foram lançados o *LinkedIn* (voltado para contatos profissionais) e o *MySpace* (que foi considerado uma cópia do *Friendster*). Ambos ainda estão no ar e com uma boa reputação (DAQUINO, 2012). Atualmente, o *LinkedIn* conta aproximadamente com 347 milhões de registros no mundo (sendo mais de 20 milhões brasileiros) (REDAÇÃO OLHAR DIGITAL, 2015).

O ano de 2004 pode ser considerado o ano das Redes Sociais, pois neste período foram criados o *Flickr*, o *Orkut* e o *Facebook*, algumas das redes sociais mais populares, incluindo a maior de todas até hoje (DAQUINO, 2012).

4.2 PRINCIPAIS REDES SOCIAIS UTILIZADAS NA ATUALIDADE

4.2.1 Skype

O *Skype* surgiu em 2003 e automaticamente se tornou líder em ligações de voz sobre IP na *Internet*. Comprado pelo *eBay* (PORTATIL MAGALHAES, 2008-2016). (site líder em vendas a nível mundial, pioneiro e o mais popular centro comercial da Internet), o grupo havia mudado para as mãos de um grupo de investidores há cerca de um ano e meio e, em 2011, foi vendido por US\$ 8,5 bilhões para a *Microsoft*, que deve fundir o software com programas como o *Windows Live Messenger* e com equipamentos, como o console *Xbox*. É um *software* que permite que você converse com o mundo inteiro. Milhões de pessoas e empresas usam o *Skype* para fazer de forma gratuita, chamadas por vídeo e chamadas de voz, enviar mensagens de *chat* e compartilhar arquivos com outras pessoas. Você pode usar o *Skype* como for melhor para você: no seu celular ou computador. Muitas empresas utilizam o *Skype* como rede interna entre seus colaboradores para facilitar a troca de informações e arquivos e a própria interação entre setores (SKYPE, 2016).

4.2.2 Facebook

Em 2004, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, três estudantes da Universidade de Harvard, lançaram um site projetado para colocar os estudantes em contato uns com os outros, a fim de compartilharem suas fotos e encontrarem novas pessoas. Eles o chamaram *thefacebook.com*, e logo o site se tornou extremamente popular no campus de Harvard. Um mês após seu lançamento, os criadores o expandiram para incluir estudantes de Stanford, Columbia e Yale. Em 2005, os estudantes em 800 redes universitárias ao longo dos Estados Unidos podiam se unir à rede, e a sua filiação

cresceu para mais de 5 milhões de usuários ativos. Em agosto do mesmo ano, o nome do site mudou para Facebook.

O Facebook era originalmente voltado para estudantes universitários, mas hoje todos podem se unir à rede.

Deve-se criar uma conta, que é gratuita, para explorar o Facebook. Os termos de uso do Facebook declaram que os membros devem ter pelo menos 13 anos de idade, e qualquer membro entre 13 e 18 anos deve estar estudando. O Facebook exige que os novos membros forneçam um endereço de correio eletrônico válido antes de completar o registro. Uma vez que você tenha criado uma conta e respondido a perguntas sobre onde você trabalha, onde estudou e onde mora, o Facebook irá gerar um perfil para você (STRICKLAND, 2014).

4.2.3 Twitter

Criado em março de 2006 na Califórnia (EUA), como uma ferramenta para facilitar a troca de mensagens via celular, a ferramenta permite o envio de mensagens com limite de 140 caracteres, para uma rede de seguidores que adicionam o usuário em sua lista de interesses. A limitação de caracteres se dá exatamente pelo conceito inicial da ferramenta: mensagens SMS (Smaal, 2010).

O *Twitter* não utiliza propagandas e anúncios no site e a cada dia surgem atualizações e novidades por conta dos usuários fiéis que trocam mensagens (SMAAL, 2010).

4.2.4 LinkedIn

O *LinkedIn* começou na sala de estar do cofundador Reid Hoffman em 2002 e teve seu lançamento oficial em 5 de maio de 2003.

O *LinkedIn* conecta os profissionais do mundo para torná-los mais produtivos e bem-sucedidos. Com mais de 433 milhões de membros em todo o mundo, incluindo executivos de todas as empresas da Fortune 500 (revista que analisa o lucro e faturamento das companhias) (UOL ECONOMIA, 2014), é a maior rede social para relacionamento profissional do mundo na Internet. A empresa tem um modelo de negócios diversificado com receitas provenientes de Soluções de Talento, Soluções de Marketing e Produtos de Assinaturas *Premium*. Com sede no Vale do Silício (do termo original inglês Silicon Valley traduzido como Vale do Silício, está situado na Califórnia, Estados Unidos, região está denominada polo industrial e que concentra diversas empresas de tecnologia da informação, computação entre outras) (ADAMI, 2016), o LinkedIn tem escritórios em todo o mundo. O principal propósito do *site* é permitir que usuários registrados possam manter uma lista detalhada de contatos de pessoas que eles conheçam e em quem confiem (LINKEDIN, 2016).

A Microsoft anunciou em 13 de junho de 2016 a compra da rede social LinkedIn por US\$ 26,2 bilhões (G1, 2016).

4.2.5 Lattes

A Plataforma Lattes representa a experiência do CNPq (Conselho Nacional de Pesquisas) com o objetivo de facilitar o planejamento, a gestão e a operacionalização do fomento à pesquisa e na integração de bases de dados de Currículos, em um único Sistema de Informações. Sua dimensão atual se estende não só às ações de planejamento, mas também de outras agências de fomento federais e estaduais, das fundações estaduais de apoio à ciência e tecnologia, das instituições de ensino superior e dos institutos de pesquisa. Além disso, se tornou estratégica não só para as atividades de planejamento e gestão, mas também para a formulação das políticas do Ministério de Ciência e Tecnologia e de outros órgãos governamentais da área de ciência, tecnologia e inovação (PLATAFORMA LATTES-CNPQ, 2016).

4.2.6 *WhatsApp*

É um aplicativo multiplataforma (*Android, BlackBerry OS, iOS, Symbian, Windows Phone e Nokia*) de mensagens instantâneas e chamadas de voz para *smartphones*. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos, mensagens de áudio de mídia e na nova atualização, podem ligar para qualquer contato de sua agenda que possua *WhatsApp* (WIKIPÉDIA, 2016).

Em 17 de março de 2016, foi anunciado por Jan Koum, presidente-executivo do aplicativo, que este foi vendido ao Facebook por US\$ 16 bilhões. (G1, 2016)

5 A IMPORTÂNCIA DA *INTERNET* NAS ORGANIZAÇÕES

A internet é importante para todos os segmentos, porém, para as organizações, ela tem um papel estratégico, para manter seu posicionamento no mercado.

As organizações a utilizam para divulgar as informações e propagandas (*marketing*), disponibiliza canais de comunicação, para acesso dos clientes e fornecedores para realizarem ações ou consultar dados, entre outros. (TEIXEIRA, 2000-2016)

É perceptível que a *web* permitiu e permite que empresas possam atender mercados distantes e de diversos públicos. Oferece comunicação em tempo real, permitindo um rápido acesso na troca de informações. Aos clientes, possibilita maior conhecimento em relação à empresa, conhecendo seu perfil histórico, serviços, projetos sociais, noticiais fotos e entretenimento. Trouxe também um novo modelo de trabalho onde funcionários conseguem conversar com vários clientes e fornecedores por ferramentas de mensagens em tempo real.

O uso do e-mail como principal ferramenta de comunicação já é adotada em muitas empresas. Até mesmo as redes sociais são vistas em algumas empresas como ferramenta de trabalho.

Com a Internet pode-se aumentar suas vendas e, também, reduzir custos, pois podem ser diminuídos os gastos com telefonia, comunicação impressa (como folders, mala direta, catálogos), equipes (de vendas, por exemplo), entre outros.

A importância da internet é um fato, as empresas sabem disso, e nem sempre sabem como usar esta incrível ferramenta para alavancar seus negócios. (LUIS.BLOG, 2007-2015).

