

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

CAMILA ULIANA DONNA

**AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO COTIDIANO DAS PESSOAS: UM
ESTUDO SOBRE A INTERPRETAÇÃO DOS SÍMBOLOS
ORGANIZACIONAIS**

VITÓRIA
2013

CAMILA ULIANA DONNA

**AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO COTIDIANO DAS PESSOAS: UM
ESTUDO SOBRE A INTERPRETAÇÃO DOS SÍMBOLOS
ORGANIZACIONAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Alfredo Rodrigues Leite da Silva

VITÓRIA

2013

CAMILA ULIANA DONNA

**AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO COTIDIANO DAS PESSOAS: UM
ESTUDO SOBRE A INTERPRETAÇÃO DOS SÍMBOLOS
ORGANIZACIONAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

COMISSÃO EXAMIDORA

Prof. Dr. Alfredo Rodrigues Leite da Silva
Universidade Federal do Espírito Santo
Orientador

Prof. Dr. Eloisio Moulin
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof. Dr. José Carlos Santos Ribeiro
Universidade Federal da Bahia

À Deusdete Donna, meu pai, que partiu antes
que eu pudesse ter a honra de dedicar a ele,
pessoalmente, esse título de Mestre.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, o Prof. Dr. Alfredo Rodrigues Leite da Silva, orientador desse projeto de pesquisa, pela disponibilidade, empenho, paciência, sabedoria e compreensão. Tenho aprendido muito nesses meses de convivência.

Agradeço a CAPES pelo apoio financeiro por meio da bolsa de pesquisa concedida. A todos os professores do PPGADM, que contribuíram para minha formação e, conseqüentemente, com este projeto.

Aos colegas da turma do Mestrado, por todo incentivo e companheirismo. À minha família – mãe e irmãos -, que mesmo com a ausência do meu pai, continuou me dando todo o suporte (emocional e financeiro) para que eu continuasse. Ao namorado, Lucas, pelo apoio de sempre, por compreender a ausência em certos momentos, e pela paciência.

E, por fim, agradeço a Deus, que me deu força e coragem para continuar no Mestrado em todos os momentos que eu pensei em desistir.

RESUMO

A presente dissertação tem o objetivo de compreender as relações entre os usos do Facebook pelos membros do Jornal Online XYZ e a interpretação dos símbolos organizacionais. Para alcançá-lo foram utilizadas as contribuições teóricas de Blumer (1969), Burrell e Morgan (1979), Morgan, Frost e Pondy (1983), Gioia (1986) e Turner (1990) para tratar de interacionismo simbólico, interpretativismo e simbolismo organizacional; Maines (1977), Mendonça (2002), Marchiori (2009) e Carvalho (2010) para compreender as relações entre interação social e comunicação; e os estudos de Ellison *et al* (2006), Ellison *et al* (2007), Boyd e Ellison (2007), Ellison, Steinfield e Lampe (2007), Dwyer *et al* (2006), Nadkarni e Hofmann (2012) e Golder *et al* (2007) para analisar os usos do Facebook. O método qualitativo norteou a abordagem empírica e a coleta de dados foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica e documental, netnografia e entrevistas semiestruturadas. O tratamento de dados da entrevista se deu por meio da análise de conteúdo (Bardin, 2002), na modalidade temática (Minayo, 1999). Após a análise, observou-se que o Facebook é um canal de trocas simbólicas entre os sujeitos na organização, porém nessa mídia essas trocas são veladas. Há um entendimento compartilhado de que o facebook é um local de muita exposição e por isso, as pessoas tem medo de postarem informações pessoais ou sobre o trabalho, pois acreditam estarem sendo vigiados. Nesse contexto, outras redes sociais digitais também foram identificadas como veículo de troca de conteúdos simbólicos.

ABSTRACT

The present study aims to understand the relationship among ways of using Facebook by members of the Online Journal XYZ and meaning of organizational symbols. In order to speak out on symbolic interactionism, interpretivism and organizational symbolism were consulted previous studies reported by Blumer (1969), Burrell and Morgan (1979), Morgan, Frost and Pondy (1983), Gioia (1986), Turner (1990), Maines (1977), Mendoza (2002), and Marchiori (2009). Furthermore, the work of Carvalho (2010) was usefull to understand the relationship between social interaction and communication, and studies of Ellison et al (2006), Ellison et al (2007), Boyd and Ellison (2007), Ellison, Steinfield and Lampe (2007), Dwyer et al (2006), Nadkarni and Hofmann (2012), as well as Golder et al (2007) to analyze the uses of Facebook. The qualitative method guided the empirical approach and the data collection was conducted through scientific literature, review of documents, netnography and semistructured interviews. Interview data processing was done through content analysis (Bardin, 2002), the thematic (MINAYO, 1999). After analysis, it was observed that Facebook is a channel of symbolic exchanges among individuals in the organization, however, in this media these exchanges are veiled. There is a shared understanding that facebook is a place of large exposure and therefore, people are afraid of posting personal information on the work or because they believe are being watched. In this context, other online social networks were identified as a vehicle for the exchange of symbolic content.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 – Burrell e Morgan.....	15
Figura 2 – Morgan, Frost e Pondy.....	18
Figura 3 – Esquema conceitual	63

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 JUSTIFICATIVA.....	11
2 O SIMBOLISMO NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS	13
2.1 O SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL NA ABORDAGEM INTERPRETATIVISTA.....	19
2.2 OS ELEMENTOS E CONCEITOS QUE NORTEIAM OS ESTUDOS SOBRE SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL.....	28
3 AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO COTIDIANO DAS PESSOAS	33
3.1 ELEMENTOS DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	36
3.2 TIPOS DE REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	42
3.3 OS SITES DE REDES SOCIAIS	43
4 OS USOS DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS	51
4.1 OS USOS DO FACEBOOK.....	56
5 O USO DO FACEBOOK NAS ORGANIZAÇÕES E A ARTICULAÇÃO COM A INTERPRETAÇÃO DOS SÍMBOLOS	63
6 METODOLOGIA	70
7 SOBRE A ORGANIZAÇÃO	79
8 AS TROCAS SIMBÓLICAS E AS RELAÇÕES COM O USO DO FACEBOOK ...81	
8.1 INTERAÇÃO SOCIAL.....	81
8.2 OS USOS DO FACEBOOK.....	85
8.3 COMUNICAÇÃO.....	88
8.4 CONTEÚDOS SIMBÓLICOS.....	90

8.5 TENSÕES RELACIONADAS AO USO DO FACEBOOK PELOS MEMBROS DA ORGANIZAÇÃO.....	95
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103
APÊNDICE I.....	114
APÊNDICE II.....	116

1. INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem como objetivo compreender as relações entre os usos do Facebook pelos membros do Jornal Online XYZ e a interpretação dos símbolos organizacionais.

Para alcançá-lo, os seguintes objetivos específicos serão observados: analisar o processo de criação e interpretação de significados no Jornal Online XYZ por meio da perspectiva do interacionismo simbólico; identificar os usos do Facebook pelos membros da central integrada de jornalismo do Jornal Online XYZ; e identificar as relações entre o processo de criação e interpretação dos significados e o uso do Facebook dentro e fora da organização.

Para chegar ao objetivo proposto, são utilizadas as contribuições teóricas de Blumer (1969), Burrell e Morgan (1979), Morgan, Frost e Pondy (1983), Gioia (1986) e Turner (1990) para tratar de interacionismo simbólico, interpretativismo e simbolismo organizacional, descrevendo seus principais elementos e conceitos a fim de compreender as relações e processos simbólicos que ocorrem nas organizações e quem nem sempre são percebidos no cotidiano. As três correntes teóricas adotadas também permitem compreender melhor as relações entre a interação social que ocorre dentro e fora da organização e os processos de comunicação entre os indivíduos. As contribuições de Maines (1977), Mendonça (2002), Marchiori (2009) e Carvalho (2010) também são utilizadas para essa análise.

Na discussão sobre como se dá a interação e a comunicação entre os sujeitos pesquisados, utilizou-se os estudos de Ellison *et al* (2006), Ellison *et al* (2007), Boyd e Ellison (2007), Ellison, Steinfield e Lampe (2007), Dwyer *et al* (2006), Nadkarni e Hofmann (2012) e Golder *et al* (2007) para descrever o uso das redes sociais digitais como ferramenta de comunicação e, especificamente, os usos que os indivíduos fazem do Facebook.

Essas contribuições são articuladas para responder o seguinte problema de pesquisa: como o uso do Facebook no cotidiano das pessoas dentro e fora do Jornal Online XYZ articula a interpretação dos símbolos organizacionais?

A abordagem empírica adotada para legitimar as articulações teóricas e aprofundar a discussão baseou-se no método qualitativo. A coleta dos dados foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica e documental, Netnografia e entrevistas semiestruturadas. O tratamento de dados da entrevista se deu por meio da análise de conteúdo (Bardin, 2002), na modalidade temática (Minayo, 1999).

A escolha do *lócus* se deu a partir da interação virtual prévia da pesquisadora com os membros da organização por meio do Facebook. Além disso, o fato dos indivíduos atuarem em um jornal *on line* e utilizarem a internet como ferramenta de trabalho foi determinante. Os sujeitos entrevistados atuam nos níveis operacional e estratégico do Jornal Online XYZ e utilizam o Facebook para interagir socialmente.

A dissertação está estruturada da seguinte maneira: inicialmente realiza-se uma contextualização do simbolismo nos estudos organizacionais, posiciona-se o trabalho na abordagem interpretativista e conceituam-se os conceitos que norteiam o simbolismo; no tópico seguinte analisam-se as redes sociais no cotidiano das pessoas, seus elementos, tipos e os sites de redes sociais, especificamente; o quarto tópico descreve-se inicialmente o uso das redes sociais digitais no cotidiano das pessoas dentro e fora das organizações para, posteriormente, descrever os usos específicos do Facebook; e, por fim, faz-se a articulação das teorias propostas, com os usos do Facebook e o processo de interpretação dos símbolos.

1.1 JUSTIFICATIVA

A pesquisa justifica-se pelo fato das organizações serem formadas por pessoas que interagem entre si simbolicamente (Morgan, Frost, Pondy, 1983; Turner, 1990). Partindo dessa premissa, faz-se necessário compreender como essas interações ocorrem. Gioia (1986) diz que é por meio de processos comunicacionais. Ao analisar

esses processos no contexto virtual, observou-se que o Facebook é uma das mídias utilizadas pelos sujeitos para articular essas relações sociais, e por meio delas, interpretar os símbolos organizacionais.

A opção pelo estudo desse tema ao longo desses dois anos de mestrado aconteceu antes do curso começar. Desde 2010 eu trabalho com redes sociais digitais dentro das organizações e sempre senti necessidade de me aprofundar no estudo do tema. A opção por buscar esse aprofundamento dentro do campo de estudo da Administração, e não da Comunicação, veio da vontade de aliar uma bagagem que eu já possuía na prática e na minha formação, com estudos que eram novos e muito agregadores para aquele meu contexto: os organizacionais.

A partir daí as leituras se voltaram para o campo da subjetividade, com a descoberta de autores não só dos Estudos Organizacionais, mas também da Sociologia e Antropologia. O caminho da pesquisa, a partir de então, começou a ser traçado. Ao longo dos estudos e das descobertas se deu a definição do objetivo da pesquisa, que era o de compreender as relações entre os usos do Facebook pelos membros de uma organização e a interpretação dos símbolos organizacionais.

Para os estudos comunicacionais, esse objetivo é relevante por inserir um outro olhar para as análises dos usos das redes sociais digitais e novas tecnologias da comunicação, por meio da perspectiva interpretativista e do simbolismo organizacional. Já para o campo dos estudos organizacionais, a relevância está no fato de analisar os modos de sociabilidade contemporânea e como essas novas ferramentas de comunicação podem se relacionar com as interpretações que os sujeitos fazem do contexto no qual estão inseridos. Essa pesquisa justifica-se, então, por estar inserida em dois campos de estudos diferentes, mas que são complementares.

2. O SIMBOLISMO NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

Simbolismo é uma perspectiva teórica qualitativa para a análise da vida organizacional (Strati, 1998). Para o autor, a abordagem simbólica é um fenômeno emergente e flutuante, fundamentado em pesquisa e teoria. De acordo essa perspectiva, segundo Turner (1990), as organizações podem ser compreendidas por meio dos seus rituais, das tradições, cerimônias, mitos e símbolos.

Simbolismo, então, é algo usado para denotar uma perspectiva teórica que compreende a organização como um processo contínuo de construção social (Alvesson, Berg, 1992; Strati, 1998).

Do ponto de vista de um simbolista, uma organização pode ser conceitualizada como um processo contínuo de construção social por meio de símbolos, valores, crenças e padrões de ação intencional que pessoas em organizações aprendem, produzem e recriam (Alvesson; Berg, 1992, p. 1381).

A natureza simbólica da ação humana nas organizações atraiu interessados de diversas áreas, como a antropologia, a linguística, a psicanálise e a sociologia (Morgan; Frost; Pondy, 1983). Por isso, segundo os autores, uma extensa base teórica sustenta o simbolismo organizacional, iniciando-se com os estudos de Barthes (1964), passando por Jung (1964) e Sperber (1975).

Diante da diversidade de áreas de interesse e possibilidades de análises, o estudo do simbolismo organizacional possui uma série de perspectivas. Baseando-se nos paradigmas de Burrell e Morgan (1979), Morgan, Frost e Pondy (1983) criaram um modelo teórico sugerindo que símbolos e simbolismo podem ser estudados com base em diferentes pressupostos.

Burrell e Morgan (1979) propuseram que a teoria social – e a teoria organizacional, em particular - poderia ser compreendida por meio de quatro paradigmas: funcionalista, interpretativo, humanista radical e estruturalista radical. Segundo os autores, esses paradigmas definem fundamentalmente diferentes perspectivas para a análise do fenômeno social.

Cada um desses paradigmas é fundamentado em visões de mundo social mutuamente excludentes e, por isso, geram teorias e perspectivas distintas àquelas geradas nos outros paradigmas (Burrell; Morgan, 1979). Eles afirmam ainda que “estar localizado em um paradigma particular é ver o mundo de um jeito particular” (Burrell; Morgan, 1979, p. 24).

Burrell e Morgan (1979) representam esses quatro paradigmas a partir de quatro quadrantes definidos a partir de dois eixos: um representaria os pressupostos metateóricos sobre a natureza da ciência (ciência “objetivista” X ciência “subjetivista”); o outro apresentaria as premissas metateóricas sobre a natureza da sociedade (sociologia da “regulação” X sociologia da “mudança radical”). Para os autores, no objetivismo, o homem é um agente que reage aos estímulos do ambiente. Já no enfoque subjetivista, os autores consideram a realidade como algo socialmente construída por meio da interação social.

E, em relação à natureza da sociedade, Burrell e Morgan (1979) dizem que a sociologia da regulação está relacionada aos estudos que focam a explicação da sociedade com características de coesão e unidade. Já a sociologia da mudança radical busca explicações para as mudanças, conflitos estruturais profundos, modos de dominação.

Baseando-se nas proposições de Dahrendorf, Burrell e Morgan (1979) evidenciaram as diferenças entre eles: enquanto a sociologia da regulação está preocupada com a manutenção do *status quo*, a ordem social, o consenso, a coesão e a integração social, a sociologia da mudança radical está relacionada com a mudança radical, conflitos estruturais, dominação, contradição, emancipação, entre outros.

Tomadas em conjunto, as quatro dimensões acima mencionadas (objetiva x subjetiva; ordem x mudança) formaram os quatro paradigmas.



Figura 1 – Quatro paradigmas para a análise da teoria social (Burrell; Morgan, 1979, p. 22)

Burrell e Morgan (1979) explicam que o paradigma funcionalista caracteriza-se por abordar o sujeito de forma objetiva e estar enraizado na sociologia da regulação – interessada na regulação dos afazeres humanos e na manutenção do sistema. Já o paradigma do humanismo radical tem um ponto de vista subjetivista e está ligado à sociologia da mudança radical – que se propõe a descobrir explicações para a mudança radical, para o conflito estrutural profundamente arraigado, para os modos de dominação e das contradições estruturais. O paradigma do estruturalismo radical também está ligado à sociologia da mudança radical, ao objetivismo, e está comprometido não só com a mudança radical, mas também com a emancipação, com os modos de dominação e se concentra nas relações estruturais dentro de um mundo social real.

O paradigma adotado nesta dissertação é o interpretativista. Segundo Burrell e Morgan (1979) ele pretende entender e explicar o mundo social do ponto de vista dos atores diretamente envolvidos no processo social. Para Vergara e Caldas (2005), nessa perspectiva, os indivíduos interagem entre si para tentar dar sentido aos seus mundos. “A realidade social é, então, uma rede de representações complexas e subjetivas” (Vergara; Caldas, 2005, p. 67).

É com base nesses quatro paradigmas de Burrell e Morgan (1979) que Morgan, Frost e Pondy (1983) propuseram as quatro abordagens dentro do simbolismo organizacional.

Para Morgan, Frost e Pondy (1983), na abordagem funcionalista, os símbolos são portadores de informação e significado. Nela, os pesquisadores objetivam descobrir as funções que os símbolos desempenham na manutenção da ordem social e da cultura organizacional. Por meio da metáfora teatral – que considera que os seres humanos utilizam símbolos para dramatizar a rotina das interações cotidianas – os funcionalistas estudam o uso e a manipulação dos símbolos para gerir os negócios. Na metáfora cibernética, a ênfase está nos símbolos como códigos para a transmissão de informações. E a metáfora do organismo concentra-se no papel e nas funções do jogo de símbolos na sobrevivência e manutenção do sistema do qual faz parte.

A abordagem humanista-radical é analisada por Morgan, Frost e Pondy (1983) como o uso psíquico dos símbolos para alienar. Baseados na teoria crítica, os estudiosos criticam os modos de dominação simbólica (linguagem, racionalidade, discurso) expressados na cultura das sociedades industriais modernas. Há ainda uma outra interpretação da metáfora da prisão psíquica, baseada em Freud e Jung, que entendiam os símbolos como construções metafóricas cujo significado não está no símbolo em si, mas na sua relação com o inconsciente.

Já na abordagem radical-estruturalista – assim como na abordagem humanista radical – Morgan, Frost e Pondy (1983) sugerem que os seres humanos são vistos como oprimidos pela natureza da organização social na qual vivem. Para esta abordagem, essa dominação é real e não apenas simbolicamente construída. Dentro da metáfora da dominação, os símbolos são vistos como instrumentos constituintes da ideologia social dominante. No contexto organizacional, pesquisadores dessa perspectiva tentam compreender como os sistemas de símbolos são usados para manipular e moldar atitudes dos funcionários.

A abordagem adotada nesta pesquisa é a interpretativa. Pretende-se aqui compreender como a vida social é construída socialmente, como uma atividade em curso; pretende-se também analisar como os indivíduos criam sentidos para as diversas situações e de que forma elas se tornam realidades; e, finalmente, compreender como os processos simbólicos contribuem para a construção social da realidade.

Morgan, Frost e Pundy (1983) propuseram que essa abordagem possui quatro metáforas, a saber: a do jogo de linguagem, do texto, do teatro cultural e da construção de sentido.

A primeira metáfora está relacionada à linguagem. Ela sugere que o pesquisador deva desvendar as formas de discurso incorporadas a determinado contexto social para, só então, compreender os significados dos símbolos. Ela enfatiza a coerência interna dos jogos de linguagem e como as práticas simbólicas devem ser entendidas dentro do contexto desse jogo.

A metáfora do texto analisa a vida social como se fosse um documento vivo. Os pesquisadores acreditam que os textos são criados por meio de jogos de linguagem e expressam ali diferentes padrões de significados. Eles são produzidos em determinados contextos históricos e, por isso, são capazes de demonstrar inconscientes preocupações do autor.

Na metáfora do teatro cultural, o foco está na compreensão de como os seres humanos utilizam os símbolos como forma de dramatizar os rituais e rotinas da interação cotidiana.

Já a metáfora da construção de sentido centra a atenção na ideia de que símbolos são construções através dos quais indivíduos concretizam e dão forma significativa a sua vida cotidiana. O foco aqui está nos processos nos quais os indivíduos criam e usam os símbolos, e nos processos simbólicos nos quais a realidade é criada e sustentada.

Na figura a seguir, Morgan, Frost e Pundy (1983) ilustram a relação entre os quatro paradigmas mencionados e seus aspectos simbólicos.

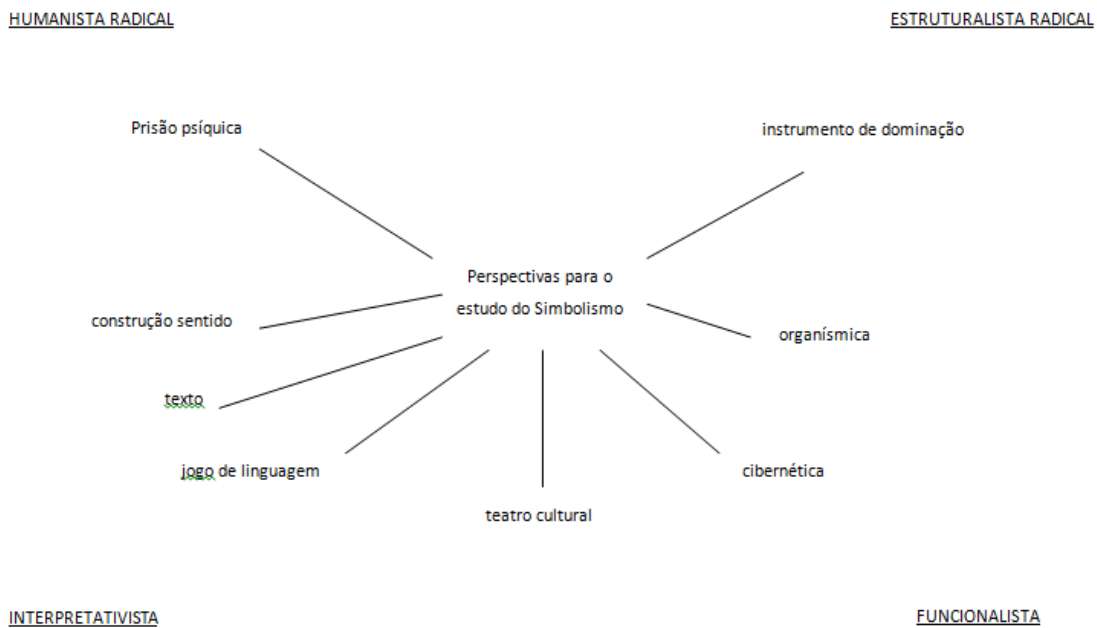


Figura 2 - Paradigmas e metáforas: algumas abordagens possíveis para o estudo do simbolismo organizacional (Morgan; Frost; Pondy, 1983, p. 18)

A figura representa o modelo criado por Morgan, Frost e Pondy (1983) sugerindo que símbolos e simbolismo podem ser estudados com base em diferentes paradigmas. Dependendo do tipo de questão que será respondida e dos interesses do pesquisador haverá um paradigma que indicará o método de investigação a ser adotado.

Ao descrever os quatro paradigmas, Morgan, Frost e Pondy (1983) querem mostrar que o simbolismo perpassa todos os aspectos da vida humana e que o processo de simbolização é uma característica do ser humano. “Seres humanos se diferem de todas as outras espécies pela capacidade de criar e usar símbolos como base do discurso e como meio de forjar sua vida individual” (Morgan; Frost; Pondy, 1983, p. 30).

