

GESTÃO DO USO DE REDES SOCIAIS NO AMBIENTE DE TRABALHO: Uma análise com funcionários do setor hoteleiro da cidade de Natal/RN

Elizabete Varela da Silva¹
Luiz Mendes Filho²

RESUMO

A Tecnologia da Informação foi uma das inovações que surgiu e ganhou força com a globalização, e se faz presente em todas as partes e segmentos sociais, de diversas formas. Este trabalho tem como objetivo analisar a gestão do uso de redes sociais no ambiente de trabalho, na perspectiva dos funcionários do setor hoteleiro da cidade de Natal/RN. Através de pesquisa quali-quantitativa, exploratória descritiva, utilizando o formulário com perguntas pertinentes, foi possível abarcar questões pertinentes ao tema e através da análise de conteúdo avaliar os resultados. A coleta dos dados ocorreu entre os dias 22 de abril e 19 de maio de 2014, totalizando 52 funcionários respondentes, atingindo 9 hotéis. A maioria dos funcionários usa e acessa redes sociais no trabalho, principalmente através de aparelhos celulares e computadores, mesmo que a empresa não libere o acesso a tais ferramentas. O maior acesso abrange as redes sociais conhecidas como Facebook e Whatsapp, e para os respondentes tal prática pode rematar ou não em danos nas atividades profissionais, depende de cada caso. Conclui-se que o uso das redes sociais no ambiente de trabalho é algo que já faz parte da realidade dos funcionários que atuam em hotéis na cidade de Natal/RN e que, para tais empresas, manter-se conectadas também às redes sociais é uma formidável ferramenta para conquistar outros clientes.

Palavras-Chave: Hotelaria. Internet. Redes Sociais. Ambiente de Trabalho.

ABSTRACT

Information Technology was one of the innovations that emerged and gained momentum with globalization, and it is present in all parts and segments of society, in various ways. This study aims to analyze the management of the use of social media in the workplace, from the perspective of employees in the hospitality industry of Natal/RN. Through qualitative and quantitative research, as well as an exploratory-descriptive approach, a relevant form with questions was used in this paper. It was possible to include pertinent questions to the subject and by content analysis to evaluate the results issues. The data was collected between 22nd of April and 19th of May, 2014, totalizing 52 respondents in 9 hotels. Most employees uses and accesses social media at work, mainly through cell phones and computers, even if the company does not allow access to such tools. Greater access covers known social media like Facebook and Whatsapp, and for the respondents such practice cannot damage their professional activities, but this depends on each case. It is concluded that the use of social media in the workplace is something that is already part of the reality of employees who work in hotels in Natal / RN and that, for such

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Email: elizabetevarela@hotmail.com

² Doutor em Administração pela Auckland University of Technology, Nova Zelândia. Email: luiz.mendesfilho@gmail.com

companies, remain connected to social media is also a powerful tool to conquer other customers.

Keywords: Hospitality. Internet. Social Media. Workplace.

1. INTRODUÇÃO

A Tecnologia da Informação foi uma das inovações que surgiu e ganhou força com a globalização, e se faz presente em todas as partes e segmentos sociais, de diversas formas. Percebe-se atualmente que as empresas estão congregando ao processo de trabalho as tecnologias. Tais tecnologias possibilitam a modernização da empresa, assim a mesma pode operar suas atividades com mais qualidade e oferecer um melhor atendimento ao cliente, além de permitir um sistema de informações, controle e gerenciamento que possa suscitar menos custos. Outro fator de destaque foi o surgimento da internet nos anos 80 e sua proliferação e aceitação por toda a parte, trazendo mudanças significativas em todos os setores da economia e da sociedade. “A Internet é uma tecnologia que revolucionou o mundo, criando novas formas de interação entre pessoas, organizações e negócios” (LOBIANCO e RAMOS, 2004, p. 4). Com a evolução da internet, a partir dos anos 2000 passa a se proliferar as conhecidas mídias e redes sociais, que geraram mudanças no comportamento da sociedade. A todo o momento as pessoas estão conectadas e coletando atualizações de conteúdo. A primeira rede social surgiu em 1995, era conhecida como ClassMates (colegas, em inglês), criação do norte-americano Randy Conrads para reunir amigos da escola e faculdade. A tabela abaixo representa a cronologia dos principais recursos de redes sociais mais utilizadas:

Tabela 01 – Cronologia dos principais recursos de rede social.

1995	1997	2002	2003	2004	2005	2006
Classmates	SixDegrees	Friendster	MySpace	Orkut	Yahoo 360°	Facebook
		Fotolog	Linkedin		Bebo	Twitter
						Tuenti

Fonte: Adaptado de Boletines PandaLabs, 2008, p. 4.