5.1 AS REDES SOCIAIS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

As redes sociais estão disponíveis em incontáveis formas e canais diferentes, podendo atender a diversos públicos, situações e necessidades. É compreensível que seja vital para um bom plano de trabalho, marketing digital; expressos em novos clientes e no aumento da quantidade de vendas. Nota-se que são canais de comunicação que permitem uma grande promoção, pode ser usado gratuitamente e é uma excelente ferramenta para promover todos os produtos da marca, divulgar o propósito e missão da empresa, cobertura jornalística e até mesmo de se relacionar e fazer negócios com outras empresas ou para encontrar novos profissionais.

Quando integrada corretamente, as redes sociais permitem maior conhecimento relacionado aos interesses, necessidades e mudanças comportamentais dos consumidores, permitindo antecipar-se as tendências de mercado, divulgar sua marca e ampliar as vendas (ADCD JORNALISMO, 2015).

É possível captar informações sobre consumidores, utilizando filtros do público alvo que pretende atingir. Assim, facilita o foco do trabalho de captura e fidelização de clientes, pois a empresa o conhece e sabe o que ele deseja e necessita.

Segundo Capra (2002, p. 258):

[...] na era da informação – na qual vivemos – as funções e processos sociais organizam-se cada vez mais em torno de redes. Quer se trate das grandes empresas, do mercado financeiro, dos meios de comunicação ou das novas ONGs globais, constatamos que a organização em rede tornou-se um fenômeno social importante e uma fonte crítica de poder.

Fazem parte desse cenário tecnológico as redes sociais, que podem ser compreendidas como “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72).

O uso adequado das redes sociais pode proporcionar vantagens, como o de poder oferecer comunicação e repassar informações em tempo real, diminuir a distância geográfica, realizar reuniões à distância, de conhecer seu público (seja de clientes, fornecedores, comunidade e colaboradores), possuem baixos ou nenhum custo, divulga a marca, entre outras (ALMÉRI et. al, 2013).

Assim, a utilização das redes sociais com um meio de divulgação do conteúdo (produto/serviço), implica na visibilidade da sua empresa com o aumento do tráfego para o site. Podemos considerá-la como uma ferramenta online que, tem por objetivo, compartilhar informações com o maior número de pessoas possível, interessados em produto/serviço (INTEC DESIGN, 2016).

A empresa precisa conhecer seu mercado de atuação, os pontos fortes e fracos de sua marca, seus concorrentes e detectar oportunidades de otimização e desenvolvimento (ALMÉRI et. al, 2013).

5.2 AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE CAPTAÇÃO E AVALIAÇÃO DO RH

Para as empresas, as redes sociais ajudam na captação de informações do funcionário, pois o RH ou Gestor poderá pesquisar o perfil do candidato ao cargo, para poder ter uma visão do atual ou futuro colaborador fora do ambiente de trabalho. Não será o principal fator na hora da contratação, mas auxilia como base para identificar o perfil do participante. Também podem ser pesquisados currículos e informações no *LinkedIn* e *Lattes*.

É possível identificar aspectos como a aparência do candidato, a personalidade, qualificação profissional, os comentários realizados e/ou recebidos, entre outros.

Em um processo de recrutamento e seleção, as empresas podem utilizar estas ferramentas para divulgar as vagas online sem custo e assim, alcançar uma demanda maior de pessoas para concorrer à vaga.

Segundo Afonso (2009, p.93) “as empresas que realizam o recrutamento por meio de redes sociais virtuais, além da visualização dos currículos vitae disponíveis, rastreiam também a veracidade de acordo com as informações postadas”.

Podemos destacar a rapidez do acesso nas informações, e isso favorece o processo. Nem tudo são “rosas”, pelo contrário. Quando se utiliza as redes sociais nos processos de recrutamento e seleção existe um lado preocupante, o *feedback*. O retorno aos participantes é rápido e, às vezes, complicado porque se torna público. Ou seja, todo usuário/consumidor é um formador de opinião, já que influencia outras pessoas através de relatos, reclamações ou elogio. Empresa contratante deve utilizar a ferramenta com cautela, atenção, além de medir e controlar para não haver futuros prejuízos pelas razões ou ações “não pensadas”. No ato de uma resposta mal elaborada, procurar ter atenção e cautela em cada resposta ou informação, para que a mesma não tenha duplo significado, padronizar respostas ou ter alguém especializado para lidar com esses assuntos é a melhor forma de evitar danos a organização.

5.2.1 O RH no papel de educador e promotor da ética no trabalho

A área de RH atua como parceira fundamental na organização, trabalhando constantemente. Tem o papel de fornecer informações e de como melhor utilizar as ferramentas que a empresa disponibiliza, sua principal função é o suporte, orientação e a capacitação, inserindo-o em uma cultura participativa, promovendo políticas de reconhecimento individual e coletivo e dar apoio quando necessário (CRISTINA, 2011).

Segundo Marques (pág. 73)

A empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a ética, a conduta de seus integrantes, bem como os valores e convicções primários da organização se tornem parte de sua cultura.

A postura ética constrói ou destrói a reputação de uma empresa. A adoção de um comportamento ético consagra valor à imagem da empresa.

Entende-se que a empresa e o RH têm esse papel de se interagir, buscando sempre soluções adequadas para os colaboradores, tem objetivo de buscar melhores condições de trabalho e também nas questões sociais.

5.3 O QUE PODE AGREGAR PARA A ORGANIZAÇÃO ACEITAR AS REDES SOCIAIS

Hoje em dia, as redes sociais tornaram-se uma poderosa ferramenta de comunicação, entregando informações de forma rápida e eficiente, facilitando os processos e diminuindo custos à empresa.

A facilidade de buscar informações *online* e de se comunicar com outras empresas de modo mais barato e eficiente, garantem a qualidade da informação, pois, ficaram salvos os conteúdos, como os e-mails e Skype e quando necessário à empresa, ou o próprio funcionário, poderá acessar ou solicitar ao setor responsável os *backups*, onde ficam registradas todas as conversas.

Segundo (INTERNET INNOVATION, 2013):

Outras vantagens relacionadas à utilização das redes sociais corporativas são o ganho de velocidade na execução de processos internos e a facilidade de acesso. Trata-se de um meio que encoraja a participação, a interação e o compartilhamento de informação entre os integrantes e pode contribuir ainda para diminuição do rigor imposto pela hierarquia, visto em algumas organizações. Proporcionando assim um caminho mais aberto para a implantação de uma gestão mais participativa.

Comunicar-se internamente de forma virtual com seus colaboradores e estes entre si, também é uma ferramenta bastante utilizada, pois as dúvidas podem ser rapidamente respondidas sem precisar congestionar as linhas do telefone e assim não interferindo nas ligações dos clientes (INTERNET INNOVATION, 2013).

Possui recursos para integrar reuniões online, disponibilizando assim, maior aproveitamento e potencializando o tempo para possíveis urgências.

Permite que empresa evolua com o mundo profissional e se atualiza constantemente, de modo que acompanhe os avanços tecnológicos e mudanças comportamentais no mercado.

6 A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NAS EMPRESAS

Este trabalho realizou um estudo em cooperativas da cidade de Assis para conhecer como estas estão utilizando as redes sociais no trabalho. As seções que seguem apresentarão informações sobre as cooperativas, materiais e métodos utilizados na pesquisa e os resultados obtidos.

6.1 COOPERATIVAS

O cooperativismo teve origem na organização dos trabalhadores na Inglaterra, no período da Revolução Industrial. Em 21 de dezembro de 1844, em Rochdale, bairro da cidade Manchester, 28 tecelões, diante do desemprego e dos baixos salários, reuniram-se para, coletivamente, comprarem produtos de primeira necessidade. Assim, criaram a Associação dos Probos Pioneiros de Rochdale, mais tarde transformada em cooperativa de Rochdale formada pelo aporte de capital dos trabalhadores, cuja função inicial era conseguir capital para aumentar o poder de compra coletiva. Esses tecelões de Rochdale sistematizaram as regras fundamentais a respeito do funcionamento de cooperativas. A experiência dos trabalhadores da Inglaterra difundiu-se em outros países, como na França e na Alemanha, principalmente no ramo “crédito”. Mais tarde, o cooperativismo alastrou-se pelo mundo inteiro. No Brasil, as cooperativas são reconhecidas legalmente como uma das formas de organização de empreendimentos coletivos.