Dessa forma, a adoção da perspectiva interpretativista nesta dissertação baseia-se em Morgan, Frost e Pondy (1983), quando afirmam que a perspectiva está preocupada com questões relacionadas a como a atividade simbólica é criada e mantida como meio de dar forma à vida humana; preocupa-se, ainda, com a forma

que a vida social é construída em um processo contínuo; e, por fim, preocupa-se com a gênese do significado da ação, em como só indivíduos criam sentido para as situações. “Em resumo, compreender como os aspectos da vida cotidiana são constituídos e tornados reais por meio de processos simbólicos” (Morgan; Frost; Pandy, 1983, p. 22).

O tópico a seguir descreverá como a perspectiva interpretativista está inserida no simbolismo organizacional e detalhará a abordagem adotada nesta dissertação.

2.1 O SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL NA ABORDAGEM INTERPRETATIVISTA

Enraizado no idealismo alemão e se contraponto ao positivismo sociológico, o paradigma interpretativista baseou muito de seus pressupostos em Kant. A posição positivista foi tornando-se insatisfatória por dois motivos principais: primeiramente alguns teóricos perceberam que era impossível separar os valores do pesquisador em relação à investigação científica; e segundo porque perceberam que os métodos das ciências naturais não se adequavam nas investigações com sujeitos. Dessa forma, houve uma mudança de foco da dimensão objetiva para a subjetiva, tendo como os principais teóricos envolvidos Dilthey, Weber e Husserl (Burrell; Morgan, 1979; Vergara; Caldas, 2005).

Sobre a atenção dada à subjetividade, Vergara e Caldas (2005) dizem que, no paradigma interpretativista, as teorias são constituídas não a partir do observador da ação, mas sim, daquele que age. Segundo a autora, “a realidade social (...) é um processo emergente, uma extensão da consciência humana e da experiência subjetiva” (Vergara; Caldas, 2005, p. 68).

Dentre as diversas abordagens existentes no paradigma, todas compartilham um entendimento comum: querem entender a experiência subjetiva dos indivíduos. Nas organizações, especificamente, eles tentam mostrar que os aspectos da vida organizacional dependem das construções subjetivas dos indivíduos inseridos naquele contexto (Burrell; Morgan, 1979).

Uma dessas abordagens é adotada no presente projeto de pesquisa: a do interacionismo simbólico. A escolha justifica-se pelo fato da perspectiva possibilitar a compreensão da forma que os atores interpretam a realidade na qual estão inseridos (ações, objetos, pessoas) e como essa interpretação influencia no comportamento individual desse ator (Carvalho, 2010). Segundo essa escola de pensamento, as pessoas agem em relação a algo – pessoas ou coisas – com base no significado que isso tem para elas (Burrell; Morgan, 1979; Vergara; Caldas, 2005). Mendonça (2002) afirma que o termo interação simbólica refere-se a uma questão específica relacionada à interação humana: o fato de que os seres humanos interpretarem as ações uns dos outros. A resposta de um indivíduo a uma ação de outro é baseada no significado que o primeiro atribui a esta ação. Isso significa dizer que o cotidiano é visto como um contexto em que o indivíduo compreende o ambiente e atua de acordo com essa compreensão.

De acordo com Godoy (1995), o interacionismo simbólico considera fundamentais os sentidos que os indivíduos dão para as coisas, pois eles surgem a partir do processo de interação social. E são esses sentidos que são manipulados e modificados durante o processo interpretativo. Dessa forma, a realidade empírica só existe na experiência humana e aparece sob a forma como os seres humanos veem a realidade.

Para Mendonça (2002) o interacionismo está interessado nos aspectos simbólicos da ação e da mudança via interações sociais. Para Vergara e Caldas (2005, p. 69),

o interacionismo simbólico focaliza o contexto social no qual os indivíduos, ao interagir, empregam uma variedade de práticas para criar e manter definições particulares do mundo: realidades e fatos são criações sociais.

Essas criações se dão por meio de processos simbólicos de interpretação de ações, gestos, falas, etc. Dessa forma, quando um gesto, por exemplo, representa a ideia que há por trás de si e provoca essa mesma ideia em outro indivíduo, cria-se aí um símbolo significante (Carvalho, 2010). Segundo a autora, são esses símbolos que contribuem para a construção coletiva da realidade.

Ao adotar a proposta do interacionismo simbólico na presente dissertação, é preciso destacar que dentro da perspectiva há duas variantes: a Escola de Chicago, representada por Herbert Blumer e a Escola de Iowa representada por Manford Kuhn. Carvalho (2010) destaca que as Escolas convergem no sentido de se basearem em Mead para compreender que a principal característica do comportamento humano está no fato de interagirem socialmente por meio de comunicações simbólicas, que permitem aos indivíduos darem sentido à vida social.

Porém, as Escolas divergem em suas proposições metodológicas: enquanto a Escola de Chicago defende a pesquisa exploratória para que os pesquisadores estejam próximos do objeto, engajados no contexto, a Escola de Iowa sugere o desenvolvimento de generalizações teóricas, com hipóteses deduzidas e testadas. Se confirmadas, as teorias são capazes de explicar e prever o comportamento humano (Carvalho, 2010). Para essa autora, aliás, essa é uma questão central que diferencia as duas concepções: enquanto a Escola de Chicago entende o comportamento humano como algo imprevisível e indeterminado, a Escola de Iowa o vê como algo estável, previsível e determinado pelo indivíduo.

Este projeto seguirá a linha de estudos da Escola de Chicago, representada por Blumer (1969), pois as proposições do autor em relação ao comportamento humano e à metodologia estão mais alinhadas ao objetivo desta pesquisa.

Baseado nos pressupostos de Mead, Blumer (1969) destaca que o significado é um produto social, algo que surge a partir das interações humanas. Para ele, o interacionismo simbólico parte da análise de três premissas: a primeira é que os seres humanos agem de acordo com o significado que as coisas têm para eles; segundo é que o significado das coisas deriva da interação social; e a terceira premissa é que esses significados vão sendo modificados ao longo das situações que os indivíduos vivem em seu cotidiano.

O foco de Blumer (1969, p. 8) está no processo de interação social, entendido como um “processo que forma a conduta humana”. Para ele a ação social se dá por meio das trocas de significados que ocorrem o tempo todo entre os indivíduos. “O interacionismo simbólico vê o significado como produto social, como criações que

são formadas dentro e através das atividades que definem as pessoas e como elas interagem” (Blumer, 1969, p.5). O autor defende que o uso desses significados pelas pessoas em suas ações envolve um processo interpretativo. E esse processo não é meramente uma aplicação automática de significados pré-estabelecidos, mas um processo formativo, em que os significados são usados e revisados para guiar e formar a ação.

Blumer (1969) propõe seis princípios que baseiam o interacionismo simbólico. Esses princípios serão utilizados nesta dissertação como categorias de análise para a pesquisa empírica que será desenvolvida. A adoção desses princípios baseia-se na consideração do próprio autor, quando afirma que, para compreender o mundo ou um contexto, é necessário analisar as ações e interações de seus membros, destacando: grupos humanos ou sociedades; interação social; objetos; o ser humano como um ator; ação humana e a interconexão de linhas de ação (Blumer, 1969).

Em relação aos grupos humanos, Blumer (1969, p. 6) diz que é preciso considerar que eles são formados por seres humanos que estão engajados em uma ação. A ação consiste em atitudes que são tomadas ao longo da vida cotidiana. Para o autor, “grupos humanos ou sociedade existem em ação”, e é por meio da análise das ações que é possível compreender uma série de características da interação. Nesta dissertação, essa categoria de análise servirá para compreender as ações dos indivíduos no contexto organizacional e as articulações dessas ações com a interação via Facebook.

Ao tratar especificamente da interação social, Blumer (1969) destaca que a ação de um ator interfere nas ações dos demais, em um processo de reciprocidade. Ainda baseando-se nos pressupostos de Mead, o autor propõe que a interação social possui dois níveis: a interação simbólica e a interação não simbólica. A interação não simbólica é quando um responde a ação do outro sem interpretá-la. Já a ação simbólica envolve a interpretação da ação. Essa categoria servirá para analisar, nesta pesquisa, em qual nível se encontra a interação entre os indivíduos e de que forma ela ocorre e influencia as ações dos outros.

Em relação à natureza do objeto, Blumer (1969) diz que, para o interacionismo simbólico, o mundo que existe para os seres humanos é composto por objetos, e esses objetos são produzidos por meio da interação social. Os objetos podem ser físicos (como cadeiras, mesas, computadores), sociais (amigos, colegas de trabalho, diretores, chefes) ou abstratos (como os princípios morais e éticos, leis, religião, etc). Para Blumer (1969), a natureza de um objeto consiste no significado que as pessoas dão para ele. Para a presente pesquisa, essa categoria contribuirá para identificar quais os significados de alguns desses objetos para os membros da organização.

Já em relação ao ser humano como um ator, o interacionismo simbólico reconhece que os seres humanos podem ser objetos de suas próprias ações. Ao interagir consigo mesmo, o indivíduo faz indicações para suas próprias ações, em um processo de auto-interpretação. Essa categoria será utilizada nessa pesquisa para analisar a relação dos membros organizacionais com suas próprias ações, a fim de destacar fatores que podem levar os indivíduos a interpretar símbolos de alguma forma.

Sobre a natureza da ação humana, Blumer (1969) propõe reconhecer que as atividades dos seres humanos consistem em encontrar um fluxo de situações em que eles têm que agir e que essas ações são construídas com base no que eles notam, interpretam. Ou seja, nessa pesquisa, essa categoria contribuirá para compreender quais atitudes os membros organizacionais tomam após interpretar um símbolo e se essas atitudes têm alguma relação com o uso do Facebook.

Por fim, a interconexão de ações, como o nome mesmo diz, refere-se ao fato de todas essas interações sociais fazerem parte de um mesmo contexto e formam redes de relacionamento, nas quais as ações estão relacionadas. É importante notar, segundo o autor, que ações conjuntas surgem de ações anteriores, sejam elas coletivas ou individuais. Para essa pesquisa, a compreensão das redes de ações tem relação direta com o objetivo da pesquisa, que é analisar como as redes (no caso, digitais) se articulam com a interpretação dos símbolos organizacionais.

Faz-se necessário destacar aqui que, para Blumer (1969), as pessoas constroem seu próprio comportamento continuamente e, por isso, destaca que os

pesquisadores podem analisar o comportamento social após a sua ocorrência, e não antecipá-los (Carvalho, 2010). É o que se pretende fazer na pesquisa empírica proposta nesta dissertação.

Destaca-se também que o interacionismo simbólico e Blumer (1969), especificamente, são alvo de muitas críticas, a maioria delas relacionadas ao princípio da indeterminação (Maines, 1977). Segundo o autor, alguns pesquisadores afirmam que o interacionismo é uma teoria sociológica antiteórica, pois recusa generalizações conceituais e abstrações e, por isso, impede a compreensão das estruturas sociais, tais como hierarquias de classe e poder. Por esse motivo, ressalta-se que essas estruturas não são o foco dessa pesquisa. Pretende-se aqui compreender a interpretação dos símbolos por meio da interação social, das trocas simbólicas e do uso de redes sociais digitais.

É por esse motivo que, segundo Carvalho (2010), a adoção do interacionismo simbólico permite ao pesquisador compreender diferentes aspectos da vida organizacional e serve de complemento para outras perspectivas teóricas.

Considerando-se a complexidade e a pluralidade que são típicas da vida organizacional, evidencia-se que a utilização de uma perspectiva interacionista simbólica em estudos organizacionais possibilita explorar não somente as ambiguidades e contradições, mas também os vários modos de representações, os múltiplos valores e a construção das significações da vida organizacional pelos atores envolvidos (Carvalho, 2010, p.10)

São vários os temas que têm sido estudados utilizando tal perspectiva. Cossette (1998), por exemplo, adotou o interacionismo simbólico para compreender o uso da linguagem no contexto organizacional. Para o autor, a linguagem tem a função de comunicação e de representação e possui uma série de representações discursivas e cognitivas que se influenciam reciprocamente.

Ao descrever que a maioria das pesquisas da linguagem organizacional estão relacionadas às perspectivas objetivistas e subjetivistas, Cossete (1998) descreve os motivos pelos quais as abordagens não são apropriadas para compreender os

aspectos intrínsecos da comunicação no contexto organizacional e sugere o uso da abordagem interacionista simbólica.

Por meio dessa abordagem, segundo Cossette (1998), a linguagem na organização deve ser analisada com base na experiência dos atores na situação interativa. O objeto de pesquisa, nesse caso, não é a palavra ou a frase, mas sim a situação subjetiva que é construída pelos atores durante a interação.

Já Sauder (2005) utiliza o interacionismo simbólico para compreender como as reputações são construídas, enfatizando os aspectos simbólicos e contextuais. Mais especificamente, a pesquisa analisa como o status é criado e institucionalizado, como é mantido ou modificado ao longo do tempo, e como ele afeta o comportamento individual e organizacional.

Sauder (2005) diz que a utilização do interacionismo simbólico contribui para a compreensão da centralidade dos símbolos no processo de interpretação; como os símbolos são usados para criar, manter e transmitir diferentes status; a influência de fatores contextuais no processo de formação do status; e as ligações entre os símbolos de status e a estratificação social. Além disso, destaca o autor, a abordagem interacionista demonstra a potência constitutiva dos símbolos, uma percepção que se aplica a processos sociais que envolvem as organizações e os indivíduos.

A abordagem interacionista, segundo Sauder (2005) possibilita que as pesquisas organizacionais façam um exame mais próximo do uso e da influência dos símbolos, bem como as interpretações que os membros organizacionais fazem desses símbolos, que é o foco dessa pesquisa.

Cavalcante (2008) propõe que a utilização do interacionismo simbólico para o estudo da comunicação organizacional. O autor compreende a comunicação como uma síntese das interações e relacionamentos que ocorrem nas organizações e é nesse contexto que ocorre a construção da realidade.

O objeto de estudo de Cavalcante (2008) não é só o conteúdo das informações que circulam nas organizações, mas também a comunicação como experiência coletiva, com implicações sociológicas a, até mesmo, filosóficas.

O marcante, o invariante nesse objeto parece ser o caráter dialógico, que superpõe incessantemente significados e simbolismos em uma construção permanente, tal como o conhecimento possível o é, uma vez que depende, essencialmente, da relação - também dinâmica e mutante - entre sujeito e objeto (Cavalcante, 2008, p. 6).

Cavalcante baseia-se em Blumer (1969) para justificar a adoção da perspectiva do interacionismo simbólico em seus estudos. O autor diz que no interacionismo, a visão de mundo dos sujeitos é levada em consideração, e a ação das pessoas está baseada nos significados que elas constroem.

Em relação especificamente à comunicação, Maines (1977) diz que é através dela que as pessoas se transformam e transformam seus ambientes. Para o autor, esse conceito é a definição central da perspectiva do interacionismo simbólico.

Outra aplicação da perspectiva pode ser observada no estudo de Wood Jr (2000). O autor introduz o conceito de organizações de simbolismo intensivo para tratar de um novo tipo ideal em estudos organizacionais. Para ele, as organizações tem se transformado em universos simbólicos, onde podem ser observados o uso de metáforas, retóricas e a manipulação de significados.

Wood Jr (2000) destaca que as organizações de simbolismo intensivo são caracterizadas por terem a liderança simbólica como característica gerencial; utilização de técnicas de gerenciamento de impressão; inovações se tornam eventos dramáticos; e analistas simbólicos se tornam um grupo forte dentro da organização.

Apesar de ser um tipo ideal, essas características das organizações de simbolismo intensivo podem ser observadas em diversas empresas, se a pesquisa adotar uma perspectiva interpretativista e interacionista simbólica. A identificação dessas

características também podem contribuir para a compreensão da interpretação que os membros organizacionais fazem dos símbolos, que é o foco desta pesquisa.

Ao analisar empiricamente os símbolos organizacionais utilizando a abordagem interacionista, Vasconcelos (1993) destaca o processo de mudança organizacional na fábrica da IBM localizada no Brasil e como a interpretação dos símbolos organizacionais se articulam com esse processo. Apesar de não se alinhar a esta dissertação por considerar a cultura como algo manipulável, pode-se destacar o uso dos símbolos pelos gestores a fim de implementar as mudanças necessárias na organização.

A criação de prêmios, a divisão da empresa em subáreas, cerimônias públicas, discursos oficiais, a criação do herói, a efetivação do empregado, a vestimenta dessas pessoas, o uso ou não do crachá - todos esses símbolos foram analisados e a interpretação dada a eles pelos membros da organização permitiram à Vasconcelos (1993) concluir que o tipo de gestão adotada tende a reproduzir uma divisão social por classes e, por esse motivo, a mudança organizacional necessária tem um longo caminho a percorrer.

Em um trabalho posterior, Vasconcelos *et al* (2004) utiliza a observação participante em uma cooperativa agroindustrial, analisando especificamente os ritos coletivos, a perpetuação de mitos, a existência de tabus, as normas de comportamento, os valores, as comunicações oficiais e os símbolos relacionados à elas. Nesse caso os autores concluíram que os novos gestores e os membros organizacionais interpretavam a realidade de formas distintas e, por isso, as mudanças implementadas pelos gestores eram consideradas autoritárias. Vasconcelos *et al* (2004) chamam de paradoxo cultural na gestão de pessoas a contradição que surge e influencia a ação dos indivíduos no contexto da dinâmica de interação.

Já Wynveen *et al* (2010) utilizaram o interacionismo simbólico para compreender os significados de lugar criados pelos visitantes da Grande Barreira de Corais – maior grupo de corais e outras espécies marinhas exóticas do mundo, localizada na

Austrália. Por meio de entrevistas semiestruturadas, os autores detectaram dez temas comuns nas entrevistas, que se tornaram categorias de análise: beleza estética, falta de infraestrutura, abundância e diversidade de corais e vida selvagem, recursos naturais únicos, facilitação de atividade recreativa, segurança e acessibilidade, curiosidade e exploração, conexão com o mundo natural, escapar dos problemas do dia a dia e interação com a família e amigos.

Os autores finalizam o artigo articulando esses dez temas com símbolos que contribuem para a construção do significado de lugar para cada um dos visitantes. E concluem que as características individuais são decisivas para a compreensão do espaço visitado e, conseqüentemente, para o compartilhamento desses significados criados.

A presente dissertação também adota o interacionismo simbólico a fim de compreender os significados criados pelos indivíduos na organização. O tópico seguinte aprofundará alguns conceitos e elementos do simbolismo organizacional para embasar a pesquisa.

2.2 ELEMENTOS E CONCEITOS E NORTEIAM OS ESTUDOS SOBRE SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL

A análise adotada nesta dissertação compreende que os aspectos simbólicos permeiam toda a vida organizacional, pois é por meio deles que os seres humanos constroem seus mundos (Berger; Luckmann, 1978; Morgan; Frost; Pondy, 1983). Uma organização é uma criação humana e, por isso, todos os relacionamentos, comunicações e aspectos emocionais devem ser considerados para analisá-la (Turner, 1990).

Ao analisar os aspectos simbólicos de uma organização, é necessário, inicialmente, considerá-la como sistemas humanos que manifestam complexa atividade cultural (Morgan; Frost; Pondy, 1983). Para os autores, os membros organizacionais são

capazes de utilizar a linguagem para se expressar, produzir significados e agir simbolicamente.

Segundo Berger e Luckmann (1978) é por meio da linguagem que as relações cotidianas ocorrem. “A linguagem marca as coordenadas da minha vida na sociedade e enche esta vida de objetos dotados de significação” (Berger; Luckmann, 1978, p. 39).

De acordo com Morgan, Frost e Pondy (1983) a linguagem simbólica permite que os membros das organizações compartilhem informações, metáforas e significados para suas vidas. No ambiente organizacional, a linguagem torna-se a responsável por expressar a fala cotidiana, seja nas relações afetivas e técnicas, seja nos discursos intelectuais, burocráticos e políticos (Minayo; Sanches, 1993). “O uso da língua é rico em significado simbólico. Ele carrega padrões de significados que fazem muito para evocar e definir as realidades da vida organizacional e é um tema central para a análise dela” (Morgan; Frost; Pondy, 1983, p. 11).

Segundo Gioia (1986), a linguagem, os símbolos e as metáforas são bases da comunicação. Eles são os modos como criamos, entendemos e compartilhamos os significados. Morgan, Frost e Pondy (1983) compartilham a mesma ideia quando afirmam que os símbolos transmitem mensagens, interpretações e significados e possibilitam que os seres humanos se relacionem dentro das organizações.

Para Turner (1990), símbolos e ações simbólicas frequentemente se referem a questões que são fundamentais não apenas para as organizações, mas também para a sociedade e para a vida social. Dessa forma, utilizar a ideia de simbolismo organizacional para compreender as trocas simbólicas permite compreender a cultura da organização, os sistemas de símbolos e signos que as organizações criam e como esses, por sua vez, criam as organizações.

Ao se tratar de linguagem, é necessário compreender o quanto ela está carregada de significados e símbolos. Símbolos, aqui, são compreendidos como um sinal que expressa algo muito maior do que o propriamente dito. “Um sinal alcança um status de símbolo quando é interpretado (...) símbolos são sinais que expressam muito mais do que seu conteúdo intrínseco” (Morgan; Frost; Pondy, 1983, p. 5). Ao

distinguir sinais de símbolos, os autores também destacam que os símbolos são criados subjetivamente e sinais apenas indicam uma relação entre diferentes elementos.

O conceito de símbolo proposto por Gioia (1986, p. 50) é convergente com o acima descrito quando diz que “símbolos são signos ou representações que significam algo mais amplo”. O autor defende que os indivíduos nas organizações são engajados em compreender o que está acontecendo em torno deles, e isso é feito por meio de um processo de associação entre os significados que eles dão para comportamentos, ações ou eventos.

Deve-se considerar que os símbolos são criados e recriados o tempo todo, desde que novos elementos sejam reconhecidos. “Qualquer objeto, ação, evento, enunciado, conceito ou imagem oferece-se como matéria prima para a criação do símbolo, em qualquer lugar e em qualquer momento” (Morgan; Frost; Pondy, 1983, p. 5).

Segundo Gioia (1986, p. 52),

Um símbolo é um sinal representativo de algum objeto, entidade ou conceito. É um significado de comunicação que expressa um conceito em relação a algo e empresta imagens figurativas para estabelecer significado e importância (...) símbolo pode ser um sinal que serve como representação significativa de algum elemento significante da experiência organizacional.

Aktouf (1994) chama de mito esses elementos significantes que estão presentes no contexto organizacional. Para ele, os mitos também estão presentes nas relações entre os indivíduos a servem para construir as categorias nas quais as culturas se enraízam e são a base dos significados e da comunicação.

Ao tratar de mitos, Aktouf (1994) considera que eles têm ligação direta com a vida cotidiana e são capazes de expressar não só as relações dos homens com a natureza, mas as relações dos indivíduos entre si. “O mito é um elemento central da cultura, ele é universal, ele leva à elucidação-confirmação-reforço das crenças a respeito das origens, da criação e do funcionamento do universo” (Aktouf, 1994, p.

54). Percebe-se, no trecho citado, a relação direta do mito como elemento significante para a construção social da realidade.

A intenção aqui é demonstrar que a compreensão desses elementos no contexto organizacional permite que o pesquisador tenha acesso a níveis de interação e entendimento que nem sempre são visíveis em comunicações oficiais, mas que são fundamentais para a compreensão das relações e processos que ocorrem nas organizações.

Para que essa compreensão da natureza simbólica ocorra, Morgan, Frost e Pondy (1983) chamam a atenção para três questões: primeiramente, símbolos variam em seu grau de complexidade; segundo, símbolos podem constituir-se consciente ou inconscientemente; e terceiro, os símbolos são compartilhados e podem ter significados diferentes, para pessoas diferentes e em lugares diferentes (Morgan; Frost; Pondy, 1983). É necessário, ainda, segundo os autores, considerar que os símbolos são socialmente construídos e, por isso, eles podem ter diversos significados, em cada contexto.

Turner (1990) concorda com a afirmação acima quando diz que símbolos podem ser objetos, atos, conceitos ou formas linguísticas que possuem uma multiplicidade de significados em contextos diferentes. “É a ambiguidade de um símbolo que o torna tão útil” (Turner, 1990, p. 4). Para este autor, a análise dos símbolos tornou-se algo crucial para aqueles que pretendem compreender as sucessivas transformações que ocorrem tanto no contexto organizacional como fora dele.

Ao analisar essas transformações, bem como as interpretações dos símbolos e as trocas simbólicas dentro das organizações, faz-se necessário partir do princípio que tudo isso é um elemento da interação social. Segundo Marchiori (2009, p. 294), “uma organização é um fenômeno social, sendo uma de suas principais características a interação humana”. Para interagir socialmente, os indivíduos utilizam as redes de comunicação, que envolvem linguagem simbólica, relações culturais e de poder (Capra, 2008).

Ao relacionar interação social e cultura, Jaime Jr (2005, p. 165) diz que

a cultura organizacional deve ser vista, simultaneamente, como um texto polissêmico que os indivíduos escrevem e reescrevem através das suas interações cotidianas dentro e fora do espaço organizacional e um contexto dentro do qual interpretam e dão sentido às suas experiências no universo do trabalho.

Marchiori (2009) concorda com a ideia acima descrita quando afirma que, dentro das organizações, as culturas são continuamente formadas e transformadas pelas pessoas. E a comunicação é a fase fundamental desse processo, pois ela se forma a partir do momento que as pessoas se relacionam. Para a autora, comunicação e a cultura influenciam-se reciprocamente, pois a cultura pode modificar a forma como os indivíduos se comunicam e esta, por sua vez, pode mudar a cultura que compartilham.

Capra (2008, p. 23) vai ao encontro dos argumentos quando afirma que a “cultura, então, emerge da rede de comunicações entre os indivíduos”. Para ele, a cultura é um sistema compartilhado de crenças, explicações e valores que é produzido por meio de redes comunicacionais – as redes sociais.

A escolha pela abordagem interpretativista, bem como a escolha do simbolismo organizacional e da perspectiva do interacionismo simbólico para nortear a presente pesquisa justifica-se pelo fato delas possibilitarem a compreensão dos processos de comunicação de uma organização (Mendonça, 2002; Carvalho, 2010).

Segundo Mendonça (2002), a comunicação é simbólica, pois os indivíduos utilizam a linguagem e outros símbolos – como as redes sociais digitais - para se comunicar e, a partir daí, criar os significados para o mundo do trabalho. Se, para a perspectiva do interacionismo simbólico, a interação e a comunicação permitem a interpretação e a compreensão dos símbolos - ações, objetos, pessoas – (Carvalho, 2010), então pode-se afirmar que o simbolismo organizacional, o interpretativismo e a abordagem interacionista alinham-se ao objetivo dessa pesquisa.

Considerando que as redes sociais digitais são, atualmente, um dos meios pelos quais essas comunicações e trocas simbólicas ocorrem no cotidiano, o próximo capítulo tratará dos conceitos, elementos e tipos de redes sociais digitais presentes no cotidiano das pessoas e das organizações.

3. AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO COTIDIANO DAS PESSOAS

Falar de cotidiano é falar de um trabalho de construção do lugar do indivíduo no mundo. É se referir a um espaço de dimensões objetivas - por meio da materialidade da existência - e subjetivas - propiciadas pelas redes de sentido que baseiam as relações sociais (Berger; Luckmann, 1978; França, 1996).

O espaço é compreendido aqui na perspectiva de Berger e Luckmann (1978) que o tratam como o contexto no qual as práticas cotidianas se realizam. É onde ocorre a formação dos laços e a sociabilidade. Segundo Bretas (2006, p. 32) "a concepção de cotidiano constitui-se como uma chave para entendermos as práticas comunicativas das pessoas comuns". Berger e Luckmann (1978, p. 40) corroboram com a ideia anterior quando afirmam que "de fato não posso existir na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros".

Os resultados das interações humanas interferem na produção de uma consciência da vida (Berger; Luckmann, 1978; Bretas, 2006). Essa consciência é socialmente construída por meio dessas relações sociais que ocorrem no cotidiano. É nesse contato diário que os indivíduos elaboram novos sentidos que se incorporam as suas práticas comuns.

O espaço cotidiano abriga uma infinidade de signos e símbolos que expressam ideias e pensamentos dos indivíduos (Bretas, 2006).

Nesse processo de construção de significados, as interações midiáticas também fazem parte das experiências cotidianas. Segundo Bretas (2006), a mídia pode ser utilizada como meio de representação da vida sendo vetor do conhecimento comum e participando da estruturação de diferentes mundos, em diferentes grupos.

Dessa forma, essas interações midiáticas cotidianas criam, o tempo todo, novas formas de comunicação. Lyon (2002) diz que com as mudanças ocorridas nos padrões de comunicação desde o início do século XIX, as interações entre humanos

passaram a ser mediadas por algum tipo de tecnologia. De acordo com o autor, isso possibilitou os relacionamentos mantidos à distância. Relações sociais mediadas, segundo Lyon (2002), viabilizam a troca de informações ou de conteúdos simbólicos entre indivíduos situados em diferentes tempo e espaço.

Desde o final do século XX, argumenta Lyon (2002), as tecnologias de computação têm exercido um papel chave na maneira como o tempo e o espaço estão sendo organizados. David Harvey (1990) chamou isso de “compressão do espaço-tempo”. Para Castells (1999) é a “morte da distância”. As tecnologias da informação e da computação modificaram os padrões de relacionamento social, sendo esta uma das principais características da chamada ciber-socialidade (Lyon, 2002).

Grande parte da vida contemporânea está imersa em tecnologia, sendo os computadores parte do contexto no qual a vida é vivida (Lyon, 2002). “Em sociedades tecnologicamente avançadas, tecnologia não é um item separado ou um momento separado; é parte do que constitui a nossa sociabilidade” (Lyon, p. 8, 2002).

A tecnologia trouxe consigo a Internet que também tem sido responsável por modificar as maneiras como os sujeitos se relacionam (Rheingold, 1993; Castells, 1999; Lyon, 2002). Uma das mudanças que pode ser percebida com o advento da internet é a possibilidade de interação e socialização por meio das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador (Rheingold, 1993; Castells, 1999). Segundo Recuero (2010), essas ferramentas permitiram não só que as pessoas se comunicassem, mas ampliou a capacidade de conexão fazendo com que redes fossem criadas nesses espaços: as redes sociais mediadas por computador.

Garton, Haythornthwaite e Welman (1997, p. 1, *tradução nossa*) afirmam que "quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, isso é uma rede social". Esse conceito é utilizado nesta dissertação por considerar que computadores e tecnologias permeiam as relações sociais e as trocas

simbólicas, alinhando-se, assim, com o foco deste trabalho. Os autores dizem ainda que:

Assim como uma rede de computadores é uma série de máquinas conectadas por uma série de cabos, uma rede social é uma série de pessoas conectadas a uma série de relações sociais (Garton; Haythornthwaite; Welman, p. 1, 1997, *tradução nossa*).

Na internet, as redes sociais são modificadas, pois se apropriam de outro contexto, o virtual. Essa apropriação permite novos usos e formas de interação. Boyd e Ellison (2007) e Ellison *et al* (2007) defendem que, apesar de permitirem a relação entre atores desconhecidos, as redes sociais digitais estão sendo usadas como extensão das redes já existentes. Pelo fato de diluírem as distâncias, essas redes facilitam a manutenção dos laços.

Prado (2008, p. 180) analisa as características específicas das redes sociais digitais quando diz que elas proporcionam espaços de comunicação interativos e exploram as sensações de “ubiquidade, deslocamento e simultaneidade”. As redes sociais digitais trazem um novo paradigma com a possibilidade de difusão de informações de muitos para muitos (Rheingold, 1993; Prado, 2008). Com recursos mínimos, atores sociais estão sendo capazes de produzir significativas informações, relativizando assim o fluxo unidirecional e prevalente das mídias tradicionais (Rheingold, 1993; Shirky, 2012).

Esse novo movimento tem gerado uma mudança no fluxo da informação, que deixa de ser apenas do centro para a periferia.

Como consequência destas transformações encontra-se a renovação da percepção dos usuários de redes na internet em relação às noções de temporalidade, espacialidade e materialidade, gerando assim a possibilidade de novas construções e utopias (PRADO, 2008, p. 180).

No ambiente organizacional, as trocas comunicacionais que ocorrem em ambientes digitalizados também assumem características específicas: “multiplicidade e não

linearidade das mensagens, flexibilização do tempo e virtualização dos relacionamentos” (Corrêa, 2009, p. 319). A consequência dessa interação social digital é, segundo a autora, “a digitalização dos significados coletivos” (Corrêa, 2009, p. 319).

Outros elementos que diferenciam as redes sociais digitais das demais redes sociais serão expostos no item a seguir. Essa diferenciação torna-se importante para a compreensão das mudanças que a utilização de redes sociais digitais tem trazido para o cotidiano das pessoas e das organizações.

3.1 ELEMENTOS DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

As redes sociais digitais possuem elementos característicos que servem como unidades de análise no âmbito da comunicação mediada por computadores. A análise desses elementos pode ser utilizada como base para que a rede seja percebida e as informações sobre ela sejam apreendidas.

Segundo Wasserman e Faust (1994) e Degenne e Forsé (1999), uma rede social é formada por dois elementos-base: atores sociais - pessoas e instituições ou grupos - e conexões - interações ou laços sociais.

As pessoas assumem o papel de formar as estruturas das redes e de constituir laços sociais. Por isso, o primeiro elemento a ser destacado é o indivíduo. Adotando uma perspectiva proveniente do interacionismo simbólico (Blumer, 1969; Godoy, 1995; Mendonça, 2002; Flick, 2004; Vergara; Caldas, 2005; Carvalho, 2010), os seres humanos serão chamados aqui de atores sociais, pois eles são representações performáticas dos indivíduos (Goffman, 1985).

Recuero (2010) explica que ao trabalhar com redes sociais digitais é preciso deixar claro que os atores são constituídos de uma forma diferenciada. Como a principal característica da Comunicação Mediada por Computadores é o distanciamento entre os indivíduos, então se deve trabalhar com “representações dos atores sociais ou

com construções identitárias” (Recuero, 2010, p. 25). Por meio dessa via é possível compreender as redes sociais como um todo, inclusive as redes sociais digitais, na qual as representações podem se dar por meio de perfis em sites de relacionamento.

Inicialmente, não são atores sociais, mas representações dos atores sociais. São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade (Recuero, 2010, p. 26).

Apesar de não se limitar à internet, a teoria da representação social de Moscovici (2003) se relaciona com o argumento acima descrito pois ambos destacam as interações sociais como formas simbólicas de comunicar e transmitir informações. Moscovici diz ainda que todas as formas de interação humana envolvem representações e são caracterizadas por elas. Tais representações aparecem como objetos materiais, pois são produtos de nossas ações e representações. “A representação iguala toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem” (Moscovici, 2003, p. 46).

As imagens são essenciais para a comunicação e para a compreensão social, mas elas não existem se não houver a realidade. Diante disso, os indivíduos acabam por encontrar uma realidade que seja relacionada àquela imagem (Moscovici, 2003). O autor argumenta que, dessa forma, pode-se afirmar que as imagens criadas tornam-se elementos da realidade, em vez de elementos do pensamento.

Para Caldas e Wood Jr. (1997), nos espaços virtuais essas questões de imagem são complexas. Nesse contexto, os atores e as organizações constroem novos papéis, assumem identidades diferenciadas. Ao tratarem das questões dos papéis assumidos pelos indivíduos na vida cotidiana, Berger e Luckmann (1978), Goffman (1985) e Pimentel, Carrieri e Leite-da-Silva (2007) destacam que eles nada mais são do que representações simbólicas. “Ao desempenhar papéis, o indivíduo participa de um mundo social. Ao interiorizar esses papéis, o mundo torna-se subjetivamente real para ele” (Berger; Luckmann, 1978, p. 103).

Berger e Luckmann (1978) afirmam ainda que é por meio dos papéis assumidos pelos indivíduos que as instituições existem continuamente. Elas são formadas por fenômenos produzidos pelo homem.

Essas representações simbólicas que os indivíduos assumem todo o tempo fazem parte do processo de formação de identidades, assim como as interações sociais (Guareschi, 1995; Caldas; Wood Jr., 1997; Capelle, 2002; Pimentel; Carrieri; Leite-da-Silva, 2007). No cotidiano, de acordo com Pimentel, Carrieri e Leite-da-Silva (2007), as identidades são formadas pela prática e posicionamento dos atores, assim como por sanções e regras, que instituem papéis a serem assumidos.

No espaço virtual, segundo Donath (1998), as manifestações sociais que envolvem a construção social das identidades são efêmeras: nomes são trocados temporariamente e características não são persistentes. “Um dos mais importantes aspectos da cultura virtual é que o espaço permite que as pessoas explorem papéis e relacionamentos que seriam fechados para elas (...) o anonimato encoraja” (Donath, 1998, p. 2). Apesar dessas características não serem exclusivas do virtual, na contemporaneidade a internet ampliou a dinâmica na qual esses processos ocorrem.

Ao criar perfis nos sites de redes sociais, os atores utilizam a internet para criar elementos das identidades e construí-las socialmente. Essas apropriações do espaço virtual funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço. “Os atores no ciberespaço podem ser compreendidos como indivíduos que agem através de representações performáticas de si mesmos” (Recuero, 2010, p. 28).

Donath (1998) sustenta que a percepção do “Outro” também contribui para o processo de formação desses elementos de identidade no contexto virtual. Segundo a autora, como na internet não há a quantidade de informações necessárias para que os atores sejam percebidos, eles são julgados pelas informações que postam nos perfis.

Assim, os perfis criados nas redes sociais digitais são construções múltiplas do sujeito, que envolvem a criação de representações e elementos de identidades para, finalmente, interagir socialmente. Se essas interações são realizadas pelos atores, é necessário compreender de que forma esses processos de interação social são construídos. Esse entendimento se dá por meio da análise das conexões.

Aproveitando-se da necessidade dos seres humanos de interagir e comunicar-se, as redes sociais digitais representam, para os indivíduos, uma oportunidade de conectarem-se ativamente uns com os outros (Shirky, 2012). As conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados por meio da interação social (Wellman, 1996; Castells, 1999; Haythornthwaite, 2005; Recuero, 2010).

Segundo Haythornthwaite (2005), um tipo de troca ou interação entre atores é conhecido como uma relação de rede social. A autora diz que os laços sociais existem por meio da conexão entre atores e grupos, e são responsáveis por revelar todo o fluxo de trocas entre os pares, níveis de relacionamento, intimidade, duração da relação, etc.

Garton, Haythornwaite e Wellman (1997) sustentam que as relações sociais criam os laços e esses, por sua vez, são responsáveis pela conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. É por meio deles que ocorre a sedimentação das relações.

É por esse motivo que a maioria dos estudos de redes sociais foca nas conexões e nos laços, pois são as variações deles que alteram as estruturas das redes (Wasserman; Faust, 1994; Recuero, 2010). Além disso, destacam Santaella e Lemos (2010), a visualização dos laços sociais nos fluxos de informação é fundamental para a análise desse novo contexto de relacionamento social e suas implicações. As autoras dizem que se a interação simbólica entre atores e organizações está

baseada em trocas feitas por meio de laços sociais, então, para compreender as práticas sociais dentro das redes é necessário considerar os laços existentes nelas.

Com o mesmo propósito de compreender as práticas nas redes sociais, Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997) afirmam em seus estudos que uma relação social é caracterizada pelo seu conteúdo, direção e força. O conteúdo de uma relação social refere-se àquilo que é trocado pelos pares envolvidos nos processos de interação. A direção é entendida como uma relação que pode ser dirigida a alguém específico ou ao grupo como um todo. Por fim, a força da interação está ligada aos tipos de conteúdo que é trocado nessas relações: dinheiro, serviços, informação, sentimentos, etc..

Ao analisar as práticas nas redes sociais digitais, deve-se também considerar as características da rede (Garton; Haythornthwaite; Wellman, 1997). Segundo os autores, ela pode variar de acordo com a extensão, centralidade e função. Em relação à extensão, as redes podem variar no tamanho e heterogeneidade. Redes organizacionais, por exemplo, tendem a ser pequenas e homogêneas. Quanto à centralidade, pode ser importante para o pesquisador analisar quem é central na rede, pois a partir dali podem surgir as principais informações. A característica da função nas redes está diretamente relacionada à centralidade e analisa a função que cada ator exerce na rede.

Ao tratar da comunicação como elo entre as pessoas dentro das organizações, Putnam *et al* (2004) afirma que as posições que os indivíduos assumem nas redes também devem ser destacadas: os *isolantes* são aqueles atores que têm poucas conexões; os que são *pontes* ligam indivíduos e grupos; e *estrelas* são aqueles que monitoram as trocas de informações com os grupos de fora.

Para Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997), ao longo da análise, também é importante considerar a posição que o indivíduo ocupa dentro da organização. Membros que ocupam posições semelhantes dentro da organização tendem a compartilhar informações semelhantes (Wasserman; Faust, 1994). Algumas

posições centrais têm mais acesso a diversas fontes de informação (Garton; Haythornthwaite; Wellman, 1997).

Os conteúdos dessas conexões possuem alguns elementos fundamentais, que Recuero (2005) denomina capital social. Ele é construído entre os atores e permite o aprofundamento dos laços e a sedimentação dos grupos. O capital social, para Coleman (2002), não se encontra nos indivíduos, mas ao contrário, encontra-se embutido nas relações sociais das pessoas e é definido e moldado pelo conteúdo dessas relações.

É neste sentido que se pretende utilizar o conceito de capital social: trata-se do conteúdo embutido nas interações que constituem os laços sociais, que pode ser acumulado, aprofundando um determinado laço e aumentando o sentimento de grupo (Recuero, 2005).

Bertolini e Bravo (2004), baseados nos estudos de Coleman (2002), criaram categorias que constituiriam aspectos nos quais o capital social pode ser encontrado. Apesar de não tratarem de redes sociais digitais, é possível perceber, por meio dessa classificação, a relação direta entre as categorias criadas e os recursos a que os indivíduos têm acesso por meio das redes. São elementos que compõem aspectos do capital social: 1) Relacional: compreende a soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos; 2) Normativo: refere-se às normas de comportamento e valores de um determinado grupo; 3) Cognitivo: é a soma do conhecimento compartilhado e da informação processada pelos atores; 4) Confiança no ambiente social: compreende a confiança no comportamento dos indivíduos em um determinado ambiente; 5) Institucional: inclui as instituições formais e informais, que determinam as regras e reduzem a incerteza do comportamento humano, criando facilidades para a coordenação e cooperação nos grupos.

O capital social gerado por meio das interações ocorridas nas redes sociais digitais é notável quando se analisa o uso dessas redes no cotidiano dos indivíduos. Essa

característica também pode ser observada na utilização das redes dentro das organizações.

3.2 TIPOS DE REDES SOCIAIS DIGITAIS

Segundo Recuero (2010), as redes sociais digitais podem ser de dois tipos: redes emergentes e redes de filiação ou associação.

As redes de filiação são formadas por indivíduos que estejam ligados a um conjunto de eventos, e cada um desses eventos é um elemento de conexão de um conjunto de indivíduos (Recuero, 2010). Ou seja, a rede de filiação é um grupo que não tem laços sociais, mas, por algum motivo, têm interesse em interagir.

Primo (2003) chama essas redes de interação reativa, pois é limitada por reações determinísticas de estímulo e resposta. Recuero (2010, p. 98), explica que as redes de filiação “são redes cujas conexões são forjadas através de mecanismos de associação ou filiação existentes nas redes sociais digitais (...) é uma rede mais estável e mais estática”. A autora exemplifica citando listas de amigos, que uma vez tento mais um indivíduo adicionado, ele permanecerá ali, independente de haver ou não interação.

As redes sociais emergentes são aquelas que se formam por meio da interação entre os indivíduos (Recuero, 2010). Essas redes são formadas através das trocas e diálogos que ocorrem na interação mediada por computador. Primo (2003) chama esse tipo de interação de mútua, pois torna os indivíduos interdependentes e permite que a rede seja constantemente recriada a partir dessa interação digital.

Redes emergentes são geralmente pequenas, pois demandam investimento de tempo na manutenção dos contatos e comprometimento em criar e manter um local onde essas trocas ocorram (Recuero, 2010). Segundo a autora, essas redes são mantidas pelo interesse dos indivíduos em amizades, e necessidade de possuir um suporte social, com relações de confiança e reciprocidade.

As redes emergentes – ou de interação social mútua – formam, portanto, redes sociais nas quais as conexões são baseadas em um sentimento de pertencimento, que ocorre nas trocas comunicacionais (Primo, 2003; Recuero, 2010).

As redes emergentes se aproximam muito do conceito de comunidades virtuais proposto por Rheingold (1993) que as considera como algo associado à interação social, que gera laços e sensação de pertencimento. A proposta do autor se relaciona ao tipo de rede emergente por também pressupor interação constante e não apenas esporádica.

Pode-se perceber que as diferenças mais significativas entre os dois tipos estão ligadas à dinâmica das redes: a rede de filiação é mais estática, estável. Já a rede emergente é móvel, se recia todo o tempo, é mais dinâmica.

Há que se ressaltar que os dois tipos podem estar presentes em uma mesma rede. É o que acontece nos chamados sites de redes sociais, que é o foco desta pesquisa. Nesses locais, há tanto redes de filiação – como grupos de discussão sobre diversos assuntos, grupos de fãs de marcas e pessoas, por exemplo – quanto redes emergentes – que são aquelas que podem se formar por laços de amizade, contatos profissionais. Como esta pesquisa analisa o uso das redes sociais digitais no contexto organizacional, ela alinha-se mais ao tipo de rede emergente.

3.3 OS SITES DE REDES SOCIAIS

Uma das ferramentas mais populares das redes sociais digitais são os chamados sites de redes sociais. Boyd e Ellison (2007) definiram os sites de redes sociais como sistemas que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) ver a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema.

Os sites de redes sociais fazem parte do grupo dos *softwares sociais*, que são aqueles criados especificamente para permitir a comunicação mediada por computador (Recuero, 2010; Shirky, 2012).

Para Boyd e Ellison (2007), o que torna os sites de redes sociais originais é o fato de, além de permitirem novas conexões, os usuários desses sites podem articular e tornar visíveis suas redes já existentes. É o que Haythornthwaite (2005) chama de laços latentes – aqueles indivíduos que têm algum tipo de ligação *off line* e que utilizam os sites de redes sociais para a manutenção desses laços. É o caso dos sujeitos desta pesquisa: são membros organizacionais que interagem socialmente dentro e fora de uma mesma organização e que, além da comunicação *off line*, também utilizam os sites de redes sociais para se comunicar. Ellison *et al* (2007) dizem que esses sites permitem que os indivíduos apresentem-se, articulem suas redes sociais, e estabeleçam ou mantenham ligações uns com os outros.

Subrahmanyam *et al* (2008) concordam com Boyd e Ellison (2007), Ellison *et al* (2007) e Haythornthwaite (2005) quando afirmam que os mundos online e off-line estão ligados e, por isso, espera-se que os usuários se relacionem no espaço digital com pessoas já conhecidas. E vão além, sugerindo que, por vezes, esses indivíduos utilizam a interação por meio dos sites de redes sociais para reforçar conexões que por vezes não são muito fortes no contexto *off line*.