Segundo (SISTEMAOCDF, 2008, s/n)

A cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem voluntariamente para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns a seus integrantes, e constitui-se numa empresa de propriedade coletiva a ser democraticamente gerida. Fundamenta-se na economia solidária e

se propõe a obter um desempenho econômico eficiente, por meio da produção de bens e serviços com qualidade destinada a seus cooperados e clientes.

As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades por meio de políticas aprovadas pelos membros.

A sua principal vantagem é a organização do trabalho e possibilitar que indivíduos isolados, com menos condições de enfrentar o mercado, possam aumentar sua competitividade e, com isso, melhorar sua renda ou sua condição de trabalho. (CARDOSO, CARNEIRO, RODRIGUES, 2014).

6.2 MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa realizada foi de natureza básica e de abordagem qualitativa. Quanto aos objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, pois visa proporcionar maior familiaridade com o problema (GIL, 2010). Buscando analisar as cooperativas de Assis- SP de como se utiliza as Redes Sociais.

Os instrumentos de coleta de dados foram à pesquisa bibliográfica e o questionário.

A fim de tornar possível a coleta de dados, é necessário que se determine a população a ser estudada (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007). Foi realizada uma análise de quantas cooperativas tinha ativa na cidade de Assis-SP através da Prefeitura da cidade foi constatado que havia 09 cooperativas.

Nesta pesquisa foi adotado o questionário como instrumento de coleta de dados, pois, de acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007, p.53) “o questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com mais exatidão o que se deseja”. Foi feita a pesquisa pela *survio* (www.survio.com) pesquisa online, e enviada via e-mail para as cooperativas de Assis- SP.

6.3 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta sessão tem por objetivo detalhar e organizar os dados coletados no decorrer da pesquisa. As cooperativas foram convidadas, via e-mail e contato telefônico a responderem um questionário contendo 09 questões elaboradas pela pesquisadora, com a finalidade de obter informações sobre a utilização das redes sociais no ambiente de trabalho e o papel do RH.

Como era um convite à cooperativa tinha a opção de participar ou não da pesquisa, dentre as 09 cooperativas na cidade de Assis-SP apenas 02 responderam ao questionário, porém, suas identidades não serão reveladas. As duas cooperativas pesquisadas são de prestação de serviços e assim contribuindo para o crescimento e desenvolvimento da cidade.

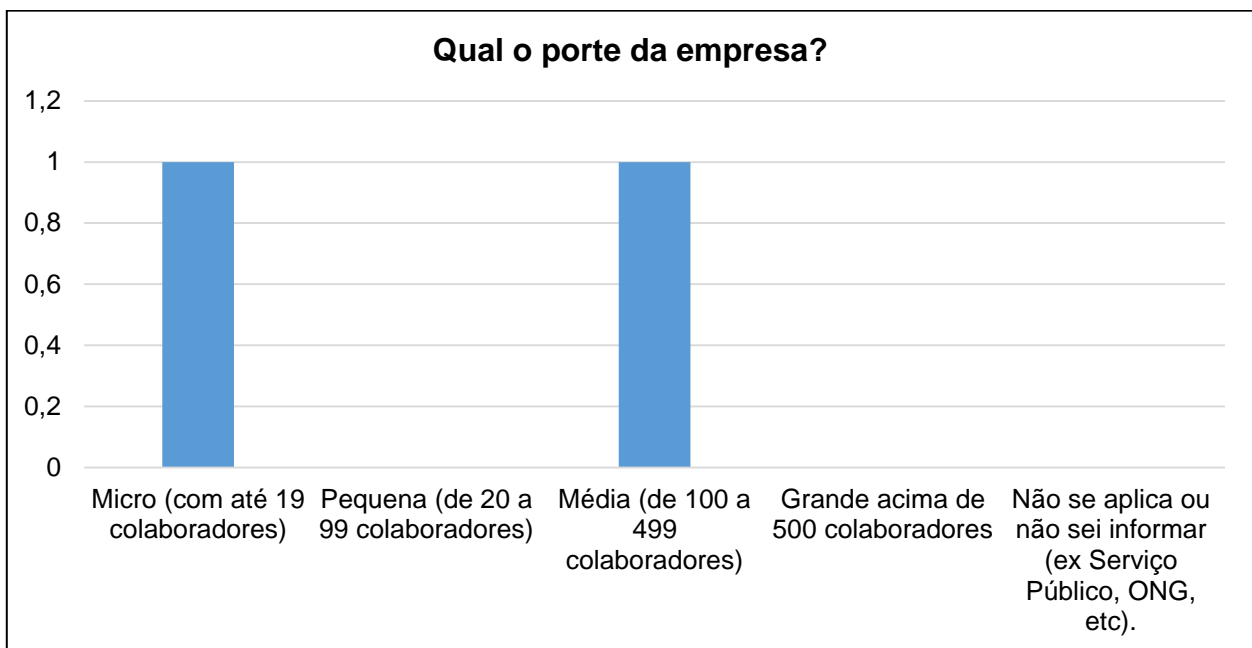


Figura 1: Porte da empresa (elaborada pela autora).

A questão se trata do porte das cooperativas, e observamos que são Micro com até 19 colaboradores e Média de 100 a 499 colaboradores.

Portes diferentes, porém, não interferiu no resultado da pesquisa.

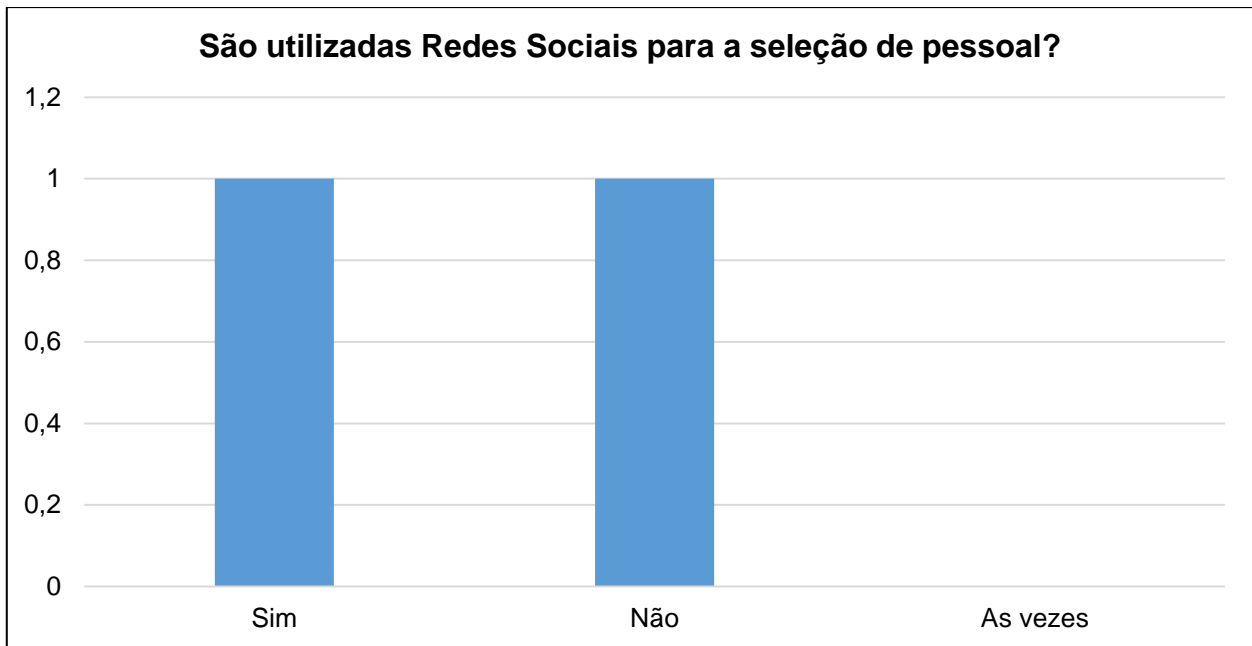


Figura 2: Redes Sociais para Seleção (elaborada pela autora).