A característica principal dos sites de redes sociais é a criação de perfis, que consistem em páginas exclusivas dos usuários onde é possível postar informações pessoais (idade, localização, interesses, etc) e personalizar por meio de fotos, vídeos e aplicativos (Boyd; Ellison, 2007; Boyd, 2007). Boyd e Ellison (2007) explicam ainda que, após entrar em um site de rede social, os usuários são solicitados a identificar outros no sistema com o qual eles têm um relacionamento. O rótulo para esses relacionamentos se diferem de acordo com os sites e podem ser "amigos", "contatos", e "fãs".

Há ainda a possibilidade de darem visibilidade às suas conexões por meio de *links* para o perfil de cada “amigo” e, ainda, há mecanismos para trocas e compartilhamentos de mensagens – públicas ou privadas (Boyd; Ellison, 2007). Shirky (2012) diz que é por meio dessas informações fornecidas pelos usuários que os sites de redes sociais aumentam a visibilidade social e facilitam que as pessoas se encontrem. Boyd (2007) destaca também a possibilidade de deixar comentários tanto no perfil pessoal quanto no perfil dos amigos.

Para Boyd (2007), essas três características – criação de perfis, amigos e comentários – diferenciam os sites de redes sociais das demais ferramentas de comunicação mediada por computador. Para a autora, o que faz essas três práticas serem significativas é o fato de elas serem públicas. “Amizades são publicamente articuladas, perfis e comentários são vistos publicamente” (Boyd, 2007, p. 7).

Há que se ressaltar que esses espaços reúnem públicos que são afetados pela natureza mediada de interação (Boyd, 2007). A autora chama de “públicos em rede” (Boyd, 2007, p. 8) o tipo de público que utiliza os sites de redes sociais para interagir. Esses sites de redes sociais, segundo Boyd (2007), têm quatro propriedades fundamentais: persistência, buscabilidade, replicabilidade e audiência invisível.

Em relação à persistência, Boyd (2007) explica que nesses locais as comunicações são registradas para a posteridade. Isso permite o prolongamento da existência de qualquer ato ou fala. Sobre a buscabilidade, Boyd (2007) diz que por meio dos sites de redes sociais, os indivíduos se tornam presentes na internet, bastando apenas alguns cliques para encontrá-los. O mesmo acontece com as informações.

Em relação à replicabilidade, Boyd (2007) afirma que nesses sites as informações podem ser compartilhadas de tal forma que não há como saber o que é original e o que é cópia. Já a audiência invisível, segundo Boyd (2007), está diretamente ligada às outras três propriedades, pois a persistência, a buscabilidade e a replicabilidade tornam impossível avaliar quantas e quais pessoas tiveram acesso àquela

informação, já que ela é facilmente compartilhada e encontrada na rede, em tempos e locais diferentes.

Além dessas quatro propriedades, os sites de redes sociais também variam de acordo com os valores construídos nesses espaços. Para Recuero (2010), outra característica dos sites de redes sociais é a capacidade de construir tipos de capital social que, em alguns casos, não são passíveis de serem construídos no espaço *off line*. É o caso, por exemplo, do compartilhamento de informações. Dentro de uma rede social digital, o indivíduo pode se tornar uma referência no compartilhamento de conteúdo significativo entre os “amigos” e o mesmo não acontecer na interação *off line* entre eles.

Esse exemplo está diretamente ligado aos tipos de capital social relacional e cognitivo, propostos por Bertolini e Bravo (2004). Os sites de redes sociais permitem tanto que os indivíduos se conectem e se relacionem, como também adquiram conhecimento.

Outro exemplo, citado por Recuero (2010), é o fato dos sites de redes sociais proporcionarem aos atores o aumento significativo de suas conexões sociais. A autora destaca, porém, que essas conexões – relacionadas ao capital social relacional (Bertolini; Bravo, 2004) – não são iguais às conexões *off line*. Elas são mantidas pelo sistema, e não pelas interações. Shirky (2012) também enfatiza que as redes sociais digitais facilita a visibilidade social dos atores e a formação de grupos interessados em certo tipo de causa.

Em relação à visibilidade, especificamente, Recuero (2010) afirma que, se os sites de redes sociais permitem aos indivíduos estarem mais conectados, isso significa que há um aumento da visibilidade social deles. “A visibilidade é constituída enquanto um valor porque permite que os atores estejam mais expostos, mais visíveis” (Recuero, 2010, p. 108). Ellison *et al* (2007) destacam também que a visibilidade está relacionada à manutenção dos laços, por permitir a interação com quem está fisicamente afastado.

Além de ser um valor por si só, a visibilidade também serve como matéria-prima para a criação de outros valores, como a reputação – relacionado ao capital social relacional e cognitivo (Bertolini; Bravo, 2004). O conceito de reputação utilizado nesta pesquisa baseia-se nas proposições de Goffman (1985), pois parte-se do princípio que a reputação de alguém é uma consequência das impressões que este indivíduo cria e emite em relação a si mesmo. A reputação, então, pode ser formada por nossas ações e pelas construções sociais das pessoas em relação a essas ações.

Dessa forma, destaca Recuero (2010), os sites de redes sociais permitem o maior controle dessas impressões emitidas. Por isso, segundo a autora, considera-se que esses espaços facilitam a construção da reputação. “Cada ator pode trabalhar na construção de sua reputação através das informações publicadas” (Recuero, 2010, p. 111).

Ao estudar a reputação por meio da perspectiva do interacionismo simbólico, Sauder (2005) fala da relação direta da interpretação dos símbolos com o status social e a reputação. Ele exemplifica mostrando como escolas de Direito divulgam para os alunos alguns símbolos (índices de aprovação em exames, por exemplo) para melhorar sua reputação.

Assim, as escolas empregam esses símbolos refinados para melhorar seu status perante os colegas (...) as contribuições da abordagem interacionista vão além de relatar como o status é comunicado, mas o quanto ele é significativo para essas organizações (Sauder, 2005, p. 290, *tradução nossa*).

O valor reputação está diretamente relacionado ao valor popularidade. A popularidade está relacionada à audiência, que também é facilitada pelos sites de redes sociais. Ela está diretamente relacionada à posição que o ator ocupa na rede social (Putnam *et al*, 2004; Recuero, 2010). A popularidade pode ser percebida tanto pelo número de visitas no perfil, quanto pela quantidade de mensagens trocadas e

comentários recebidos. Por isso, ela está diretamente ligada ao capital relacional (Bertolini; Bravo, 2004).

Por fim, ligado aos valores de visibilidade, reputação e popularidade já citados, destaca-se também a autoridade. A autoridade está relacionada ao poder de influência de um indivíduo em uma rede (Recuero, 2010). Por isso, está ligada tanto ao capital social relacional quanto ao cognitivo (Bertolini; Bravo, 2004). O valor autoridade, dentro de um site de rede social, está relacionado tanto à posição do indivíduo na rede (Putnam *et al*, 2004), quanto à sua reputação (Goffman, 1985). A interação social é um importante aspecto que deve ser levado em consideração ao analisar as trocas simbólicas que membros organizacionais fazem utilizando as redes digitais.

Se, segundo Burrell e Morgan (1979), nas organizações, os aspectos da vida organizacional dependem das construções subjetivas dos indivíduos inseridos naquele contexto, essas trocas de valores – visibilidade, reputação, popularidade e autoridade - que ocorrem via sites de redes sociais podem contribuir para a compreensão da construção da realidade organizacional. E por essa construção perpassa a interpretação dos símbolos, que é o foco desta pesquisa.

E, ainda, se considerarmos que os sites de redes sociais são ferramentas de comunicação, então a adoção do interacionismo simbólico adequa-se a esta pesquisa, pois, segundo Cavalcante (2008), a comunicação é a síntese das interações e relacionamentos que ocorrem nas organizações e, a partir daí, é possível compreender como ocorre a construção dos significados coletivos.

Além de perfis, amigos, comentários, mensagens e troca de valores, os sites de redes sociais variam nas suas características e base de usuários (Boyd; Ellison, 2007). Em relação às características, as autoras destacam que alguns têm como foco principal o compartilhamento de informações (Twitter); outros, o compartilhamento de fotos (Flickr) e vídeos (Youtube); outros têm foco profissional (LinkedIn); outros têm incorporado características de blogs e tecnologia de

mensagens instantâneas (Facebook, Orkut); e alguns voltados para temas específicos, como a música (Myspace). Já em relação às bases de usuários, algumas redes são criadas para públicos específicos (de uma mesma região geográfica, mesma etnia, profissão, religião, orientação sexual, etc); outras são específicas para uma organização; mas a grande maioria é projetada para ser amplamente acessível.

Esta pesquisa foca, especificamente, o Facebook, por ser o site de rede social mais utilizado no mundo atualmente, com 955 milhões de usuários em junho de 2012 (Facebook, 2012). É por meio desse site de rede social que os indivíduos têm trocado informações relacionadas à sua vida pessoal e profissional, dentro e fora das organizações. Essas informações foram coletadas e contribuíram para o objetivo desta pesquisa.

Fundado em 2004, o Facebook foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg com a ideia inicial de conectar os alunos de Harvard. Pouco tempo depois, a rede já havia se expandido para as principais universidades dos Estados Unidos e, atualmente, possui usuários no mundo inteiro (Recuero, 2010). O site funciona por meio de perfis e comunidades, nos quais é possível acrescentar módulos de aplicativos que possibilitam a personalização (Boyd; Ellison, 2007). Os membros da rede social também podem participar de grupos virtuais com base em interesses em comum e acessar informações pessoais de seus contatos – desde que as configurações de privacidade do usuário permitam (Ellison; Steinfield; Lampe, 2007).

O sistema adotado pelo Facebook permite que apenas usuários que fazem parte da rede possam visualizar perfis um dos outros, o que o diferencia em relação aos demais sites de redes sociais (Recuero, 2010). Dentre as facilidades oferecidas pelo Facebook para interação estão a lista de amigos, o mural de recados, *status* de relacionamento, vídeos, eventos, mensagens privadas, grupos de discussão, *chat on line*, comentários e o “*like*” – ícone que, ao ser clicado, significa que o usuário gostou da informação postada (Nadkarni; Hofmann, 2012).

O tópico a seguir descreverá como as redes sociais digitais – e o próprio Facebook - estão sendo utilizados pelas pessoas dentro e fora das organizações.

4. OS USOS DE REDES SOCIAIS DIGITAIS

Analisando as redes sociais digitais como ferramentas de comunicação nas organizações, Corrêa (2009) diz que esse uso permite que os sujeitos gerem e compartilhem informações que lhes proporcionem ferramentas para organizar suas rotinas. Para Cavalcante (2008) a perspectiva do interacionismo simbólico permite analisar esses processos comunicacionais como construções simbólicas criadas por meio da interação social.

Ao pesquisar as ferramentas digitais de comunicação utilizadas em ambientes organizacionais, Soares (2005) relaciona os usos delas com essas construções simbólicas criadas durante a interação:

A comunicação e a organização são atividades humanas fortemente relacionadas. A informação passa a ser a variável mediadora que as conecta, sendo, por sua vez, o resultado da comunicação, que se utiliza para restringir e coordenar as atividades dos indivíduos, estabelecendo, assim, a ordem. (...) A comunicação oportuniza aos sujeitos gerarem e compartilharem informações que lhes proporcionem ferramentas de pensamento e direção para cooperar e organizar suas rotinas. Ao se comunicarem, os indivíduos criam significados, trocam e respondem mensagens. A informação representa os dados processados dos significados criados pelas pessoas (SOARES, 2005, p. 5)

Nessas construções de significados que ocorrem na comunicação via redes sociais digitais também estão inseridas as interpretações dos elementos simbólicos presentes no cotidiano da organização. Turner (1990) diz que, ao utilizar o simbolismo organizacional para tentar compreender essas interpretações, é possível identificar os fatores adicionais que possibilitem reconhecer algo já conhecido pelos indivíduos, mas que ainda não tenha sido adequadamente representado.

Para Cossette (1998), a interpretação desses elementos simbólicos ocorre por meio da comunicação, que por sua vez utiliza a linguagem para construir conhecimento nas organizações. E é baseado na perspectiva do interacionismo simbólico que ele

afirma que essa interação está diretamente ligada ao processo de influência recíproca, sempre levando em consideração o contexto em que ela ocorre. Cavalcante (2008) diz que se

podemos nos apoiar na caracterização das afetações mútuas, verificadas a partir da exposição dos atores, uns aos outros (...) a comunicação e o relacionamento parecem se constituir de objetos reais de investigação (Cavalcante, 2008, p. 6).

Ao verificar que, além dessa influência mútua, há também a intersubjetividade entre os atores, então Cavalcante (2008) conclui que pode-se utilizar a perspectiva interacionista para essa análise.

Esse processo de interação social e troca constante de informações por meio de ferramentas de comunicação, entre elas as redes sociais digitais, traz ainda um fato relevante para o cotidiano das organizações: a quebra do limite entre espaços organizacionais e espaços individuais, refletindo no campo corporativo a diluição do limite entre as esferas pública e privada (Corrêa, 2009). Observa-se ainda “a geração de fluxos informativos e comunicacionais pluridirecionais, descentralizando a verticalidade das relações sociais nos diferentes ambientes, sobretudo nas empresas” (Corrêa, 2009, p. 326).

Corrêa (2009) afirma ainda que os processos comunicacionais, quando impactados pelas tecnologias digitais, ganham um papel diferente nos ambientes organizacionais. “As pessoas que gravitam nesses ambientes, também impactadas pela digitalização, têm seu protagonismo potencializado e, ao mesmo tempo, sua forma de comunicar transformada” (Corrêa, 2009, p. 318).

Ao potencializar o protagonismo e transformar a forma de comunicar, percebe-se que o uso das redes sociais digitais pode estar influenciando, de alguma forma, a interpretação que as pessoas têm do seu papel enquanto membro daquela organização. Segundo Vergara e Caldas (2005), o interacionismo simbólico busca

desvendar essas ações, os sentidos que as orientam e as consequências dessas ações.

Outros autores também pesquisaram os diversos usos das redes sociais digitais dentro e fora das organizações. Dentre vários estudos podemos destacar os de Constant *et al* (1996) e Wellman (1996), que analisam as trocas de informações - técnicas e estratégicas – entre membros; os de Wellman (1996) que abordam o trabalho em rede; e os de Reich e Subrahmanyam (2012) que analisam o uso que os adolescentes fazem das redes para a manutenção e promoção de suas intimidades.

Wellman (1996) também descreve uma série de pesquisas sobre os usos de redes sociais digitais e destaca, além das já citadas, os grupos *online* de ajuda mútua, apoio emocional, aconselhamento e comportamentos antissociais (redes de pornografia, spam, assédio, etc).

Nesse sentido, há também os que utilizam as redes sociais digitais para denunciar, protestar ou repudiar falhas e injustiças ocorridas em transações comerciais e de consumo (Albuquerque *et al*, 2011).

Um ponto em comum dentre as diversas redes sociais digitais é o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. Ao estudar especificamente o uso do MySpace por jovens americanos, Boyd (2007) verificou que, a partir do momento que as bandas anunciavam sua presença na rede social, os fãs também passavam a fazer parte e, posteriormente, os amigos desses fãs, criando uma grande rede de indivíduos ligados a um tipo de interesse em comum: a música. Durante a pesquisa, que ocorreu em 2005, a autora concluiu que os jovens não só utilizavam o site para entretenimento e manutenção de laços de amizade, mas também para a criação de suas identidades sociais, que eram construídas parte por eles, parte pelos outros.

A intensificação da formação das redes sociais, nesse sentido, reflete um processo de fortalecimento da sociedade civil, em um contexto de maior participação democrática.

É nesse sentido que as redes digitais também têm sido usadas como ferramentas de mobilização social. De acordo com Pereira (2010), a internet facilita a mobilização, apesar de ainda necessitar de esforços de indivíduos e de organizações proponentes.

A Internet é uma arma fundamental para atingir indivíduos que, a princípio, sem vinculações políticas às instituições clássicas de organização da sociedade civil, estejam dispostos, desde que sejam devidamente convencidos, a participar de ações específicas de protesto, cibernéticas ou não, que tenham alguma identidade com seus interesses e percepções de mundo (PEREIRA, 2010, p. 16).

Rheingold (1993) e Castells (1999) também analisam o potencial agregador da internet quando afirmam que ela possibilita a criação de laços comunitários *online*, mesmo entre pessoas que não tenham a mesma identidade geográfica. Basta apenas que esses indivíduos tenham um interesse em comum em determinado assunto. Shirky (2011) concorda quando diz que ao colocar milhões de pessoas conectadas e compartilhando informações, as redes sociais digitais criam um “excedente cognitivo”. Segundo o autor, esse é o nome dado para a soma de tempo, energia e talento que, usados colaborativamente, permite que indivíduos antes isolados se unam em torno em alguma realização.

Além de ação social, as redes sociais podem ser utilizadas como ação econômica (Weber, 1997). O autor não trata especificamente do contexto digital, mas afirma que as relações sociais são meios de obter recursos que não estão sob o controle dos indivíduos por causa da apropriação desigual de bens materiais e simbólicos. Dessa desigualdade, surge uma relação de dependência entre os que têm os recursos e aqueles desprovidos deles. Nesse caso então, a relação social é uma ação econômica, que ocorre quando o indivíduo busca uma demanda por meio da obtenção de vantagens específicas.

As articulações que ocorrem nas redes sociais digitais também podem ser ações de poder, ou políticas. Ribeiro (2000) afirma que a multiplicidade de usos das redes pode também esconder outras questões. Esse fato “justifica a adesão acrítica à ação gestora, que encontra, nessas tecnologias, o suporte adequado para sua difusão e legitimação” (Ribeiro, 2000, p. 19). Ela diz ainda que as redes transformam a informação em mercadoria e intensifica o ritmo da vida social, impedindo os indivíduos de refletir, analisar e meditar.

Estes elementos materiais e imateriais sustentam a nova natureza do poder, constituindo, simultaneamente, sua forma-aparência. Dominar a técnica (...) surge hoje como promessa de modernização e modernidade, ou ainda, como promessa de acesso ao poder (RIBEIRO, 2000, p. 19).

Segundo Sproull e Kiesler (1991), o acesso ao poder não está limitado aos gestores. Eles defendem que o relacionamento eletrônico reduz a hierarquia e facilita a formação de grupos de trabalhos mais flexíveis. Para os autores, que pesquisaram o uso do e-mail nas organizações, a rede incentiva membros mais periféricos a se tornarem mais visíveis.

Esse protagonismo dos membros organizacionais tem diversas consequências que podem ser vistas como ameaças para os gestores. Isso faz com que muitas organizações optem por bloquear o acesso às redes sociais digitais. Segundo Júnior (2011), com a consolidação do uso das redes, há uma preocupação contínua das organizações em aproveitar o potencial midiático dessas ferramentas, mas ao mesmo tempo, zelar por sua imagem e marca. O receio do uso indevido das redes pelos membros da organização faz com que haja, por vezes, esse bloqueio.

Outro motivo relacionado ao bloqueio de redes sociais está ligado à produtividade. Cardoso (2009) afirma que muitos gestores preocupam-se com os custos envolvidos pelo tempo investido na comunicação no ambiente de trabalho, e refletem sobre a real produtividade obtida pela disponibilização dessas ferramentas nas organizações.

É nesse contexto que surge o conceito de Cyberloafing (Lim, 2002) – o ato dos funcionários que utilizam a internet no local de trabalho com propósitos pessoais. Segundo o autor, a maioria dos gestores entrevistados afirmou que os níveis de produtividade dos empregados estavam sendo prejudicados pelo fato dos funcionários utilizarem a internet do trabalho para outros fins.

Ao relacionar o Cyberloafing (Lim, 2002) ao uso dos sites de redes sociais por funcionários da Microsoft, Skeels e Grudin (2009) identificaram algumas tensões. Muitas delas estão ligadas ao fato das mesmas informações postadas serem acessadas por amigos, familiares e colegas de trabalho. Nesses casos, segundo os autores, há uma mistura entre a vida profissional e pessoal (Correa, 2009).

Wang e Kobsa (2009) também analisaram a privacidade nos sites de redes sociais utilizados no local de trabalho. Segundo os autores, sites de redes sociais no trabalho “é uma espada de dois gumes: pode incentivar o apoio social entre os colegas ou minar relações sociais no ambiente de trabalho” (Wang; Kobsa, 2009, p. 977).

Todos os usos descritos até aqui estão relacionados às redes sociais digitais como um todo. Como o Facebook também é uma rede social digital, então pode-se considerar que esses usos também estão relacionados ao Facebook.

No tópico a seguir será descrito como pesquisadores de várias partes do mundo têm identificado e analisado esses usos do Facebook. A necessidade de especificá-los está justificada no fato desse site de rede social se diferenciar dos demais por ter sido concebido a partir da ideia de interligar redes de pessoas que já mantêm um contato prévio (Lampe; Ellison; Steinfield, 2006).

4.1 OS USOS DO FACEBOOK

De acordo com Ellison, Steinfield e Lampe (2007), o Facebook é um objeto rico para pesquisadores que queiram compreender as possibilidades de seus usos e a capacidade tecnológica de estabelecer conexões entre o *online* e o *off-line*.

Boyd e Ellison (2007) dizem que a maioria dos estudos disponíveis sobre o Facebook sugerem que o site apoia a manutenção de relações pré-existentes. Ellison, Steinfield e Lampe (2007), por exemplo, sugerem que o Facebook é usado para manter relações *off line* já existentes e até mesmo reforçá-las.

Pesquisas nesse sentido investigaram como as interações *on line* se relacionam com as interações *off line*. É o caso do estudo de Lampe, Ellison e Steinfield (2006), quando observaram que os usuários do Facebook se envolvem em procurar pessoas que tenham algum tipo de relação *off line* com eles. Para os autores, o fato do Facebook ter iniciado suas atividades com os universitários de uma mesma instituição de ensino, faz com que sua estrutura seja baseada nas redes *off line*. De acordo com as respostas dos entrevistados, eles usam o Facebook para encontrar informações de pessoas já conhecidas, seja em um evento social ou na própria universidade. E, por isso, os perfis são criados com base nessa representação – mostrar-se para pessoas conhecidas previamente.

Ellison, Steinfield e Lampe (2007) e Ellison *et al* (2006) relacionam o uso do Facebook ao capital social chamado de “ponte”. Para os autores, o uso do site permite não só manter os laços existentes, mas também conectar pessoas que tenham algo em comum (amigos, interesses, localização geográfica). São os laços latentes já citados (Haythornthwaite, 2005).

Para Ellison, Steinfield e Lampe (2007), tais conexões podem ter retornos fortes em termos de emprego, estágios e outras oportunidades. Ellison *et al* (2006) enfatizam que, ao permitir o acesso a certos tipos de informação – como convites para eventos, por exemplo – o usuário do Facebook passa a ter uma série de benefícios.

Exemplos de como o acesso a informação pode se tornar um benefício é o uso do Facebook feito por jornalistas. Segundo Shirky (2012), antigamente, o que iria se tornar notícia advinha do julgamento do jornalista. Atualmente com os sites de redes sociais, a imprensa passa a cobrir as informações que já estejam circulando na internet. O autor discute que, em um cenário de excesso de informações, o jornalista consegue acessar, via redes sociais, o que interessa ou não para as pessoas. É interessante notar ainda que os próprios usuários podem inserir informações, fotos e comentários que podem vir a ser utilizados pelos jornalistas.

Ao mesmo tempo, outros estudos mostram que líderes de organizações têm utilizado o Facebook para reunir informações sobre candidatos a empregos. Segundo os autores, perfis no Facebook podem fornecer informações para além, ou até mesmo contradizendo, documentos apresentados por um candidato (Smith; Kidder, 2010). Embora reconheçam a utilidade da ferramenta para o acesso à informações sobre vagas, por exemplo, sugerem que o uso pelas organizações deve ser feito com cautela, levando em consideração questões legais, éticas e práticas.