Verifica-se que uma das duas empresas utiliza as Redes Sociais e a outra não utiliza a ferramenta para a seleção de pessoal.

No decorrer de todo trabalho podemos analisar que as redes sociais fazem parte do nosso dia a dia, e devemos estar sempre nos atualizando.

Segundo (G1, 2015):

Foi-se o tempo em que os currículos chegavam ao RH das empresas no papel. Com a internet tudo mudou. Começou com o e-mail e chegou às redes sociais. Com elas, a distância entre pessoas em busca de boas oportunidades e empresa à procura de bons profissionais ficou mais curta.

As redes sociais são importantes para as empresas, pois além do marketing, ela nos proporciona conhecer melhor o candidato sendo mais assertivos na contratação.

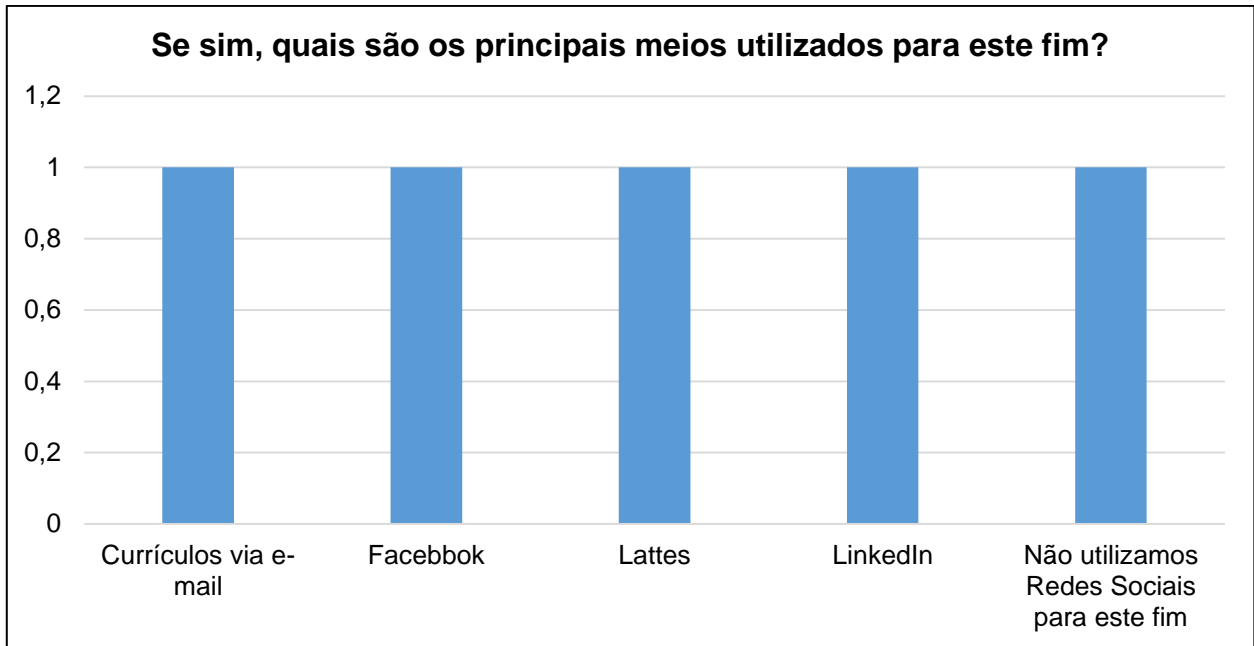


Figura 3: Principais meios utilizados (elaborada pela autora).

Observa-se que os principais meios utilizados para a seleção de pessoal são: Facebook, currículos via e-mail, Lattes, LinkedIn e a outra parte não se utiliza redes sociais para este fim.

É possível verificar a importância dos canais de comunicação informal para a seleção de pessoal, para agilizar o fluxo de divulgação e uso da comunicação formal.

O uso dessas ferramentas acelera o compartilhamento ou acompanhamento de documentos, contatos, respostas entre outros. Permite facilitar os processos. Segundo Souza (2011) a internet, somada às tecnologias a ela relacionadas, deu corpo e alma ao mundo totalmente conectado e interligado. Facilita e aperfeiçoa todos os seus processos.

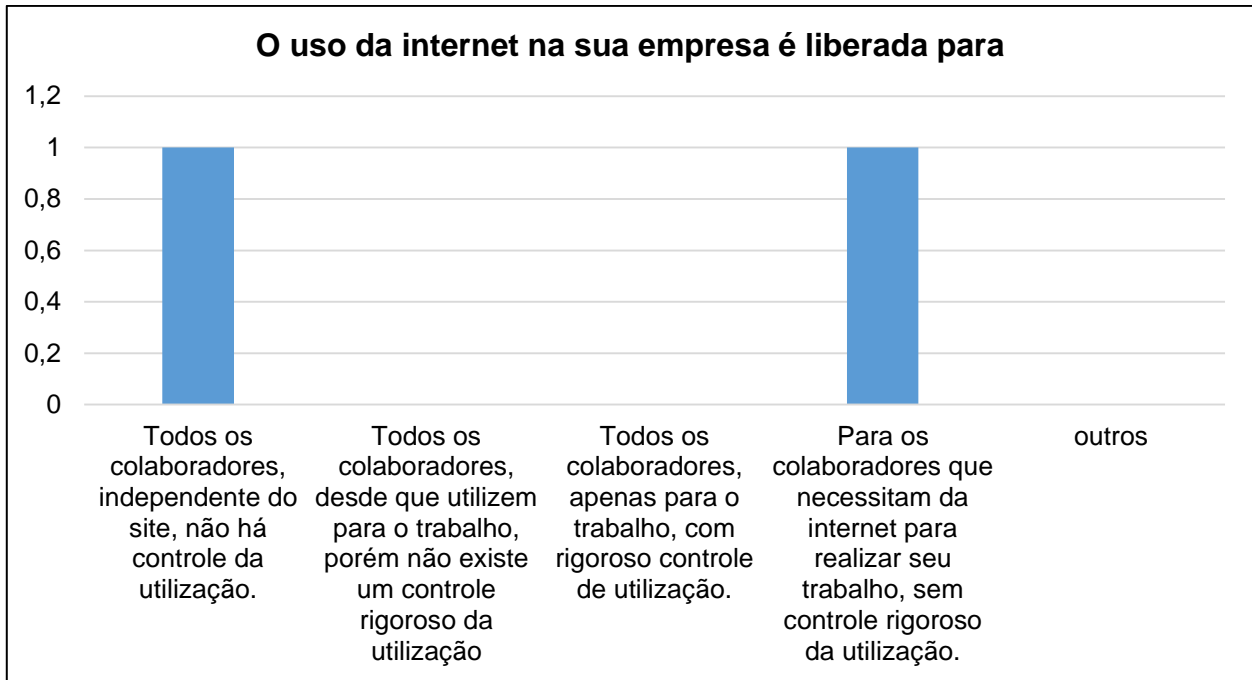


Figura 4: O uso da internet na sua empresa é liberado para (elaborada pela autora).

O uso da internet é liberado a todos os colaboradores, independente do site, não há controle da utilização e para os colaboradores que necessitam da internet para realizar seu trabalho, sem controle rigoroso da utilização.

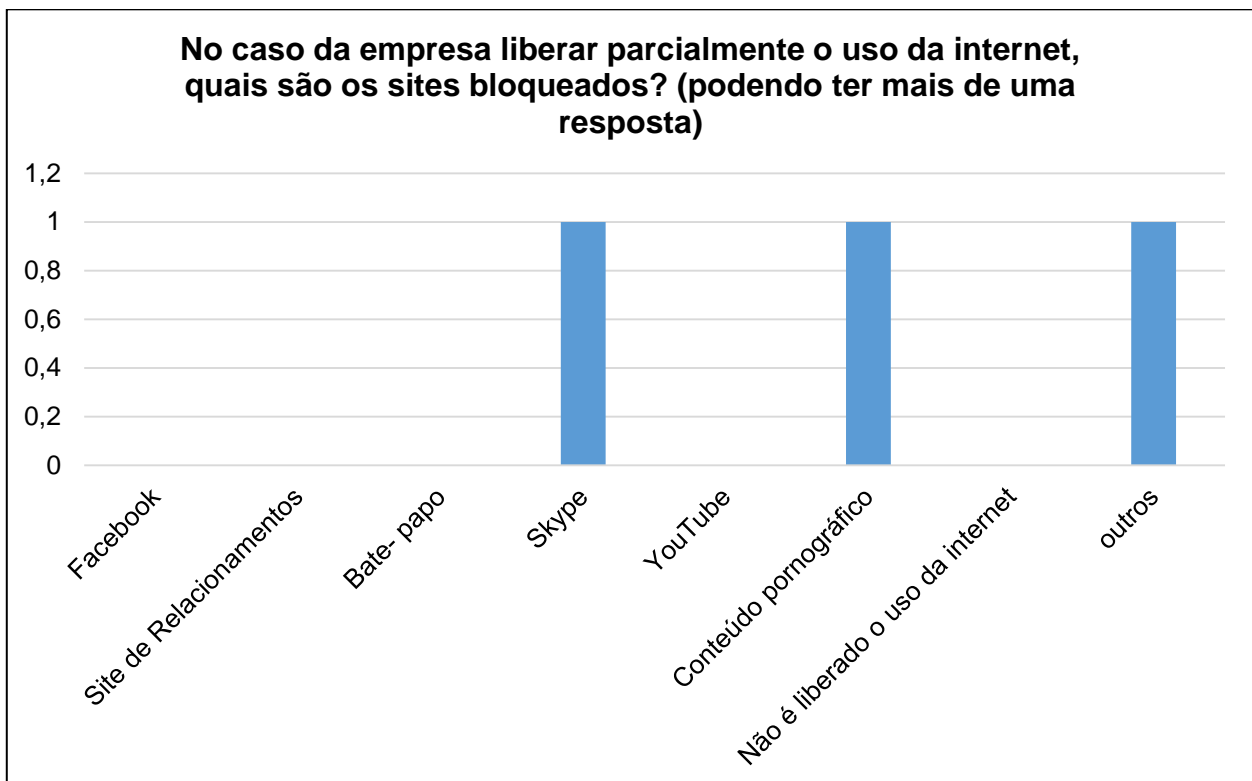


Figura 5: Quais sites são bloqueados (elaborada pela autora).

Analisando as figuras 5 e 6, para FRITZEN (2015) controlar o acesso à internet durante o trabalho é uma prática comum nas organizações e cada vez mais necessária, considerando os riscos que a internet apresenta em relação à segurança da informação.

A internet está repleta de ameaças. É comum o recebimento de spam com links para sites maliciosos que podem instalar vírus, esses programas são nocivos e podem causar sérios problemas, desde lentidão nos computadores e na internet, até perda de informação e captura de dados sigilosos, como senhas de banco e acesso a sistemas. Por isso é fundamental evitar o acesso a esses sites na sua empresa (FRITZEN, 2015).

É importante acompanhar os relatórios de acesso para verificar quem está acessando ou tentando acessar conteúdos impróprios, nesse caso o recomendado é informar o colaborador e no caso de reincidência, aplicar notificações e penalidades (FRITZEN, 2015).

Deve se fazer uma análise das atividades realizadas pelas equipes, definindo quais tipos de conteúdo e serviços fazem parte das atividades da empresa então assim criar filtros de acesso que evitem o acesso a sites que não tenham relação com o negócio da empresa (FRITZEN, 2015).

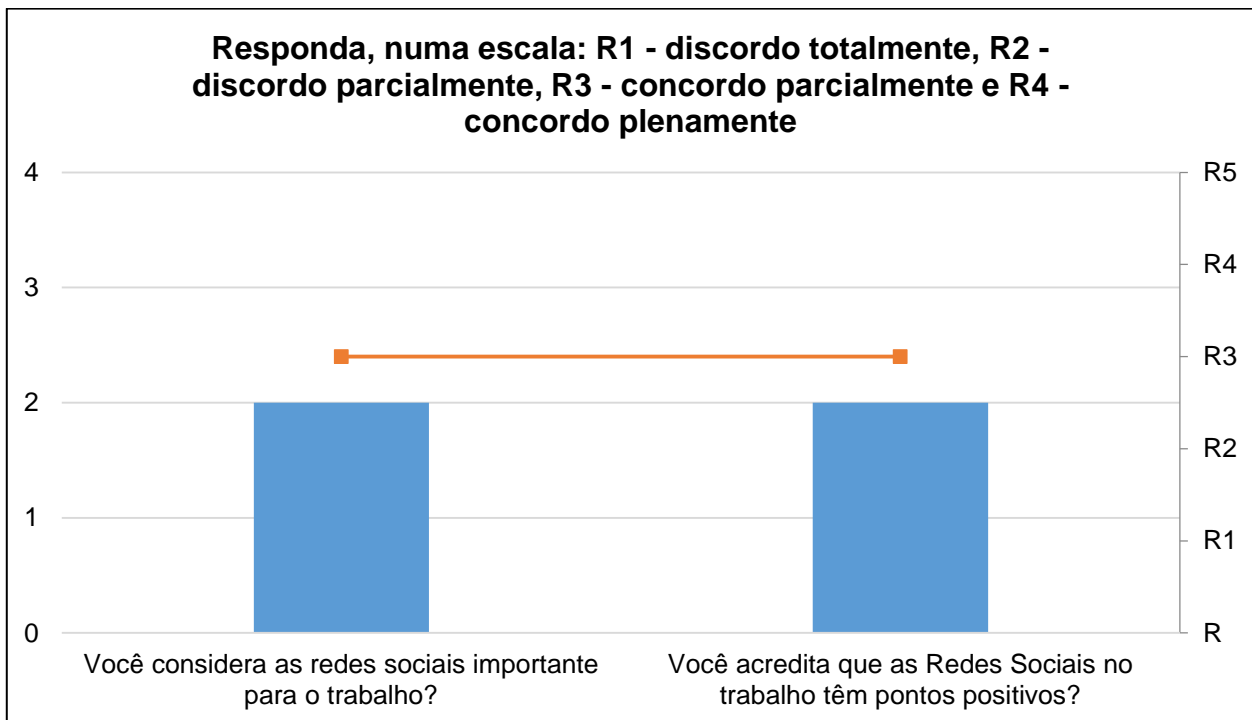


Figura 6: Concorda ou discorda (elaborada pela autora).

Ambas as empresas responderam que concordam parcialmente que as redes sociais são importantes e que têm pontos positivos para o trabalho. “As redes sociais se tornaram uma ferramenta de comunicação indispensável para qualquer empresa e isto envolve grandes vantagens e benefícios” (ADCD, 2015, s/n). Sua importância se deve a maneira como as pessoas passaram a utilizar as redes sociais, os clientes estão conectados. “A internet tem crescido exponencialmente na última década, ultrapassando meios tradicionais como a imprensa, rádio e televisão”, o que mostra que a comunicação de uma organização deve avançar também nessa direção (ADCD, 2015, s/n).

Sendo assim, ambas cooperativas pesquisadas podem estar deixando de se comunicar com o cliente por não valorizar as redes sociais como uma ferramenta importante para o trabalho.