Grande parte das pesquisas acadêmicas sobre o Facebook foca na questão da identidade e privacidade (Ellison; Steinfield; Lampe, 2007). É o caso dos estudos de Boyd e Hargittai (2010) que analisaram como as mudanças na configuração de privacidade do Facebook estão relacionadas com a frequência de uso do site. As autoras concluíram que os jovens estudados têm preocupações em relação à privacidade na rede. Além disso, ao analisarem as atualizações feitas pelo Facebook nas configurações de privacidade ao longo de 2009, elas concluíram que isso ocorre por conta do aumento das discussões públicas sobre o assunto. As pesquisadoras identificaram ainda que pessoas com maior frequência de uso têm mais preocupação com a privacidade.

Boyd (2008) também analisou como o lançamento de um novo recurso em 2006 – o “News Feeds”, que permitia que os usuários vissem, logo na página inicial, todas as ações de seus contatos – criou um aumento da preocupação em relação ao alcance

das informações postadas, obrigando o Facebook a implementar novas ferramentas de privacidade.

Gross e Acquisti (2005), ao analisarem a criação de perfis no início do Facebook, quando ele ainda era voltado apenas para estudantes universitários, identificaram os padrões de divulgação de informações pessoais e no que isso implica na privacidade dos usuários. Os autores descreveram que a maioria dos entrevistados não se preocupa com a privacidade e destacaram que, com base nas informações fornecidas, os usuários se expõem a riscos físicos e cibernéticos.

Dwyer *et al* (2007) fizeram um levantamento da percepção dos usuários do Facebook com as relações de confiança e preocupações com a privacidade, juntamente com a vontade de compartilhar informações e fazer novos contatos. Os membros do Facebook demonstraram mais confiança entre eles e se mostraram mais dispostos a compartilhar informações – pessoais ou não. De acordo com os autores, os resultados da pesquisa sugerem que, na interação *on line*, a confiança não é necessária na construção de novas relações.

Há também outros pesquisadores que observaram o contrário, grupos de usuários com preocupações em relação ao compartilhamento de informações, principalmente pessoais. Houghton e Joinson (2010) descrevem que as questões de privacidade estão ligadas não só à comércio eletrônico, mas também podem ser vistas por meio da perspectiva do controle. Ao escolher divulgar dados pessoais, o usuário expõe informações aos chamados “amigos”. O termo designa qualquer tipo de laço social, seja com familiares ou com membros da organização no qual está vinculado. “Privacidade pode ser vista como um mecanismo de controle para limitar o fluxo de informações direcionadas a diferentes tipos de relacionamentos” (Houghton; Joinson, 2010, p. 80). Um dos exemplos de violação de privacidade ligada ao controle citados pelos autores foi o caso de uma entrevistada que contou ter sido demitida do emprego por ter postado, em sua página pessoal do Facebook, que seu trabalho era chato.

Outros estudos buscam compreender a personalidade e as motivações dos usuários do Facebook. Dwyer *et al* (2007) afirmam que a principal motivação para o uso é a comunicação e a manutenção de relações. Entre as atividades mais populares encontram-se o compartilhamento de eventos e fotos, envio de mensagens privadas e postagens de depoimentos públicos. Ellison *et al* (2006) também identificaram que o uso do Facebook está mais ligado ao entretenimento do que para a busca de informação.

Pesquisadores da área de Psicologia, por exemplo, sugerem que o uso do Facebook pode estar relacionado às características da personalidade do indivíduo, mas fatores motivacionais como necessidade de comunicação é um fator de influência para analisar o uso do site (Ross *et al*, 2009; Hughes *et al*, 2012).

Ao realizar uma revisão na literatura dos fatores que contribuem para o uso do Facebook, Nadkarni e Hofmann (2012) sugerem que o uso do site é motivado por dois fatores principais: necessidade de pertencimento e a necessidade de auto-apresentação. Para os autores, características demográficas e culturais estão relacionadas à necessidade de pertencimento; enquanto o narcisismo, a timidez e a auto-estima estão ligados à auto-apresentação.

Há ainda uma área de pesquisa que foca a influência do uso do Facebook na academia. Charnigo e Barnett-Ellis (2007) entrevistaram bibliotecários e identificaram que vários usavam o Facebook para promover serviços e divulgar eventos para os clientes. Mazer, Murphy e Simonds (2007) analisaram como a presença de professores no Facebook afeta a relação professor-aluno.

Alguns autores também analisaram o conteúdo das mensagens postadas no Facebook (Golder *et al*, 2007). Os autores identificaram que a maioria das mensagens postadas e enviadas são para os amigos. Identificaram ainda que a navegação nos perfis dos contatos é o uso principal entre os estudantes investigados.

Em relação aos contatos do usuário, os seus “amigos”, Tong *et al* (2008) pesquisaram a relação da quantidade e a popularidade. Os autores concluíram que quanto mais amigos o perfil tinha, mais atrativo ele se tornava. Ao relacionar esse resultado com a perspectiva adotada nesta pesquisa, pode-se verificar o simbolismo que envolve a criação desses perfis e os contatos. Tong *et al* (2008) afirmam ainda que, ao analisar simbolicamente uma grande quantidade de amigos, alguns entrevistados tinham uma visão negativa dos donos desses perfis, pois acreditavam que eles pareciam buscar ostensivamente amigos virtuais por conta de uma possível dificuldade de fazer amizade face a face.

Ao analisar as pesquisas citadas é possível organizá-las em dois grupos: as que focam os aspectos subjetivos voltando-se para as características individuais, como a personalidade (Ross *et al*, 2009; Hughes *et al*, 2012; Nadkani e Hofmann, 2010); e as que focam nas relações sociais entre os atores (Gross, Acquisti, 2005; Lampe, Ellison, Steinfield, 2006; Ellison *et al*, 2006; Boyd, Ellison, 2007; Charnigo e Barnett-Ellis, 2007; Marzer, Murphy e Simonds, 2007; Ellison, Steinfield, Lampe, 2007; Dwyer *et al*, 2007; Golder *et al*, 2007; Tong *et al*, 2008; Boyd, 2008; Boyd, Hargittai, 2010; Houghton, Joinson, 2010; Smith, Kidder, 2010; Shirky, 2012).

As pesquisas descritas no segundo grupo têm algo em comum: a atenção dada à subjetividade com um foco específico no processo de interação social, que é característica da abordagem interpretativista e do interacionismo simbólico adotados nesse estudo.

Burrell e Morgan (1979) afirmavam que nas organizações, os aspectos da vida organizacional dependem das construções subjetivas dos indivíduos inseridos no contexto. E é por isso que os usos do Facebook estão sendo descritos aqui: para facilitar a compreensão de que os usos são construções subjetivas e, por isso, simbólicas; e a interpretação desses usos são também simbólicas.

A presença de elementos simbólicos também é identificada nesses usos: a linguagem utilizada, as ações simbólicas que ocorrem antes, durante e depois desses usos, os símbolos presentes, os significados construídos e compartilhados

pelo site. Na seção a seguir buscar-se-á articular essa relação do simbolismo com o uso do Facebook e o processo de interpretação dos símbolos nas organizações.

5. O USO DO FACEBOOK NAS ORGANIZAÇÕES E A ARTICULAÇÃO COM A INTERPRETAÇÃO DOS SÍMBOLOS

Com base nos argumentos teóricos já apresentados, é possível criar um esquema conceitual (Figura 3) que demonstra como ocorre o processo de interpretação dentro e fora das organizações e como o Facebook se relaciona com esse processo.

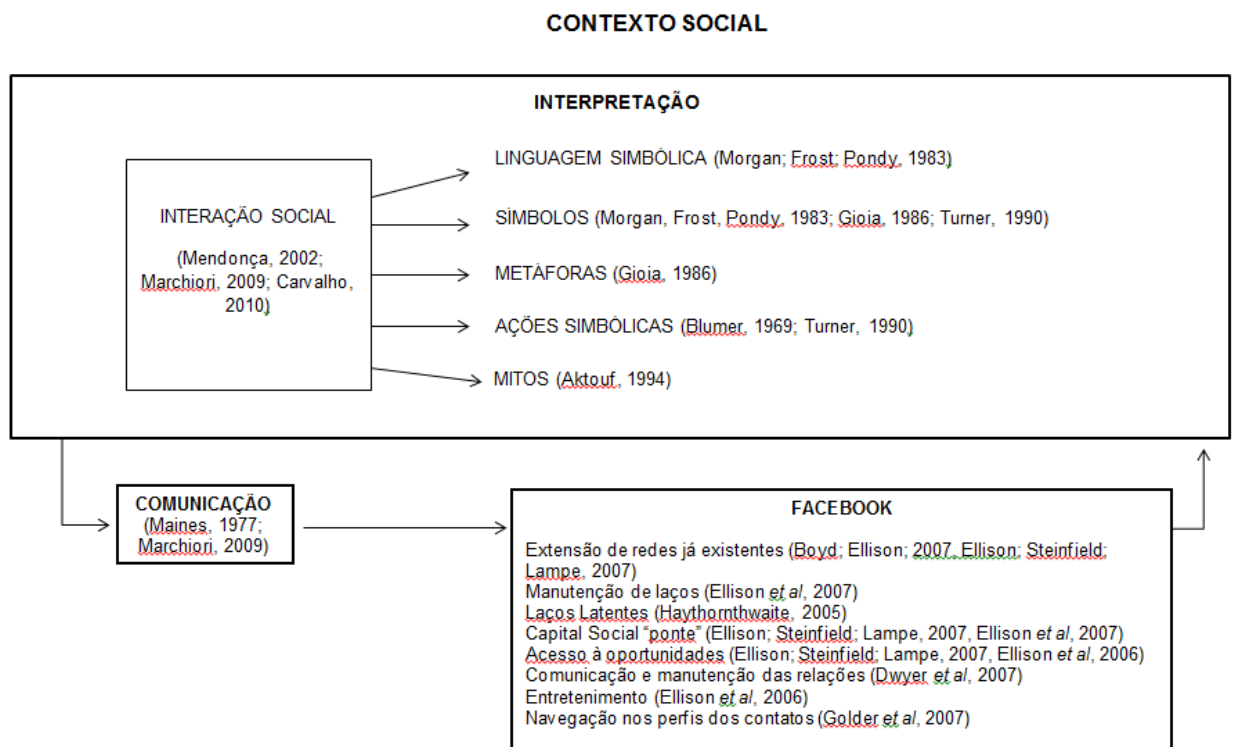


Figura 3 – Esquema conceitual baseado na articulação entre os autores

Nesta pesquisa optou-se pela abordagem do interacionismo simbólico baseado em Blumer (1969). Segundo Carvalho (2010), ela possibilita a compreensão da forma que os atores interpretam a realidade na qual estão inseridos (ações, objetos, pessoas) e como essa interpretação influencia no comportamento individual desse ator.

Ou seja, essa abordagem está relacionada com o processo de interpretação – não só dos elementos simbólicos, mas também da ação dos indivíduos. De acordo com Godoy (1995), o interacionismo simbólico considera fundamentais os sentidos que

os indivíduos dão para as coisas, pois eles surgem a partir do processo de interação social.

As interações sociais se dão a partir de processos comunicacionais e simbólicos (Gioia, 1986). Esses processos permitem aos indivíduos gerar e transmitir informações e significados (Morgan; Frost; Pondy, 1983; Corrêa, 2009). A comunicação é a base da interação social (Morgan; Frost; Pondy, 1983; Gioia, 1986; Turner, 1990) e é por meio dela que os membros organizacionais se relacionam e produzem uma consciência da vida (Berger; Luckmann, 1978; Bretas, 2006).

O simbolismo organizacional permite, então, compreender essas interações sociais entre os membros da organização, os sistemas de signos e símbolos que são criados e recriados nessas trocas e como tudo isso cria a organização (Morgan; Frost; Pondy, 1983; Turner, 1990; Jaime Jr, 2005).

Pode-se observar ainda que o processo de interpretação é amplo e implica a articulação de uma série de elementos. Turner (1990) diz que para compreender uma organização, é necessário, antes, compreender esses elementos, chamados por ele de rituais, tradições, cerimônias, mitos e símbolos. Alvesson e Berg (1992) afirmam que uma organização pode ser compreendida como um processo contínuo de construção social por meio desses elementos.

Para que os elementos presentes no cotidiano organizacional sejam interpretados, optou-se nessa pesquisa por adotar a perspectiva interpretativista pois, segundo Morgan, Frost e Pondy (1983), ela permite analisar o processo de interpretação por meio da atividade simbólica que dá forma à vida humana. Os autores afirmam ainda que a adoção da perspectiva facilita a compreensão de como os indivíduos criam sentidos para as diversas situações e de que forma elas se tornam realidades.

Um dos elementos identificados pelos autores é a linguagem simbólica. Morgan, Frost e Pondy (1983) dizem que os membros organizacionais utilizam a linguagem para se expressar, produzir significados e agir simbolicamente. Por meio dela é

possível compartilhar informações, metáforas e significados para suas vidas, seja no ambiente organizacional ou fora dele.

O símbolo também é um elemento da interpretação e tem um importante papel nesta pesquisa. O conceito adotado baseia-se em Morgan, Frost e Pandy, que os consideram como um sinal que expressa algo muito maior do que o propriamente dito.

As metáforas também devem ser consideradas no processo de interpretação, segundo Gioia (1986), que as compreende como as bases da comunicação e os modos como criamos, entendemos e compartilhamos os significados.

A ação simbólica está baseada em Blumer (1969) e Gioia (1986). Ambos os autores a compreendem como resultado do processo de interpretação de significados. E, por fim, tem-se o elemento mito que, segundo Aktouf (1994), é capaz de expressar não só as relações dos homens com a natureza, mas as relações dos indivíduos entre si.

Para Marchiori (2009), a comunicação nas organizações permite a construção de significados para todas as atitudes de seus membros. “A dimensão da comunicação é estratégica porque envolve, afeta e constrói a realidade de uma organização” (Marchiori, 2009, p. 294).

Para Maines (1977) é através da comunicação que as pessoas se transformam e transformam seus ambientes. Para o autor, esse conceito é a definição central da perspectiva do interacionismo simbólico.

Essa comunicação foi facilitada com o advento da internet, que possibilitou o uso de outros tipos de ferramentas. As redes sociais digitais são exemplos disso. É por meio da comunicação e do simbolismo que as redes sociais digitais estão sendo utilizadas pelos indivíduos no cotidiano, de diversas formas. Há os que utilizam para integrar interesses em comum. Nesses casos percebe-se o uso como mobilização social (Rheingold, 1993; Castells, 1999; Pereira, 2010; Shirky, 2011). Outros utilizam para relacionamentos, sejam afetivos ou antissociais (Wellman, 1996). Outros,

ainda, utilizam para trocar informações relacionadas a transações comerciais e consumo (Albuquerque *et al*, 2011).

Alguns indivíduos usam as redes sociais digitais para o trabalho em rede (Wellman, 1996). O contexto digital permite que os indivíduos tenham acesso a recursos (Weber, 1997), e informações estratégicas e técnicas (Constant *et al*, 1996; Wellman, 1996; Corrêa, 2009). Deve-se também destacar as consequências do uso das redes no contexto organizacional, como a queda de produtividade (Cardoso, 2009) e uso indevido pelos membros organizacionais, deixando escapar informações estratégicas da organização na rede (Júnior, 2011).

Há ainda o uso relacionado ao acesso ao poder, seja para legitimá-lo (Ribeiro, 2000) ou dar voz aos membros organizacionais “marginalizados” (Sproull; Kiesler, 1991; Corrêa, 2009). Esse protagonismo facilitado pelas redes sociais digitais pode ser visto, segundo alguns autores, como uma ameaça para gestores, que optam por proibir o uso dentro da organização (Júnior, 2011).

Esses três aspectos de uso percebidos – integração de interesses em comum, trabalho em rede e acesso ao poder – estão interligados e têm impactos sociais, políticos e econômicos, tanto na sociedade, como nas organizações. Castells (1999) fala desses impactos e destaca que as novas tecnologias da comunicação – entendidas aqui como as redes sociais digitais – “não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos” (Castells, 1999, p. 69).

O autor afirma ainda que, dentre os impactos do uso da tecnologia, os sociais / culturais são muito percebidos, pois penetram em todos os domínios da atividade humana.

Com certeza, os contextos culturais/institucionais e a ação social intencional interagem de forma decisiva com o novo sistema tecnológico, mas esse sistema tem sua própria lógica embutida, caracterizada pela capacidade de transformar todas as informações em um sistema comum de informações (CASTELLS, 1999, p. 69).

Percebe-se, então, que o compartilhamento de informações entre diferentes indivíduos é o aspecto central da lógica de redes, segundo Castells (1999). Essa lógica está presente, de acordo com o autor, em todos os tipos de atividades, contextos e locais, desde que estejam conectados eletronicamente.

Dentre as diversas redes sociais digitais existentes, destacam-se nesta pesquisa os sites de redes sociais, definidos por Boyd e Ellison (2007) como sistemas que permitem aos indivíduos criarem perfis públicos, compartilhar uma lista de usuários com quem eles têm conexão e ver as conexões das outras pessoas. Os autores afirmam ainda que, além de permitirem novas conexões, esses sites permitem a articulação de redes de contatos já existentes.

Haythornthwaite (2005) chama esses contatos de laços latentes – aqueles indivíduos que têm algum tipo de ligação *off line* e que utilizam os sites de redes sociais para a manutenção desses laços. É o caso do objeto desta pesquisa: são membros organizacionais que interagem socialmente dentro e fora de uma mesma organização e que, além da comunicação cotidiana, também utilizam os sites de redes sociais para se comunicar.

Ao utilizarem os sites de redes sociais como um elemento da comunicação no contexto organizacional e fora dele, os indivíduos realizam o compartilhamento de valores e significados. E são esses significados compartilhados que fazem as pessoas agirem (Vergara; Caldas, 2005).

Ou seja, ao analisar os processos comunicacionais pela via do simbolismo organizacional (Morgan; Frost; Pondy, 1983), torna-se possível compreender se os sites de redes sociais estão sendo usados para compartilhar esses significados e de que formam eles influenciam da interpretação deles.

Dentre os diversos sites disponíveis atualmente, optou-se nesta pesquisa em focar no Facebook. Dentre as diversas justificativas para essa escolha, é necessário

destacar o fato de esta rede ter sido concebida e estruturada para a manutenção de contatos já existentes (Ellison; Steinfield; Lampe, 2007).

Os usos das redes sociais digitais identificados em pesquisas anteriores (Ellison et al, 2007; Boyd e Ellison, 2007) estão diretamente relacionados aos usos do Facebook. Porém, alguns autores focaram seus estudos nessa ferramenta e identificaram usos para a criação do capital social de “ponte” (Ellison, Steinfield, Lampe, 2007; Ellison *et al*, 2007); acesso a oportunidades (Ellison, Steinfield, Lampe, 2007; Ellison *et al*, 2006); comunicação e manutenção de relações (Dwyer *et al*, 2007); entretenimento (Ellison *et al*, 2006); e navegação em perfis dos contatos (Golder *et al*, 2007).

Ao agruparmos esses usos entre aqueles relacionados aos aspectos individuais dos atores e entre os relacionados aos aspectos da interação social, pode-se perceber que os usos de interesse dessa pesquisa são os do segundo grupo, no qual podemos destacar os seguintes elementos: a atenção aos aspectos subjetivos dos sujeitos (Burrell e Morgan, 1979), a interação social (Gioia, 1986), os processos comunicacionais (Mendonça, 2002; Marchiori, 2009; Carvalho, 2010); e a presença dos elementos da interpretação, entre eles os símbolos (Morgan, Frost, Pandy, 1983).

Ao voltar ao problema proposto para esta pesquisa – como o uso do Facebook no cotidiano das pessoas dentro e fora do Jornal Online XYZ articula a interpretação dos símbolos organizacionais? – pode-se destacar que é pela via da compreensão dos usos do Facebook como ferramenta de comunicação que é possível analisar a articulação dessa utilização com a interpretação dos símbolos organizacionais.

Todo esse processo ocorre dentro de um contexto social, que também é criado e continuamente reconstruído por meio das interações entre os indivíduos – ou seja, é socialmente construído (Berger; Luckmann, 1978; Bretas, 2006). É nesse contexto que as práticas cotidianas se realizam, consideradas nesse projeto como as

interações sociais, as trocas simbólicas, os processos comunicacionais e os usos do Facebook.

O processo, então, é contínuo: a interpretação se dá por meio da interação social e da comunicação e envolve alguns elementos, entre eles, os símbolos. A interpretação é responsável pela criação de significados tanto para esses elementos, quanto para as ações dos indivíduos. É também por meio da comunicação que esses significados são compartilhados. Entre as diversas maneiras de comunicar utilizadas para esse compartilhamento está o Facebook. Diante da impossibilidade de tratar das infinitas formas de comunicação que podem ocorrer em uma organização, este estudo busca ampliar a compreensão focando na comunicação via Facebook. A utilização dele está diretamente ligada ao processo de interpretação, pois tanto a interação quanto a comunicação também podem ocorrer no ambiente virtual.

Com base no esquema conceitual acima descrito foi realizada uma pesquisa empírica voltada para responder o problema de pesquisa proposto.

6. METODOLOGIA

Para responder a questão proposta no problema “como o uso do Facebook no cotidiano das pessoas dentro e fora do Jornal Online XYZ articula a interpretação dos símbolos organizacionais?” será utilizado o método qualitativo.

Segundo Triviños (1987), a pesquisa qualitativa é um método necessário para descobrir as características culturais que permeiam a existência das pessoas envolvidas na pesquisa, enfatizando a ideia dos significados latentes do comportamento do indivíduo.

Bogdan e Biklen (1994, p. 47) descrevem cinco características fundamentais da pesquisa qualitativa. São elas: 1ª) *A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta dos dados e o investigador como instrumento principal*: aqui, a ênfase está no ambiente de pesquisa e no contexto em que ela se realiza. O investigador deve manter contato direto com essa realidade; 2ª) *A pesquisa qualitativa é descritiva*: descreve os fenômenos considerando que estes estão dotados de significados e rejeita toda forma de expressão quantitativa; 3ª) *Os pesquisadores qualitativos estão preocupados com o processo e não só com resultados*: os significados aqui são analisados desde sua origem; 4ª) *Os pesquisadores tendem a analisar os dados de forma indutiva*: na pesquisa qualitativa não há hipóteses, os significados surgem da percepção do fenômeno no contexto; 5ª) *O significado é a preocupação essencial na abordagem qualitativa*: busca-se o sentido que as pessoas são à vida, a construção que elas fazem durante suas interações sociais ao longo de sua existência.

Minayo e Sanches (1993) destacam que é no campo da subjetividade e do simbolismo que se afirma a abordagem qualitativa, enfatizando a compreensão das relações e atividades humanas com os significados que as animam. “A abordagem qualitativa realiza uma aproximação fundamental e de intimidade entre sujeito e objeto, uma vez que ambos são da mesma natureza” (Minayo; Sanches, 1993, p. 244).

E escolha do método também está baseada em Blumer (1969). Segundo o autor, na abordagem interacionista adotada na presente pesquisa, o estudioso deve interagir ativamente com as pessoas que estão sendo pesquisadas. Por isso, a coleta de dados foi feita por meio da Netnografia e de entrevistas semiestruturadas. Além disso, também foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise documental.

O primeiro contato com o *locus* foi feito por meio de uma reunião com o coordenador e com a editora-chefe do XYZ. Nesse momento foram analisados documentos da organização onde constavam os dados de cada membro, cargo ocupado e tempo de serviço. O XYZ tem, atualmente, dez funcionários e dois estagiários. Optou-se, nesta pesquisa, por inserir todos os funcionários e excluir os estagiários. O principal critério utilizado aqui para a definição dos sujeitos foi a interação social e, pelo que se pode observar durante as visitas à redação, os estagiários não têm interação com os sujeitos escolhidos.