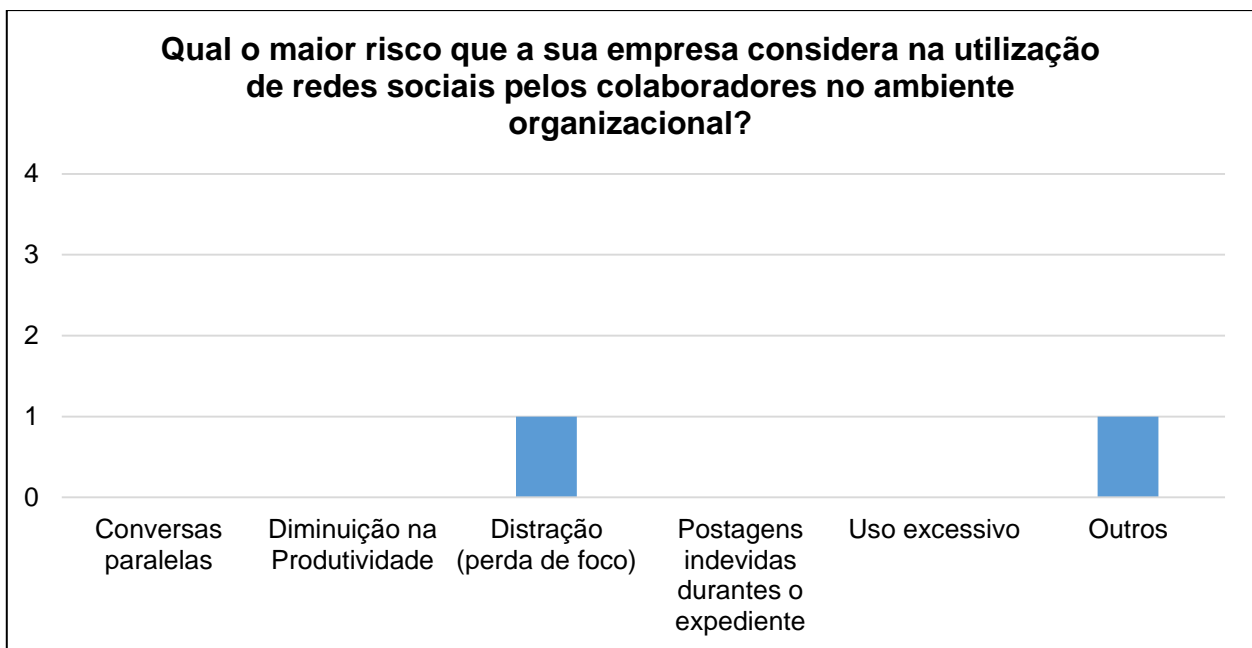


Figura 7: Risco na utilização das Redes Sociais (elaborada pela autora).

Como mostra a figura 8, Distração, perda de foco são os riscos percebidos por uma das cooperativas pesquisada e a outra empresa não considera que possam existir riscos.

Porém, há muitos riscos que podem prejudicar a empresa.

Para (FRITZEN, 2015) com interrupções contínuas nos processos, o colaborador perde foco no seu trabalho e diminui sua produtividade e por consequência não consegue entregar os resultados esperado. A empresa deve ter o controle da navegação e assim

junto com o setor de TI (Tecnologia da Informação) possível criar mecanismos para rastrear se o colaborador está usando a internet com uso indevido e garantir que o colaborador mantenha seu foco nas atividades que interessam para a empresa.

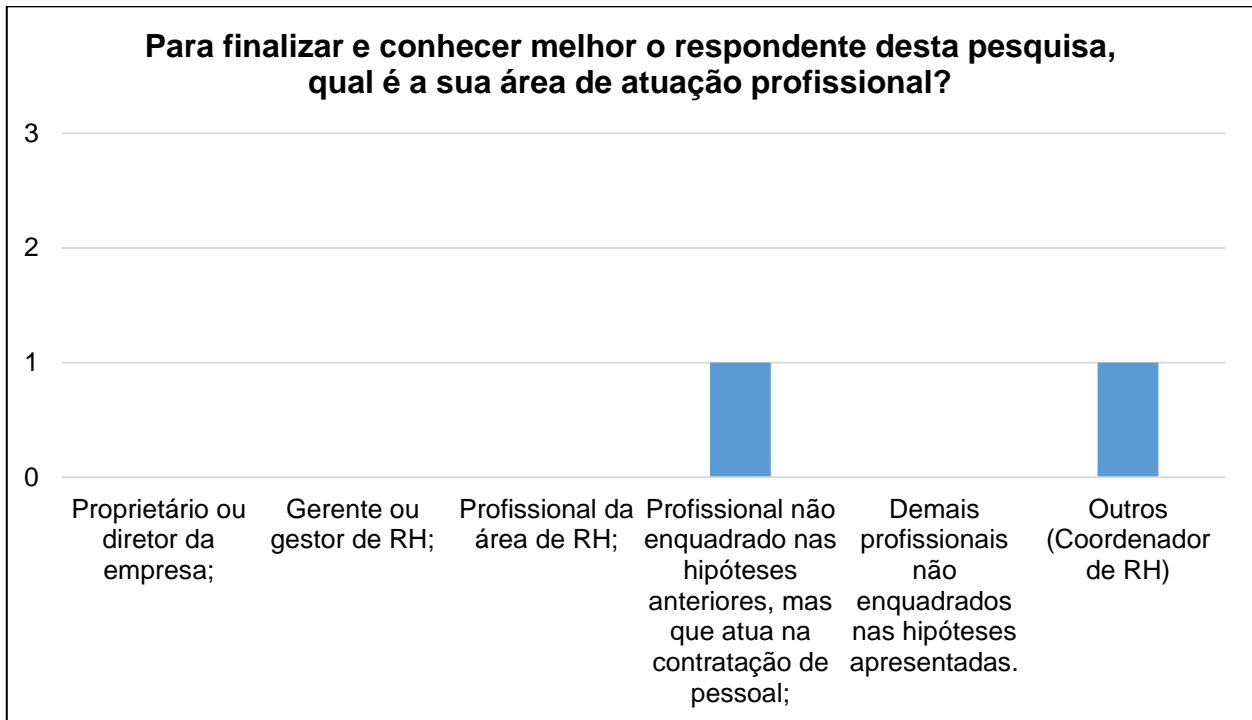


Figura 9: Qual a área de atuação do respondente da pesquisa (elaborada pela autora).

De acordo com a figura 9 um dos respondentes da pesquisa é o Coordenador de RH e o outro respondente é um profissional não enquadrado nas hipóteses anteriores, mas que atua na contratação de pessoal.

Por meio da pesquisa realizada com as cooperativas na cidade de Assis- SP verificou-se a necessidade das mesmas se relacionarem mais com as Redes Sociais no ambiente organizacional nem tudo deve ser bloqueado e, no entanto, nem tudo deve ser permitido.

Conforme (THOMAZ p.152) “em qualquer organização, há algumas forças que apoiam o desenvolvimento de redes e outras que as degradam. O equilíbrio entre essas forças definirá se a dinâmica de redes é positiva ou negativa”.

Os métodos utilizados foram à pesquisa descritiva e exploratória que tem por objetivo, descrever as sobre a utilização no ambiente organizacional. Após a coleta de dados,

realizou-se um levantamento, que visa determinar as informações obtidas para análise e conclusão da pesquisa.

De acordo com os dados fornecidos pela Prefeitura Municipal de Assis- SP a cidade conta com nove 09 cooperativas ativas até a presente data 14 de jun.16.

A pesquisa teve limitações para ser realizada, como o retorno das às cooperativas da cidade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como finalidade salientar os receios das organizações em liberar o uso das redes sociais e demonstrar seus benefícios e malefícios, desta forma foi demonstrado que a internet pode ser uma ferramenta de grande proveito, auxiliando nos processos e intensificando a velocidades das informações.

Uma poderosa ferramenta que tem muito a contribuir no dia a dia da organização, facilitando a intercomunicação entre setores, seleção de pessoal, *marketing* digital em todas as áreas.