Após essa definição, os dez sujeitos foram avisados que participariam de uma pesquisa e, por isso, seriam adicionados no Facebook pela pesquisadora, com um intuito de iniciar o primeiro passo deste trabalho, que seria a Netnografia. No mesmo dia os convites foram enviados e aceitos. No dia 1º de setembro, iniciou-se a coleta de dados por meio da Netnografia.

A Netnografia é um método de coleta de dados produzidos no ambiente virtual, segundo Kozinets (1998). “Netnografia é uma forma especializada de etnografia adaptada às contingências da computação mediada do mundo social de hoje” (KOZINETS, 2010, p.1). O autor diz ainda:

Netnografia pode ser definida como um relato escrito resultante do trabalho de campo estudando as culturas e comunidades que surgem *on-line*, mediadas por computador, ou comunicações baseadas na Internet, onde tanto o trabalho de campo e a conta textual são metodologicamente informadas pelas tradições e técnicas de antropologia cultural (KOZINETS, 1998, *tradução nossa*).

De acordo com Kozinets (1998; 2010), a Netnografia tem sido usada para estudos que envolvem cultura, relações sociais, criatividade e aprendizagem em comunidades online. O método revela e analisa as estratégias usadas pelos indivíduos para criar e construir suas realidades e identidades virtuais por meio do uso da internet.

Hine (2000) chama de etnografia virtual a transferência da tradição de pesquisa etnográfica para os espaços sociais na internet. Todavia, a autora sugere que não há uma mera transposição do método etnográfico através do acompanhamento dos atores sociais, uma vez que se considera que há diferenças significativas entre o contexto virtual e o real, principalmente a noção de espaço e tempo.

A Netnografia mantém as premissas básicas da etnografia (Kozinets, 1998; Hine, 2000). Por isso, ao operacionalizar a metodologia, é necessário, primeiramente, ressaltar os critérios de confiabilidade em relação à escolha dos informantes, levando sempre em consideração o objetivo da pesquisa. É necessário, inicialmente, provar que o objeto de pesquisa trata-se de um grupo *online*. Dentre as diversas maneiras de aferir essa confiabilidade, serão utilizados os critérios propostos por Kozinets (1998).

O primeiro critério adotado é a familiaridade entre os indivíduos; o segundo é se as postagens não são anônimas; o terceiro é se o grupo possui linguagem, significados ou normas específicas; e, por último, se há comportamentos de manutenção do enquadramento dentro e fora do grupo (Kozinets, 1998).

O autor afirma ainda que “a intenção da utilização desses quatro critérios garante que se está de fato estudando uma cultura ou uma comunidade (...) e não simplesmente examinando uma reunião temporária” (Kozinets, 1998, *tradução nossa*).

Os quatro critérios foram levados em consideração para aferir confiabilidade à pesquisa. Em relação ao critério de familiaridade, todos os sujeitos se conhecem e têm contato entre si via Facebook; os posts feitos por eles não são anônimos; os sujeitos se comunicam pela rede, formando, assim, um grupo online.

Após a validação da escolha dos informantes, Kozinets (1998) descreve quatro procedimentos básicos para que ocorra a transposição da etnografia para a Netnografia. São eles: *entrée* cultural, coleta e análise de dados, ética de pesquisa, *feedback* e checagem de informações.

O *entrée* cultural é a preparação inicial do pesquisador para o trabalho de campo, fazendo um levantamento inicial de quais tópicos ele pretende analisar. No caso dessa pesquisa, essa foi a fase de fazer os contatos virtuais com os entrevistados, adicionando-os no Facebook. Após todos os convites de amizade terem sido aceitos, iniciou-se a coleta de dados, que ocorreu do dia 1 de setembro de 2012 a 1 de novembro de 2012. Foram definidos três tópicos para análise: se os posts tinham relação com relacionamento e interação; se tinham relação a conteúdos do trabalho ou pessoais; ou se eram algum tipo de manifestação simbólica.

Para coleta e análise de dados foram utilizadas três formas diferentes, todas baseadas na metodologia de Kozinets (1998). Foram coletados dados diretamente postados pelos sujeitos de pesquisa; informações que o pesquisador observou nas práticas comunicacionais dos sujeitos pesquisados, e, finalmente, dados obtidos por meio de conversas entre o pesquisador e os sujeitos utilizando meios online (*chat* e comentários via Facebook).

A questão da ética de pesquisa está relacionada ao fato do pesquisador deixar claro para o pesquisado como a coleta de dados foi feita e qual o objetivo do seu estudo. É importante destacar que, ao utilizar informações postadas pelos entrevistados, fique claro que será mantido o anonimato e a confidencialidade.

Por fim, segundo Kozinets (1998), é eticamente recomendado que seja feita uma checagem final dos dados com os sujeitos de pesquisa, a fim de conferir maior credibilidade ao método adotado. A checagem ocorreu ao longo das entrevistas semiestruturadas.

A escolha da Netnografia nesta pesquisa justifica-se por permitir observar trajetórias e conjunto de ações dos sujeitos de forma qualitativa. “Permite, assim, acompanhar o processo de enredamento e de construção de percepções e comportamentos na relação social em rede” (Aguiar, 2007, p.14).

É necessário deixar claro aqui que o procedimento netnográfico analisa apenas os processos comunicacionais voltados para a troca de informações por meio da escrita, via internet. Para analisar o uso do Facebook e o processo de interação social de forma mais aprofundada e complementar, levando em consideração aspectos como a fala, o gestual e as relações sociais dos indivíduos fora da internet, será utilizada a entrevista semiestruturada.

Em relação às entrevistas semiestruturadas, Triviños (1987) destaca que, ao mesmo tempo em que ela valoriza a presença e a participação do pesquisador, permite que o entrevistado tenha uma liberdade e seja espontâneo em suas articulações, fornecendo dados valiosos e enriquecedores para a pesquisa.

Para Mattos (2005, p. 824), a entrevista semiestruturada é “aquela em que é deixado ao entrevistado decidir-se pela forma de construir a resposta”. O autor diz que ela serve para pesquisas voltadas para o desenvolvimento de conceitos e esclarecimento de situações, atitudes e comportamentos. No caso do presente projeto, esse tipo de entrevista servirá para esclarecer as situações de uso das redes sociais digitais e o processo de interação social no contexto organizacional.

A escolha do foco da coleta de dados baseou-se em Boyd (2007) e nas propriedades dos sites de redes sociais citadas por ela. Destacam-se aqui a persistência e replicabilidade (Boyd, 2007). Esses conceitos servem de base para

que, na coleta de dados, sejam focadas as comunicações entre os indivíduos, que ficam registradas na rede, e os tipos de informação que são compartilhadas pelos membros organizacionais.

A escolha do Facebook como foco da coleta de dados está relacionada à característica do site de conectar no espaço virtual pessoas que já têm algum tipo de relação do espaço *off line* (Ellison; Steinfield; Lampe, 2007).

Rheingold (1993), ao tratar de comunidade virtuais, identificou uma tendência das conexões começarem no espaço *on line* e depois passarem a ser *off line*. No Facebook, essa tendência é contrária: as conexões começam no *off line* e se estendem para o *on line* (Ellison *et al*, 2006).

Essa característica está diretamente relacionada ao que ocorre no lócus escolhido para esta pesquisa, ou seja, uma organização em que as pessoas interagem socialmente e que utilizam o Facebook como uma ferramenta complementar de comunicação.

Em relação à escolha dos sujeitos, Triviños (1987, p. 146) afirma que “o processo da entrevista semiestruturada dá melhores resultados se se trabalha com diferentes grupos de pessoas”.

Na presente pesquisa, ao realizar um contato prévio no lócus, verificou-se que seria possível entrevistar todos os dez membros da organização, desde a diretoria até o nível operacional. Ao identificar os funcionários que seriam entrevistados, adotou-se o critério de que todos deveriam frequentar o mesmo ambiente de trabalho e interagir. Portanto, foram entrevistados um coordenador de jornalismo, uma editora-chefe, um analista de produto, cinco repórteres e dois assistentes de web.

Neste estudo, o pesquisador gravou as entrevistas por meio eletrônico e fez anotações sobre as atitudes e comportamento dos entrevistados, pois como destaca Triviños (1987), esta técnica permite clarear o entendimento do pesquisador. É

válido ressaltar que a gravação só foi realizada mediante a autorização dos entrevistados.

A pesquisa documental, neste caso, foi fundamental para a busca de regras organizacionais relacionadas ao uso do Facebook, como a restrição / liberação do uso durante o horário de trabalho, por exemplo. Segundo Godoy (1995), pelo fato dos documentos terem sido criados em dado contexto histórico, econômico e social, eles refletem e fornecem dados sobre esse mesmo contexto.

A escolha do *lócus* se deu a partir dos contatos prévios da pesquisadora com membros da organização no Facebook. Inicialmente os contatos foram agrupados de acordo com suas relações profissionais. Após a verificação de que muitos dos contatos trabalhavam na VVC, percebeu-se que esse relacionamento prévio facilitaria o acesso e a autorização para a realização do estudo.

Além disso, cabe aqui ressaltar que o fato desses indivíduos trabalharem em um jornal *on line* e utilizarem a internet como ferramenta de trabalho foi um fator determinante para a escolha do *lócus*. Baseando-se no conceito de “público em rede” (Boyd, 2007) – aqueles que utilizam sites de rede social para interagir – a escolha do *lócus* também foi baseada no fato dos membros do Jornal Online XYZ utilizarem o Facebook para se comunicar.

Essa escolha também foi baseada na possibilidade de, ao final da pesquisa, se fazer a generalização teórica proposta por Yin (2009), Flick (2004) e defendida por Mattos (2011). Segundo Luna (2000), generalidade é a ampliação do poder de explicação dos resultados de uma pesquisa. O autor defende que o meio para se obter isso é a teorização.

O tratamento dos dados produzidos nas entrevistas se deu por meio da análise de conteúdo. De acordo com Bardin (2002), a análise de conteúdo revela significados e significantes. “(...) pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição

do conteúdo das mensagens” (Bardin, 2002, p. 38). A autora diz ainda que a intenção da análise de conteúdo é a inferência. A inferência “é o procedimento intermediário que vai permitir a passagem, explícita e controlada, da descrição à interpretação” (Franco, 2003, p. 25).

Minayo (1999) destaca a importância da análise de conteúdo, quando afirma que o método é uma tentativa de impor um corte entre as intuições e as hipóteses que levam o pesquisador para as interpretações necessárias ao seu estudo, sem, contudo, o afastar do rigor científico.

Franco (2003) afirma que a análise de conteúdo passou a ser utilizada para produzir informações acerca de dados verbais e simbólicos. Ela possui a mensagem como elemento principal, seja ela escrita, falada, enviada por meio de gestos, silenciosa, etc. É onde os significados e os sentidos são expressados, destaca a autora. Ela diz ainda que esses sentidos implicam em atribuir significados pessoais e objetivados, concretizando-se, assim, na prática social que se manifesta por meio das representações sociais.

A análise de conteúdo tem, entre suas características, a formulação de categorias de análise (Bardin, 2002; Minayo, 1999; Vergara, 2005). Essas categorias, segundo Vergara (2005), ao serem criadas, podem se basear apenas na literatura (grade fechada), nos dados obtidos em campo (grade aberta) ou em ambos (grade mista). Neste projeto, optou-se pela grade mista.

Baseando-se nos estudos de Bardin (2002) e Minayo (1999), adotou-se aqui a Análise de Conteúdo na modalidade Temática. Segundo Minayo (1999), apoiando-se nos discursos dos indivíduos entrevistados, é possível criar núcleos de sentido – ou categorias de análise - cuja presença ou frequência signifiquem algo para o objetivo analítico visado.

Nesta dissertação, são seis as categorias de análise observadas: interação social com colegas de trabalho e superiores; comunicação; elementos significantes; usos

do Facebook; conteúdos dos posts; e relação entre o uso do Facebook e a organização.

Essas categorias têm relação com as categorias de análise adotadas na Netnografia: relacionamento e interação; conteúdos do trabalho ou pessoais; e manifestação simbólica.

Para operacionalizar a modalidade Temática, é preciso destacar três etapas: pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados obtidos e interpretação (Minayo, 1999).

A pré-análise foi a fase de organização das ideias. Nela foram escolhidos os documentos analisados e retomadas as hipóteses e os objetivos da pesquisa. Segundo Minayo (1999), a pré-análise pode ser decomposta em quatro etapas: *leitura flutuante*, quando ocorrerá um contato exaustivo entre o pesquisador e o material coletado; *constituição do corpus*, que envolve a organização do material de acordo com critérios e categorias pré-estabelecidas; *formulação de hipóteses e objetivos*; *elaboração dos indicadores* que serão adotados na análise; e *preparação do material*.

A segunda etapa, de exploração do material, é quando os dados brutos coletados são codificados para alcançar o núcleo de compreensão do texto. Nessa etapa estão incluídos os procedimentos de recorte, contagem e classificação do conteúdo.

Já na terceira e última etapa, a de tratamento dos resultados obtidos e interpretação, os dados brutos são tratados a fim de que se tornem válidos para a aquisição das informações necessárias. É nessa fase que o investigador propõe suas inferências e realiza as interpretações baseando-se no referencial teórico proposto.

A metodologia escolhida permitiu legitimar as articulações teóricas desenvolvidas nesta pesquisa. O presente estudo limita-se por analisar um só contexto, mas, ao mesmo tempo, pode servir de base para que outras realidades sejam analisadas.

7. SOBRE A ORGANIZAÇÃO

O Jornal Online XYZ foi fundado em 2007 em uma capital da região Sudeste e faz parte da de uma Rede de Comunicação. A Rede ainda possui um canal de TV (que no Espírito Santo é afiliada à Rede Record) e duas rádios.

Segundo os entrevistados, o XYZ foi criado com o intuito de suprir uma carência do Grupo, que era não ter um jornal impresso. Por estarem em um contexto de queda nas vendas de jornais por conta do advento da internet, optou-se por utilizar a mídia internet para este fim.

A estrutura de Jornal Online XYZ é a mesma de um jornal impresso, com editorias (Geral, Política, Polícia, Economia, Entretenimento, Esportes e Social). Os funcionários estão alocados em uma redação integrada, junto com os funcionários da TV. Segundo os entrevistados, a opção por inserir em um mesmo espaço físico funcionários de negócios diferentes é fazer com que as plataformas sejam integradas, além de terem uma limitação de espaço físico.

Segundo os entrevistados, os gestores deixam muito claro que os negócios da Rede devem ser rentáveis, e, por conta disso, trabalham com equipes enxutas, salários baixos e redações integradas. Há ainda uma questão relacionada ao sindicato dos jornalistas, que faz fiscalizações periódicas de hora-extra. O jornalista que faz hora-extra deve ser remunerado. Por isso, na Rede VVC Comunicação, há um controle muito grande para que os funcionários não excedam seu horário de trabalho, para que a organização não tenha aumento na folha de pagamento.

A hierarquia sempre foi bem definida e isso é muito presente entre os membros da organização. No XYZ há um presidente e uma diretora Administrativo e Financeiro (que são do grupo empresarial ao qual o XYZ pertence), um diretor geral e superintendentes de operações e comercial, Esses três últimos ficam alocados na sede administrativa da empresa, localizada em um bairro da Capital. No mesmo

bairro localiza-se a sede comercial do XYZ, que possui um coordenador e quatro executivos de contas (XYZ, 2013).

A Central Integrada de Jornalismo está localizada no centro da Capital e conta com um coordenador de jornalismo, uma editora-chefe, um analista de produto, quatro repórteres e três produtores web (XYZ, 2013). Os salários também seguem essa hierarquia e não há remuneração por tempo de serviço.

A Rede VVC de Comunicação é um dos negócios do Grupo BXI, que há setenta anos possui investimentos nas áreas de comunicação, indústria de alimentos e shopping centers nesse Estado da região Sudeste..

8. AS TROCAS SIMBÓLICAS E AS RELAÇÕES COM O USO DO FACEBOOK

Baseando-se nos dados coletados por meio da Netnografia e nas entrevistas semiestruturadas, foi feita uma análise com a seguinte estrutura: inicialmente foi descrita como se dá a interação social entre os indivíduos naquele contexto organizacional. Observou-se que a interpretação do cotidiano de trabalho reflete diretamente no significado compartilhado do contexto organizacional. Esse significado relaciona-se, diretamente, com a forma de uso que os sujeitos fazem do Facebook.

Após descrever os usos, foi feita uma análise dos conteúdos simbólicos postados nessa mídia e observou-se que, por se tratar de um local de exposição, outras redes sociais digitais também são utilizadas em busca de maior privacidade. No fim da análise, descreveu-se as tensões relacionadas ao uso do Facebook e as relações dessas tensões com o objetivo da presente dissertação.

8.1 INTERAÇÃO SOCIAL

A interação entre colegas de trabalho e seus superiores está diretamente relacionada à quantidade de trabalho dos profissionais. Muitos dos sujeitos entrevistados citam o excesso de trabalho como um fator que faz com que não haja muita interação entre os colegas.

1. “A gente tem muito trabalho aqui. Então, pra ficar conversando é meio complicado. Raramente a gente para pra conversar” (ENTREVISTADO 9).
2. “a (...) chefe, ela é muito, muito ocupada, muito concentrada no que esta fazendo, então eu procuro não ficar fazendo muita pergunta, pra não atrapalhar. Com ela eu me comunico mais por e-mail” (ENTREVISTADO 8).
3. “tenho cinco ou seis pautas todos os dias pra apurar. E isso acaba sendo muito desesperador” (ENTREVISTADO 8).

4. "existe um acúmulo de funções para a editora que é muito grave. Não tem como você operacionalizar, pensar e gerir. São muitos pequenos detalhes pra uma pessoa só. E isso impacta no nosso relacionamento com ela também. Sempre quando você quer conversar alguma coisa, ela está sempre muito atarefada. E eu sinto que isso atrapalha o relacionamento de todos os funcionários com ela, de uma maneira geral" (ENTREVISTADO 4).

De acordo com o último entrevistado citado, essa falta de interação gerada pelo excesso de trabalho pode estar se refletindo no relacionamento entre os membros da organização. Esse reflexo pode ser percebido na fala da maioria dos entrevistados, quando destacam uma relação estritamente profissional entre eles;

5. "Não tenho amigos pessoais aqui. Tenho colegas de profissão" (ENTREVISTADO 6).

6. "Com os demais (...) até mantenho distanciamento. É uma relação mais profissional" (ENTREVISTADO 2).

7. "Eu acho que a gente tem um coleguismo, a gente troca conversa, mas não são pessoas que eu tenho muito hábito de trocar confidências, de falar da minha vida pessoal" (ENTREVISTADO 4).

8. "Não há nenhum tipo de relação pessoal" (ENTREVISTADO 3).

Ao mesmo tempo em que se observa uma relação estritamente profissional, há um significado compartilhado de que, por causa desse excesso de trabalho, um sujeito precisa do outro, e que o trabalho deles são interdependentes. Esse fato está diretamente ligado ao que dizem Morgan, Frost e Pandy (1983) quando afirmam que os indivíduos criam sentidos para as situações e isso se torna realidade.

9. "o meu trabalho depende do delas e o delas depende do meu" (ENTREVISTADO 6).

10. "é preciso ter em mente que eu faço parte de uma equipe e cada decisão que eu tomo – pode ser um produtor, um estagiário – impacta na vida de todo mundo" (ENTREVISTADO 1).

11. "aqui é tudo em cadeia, ninguém é isolado" (ENTREVISTADO 4).

É importante notar que esse significado de dependência mútua compartilhado entre os sujeitos faz com que haja um reconhecimento da importância do papel de cada membro naquele contexto. Esse fato está relacionado ao conceito de interacionismo simbólico, no qual as pessoas agem com base no significado que os fatos têm para elas (Burrell; Morgan, 1979; Vergara; Caldas, 2005). Os trechos das entrevistas abaixo destacam isso:

12. "esse trabalho que a gente faz junto, me motiva, me influencia muito" (ENTREVISTADO 6).

13. "é uma equipe que, apesar de pequena, tem muito trabalho pra fazer e a gente tem a noção de que precisa fazer o melhor que a gente pode... então eu não me importo de ajudar" (ENTREVISTADO 8)

14. "hoje, na redação, as pessoas vestem muito a camisa" (ENTREVISTADO 1).

15. "Eu vejo o XYZ como se fosse filho meu" (ENTREVISTADO 4).

16. "Eu acho legal acordar de manhã pra vir trabalhar e saber que eu sou importante para o XYZ. Não que eu seja insubstituível, mas eu sei que eu sou importante, que eu posso colaborar pro crescimento do jornal" (ENTREVISTADO 9).

Diante dos trechos citados, pode-se observar um processo simbólico de interpretação das ações (Carvalho, 2010): sujeitos destacam o excesso de trabalho e a dificuldade que isso provoca na interação social dentro do ambiente de trabalho. Em contrapartida, esse mesmo excesso de trabalho gera uma construção coletiva de interdependência. Segundo Vergara e Caldas (2005), o cotidiano é visto como

um contexto em que o indivíduo compreende o ambiente e atua de acordo com essa compreensão.

Essa dificuldade de interação relatada pelos entrevistados está evidenciada na utilização do Facebook pelos membros da organização. Os dados colhidos na Netnografia mostram que o relacionamento deles via redes sociais digitais é também muito restrito. A maioria das postagens em que os sujeitos se relacionam está, de alguma forma, ligada ao contexto profissional. Os comentários abaixo foram postados juntamente com fotos dos colegas.

17. "Festa da redação! Aniversário da colega (...)" (ENTREVISTADO 5).

18. "Aniversário -farto- do (...), na redação!" (ENTREVISTADO 9)

19. "Porque a gente merece! tava bommmmm!!!!" (ENTREVISTADO 7)

Há ainda algumas postagens envolvendo colegas de redação também relacionados ao conteúdo do trabalho.

20. "Só tenho uma coisa pra dizer: FILTRA DE NOVO!!!!!! Com X e Y" (ENTREVISTADO 7).

21. "No meu belo plantão matinal de domingo, atendo o telefone da redação: "XYZ, bom dia". Um homem diz: "Quem tá falando?". Eu: "É a (...)" e o homem: "Athaíde?". Aí (,,) Pra vcs que gostam, uma nova variação do apelido xumbreguete!" (ENTREVISTADO 7)

22. "Sem dúvida, esse foi um dos trabalhos mais gostosos que eu já fiz. Tudo é mágico e lindo na maternidade e é sempre uma honra poder falar dos profissionais que fazem esse momento ser ainda mais especial" (ENTREVISTADO 4).

Diante dos trechos citados anteriormente, foi possível perceber que a ausência de relacionamento pessoal entre os membros da organização também pode ser identificada no Facebook. Para compreender melhor essa ausência de relacionamento pessoal entre os membros da organização, faz-se necessário analisar os usos do Facebook declarados pelos sujeitos.

8.2 OS USOS DO FACEBOOK

Antes de começar as análises dos usos do Facebook é necessário lembrar que ele é, neste contexto organizacional, uma extensão de redes já existentes (Boyd; Ellison, 2007). Dessa forma, todos os entrevistados informaram que não se relacionam com pessoas desconhecidas. Grande parte das informações coletadas, tanto na Netnografia quanto nas entrevistas, sinalizam o uso com o intuito de comunicação e manutenção das relações (Dwyer *et al*, 2007), além de trocar informações sobre o próprio cotidiano por meio da navegação entre os perfis (Golder *et al*, 2007).