Por fim, entende-se que as redes sociais podem ser aplicadas nas organizações sobre um planejamento sistêmico, essa alternativa permite à empresa novas oportunidades de interagir com seus consumidores e clientes e adquirir a confiabilidade de seus colaboradores, de modo que estes passem a usufruir das redes sociais a partir dos meios adquiridos pela própria empresa, o qual deve possuir uma equipe de gestão comprometida e funcionários orientados a cumprir as normas e as políticas estabelecidas. O estudo realizado apresenta apenas uma visão inicial de um desafio que visa alinhar o bom senso dos profissionais a um modelo de gestão eficiente e bem planejado por parte das empresas, quanto ao uso das redes sociais deve-se deixar bem explícito as regras sobre a utilização da internet no ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Anna. **Redes Sociais.** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/sociedade/redes-sociais-2/>>. Acesso em 24 fev. 2016.

ADAMI, Anna. **Vale do Silício.** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/informatica/vale-do-silicio/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

ADCD Jornalismo. **A importância das redes sociais para a sua empresa.** Disponível em: <<http://www.designcomdesign.com.br/portal/blog-da-dcd/item/260-a-import%C3%A2ncia-das-redes-sociais-para-a-sua-empresa.html>>. Acesso em 16 jun. 2016.

AFONSO, A.S. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos.** 2009. 170f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

ALMÉRI et al. **A Influência das Redes Sociais nas Organizações.** Disponível em: <<http://fatea.br/seer/index.php/raf/article/viewFile/1044/814>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

Autor não identificado. **A importância da internet para a atualidade.** Disponível em: <<http://situado.net/a-importancia-da-Internet-para-a-atualidade/>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

Autor não identificado. **Cooperativismo.** Disponível em: <<http://www.dfcooperativo.coop.br/conteudo.jsp?idnoticia=28&idarea=4>>. Acesso em: 07 jun. 2016.

Autor não identificado. **eBay: o que é?** Disponível em: <<http://www.portatilmagalhaes.com/o-que-e-o-ebay/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Autor não identificado. **História da Internet.** Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/Internet>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

Autor não identificado. **História da Internet.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_da_Internet> Acesso em: 25 set. 2015.

Autor não identificado. **O que são as redes sociais corporativas?** Disponível em: <<http://www.internetinnovation.com.br/blog/redes-sociais/o-que-sao-redes-sociais-corporativas/>> Acesso em: 27 jun. 2016.

Autor não identificado. **LinkedIn.** Disponível em: <<https://www.linkedin.com/company/linkedin>> Acesso em: 07 mar. 2016.

Autor não identificado. **LinkedIn supera marca de 20 milhões de usuários no Brasil.** Disponível em: <<http://idgnow.com.br/ti-corporativa/2015/02/09/linkedin-supera-marca-de-20-milhoes-de-usuarios-no-brasil/>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

Autor não identificado. **O que é o Skype?.** Disponível em <<https://support.skype.com/pt/faq/FA6/o-que-e-o-skype>> Acesso em: 26 set. 2015.

Autor não identificado. **Publicidade em Redes Sociais.** Disponível em <<http://intecdesign.com.br/publicidade-em-redes-sociais/>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Autor não identificado. **Sobre a plataforma Lattes.** Disponível em <<http://lattes.cnpq.br/>> Acesso em: 07 mar. 2016.

Autor não identificado. **Significado de Internet.** Disponível em: <<http://www.significados.com.br/Internet/>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

Autor não identificado. **Significado de Organização.** Disponível em: <<http://www.significados.com.br/organizacao/>>. Acesso em: 19 fev. 16.

Autor não identificado. **WhatsApp.** Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>> Acesso em: 26 set. 2015.

BARBOSA, Christian. **Redes Sociais: saiba o seu limite.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/senhor-do-seu-tempo/2012/08/29/redes-sociais-saiba-o-seu-limite/>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

BISPO, Patrícia. **Redes sociais ajudam na captação de talentos.** Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Recrutamento_Selecao/Entrevista/8194/redes-sociais-ajudam-na-captacao-de-talentos.html>. Acesso em: 19 fev. 2016.

BOTTONI, Fernanda. **As redes sociais ajudam no processo seletivo?** Disponível em: <<http://www.vagas.com.br/profissoes/acontece/no-mercado/as-redes-sociais-ajudam-no-processo-seletivo/>>. Acesso em: 26 Jun. 2016.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002. Disponível em: <<http://www.zorraquino.com.br/textos/ecologia/as-conexoes-ocultas-fritjof-capra.pdf>>. Acesso em: 27 fev. 2016.

CARDOSO, Univaldo Coelho; CARNEIRO, Vânia Lúcia Nogueira; RODRIGUES, Édna Rabêlo Quirino. **Cooperativa**. SEBRAE, 2014. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65f0176ca446f4668643bc4e4c5d6add/\\$File/5193.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65f0176ca446f4668643bc4e4c5d6add/$File/5193.pdf)>. Acesso em: 07 jun. 2016.

Cartilha de Segurança para Internet Versão 4.0, 2012. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil. Comitê Gestor da Internet no Brasil São Paulo. Disponível em: <<http://cartilha.cert.br/livro/cartilha-seguranca-internet.pdf>>. Acesso em: 04 mar. 2016.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Jorge Zahar Editora, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=nCKFFmWOnNYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true>. Acesso em: 20 fev. 2016.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CLEMEN, Paulo. **Como implantar uma área de comunicação interna**. Rio de Janeiro. Mauad, 2005.

CORRÊA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. 5ª edição revista e atualizada. Editora Saraiva. 2000.

DAQUINO, Fernando. **A história das redes sociais: como tudo começou**. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

DUNAS, Véronique. **A origem da Internet**. UOL – História Viva. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/o_nascimento_da_internet.html>. Acesso em: 24 fev. 2016.

EULER, Guilherme. **A importância da Internet para as empresas**. Disponível em: <<http://www.infodicas.com.br/tecnologia/a-importancia-da-internet-para-as-empresas>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

ERIKA, Cristina. **O departamento de Recursos Humanos como fator incentivador da administração participativa.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/o-departamento-de-recursos-humanos-como-fator-incentivador-da-administracao-participativa/58637/>> Acesso em 23 jun. 2016.

FILIPPO, D. D. R. & Sztajnberg, A. **Bem-vindo à Internet.** Editora Brasport, Rio de Janeiro, 1996.

FRITZEN, Eduardo Cleidison. **Controle de acesso à internet nas empresas, o que bloquear e o que liberar?** Disponível em: <https://www.lumiun.com/blog/2015/11/control-de-acesso-a-internet-nas-empresas-o-que-bloquear-e-o-que-liberar/> Acesso em: 26 jun. 2016

G1. **Microsoft compra a rede social LinkedIn por US\$ 26,2 bilhões.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/microsoft-compra-rede-social-linkedin-por-us-262-bilhoes.html>>. Acesso em: 16 jun. 2016,

G1. **Venda do WhatsApp para Facebook não vai alterar privacidade, diz CEO.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/03/venda-do-whatsapp-para-facebook-nao-vai-alterar-privacidade-diz-ceo.html>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

G.1. **Redes sociais se tornam importante ferramenta de recrutamento.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/contacorrente/noticia/2015/01/redes-sociais-se-tornam-importante-ferramenta-de-recrutamento.html>>. Acesso em: 26 jun. 2016.

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

GOMES, Cristiana. **Guerra Fria.** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/guerra-fria/>>. Acesso em: 16 mai. 2016.

GOVERNO. **Cerca de 48% dos brasileiros usam internet regularmente.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/cerca-de-48-dos-brasileiros-usam-internet-regularmente>>. Acesso em: 04 mar. 2016.

IBC. **Vantagens e desvantagens das redes sociais nas empresas.** Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/tudo-sobre-coaching/vantagens-e-desvantagens-das-redes-sociais-nas-empresas/>> Acesso em: 10 set. 2015.

JÚNIOR, Antônio Lago. **Responsabilidade Civil por atos ilícitos na Internet.** 1ª Ed. São Paulo, Editora LTr, 2001. p. 20.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação.** Ciência da Informação, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>>. Acesso em: 27 fev. 2016.

MARQUES, Wagner Luiz. **Recursos Humanos: conhecendo a admissão a demissão do seu colaborador.** 1ª ed., Cia Norte, Editora Impresso Brasil. P 73

MAXIMIANO, Antônio Cesar A. **Introdução a administração.** 3ª ed., São Paulo, Editora Atlas, 1992.

MONTANA, Patrick J. **Administração.** 2ª ed. São Paulo: Saraiva 2003. P 170

OLIVEIRA, Jair César S. Lição 7 – O uso das redes sociais II. Disponível em: <<http://www.portalebd.org.br/index.php/mais/pre-adolescentes/36-pre-adolescentes-licoes/600-licao-7-o-uso-da-internet>>. Acesso em: 04 mar. 2016.

PEREIRA, João Paulo Silva. **Importância da Internet hoje.** Disponível em: <http://infocoti.blogspot.com.br/2011/05/importancia-da-internet-hoje_03.html>. Acesso em: 04 mar. 2016.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Metodologia científica: tipos de pesquisa. (2013).** Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/pedagogia/artigos/50264/metodologia-cientifica-tipos-de-pesquisa>>. Acesso em: 16 set. 2015.

RECUERO, Raquel. Rede Social. IN: SPYER, Juliano (org). **Para entender a Internet: noções práticas e desafios da comunicação em rede.** 2009. Disponível em <<http://paraentenderaInternet.blogspot.com>> Acesso em: 26 set. 2015.

REDAÇÃO. **Fique por dentro dos perigos das redes sociais para crianças e adolescentes – Exposição em excesso, bullying e pedofilia são alguns dos perigos das redes sociais.** Disponível em: <<http://vivomaissaudavel.com.br/bem-estar/qualidade-de-vida/fique-por-dentro-dos-perigos-das-redes-sociais-para-criancas-e-adolescentes/>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

REDAÇÃO OLHAR DIGITAL. **LinkedIn chega a 20 milhões de usuários no Brasil.** Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/pro/noticia/linkedin-chega-a-20-milhoes-de-usuarios-no-brasil/46708>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

RIBEIRO, Luis. **Importância da internet nas empresas.** Disponível em: <<http://www.luis.blog.br/importancia-da-internet-nas-empresas.aspx>>. Acesso em 19 fev.

SMAAL, Beatriz. **A história do Twitter.** Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>>. Acesso em: 26 Set. 2015.

SOUZA, Flavia Ivair de. **Redes sociais e os impactos dessa inovação nas organizações: estudo de caso da rede corporativa “Comunidade de Negócios” da área comercial das empresas do Grupo Algar.** Disponível em: <<http://www.fumec.br/anexos/cursos/mestrado/dissertacoes/completa/flavia-ivar-de-souza.pdf>>. Acesso em 04 mar. 2016.

SOUZA, Monaliza. **A influência da Internet e suas ferramentas no ambiente corporativo.** Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-influencia-da-internet-e-suas-ferramentas-no-ambiente-corporativo/56354/> 26 Jun. 2016.

STRICKLAND, Jonathan. **Como funciona o Facebook.** Disponível em: <<http://tecnologia.hsw.uol.com.br/facebook.htm>> Acesso em: 07 mar. 2016.

TEIXEIRA, Silvana. **Internet – Ferramenta de extrema importância para o sucesso das empresas.** Disponível em: <<http://www.cpt.com.br/cursos-gestaoempresarial/artigos/internet-ferramenta-de-extrema-importancia-para-o-sucesso-das-empresas>>. Acesso em: 04 mar. 2016.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa** - ação. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1986.

THOMAS, Robert. J; CROSS, Rob. **Redes Sociais.** ed. Gente. 2009.

TURBAN, E. et.al. **Tecnologia da Informação para Gestão: Transformando os Negócios na Economia.** Artmed editora S.A, 2008.

UOL. **Sete brasileiras aparecem em lista da 'Fortune' das 500 maiores empresas.** Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/07/sete-brasileiras-aparecem-em-lista-da-fortune-das-500-maiores-empresas.htm>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

VENÂNCIO, C. **Redes Sociais – Vantagens e Desvantagens para as Empresas.** Artigonal – Diretoria de Artigos Gratuitos. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/marketing-na-internet-artigos/redes-sociais-vantagens-e-desvantagens-para-as-empresas-2753328.html>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

8 APÊNDICE

P1: Qual é o segmento de atuação predominante da sua empresa?
Agrícola
Indústria
Comércio
Construção Civil
Transporte e logística
Serviço Público
Prestação de serviços
P2: Qual o porte da empresa?
Micro (com até 19 colaboradores)
Pequena (de 20 a 99 colaboradores)
Média (de 100 a 499 colaboradores)
Grande acima de 500 colaboradores
Não se aplica ou não sei informar (ex Serviço Público, ONG, etc).
P3: São utilizadas Redes Sociais para a seleção de pessoal?
Sim
Não
Às vezes
P4: Se sim, quais são os principais meios utilizados para este fim?
Currículos via e-mail
Facebbok
Lattes
LinkedIn

Não utilizamos Redes Sociais para este fim
P5: O uso da internet na sua empresa é liberado para:
Todos os colaboradores, independente do site, não há controle da utilização.
Todos os colaboradores, desde que utilizem para o trabalho, porém não existe um controle rigoroso da utilização
Todos os colaboradores, apenas para o trabalho, com rigoroso controle de utilização.
Para os colaboradores que necessitam da internet para realizar seu trabalho, sem controle rigoroso da utilização.
Outros
P6: No caso da empresa liberar parcialmente o uso da internet, quais são os sites bloqueados? (Podendo ter mais de uma resposta)
Facebook
Site de Relacionamento
Bate-papo
Skype
YouTube
Conteúdo pornográfico
Não é liberado o uso da internet
Outros
P7: Responda, numa escala: 1 discordo totalmente, 2 discordo parcialmente, 3 concordo parcialmente e 4 concordo plenamente
Você considera as redes sociais importante para o trabalho?
Você acredita que as Redes Sociais no trabalho têm pontos positivos?
P8: Qual o maior risco que a sua empresa considera na utilização de redes sociais pelos colaboradores no ambiente organizacional?
Conversas paralelas

Diminuição na Produtividade
Distração (perda de foco)
Postagens indevidas durante o expediente
Uso excessivo
Outros
P9: Para finalizar e conhecer melhor o respondente desta pesquisa, qual é a sua área de atuação profissional?
Proprietário ou diretor da empresa;
Gerente ou gestor de RH;
Profissional da área de RH;
Profissional não enquadrado nas hipóteses anteriores, mas que atua na contratação de pessoal;
Demais profissionais não enquadrados nas hipóteses apresentadas.
Outros

9 ANEXO

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

atividades

Cadastro	Nome da Empresa	Atividade Principal	Rua do Imovel	Nro. Imovel
33506-0	COOPERATIVA DE CREDITO MUTUO D	COOPERATIVA DE CREDITO MU	RUA SMITH DE VASCONCELOS	159
16284-0	COOPERATIVA AGRICOLA MISTA DE	COOPERATIVA	RUA FLORIANO PEIXOTO	201
41744-0	COOP. DE CREDITO DE LIVRE ADM.	COOPERATIVA DE CREDITO	RUA FLORIANO PEIXOTO	243
37556-0	COOPERATIVA DE CREDITO DE LIVR	COOPERATIVA DE CREDITO RU	RUA FLORIANO PEIXOTO	330
33517-0	COOPERITO COOP.TRAB.FISIOT.E	COOPERATIVA	RUA JOSE VIEIRA DA CUNHA E SIL	531
41783-0	COOPMIL (C.E.C.M. DGS POLICIAI	COOPERATIVA DE CREDITO MU	RUA ANGELO BERTONCINI	540
44763-0	COOP CREDITO DOS MEDICOS DE AM	COOPERATIVAS DE CREDITO M	AV RUI BARBOSA	1056
207-0	COOPERATIVA DE CRED. RURAL DOS	COOPERATIVA	AV RUI BARBOSA	1585
14582-0	UNIMED DE ASSIS COOPERATIVA DE	COOPERATIVA DE TRABALHO M	AV WALTER ANTONIO FONTANA	1997

Total Geral:

Qde de Registros: 9