23. "Eu acho que os comentários e as relações no Facebook são uma consequência das suas relações fora dele" (ENTREVISTADO 10)

24. "Faço contato com amigos de fora, comento fotos" (ENTREVISTADO 6).

25. "Entro mais pra ver a vida dos outros" (ENTREVISTADO 8)

26. "Nos finais de semana que eu estou de folga, em casa, sem nada pra fazer, aí eu entro no Facebook e fico olhando a vida das pessoas" (ENTREVISTADO 2).

Vale destacar que, de acordo com Subrahmanyam *et al* (2008), o Facebook pode ser utilizado para reforçar conexões que, às vezes, não são muito fortes na vida real. Isso fica evidenciado na fala de um dos entrevistados, ao relatar o relacionamento entre colegas de trabalho via Facebook.

27. "Eu acho que o Facebook influencia a relação entre eles porque os ajuda a manter mais contato uns com os outros. Eu acho que se eu participasse mais, eu seria mais amiga deles" (ENTREVISTADO 8).

Além do uso relacionado ao contexto organizacional, observaram-se também muitas citações de uso relacionadas a momentos de lazer e entretenimento (Ellison *et al*,

2006). Isso pode ser uma tentativa de fuga de um cotidiano caracterizado pelo excesso de trabalho.

28."Quando eu estou em casa, à toa, é a hora que eu paro pra entrar no Facebook" (ENTREVISTADO 6).

29."Facebook é mais o momento de descontração" (ENTREVISTADO 4).

30."É mais uma ferramenta de lazer, de interação" (ENTREVISTADO 5).

31."Meu momento de lazer aqui no trabalho é o Facebook" (ENTREVISTADO 10)

Outro uso do Facebook muito citado entre os sujeitos analisados foi relacionado ao cotidiano profissional. Shirky (2012) argumenta que, com o surgimento das redes sociais digitais, o jornalista tem acesso às informações postadas pelos usuários e de interesse deles. Dessa forma, o Facebook, por exemplo, tem a função de pautá-los.

32."Dia que esta chovendo demais, por exemplo, e as pessoas vão postando fotos de chuva, então a gente vai pegando, vai se informando, busca saber onde esta alagado, o que esta acontecendo. Então a gente pega informação, porque serve para o nosso trabalho" (ENTREVISTADO 6).

33."Acho que pra nós, jornalistas, a rede social é fundamental. Potencializa o nosso negócio" (ENTREVISTADO 1).

34."A gente busca muita coisa lá no Facebook. Quando acontece algum acidente, algum assassinato, já entra no Facebook pra buscar perfil, foto..." (ENTREVISTADO 2).

35."Eu vejo o que as pessoas estão falando muito e penso que rende pauta. Chuva no ES, por exemplo, eu vou pegar fotos de lá. Tiro muita coisa de lá. E muita gente manda sugestão de pauta, inclusive pelo bate papo" (ENTREVISTADO 2).

36."(...) elas servem de pauta pra gente. Acho um absurdo empresas de comunicação bloquearem o uso de redes sociais porque ali tem todas as informações que precisamos" (ENTREVISTADO 5)

Diante dos usos citados pelos sujeitos, pode-se resgatar um dos valores citados por Recuero (2010): a visibilidade. Ao estabelecerem conexões com amigos e familiares, há um aumento da visibilidade social dos indivíduos, por estarem mais expostos e mais visíveis. Elisson *et al* (2007) também destacam que a visibilidade está relacionada à manutenção dos laços sociais.

Há ainda comentários relacionados a outros valores descritos por Recuero (2010), como reputação e popularidade:

37. "posto para, de alguma forma, provocar reações... em mim e nos outros" (ENTREVISTADO 1)

38. "... a única forma de chegar nas pessoas é pelo Facebook" (ENTREVISTADO 1)

39. "veio o Facebook e fiz a pagina, pras pessoas me encontrarem, conhecerem minha história" (ENTREVISTADO 1)

40. "As pessoas compartilham sobre como foi o dia delas. Querem saber do meu dia? Tá aqui olha" (ENTREVISTADO 4)

41. "Geralmente eu posto a matéria que eu escrevo. Acho bacana que as pessoas ali do meu círculo do Facebook, meus amigos, saibam" (ENTREVISTADO 9).

Essas interações, potencializadas pelo uso do Facebook, influenciam diretamente na reputação e na popularidade do indivíduo, percebida pela quantidade de comentários nas postagens, pelo número de visitas ao perfil e pelo alcance da informação postada. Essas características tem relação com o valor de autoridade, que está relacionado ao poder de influência do indivíduo na rede.

Os valores citados acima demonstram que o uso do Facebook pelos membros da organização não está voltado apenas para o relacionamento pessoal entre seus

membros. Esses usos demonstraram que o Facebook é um canal de comunicação e troca simbólica entre os sujeitos entrevistados. Diante disso, faz-se necessário compreender melhor como se dá o processo de comunicação entre eles.

8.3 COMUNICAÇÃO

Já é sabido que a interação social está diretamente relacionada com a comunicação entre os indivíduos. Faz parte da experiência cotidiana, segundo Bretas (2006), que os sujeitos utilizem as interações midiáticas para construir significados. Lyon (2002) também destaca que os relacionamentos mediados por algum tipo de tecnologia viabilizam a troca de conteúdos simbólicos.

Dessa forma, em um contexto marcado pela carga excessiva de trabalho, os sujeitos entrevistados adequaram o meio de comunicação à realidade. No caso do XYZ, a falta de tempo de se relacionarem pessoalmente faz com que utilizem algumas redes sociais digitais para se comunicar.

42. "Internamente eu uso e-mail mesmo, da empresa, que é um e-mail do XYZ, que a gente tem contato com todo mundo, tem até um chat entre nós que a gente vai se comunicando, as vezes você quer perguntar alguma coisa ali mesmo, mas a pessoa está ocupada, então a gente vai se comunicando pelo chat, que é mais prático, mais rápido" (ENTREVISTADO 6).

43. "(...)porque não dá tempo de ficar conversando, então a gente conversa muito pela chat, Não só questões profissionais, questões pessoais também, quando estamos chateadas com alguma coisa, Então usamos o chat mesmo, ali, justamente por não termos tempo de conversar" (ENTREVISTADO 8).

44. "Ela acontece muito por e-mail. Eu cheguei ao ponto de me relacionar tanto com as pessoas por e-mail que quando eu faço coisas pessoais, me pego digitando e-mail" (ENTREVISTADO 4).

45."Pro pessoal daqui, quando quer bater papo, é pelo chat mesmo" (ENTREVISTADO 9).

46."É tudo por e-mail ou pelo chat" (ENTREVISTADO 10).

Como se pôde perceber na fala dos entrevistados, o e-mail e o *chat online* são as redes sociais digitais (Garton; Haythornthwaite; Welman, 1997) mais utilizadas pelos membros da organização. Essas são do tipo emergente (Recuero, 2010). Corrêa (2009) destaca que, no ambiente organizacional, as trocas comunicacionais que ocorrem em ambientes digitalizados assumem características específicas, como a multiplicidade e não linearidade das mensagens, a flexibilização do tempo e a virtualização dos relacionamentos.

No contexto analisado, as mensagens trocadas por meio das redes sociais digitais são múltiplas e não lineares por tratarem de diferentes tipos de assuntos; há a flexibilização do tempo, por permitir trocas rápidas e, por muitas vezes, não-simultâneas, possibilitando relacionamentos entre pessoas em diferentes espaços e tempos; a virtualização dos relacionamentos se dá a medida que o excesso de trabalho dificulta esse contato pessoal, levando os funcionários a utilizarem os meios digitais para se comunicar.

Os conteúdos dessas mensagens se mostra múltiplo. Devido à característica própria do *chat online* que é a velocidade no envio e recebimento de mensagens (Boyd; Ellison, 2007), ele se tornou um meio de comunicação utilizado não só para falar do conteúdo do trabalho, mas também para falar de assuntos pessoais e desabafo.

47."(...) e bate papo mesmo no e-mail, até mesmo quando a gente quer falar alguma coisa, que não é nem questão profissional, as vezes quero comentar alguma coisa, falar de alguma pessoa, a gente faz pelo chat do email mesmo" (ENTREVISTADO 6).

48."O email é pra falar coisas do trabalho mesmo. E quando é uma coisa mais pessoal, mais corriqueira, a gente usa o bate papo, o chat" (ENTREVISTADO 9).

49.“O chat é para alguma coisa mais íntima, fazemos comentários, críticas sobre colegas de trabalho, questões de trabalho que não queremos que ninguém ouça, ou desabafo” (ENTREVISTADO 5).

50.“Medo de vazarem o chat. No dia que vazarem, vai ter demissão em massa neste lugar. Falamos sobre tudo mesmo, falamos até sobre o que não deveria” (ENTREVISTADO 4).

51.“Quando tá muito estressante, (...) saímos pra tomar um café pra poder desabafar. Mas quando não dá pra levantar pra conversar pessoalmente, a gente usa o chat” (ENTREVISTADO 9)

Ao tratar desses conteúdos, é possível observar alguns elementos, denominados por Recuero (2010) de capital social. Para Coleman (2002), o capital social encontra-se no conteúdo embutido nas interações que constituem os laços sociais, que pode ser acumulado, aprofundando um determinado laço e aumentando o sentimento de grupo.

Ou seja, essa troca de conteúdos simbólicos viabilizada pelas redes sociais digitais cria laços sociais entre os membros da organização. Os conteúdos trocados, muitas vezes informações pessoais e desabafos, contribuem para a criação do significado de pertencimento e grupo (Nadkarni; Hofmann, 2012). Isso está diretamente ligado à construção coletiva de interdependência citados no primeiro item.

8.4 CONTEÚDOS SIMBÓLICOS

Os conteúdos pessoais e de desabafo identificados em conversas utilizando, principalmente, o *chat online*, também foram relatados pelos entrevistados. Esses elementos estão relacionados ao excesso de trabalho, salário e problemas de gestão.

52. "É muito cansativo, quando a gente trabalha no fim de semana, são doze dias sem folga, então esse tipo de coisa, não é que desmotiva, mas faz você parar e pensar: nossa, e o resto? Família, namorado... então não tem natal, não tem dia das mães, dos pais, não tem nada!" (ENTREVISTADO 6).

53. " (...) não acho justo eu trabalhar aqui há tantos anos e ganhar a mesma coisa que quem chegou aqui semana passada. Pra mim, uma questão clara de planos de cargos de salário que passou da hora de ter. Antes eu achava que era uma questão salarial, hoje eu já não acho mais. Acho que é muito mais organizacional do que financeira" (ENTREVISTADO 4).

54. "A direção da empresa cobra bastante da gente, mas eles não têm noção de que sete pautas por dia não tem condições de fazermos bem feito" (ENTREVISTADO 5).

55. "Eu já estou há cinco anos aqui e nunca tive um aumento, só o reajuste obrigatório" (ENTREVISTADO 5).

56. "O salário aqui é muito baixo. Sou jornalista e contratada como assistente. Eu não quero mais esperar, quero um trabalho melhor, pra eu ter meu dinheiro, não ter que trabalhar feriado e final de semana" (ENTREVISTADO 9).

57. "Acho que falta uma gestão profissional, sem esse negócio de coleguinha, amiguinho" (ENTREVISTADO 7).

Há outras questões simbólicas relatadas pelos sujeitos que valem ser tratadas em separado. A questão da hora extra é uma delas. Os entrevistados relataram um controle muito rígido, por meio da organização, do horário dos funcionários. Em um contexto de excesso de trabalho, cumprir rigidamente a carga horária se torna uma dificuldade. É o que foi constatado nas falas dos entrevistados.

58. "É uma preocupação constante que eu tenho. Eu já trabalho olhando por relógio porque eu sempre tenho medo de alguém em chamar a atenção" (ENTREVISTADO 8).

59. "Na nossa profissão não tem como você bater cartão, igual funcionário público. Não tem como, então isso me incomoda muito" (ENTREVISTADO 2).

60. "Eu reclamo muito do meu excesso de pauta. E tem aquela cobrança grande de não poder fazer hora extra, ter que dar conta tudo no horário de trabalho" (ENTREVISTADO 5).

A hora extra, portanto, pode ser considerada um símbolo, já que o conceito adotado nesta dissertação é o de que "símbolo é um sinal que expressa algo muito maior do que o propriamente dito" (Morgan, Frost, Pondy, 1983, p. 5). Nesse caso, a hora extra é vista pelos funcionários não só como uma questão legal, mas também com um viés de exploração. Nesse contexto, Morgan, Frost e Pondy (1983) e Gioia (1986) afirmam que símbolos são os modos como os sujeitos compreendem e compartilham significados. E são esses significados que possibilitam que os indivíduos se relacionem.

Segundo Morgan, Frost e Pondy (1983) e Turner (1990), símbolos podem ter diferentes significados. Prova disso é que, questões relacionadas à hora extra, baixos salários e excesso de trabalho – que para os funcionários possuem um simbolismo ligado à exploração – são tratadas pelos gestores como questões de cultura organizacional. Isso está presente no discurso deles.

61. "Essa é uma filosofia aqui... todo mundo tem que fazer algo além da sua atividade em prol do lucro" (ENTREVISTADO 1).

62. "A casa é um local que a rentabilidade é um fator muito importante. Nós precisamos ser um centro de receita e não de custo. Então é fundamental que as coisas funcionem bem pra que os custos sejam muito bem colocados" (ENTREVISTADO 1).

63. "Produtos da rede VVC são todos produtos rentáveis. Essa é uma permissão da empresa. Não trabalhamos com produtos que dão prejuízo" (ENTREVISTADO 1).

Os relatos acima descritos mostram que os conteúdos simbólicos trocados via redes sociais digitais estão diretamente relacionados à construção coletiva do ambiente organizacional. Maines (1977) já afirmava que é por meio da comunicação que as pessoas se transformam e transformam seus ambientes. Nesse caso, destaca-se o uso do *chat online* para viabilizar essa comunicação.

Ao analisar os dados coletados na Netnografia também demonstram certa insatisfação com o excesso de trabalho.

64. "É isso! Cansada, exausta, mas tentando manter o foco! No pain no gain! :)" (ENTREVISTADO 2)

65. "Alguém pode, por favor, tirar esse trator de cima de mim?? =((ENTREVISTADO 3).

66. "Trabalho no feriado, não tenho TV a cabo, ando de carro sem ar condicionado e ainda estou acima do peso. Vou ali dá meu #GritoDosExcluidos" (ENTREVISTADO 5)

67. "Hoje é dia de desejar um bom dia mais que especial aos amigos que em pleno feriadão estão trabalhandoooo!!!!" (ENTREVISTADO 7)

Pode-se observar que os relatos do que é tratado no *chat online* e no Facebook (identificado por meio da Netnografia) possui uma diferença significativa: os relatos dos assuntos tratados no *chat* são mais diretos, as reclamações quanto a excesso de trabalho, hora extra e salário são claras. Já no Facebook, observam-se mensagens subliminares, que só são compreendidas por quem tem conhecimento do contexto em que os sujeitos estão inseridos. São reclamações veladas.

Se as postagens feitas no Facebook forem analisadas separadamente, poder-se-á perceber que os conteúdos, em sua maioria, estão ligados, basicamente, a fatos cotidianos, contatos com amigos e familiares, humor, entretenimento, opiniões e desabados.

68. "TPM, chocolate, TPM, sorveteinho, TPM, lágrimas/euforia. Tá fácil não... :((ENTREVISTADO 9).

69."Eu reclamo mesmo. Não sou cuscuz pra ficar abafado" (ENTREVISTADO 5).

70."Eu juro que queria ter um órgão no meu corpo que "produzisse" paciência. Meu cérebro não tá dando conta do recado" (ENTREVISTADO 2)

71."Sarney tem quanto tempo de "experiência" mesmo? Pergunto porque acho que se experiência for diferencial para eleger alguém ele nem precisa mais disputar eleição!" (ENTREVISTADO 4)

Ao falar de conteúdos postados, os entrevistados começaram a dar indícios de preocupações com o excesso de exposição e privacidade. Segundo Boyd (2008), a possibilidade que o Facebook dá de o usuário ver, na página inicial, as ações de seus contatos na rede, começou a gerar maior preocupação com essas questões.

72."Não uso o Facebook pra postar nada. Eu não gosto dessa exposição, as pessoas não têm que saber o que a gente está fazendo" (ENTREVISTADO 1).

73."Difícilmente uso para postar coisas pessoais. Não acho que rede social seja um lugar pra reclamar" (ENTREVISTADO 3).

74."Tenho coisas pra falar que eu acho que muitas pessoas não vão concordar, vão olhar com outros olhos, vão olhar diferente. Então eu só posto coisas leves, superficiais, que não afetam ninguém" (ENTREVISTADO 10)

75."Não sinto necessidade de me expor, de ter a aprovação das pessoas, de saber se eu sou popular ou não, de querer aparecer" (ENTREVISTADO 7).

Houghton e Joinson (2010) destacaram que o receio com o excesso de exposição está relacionado ao fato dos "amigos" do Facebook pertencerem a grupos distintos, que envolvem amigos pessoais, familiares, contatos profissionais, entre outros. Esse fato foi relatado por um dos entrevistados.

76."Eu acho que no Facebook não podemos ser a gente mesmo. O Facebook é uma página pessoal que você expõe suas opiniões, suas preferências, mas seu melhor amigo está vendo, mas seus pais também estão vendo, seu chefe está vendo... então eu acho que você nunca pode ser você" (ENTREVISTADO 10)

Diante dos fatos relatados, pode-se relacionar o uso do Facebook com preocupações com conteúdos de postagens, visibilidade e produtividade. Essas tensões podem servir de explicação para que a troca de conteúdos simbólicos se dê mais pelo *chat online* do que pelo Facebook. É o que será mais bem explicado a seguir.

8.5 TENSÕES RELACIONADAS AO USO DO FACEBOOK PELOS MEMBROS DA ORGANIZAÇÃO

Toda simbologia que envolve o uso do Facebook – visto como um local de exposição, de visibilidade social – pode ser a explicação para as tensões observadas em relação ao uso dele. Houghton e Joinson (2010) descrevem que as questões de privacidade envolvendo o Facebook podem ser vistas por meio da perspectiva do controle.

Os relatos dos sujeitos entrevistados demonstram que não se relacionam pessoalmente via Facebook e não postam conteúdos simbólicos relacionados ao trabalho por medo da exposição e do alcance que isso terá. Observa-se um desconforto pelo fato dos gestores estarem na rede de contatos dos funcionários e isso faz com que eles se sintam vigiados.

77."Acho que as pessoas pensam muito antes de postar, porque as pessoas vão ver, o chefe vai ver, e pode ficar feio, ruim, podem me mandar embora... então acho q as pessoas pensam muito nisso antes" (ENTREVISTADO 6).

78."Eu confesso que, depois que o chefe se tornou meu amigo de Facebook, eu deixei ainda mais de publicar as coisas" (ENTREVISTADO 8)

79."Não sei se a empresa vigia, mas sei que não posso comentar isso porque fulano pode ver. Às vezes eu penso: "ai gente, que vontade de comentar alguma coisa", mas não comento por conta disso. Medo deles verem. Me sinto um pouco vigiado sim" (ENTREVISTADO 5)

80."Às vezes uso pra desabafar (...) mas o que acontece: a chefe tem Facebook, então dificilmente eu vou falar alguma coisa específica do trabalho (ENTREVISTADO 9).

81."Dependendo do post pode dar problema. Às vezes algumas opiniões que você tem sobre seu local de trabalho, você não pode ficar falando pra todo mundo. Eu nunca falo nada" (ENTREVISTADO 10).

É interessante notar que essa sensação de vigilância não está somente relacionada à presença dos gestores nas redes. Há um entendimento compartilhado pelos sujeitos de que os próprios colegas de trabalho se vigiam.

82."Eu acho que as próprias pessoas se vigiam, não só no ambiente de trabalho, mas fora também. E eu acho que é mais por isso que eu não uso tanto o Facebook" (ENTREVISTADO 6).

83."Como o Facebook tem uma exposição grande, se a gente fizer um comentário daqui acaba criando uma proporção grande. Uma vez eu cheguei aqui na redação (...) e fui na geladeira e tinha um pacotinho de uma amiga escrito "favor não pegar". Eu achei aquilo muito engraçado, tirei uma foto e botei no Face. Aí veio um colega e falou: "pelo amor de deus, tira isso aí, como fica a imagem da empresa você falando que roubam comida na geladeira?". Não me atentei pra isso. Fui lá e tirei. Depois desse dia eu passei a ter mais cuidado com as coisas que eu coloco aqui da empresa" (ENTREVISTADO 5).

84."Já postei duas coisas que eu excluí. Uma delas foi sobre a saída de um colega de trabalho (...). O pessoal da redação disse que era pra eu tirar. Aí eu fiquei com a consciência pesada e tirei. Então eu não posso

escrever tudo que eu penso, de jeito nenhum, porque todo mundo vê" (ENTREVISTADO 10).

85."Teve uma vez uma menina aqui que postou uma foto de biquíni... aí eu cheguei pra ela e falei: olha só, um monte de gente vai ver seu Facebook. É desse jeito que você quer ser vista? Ou você quer aparecer como alguém sério?" (ENTREVISTADO 1).

Observa-se aqui, claramente, que parte dos funcionários evitam o contato pessoal e a troca de conteúdo simbólico via Facebook por acreditarem que estão sendo vigiados não só pelos gestores, mas também pelos seus colegas e trabalho e pessoas de fora dele. O excesso de exposição gera medo de utilizá-lo.

Pode-se relacionar o fato acima citado ao Panóptico de Foucault (2007), um dispositivo de vigilância da sociedade disciplinar que implicava na organização dos indivíduos por meio da interiorização do controle. O objetivo é induzir o indivíduo a um estado de permanente vigilância que assegura o funcionamento do poder. "Quem está submetido a um campo de visibilidade, (...) retoma por sua conta as limitações do poder; (...) desempenha simultaneamente os dois papéis: torna-se o princípio da sua própria sujeição" (Foucault, 2007, p. 168).

Há que se ressaltar que segundo Deleuze (1992), a forma de poder instaurada após o século XX caracterizava-se pelo controle contínuo e difuso. A internet seria parte do Panóptico contemporâneo. Deleuze (2000, p. 220) classificou esse momento atual de "Sociedade de Controle".

Há que se notar, também que no discurso dos próprios gestores há indícios de vigilância de funcionários por meio do Facebook. Há preocupações com divulgações informações estratégicas (Constant et al, 1996; Wellman, 1996) e queda na produtividade (Cardoso, 2009). Como observado por Ribeiro (2000), a ação gestora encontra nesses locais suporte para sua difusão e legitimação.

86."Uma vez uma pessoa faltou... mentira! Tava no Facebook, postou foto, estava em São Paulo, na balada. Entendeu? Eu não vou entrar no

Facebook pra buscar isso, mas as pessoas sacam! Então não é monitorar o Facebook, mas acho que a gente precisa definir algumas regras" (ENTREVISTADO 1).

87."Aconteceu de várias vezes a pessoa estar no Facebook em vez de apurar alguma matéria. Já chamei várias vezes a atenção" (ENTREVISTADO 2).

88."Uma vez a gente fez uma reunião aqui porque alguém postou alguma coisa aqui da redação. Aí eu falei: "não, isso eu não quero". Não tem que levar coisas daqui pro Facebook. Eu acho isso negativo" (ENTREVISTADO 1).

89."Por exemplo, na época eleitoral, não dá pra eu ir no meu Facebook e ficar falando se eu gosto mais do candidato tal. Isso tem um peso. Não é você que esta falando. É você, jornalista daquele veículo" (ENTREVISTADO 1)

Esse discurso organizacional, de preocupação com informações estratégicas sendo expostas no Facebook foi transmitido aos funcionários em uma reunião. De acordo com os entrevistados, esse fato aumentou o medo da vigilância e fez com que eles reproduzissem esse discurso, legitimando a ação gestora (Ribeiro, 2000).

90."Depois dessa reunião, mudou. Agora pouca gente usa (...) foi uma reunião bem geral porque tinha gente que ficava falando coisas do trabalho no Facebook tipo: "estamos apurando tal coisa". E isso não se faz. Então era pra deixar o pessoal ligado" (ENTREVISTADO 9).

91."Vejo muitas pessoas "entregando" as pautas pelo Facebook. Elas falam muito da vida aqui. (...) Postam algo do tipo "cobra venenosa, você não vai me atingir", logo depois de algumas brigas aqui durante o expediente. Acho muito direto, muito ofensivo. Ninguém de fora precisa saber o que acontece aqui" (ENTREVISTADO 4).

92."O chefe mesmo esses dias falou pra gente que o Facebook, mesmo sendo para uso pessoal, você está ali como funcionário do XYZ, as pessoas sabem que você trabalha aqui, e acabam não separando" (ENTREVISTADO 5)

93. "As pessoas de fora daqui ficam comentando que a gente está no Facebook no horário de trabalho. Se eles me veem no Facebook no horário de trabalho vão pensar o que? Que eu não faço nada!" (ENTREVISTADO 9).

94. "Até na vida pessoal eu acho que tem limite, porque querendo ou não eu sou formadora de opinião, eu sou uma pessoa que trabalha em veículo, então eu tenho que me preocupar com o que eu posto em rede social. As pessoas confundem muito o que é o pensamento da empresa e o que é o nosso. Então eu tento me policiar no que eu posto" (ENTREVISTADO 4).

Nos relatos citados acima é possível observar que há uma incorporação, por parte dos funcionários, do discurso organizacional, uma vez que, após a reunião feita pelos gestores, os funcionários passaram a acreditar que o que eles postam no Facebook está diretamente ligado ao conteúdo do trabalho. Isso demonstra que, no Facebook, há uma quebra do limite entre os espaços organizacionais e individuais (Corrêa, 2009).

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao retomarmos o objetivo dessa dissertação que é compreender as relações entre os usos do Facebook pelos membros do Jornal Online XYZ e a interpretação dos símbolos organizacionais, podemos fazer algumas afirmações, após a análise dos dados coletados.

Ao analisar o relacionamento entre os sujeitos da pesquisa, foi possível observar um processo simbólico de interpretação das ações (Carvalho, 2010). Os entrevistados destacaram o excesso de trabalho e a dificuldade que isso provoca na interação social entre eles. Em contrapartida, esse mesmo excesso de trabalho gera uma construção coletiva de interdependência. Nesse sentido, Vergara e Caldas (2005) afirmam que o cotidiano é visto como um contexto em que o indivíduo compreende o ambiente e atua de acordo com essa compreensão.

Essa dificuldade de interação relatada pelos entrevistados está evidenciada na utilização do Facebook pelos membros da organização. Os dados colhidos na Netnografia mostram que o relacionamento deles via redes sociais digitais é também muito restrito.

Os usos descritos pelos sujeitos – entretenimento (Ellison *et al*, 2006); comunicação e manutenção das relações (Dwyer *et al*, 2007); trocas de informações sobre o cotidiano por meio da navegação entre os perfis (Golder *et al*, 2007); reforço de conexões (Subrahmanyam *et al*, 2008); e acesso à informações profissionais (Shirky, 2012) – demonstraram que o Facebook é um canal de comunicação e troca simbólica entre os sujeitos entrevistados. Esse argumento vai ao encontro do entendimento de Lyon (2002), que destaca que os relacionamentos mediados por algum tipo de tecnologia viabilizam a troca de conteúdos simbólicos.

Essas trocas também ocorrem por meio de outras redes sociais digitais, como o *e-mail* e o *chat online*. Ao analisar o conteúdo dessas postagens, foi possível observar que há diferenças entre os tipos de usos nessas mídias: os relatos dos assuntos tratados no *chat* são mais diretos, as reclamações quanto a excesso de trabalho,

hora extra e salário são claras. Já no Facebook, observam-se mensagens subliminares, veladas, que permitem a compreensão apenas pelas pessoas que conhecem o contexto no qual aqueles sujeitos estão inseridos.

Esse uso diferente do Facebook pode ser explicado pelo significado compartilhado pelos sujeitos de que essa mídia está muito ligada à exposição e visibilidade social. Dessa forma, criou-se um receio coletivo de utilizar essa rede social, por acreditarem que estão sendo vigiados não só pelos gestores, mas também pelos seus colegas de trabalho e pessoas de fora dele. O excesso de exposição gera medo. Houghton e Joinson (2010) afirmam que essas questões relacionadas à privacidade envolvendo o Facebook podem ser vistas por meio da perspectiva do controle.

Esse medo da vigilância mútua pode demonstrar o contexto organizacional que os funcionários acreditam estar inseridos: um local onde todos são controlados, em busca da produtividade e do lucro. A própria vigilância também é algo simbólico.

Portanto, ao voltar à pergunta principal à qual essa dissertação pretende responder - como o uso do Facebook no cotidiano das pessoas dentro e fora do Jornal Online XYZ articula a interpretação dos símbolos organizacionais? – pode-se afirmar que a interpretação dos símbolos organizacionais como salário, hora extra e excesso de trabalho não se dá diretamente pelo uso do Facebook – e sim, pelo uso do *chat online* – mas o medo da vigilância perpassa todas essas interpretações dos símbolos. Vigilância em cumprir horários e não fazer hora extra; vigilância no excesso de trabalho; vigilância em não reclamar de baixos salários. Enfim, uma vigilância velada em prol da manutenção do que os gestores acreditam ser parte da cultura organizacional: o lucro. E é por causa dessa vigilância que os sujeitos buscaram um local mais privado para falarem dessas questões: o *chat*.

Esta dissertação limita-se pelo fato da impossibilidade de se tratar de todos os usos possíveis, já que eles são infinitos. É necessário observar que os dados estão relacionados a um contexto específico, mas podem servir de base para pesquisas futuras, em outros contextos.

Entre essas pesquisas futuras, podem-se destacar algumas. Primeiramente, acredita-se que caberia uma análise mais aprofundada da relação entre o uso do Facebook por meio da perspectiva do controle (Houghton; Joinson, 2010), o Panóptico (Foucault, 2007) e a Sociedade do Controle (Deleuze, 2000). Os sujeitos entrevistados nesse contexto organizacional afirmaram não utilizar o Facebook por considerarem que estão sendo vigiados pelos gestores e colegas de trabalho. Esse estado permanente de vigilância, interiorizado pelos indivíduos, tem legitimado a ação gestora e, conseqüentemente, o funcionamento do poder.

Outras pesquisas podem, ainda, analisar a relação entre a ação gestora e o uso do Facebook. Entrevistados relataram que os gestores da organização analisada fizeram uma reunião para tratar como os funcionários deveriam utilizar a rede social digital. Nesses relatos, houve afirmações de que a postura de uso dos membros organizacionais foi alterada, fazendo com que as postagens relacionadas ao trabalho fossem reduzidas. Nesse sentido, vale analisar a efetividade das manifestações dos gestores no tocante às implicações do uso do Facebook.

10. REFERÊNCIAS

- AGUIAR, S. **Redes Sociais na Internet: desafios à pesquisa**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.
- ALBUQUERQUE, F. M. F. de; PEREIRA, R. C. F.; BELLINI, C. G. P. **Do repertório de comportamentos do consumidor: retaliação e vingança no ciberespaço**. R. Adm., São Paulo, v. 46, n. 2, p. 135-149, abr/mai/jun 2011.
- ALVESSON, M.; BERG, P. O. **Corporate culture and organizational symbolism**. Berlin: de Gruyter, 1992.
- AKTOUF, O. O simbolismo e a cultura da empresa: dos abusos conceituais às lições empíricas. In: CHANLAT, J. F. (org). **O indivíduo nas organizações: dimensões esquecidas**. São Paulo: Atlas, 1994, v.2, p. 39-79.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade**. Petrópolis: Vozes, 1978.
- BERTOLINI, S. BRAVO, G. **Social Capital: a Multidimensional Concept**. 2004. Disponível em: < <http://migre.me/9e6l4>> Acesso em: 30 de novembro de 2011.
- BLUMER, H. **Symbolic interactionism: perspective and method**. USA: University of California Press, 1986.
- BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação**. Portugal: Porto Editora, 1994.

BOYD, D. **Facebook's privacy trainwreck**: exposure, invasion and social convergence. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 14, n. 1, 2008, p. 13-20.

BOYD, D. **Why Youth (Heart) Social Network Sites**: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. Cambridge, MA: MIT Press, 2007.

BOYD, D. M. ELLISON, N. B. **Social Network Sites**: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, 2007.

BOYD, D. HARGITTAI, E. **Facebook privacy settings**: who cares? *First Monday*, v. 15, n. 8, 2010.

BRETAS, B. Interações cotidianas. In: GUIMARÃES, C. FRANCA, V. (Orgs). **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**: elements of the sociology of corporate. USA: Athenaeum Press, 1979.

CALDAS, M. P.; WOOD JR., T. **Identidade Organizacional**. *Revista de Administração de Empresas*, v.37, n.1, p.6-17, jan/mar. 1997.

CAPELLE, M. C. A.; SILVA, A. L.; VILAS BOAS, L. H. B.; BRITO, M. J. de. **Representações das relações de gênero no espaço organizacional público**. *Revista de Administração Pública*, v. 36, n. 2, 2002.

CAPRA, F. Vivendo Redes. In: DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

CARDOSO, C. G. Novas formas de comunicação organizacional na sociedade da informação. In: KUNSCH, M. **Comunicação Organizacional** V. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

CARVALHO, V. **Interacionismo simbólico**: origens, pressupostos e contribuições aos estudos organizacionais. VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Florianópolis, maio, 2010.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

CAVALCANTE, R. C. **Comunicação Organizacional**: uma abordagem a partir do Interacionismo Simbólico. XXXII Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, setembro de 2008.

CHARNIGO, L.; BARNETT-ELLIS, P. **Checking out Facebook.com**: The Impact of a Digital Trend on Academic Libraries. *Information Technology and Libraries*, 2007, p. 23-34.

COLEMAN, J. S. Social Capital and the Creation of Human Capital. In: **Contemporary Sociological Theory**. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2002, p. 110-117.

CONSTANT, D., SPROULL, L., KIESLER, S. **The Kindness of Strangers**: The Usefulness of Electronic Weak Ties for Technical Advice. *Organization Science*. vol.7, n.2, 1996, p.119-135.

CORRÊA, E. S. Comunicação Digital e Novas Mídias Institucionais. In: KUNSCH, M. **Comunicação Organizacional V. 1**. São Paulo: Saraiva, 2009.

COSSETE, P. The study of language in organizations: a symbolic interactionist stance. **Human Relations**, v.51, 1998, p. 1355-1377.

DEGENNE, A.; FORSÉ, M. **Introducing Social Networks**. London: Sage, 1999.

DELEUZE, G. **Conversações**: 1972 - 1990. São Paulo: Ed. 34, 1992.

DELEUZE, G. **Uma vida filosófica**. São Paulo: Ed. 34, 2000.

DONATH, J. Identity and deception in the virtual community. In: KOLLOCK, P.; SMITH, M. (Orgs). **Communities in Cyberspace**. London: Routledge, 1998.

DONATH, J.; BOYD, D. Public displays of connection. *BT Technology Journal*, v. 22, n. 4, 2004.

DWYER, C.; HILTZ, S. R.; PASSERINI, K. **Trust and privacy concern within social network sites**: a comparison of Facebook and MySpace. Trabalho apresentado na Thirteenth Americas Conference on Information Systems, Keystone, Colorado, 2007.

ELLISON, N. B.; STEINFIELD, C.; LAMPE, C. **Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital**: The Role of Facebook. Trabalho apresentado na Annual Conference of the International Communication Association, Dresden, Germany, 2006.

ELLISON, N. B., STEINFIELD,, C., LAMPE, C. **The benefits of Facebook "friends:"** Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, n.4, v.12, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

FRANCA, V. R. V. Comunicação, sociabilidade e cotidiano: o fio de Ariadne a palavra da rua. In: FAUSTO NETO A.; PINTO M. J. (Org). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro, 1996, p. 103-111.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Editora Plano, 2003.

GARTON, L; HAYTHORNTHWAITE , C. e WELLMAN, B. **Studying Online Social Networks**. *Journal of Computer Mediated Communication*, n. 3, vol 1, 1997.

GIOIA, D. A. Symbols, scripts and sensemaking: creating meaning in the organizational experience. In: SIMS, H. P.; GIOIA, D. A. (Eds) **The thinking organization**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1986, p. 49-74.

GROSS, R. ACQUISTI, A. **Information revelation and privacy in online social networks**. Trabalho apresentado no ACM Workshop on Privacy in the electronic society, Alexandria, Virginia, 2005.

GODOY, A. S. **Pesquisa Qualitativa**: tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 35, n. 3, Mai/Jun 1995, p. 20-29.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOLDER, S. A.; WILKINSON, D.; HUBERMAN, B. A. **Rhythms of Social Interaction: Messaging within a Massive Online Network**. Trabalho apresentado na 3rd International Conference on Communities and Technologies (CT2007). East Lansing, MI, 2007.

GUARESCHI, P. A. “Sem dinheiro não há salvação”: ancorando o bem e o mal entre os neopentecostais. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs). **Textos em representações sociais**. 8. Ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. Oxford: Blackwell, 1990.

HAYTHORNTHWAIT, C. **Social networks and Internet connectivity effects**. Information, Communication & Society Vol. 8, No. 2, June 2005, pp. 125–147.

HINE, C. **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

HOUGHTON, D. J.; JOINSON, A. N. **Privacy, Social Networks Sites and Social Relations**. Journal of Technology in Human Services, v. 28, n. 1-2, 2010.

HUGHES, D. J.; ROWE, M.; BATEY, M.; LEE, A. **A tale of two sites:** Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computer in Human Behavior*, v. 28, 2012, p. 561-569.

JAIME JR, P. Um texto, múltiplas interpretações: antropologia hermenêutica e cultura organizacional. In: Cavedon, N. & Lengler, J. (Orgs.). **Pós-modernidade e etnografia nas organizações**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005, p. 145-169.

JUNIOR, V. J. O. **Social Media tips:** o que os manuais corporativos têm a dizer sobre o uso de redes sociais digitais? V Simpósio Nacional ABCiber, 16 a 18 de novembro de 2011 – UFSC.

KOZINETS, R. V. On Netnography: initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. In: **Advances in Consumer Research**, Vol. 25, ed., Joseph Alba and Wesley Hutchinson, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1998, p. 366-371.

KOZINETS, R. V. **Netnography:** doing ethnographic research online. London: Sage, 2010.

LAMPE, C., ELLISON, N., STEINFELD, C. **A Face(book) in the crowd:** Social searching vs. social browsing. Trabalho apresentado na Conference on Computer Supported Cooperative Work. New York: ACM Press, 2006, p. 167-170.

LUNA, S. V. O planejamento de pesquisa como tomada de decisões. In: _____. **Planejamento de Pesquisa:** uma introdução. São Paulo: Educ, 2000. Cap. 1, p. 13-79.

LYON, D. **Cyberespace:** beyond the information society? In: John Armitage & Joanne Roberts (Eds). *Living with Cyberespace*. Bodmin: 2002.

MAINES, D. R. Social organization and social structure in symbolic interactionist thought. **Annual Review of Sociology**, v. 3, 1977, p. 235-259

MARCHIORI, M. R. As interconexões entre cultura organizacional e comunicação. In: KUNSCH, M. **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. V. 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

MATTOS, P. L. C. L. **A entrevista não estruturada como forma de conversação: razões de sugestões para sua análise**. RAP. Rio de Janeiro, vol.39, n.4, Jul/Ago 2005, p. 823-847.

MATTOS, P. L. C. L. **“Os resultados dessa pesquisa não podem ser generalizados”**: pondo os pingos nos is de tal ressalva. Cadernos EBAPE, v.9. Edição Especial, artigo 1, Rio de Janeiro, julho de 2011.

MAZER, J. P.; MURPHY, R. E.; SIMONDS, C. J. **The effects of teacher self-disclosure via Facebook on teacher credibility**. Learning, media and technology, v. 34, n.2, 2009, p. 175-183.

MENDONÇA, J. R. C. **Interacionismo simbólico**: uma sugestão metodológica para a pesquisa em Administração. REAd. Ed. 26, v. 8, n. 2, mar-abr 2002.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em Saúde. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1999.

MINAYO, M. C. S. & SANCHES, O. **Quantitativo-Qualitativo**: Oposição ou Complementaridade? Cad. Saúde Pública. Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/set, 1993.

MORGAN, G.; FROST, P. and PONDY, L. Organizational symbolism. In: PONDY, L. et al (eds.). **Organizational Symbolism**. Connecticut: Jay Press, 1983. P. 3-35.

MOSCOVICI, S. O fenômeno das representações sociais. In: MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em Psicologia Social. Petrópolis: Vozes, 2003, p. 29-110.

MOTTA, F. C. P. **Cultura e organizações no Brasil**. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, FGV. Relatório de Pesquisa Nº 15, 1996.

NADKARNI, A.; HOFMANN, S. G. **Why do people use Facebook?**: Personality and Individuals Differences, v. 52, 2012, p. 243-249.

PEREIRA, M. A. **Internet e mobilização política** - os movimentos sociais na era digital. Teoria & Sociedade (UFMG), v. 18.2, p. 10-33, 2010.

PIMENTEL, T. D.; CARRIERI, A. de P.; LEITE-DA-SILVA, A. R. **Ambiguidades identitárias na “Feira Hippie”/Brasil**. Comportamento organizacional e gestão, v.13, n.2, p. 213-236, 2007.

PRADO, G. Redes e ambientes virtuais artísticos. In: DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador**: a comunicação e a educação à distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Março de 2003.

PUTNAM, L. L.; PHILLIPS, N.; CHAPMAN, P. Metáforas da comunicação e da organização. In: CLEGG, S. R. et al (orgs.) **Handbook de estudos organizacionais**. Atlas, 2004. Vol. 3, p. 77-125.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, R. **O capital social em redes sociais na internet**. Revista FAMECOS, v. 28, 2005, p. 88-106.

REICH, S. M.; SUBRAHMANYAM, K. **Friending, IMing and Hanging Out Face-to-Face**: Overlap in Adolescents' Online and Offline Social Networks. *Developmental Psychology*, 2012, vol. 48, n.2, p. 356-368.

RHEINGOLD, H. **The Virtual Community**: Homesteading on the Electronic Frontier. MA: Addison-Wesley Publishing Company, 1993.

RIBEIRO, A. C. T. **La naturaleza del poder**: técnica y acción social. *Interface – Comunicação, Saúde e Educação*, vol. 4, n.7, 2000, p. 13-24.

ROSS, C.; ORR, E. S.; SISIC, M.; ARSENEAULT, J. M.; SIMMERING, M. G.; ORR, R. R. **Personality and motivations associated with Facebook use**. *Computers in Human Behavior*, v. 25, 2009, p. 578-586.

SANTAELA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SAUDER, M. **Symbols and contexts**: an interactionist approach to the study of social status. *The sociological quarterly*, v. 46, 2005, p. 279-298.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SHIRKY, C. **Lá vem todo mundo**: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SMITH, W. P.; KIDDER, D. L. **You've been tagged!** (Then again, maybe not): employers and Facebook. *Business Horizons*, v. 53, n. 5, 2010, p. 491.

SOARES, V. D. Informação como fonte para gestão do conhecimento nas organizações. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII, Rio de Janeiro, 2005. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005.

SPROULL, L.; KIESLER, S. **Connections**: New ways of working in the networked organization. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

STRATI, A. **Organizational Symbolism as a Social Construction**: a perspective from the sociology of knowledge. *Human Relations*, v.51, n.11, 1998.

SUBRAHMANYAM, K.; REICH, S. M.; WAECHTER, N.; ESPINOZA, G. **Online and Offline Social Networks**: use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Developmental Psychology*, v. 29, 2008, p. 420-433.

TRIVINÕS, A. N. S. Pesquisa Qualitativa (Final do Artigo). In: _____. **A pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. Cap 5, p. 158-175.

TURNER, B. A. Introduction. In: TURNER, B. A. (Ed). **Organizational Symbolism**. New York: De Gruyter, 1990, p. 1-11.

VASCONCELOS, I. F. G. **IBM**: o desafio da mudança. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 33, n.3, mai-jun 1993, p. 84-97.

VASCONCELOS, I. F. G.; MASCARENHAS, A. O.; PROTIL, R. M. **Paradoxos culturais na gestão de pessoas**: cultura e contexto em uma cooperativa agroindustrial. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 3, n.1, jan-jun 2004.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERGARA, S. C.; CALDAS, M. P. **Paradigma interpretacionista**: a busca da superação do objetivismo funcionalista nos anos 1980 e 1990. RAE, 2005, vol. 45, n.4, p. 66-72.

WANG, Y.; KOBASA, A. **Privacy in Online Social Networking at Workplace**. International Conference on Computational Science and Engineering, v. 4, 2009, p. 975-978.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis**. Methods and Applications. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

WEBER, M. **The theory of social and economic organization**. New York: The Free Press, 1997.

WELLMAN, B. **Computer networks as social networks**: collaborative work, telework and virtual community. Annual Reviews of Sociology, 1996, v. 22, p. 213-238.

WOOD JR, T. **Organizações de simbolismo intensivo**. RAE, São Paulo, 2000, v. 40, n. 1, p. 20-28.

WYNVEEN, C. J.; KYLE, G. T.; SUTTON, S. G. **Place meanings ascribed to Marine Settings**: The case of the Great Marine Barrier Reef Marine Park. Leisure Science, n. 32, 2010, p. 270-287.

YIN, R. K. **Case Study Research**: design e methods. Vol 5. California: Sage, 2009.

APÊNDICE I – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Entrevistado:

Organização:

Cargo ocupado:

Tempo na função:

Idade:

Fale sobre sua interação com os colegas de trabalho dentro e fora da organização.

- Com quais colegas costuma interagir?

Fale sobre sua interação com seus superiores.

- Com quais superiores costuma interagir?

Fale sobre a comunicação no seu ambiente de trabalho.

- Usos de ferramentas
- Com quem se comunica com cada ferramenta
- Que tipo de informação costuma trocar

Fale sobre as principais ações que você executa no cotidiano das suas atividades de trabalho .

- Descreva o que mais te influencia ao realizar ações.
- Descreva como você influencia outras pessoas ao realizar suas ações.

Descreva aspectos do seu cotidiano na organização que tenham significados que se destacam para você?

- Como esses significados se manifestam em suas relações na organização?
- Quais elementos você destacaria como diretamente relacionados com esses significados?
- Explique essa relação.

Fale da sua relação com o Facebook.

- Usos
- Que tipo de conteúdo costuma postar
- Com quem você se relaciona nas redes
- Se não usa, por que

Fale das relações dos seus colegas de trabalho com o Facebook.

- Como isso influencia as relações entre eles na empresa
- Como isso influencia a relação entre eles e a organização

APÊNDICE II – ROTEIRO DA NETNOGRAFIA

Análise do conteúdo das postagens.

- Relacionadas ao trabalho cotidiano
- Relacionadas aos colegas de trabalho
- Relacionadas estritamente à vida pessoal

Análise do relacionamento entre os colegas de trabalho.

- Como se relacionam via Facebook
- Como se relacionam com pessoas dentro e fora da organização

Análise dos usos do Facebook pelos membros da organização.

- Manifestações simbólicas dos sujeitos