Outro recurso existente na atualidade é o WhatsApp (criado em 2009) e o Instagram, que teve sua origem no ano de 2010, ambos cresceram rapidamente e

fazem parte da rotina diária da maioria das pessoas. As inovações e ferramentas tecnológicas permitem que se possa acessar a internet e as redes sociais em qualquer lugar e a qualquer momento através de aparelhos celulares, computadores e diversos equipamentos. O que facilita a comunicação e interação das pessoas. Um relatório da pesquisa denominada *“Emerging Nations Embrace Internet, Mobile Technology”* publicado pela Pew Research Center apresentou alguns resultados sobre o uso da internet e das redes sociais em países emergentes. A pesquisa foi realizada entre 24.263 pessoas em 24 países emergentes entre o período de 02 de março de 2013 a 1 de Maio de 2013. Dos resultados obtidos com relação ao Brasil, destaca-se que entre os brasileiros que têm acesso à internet, 73% usam redes sociais; 15% das pessoas têm um smartphone e 49% usam a internet. O principal uso para as redes sociais é se conectar com outras pessoas. Ao todo, 96% dos usuários usam as plataformas para dialogar com amigos e familiares. A faixa etária com maior parcela de uso de sites como o Facebook e o Twitter no Brasil são os jovens de 18 a 29 anos. A menor incidência é entre pessoas maiores de 50 anos, com apenas 18%. Assim, observa-se que a população economicamente ativa está usufruindo dos recursos tecnológicos para comunicar-se, entreter-se e informar-se através da internet e das redes sociais.

O acesso fácil através de aparelhos como notebooks, celulares, tabletes, etc. faz com que as pessoas estejam conectadas o tempo todo ao mundo virtual, não observando o ambiente, seja em casa, na rua, ou até mesmo no local de trabalho. Com tanta facilidade, o acesso às redes sociais no ambiente de trabalho é uma realidade. Fato este que causa debate entre empresa e funcionário, quanto ao que seria apropriado com relação ao uso das redes sociais durante o horário de expediente. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo analisar a gestão do uso de redes sociais no ambiente de trabalho, na perspectiva dos funcionários do setor hoteleiro da cidade de Natal/RN. Tal pesquisa tem importância ao passo que destaca o comportamento dos profissionais da hotelaria no que concerne o uso das redes sociais, servindo de base para a empresa na tomada de decisões e afazeres com relação ao emprego adequado da tecnologia da informação. Além do mais, é possível identificar o pensamento do funcionário sobre sua produtividade e desenvolvimento frente o uso dos aparatos tecnológicos e das redes sociais.

As Redes Sociais são um dos maiores acontecimentos atrelados à tecnologia da informação e comunicação no momento atual, e que pode gerar para as

empresas do setor de hotelaria diversas oportunidades, bem como causar impactos negativos quando mal administradas pelos colaboradores dos hotéis.

2. INTERNET E HOTELARIA

O segmento de hotelaria é um dos principais setores do turismo, uma vez que os meios de hospedagens são essenciais em qualquer destino turístico. O Ministério do Turismo (2014) define meios de hospedagens como sendo

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

Com a globalização, surgem as novas tecnologias e aparatos que auxiliam nas atividades relacionadas ao setor hoteleiro. A Tecnologia da Informação e Comunicação trás mudanças significativas para o setor. Beal (2001) relata que o termo "Tecnologia da Informação" serve para designar o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais para a geração e uso da informação. Oliveira (2000, p. 180) relata que “o acesso à informação para todos é uma forma de melhorar a qualidade pelo aprimoramento dos processos” onde todos que atuam na empresa têm papel fundamental.

A eficácia no uso da Tecnologia da Informação consiste em implantar e desenvolver sistemas que melhor se adaptem às necessidades dos usuários, da área de negócio e da empresa, que sejam consistentes com a estratégia global da corporação, que melhor contribuam para aperfeiçoar as atividades e as funções desempenhadas pelos usuários e ainda tragam ganhos em competitividade e produtividade para a empresa (LAURINDO, 2002, p.33).

Para Stair (1998, p. 17) “um sistema de informação eficiente pode ter um grande impacto na estratégia corporativa e no sucesso da organização”. Depende dos recursos utilizados e do uso correto de tais elementos.

O surgimento da internet e o desenvolvimento de programas específicos para cada tipo de setor, fez com que diversas atividades se tornassem mais ágeis e

eficientes. A internet “é uma rede global de redes de computadores” (TURBAN, MCLEAN, WETHERBE, 2004). Para Bissoli (2002, p. 61) “A Internet é uma poderosa ferramenta de pesquisa em qualquer categoria de informação, e no caso de turismo motiva o usuário a utiliza-la cada vez mais”, uma vez que através da internet as pessoas tem a oportunidade de conhecer e aprender sobre qualquer coisa, através principalmente do uso do world wide web (WWW), que “é um sistema com padrões aceitos internacionalmente para armazenar, recuperar, formatar e apresentar informações” (GUIMARÃES, BORGES, 2008, p. 27). Dessa forma, Turban, Mclean e Wetherbe (2004, p. 123) diz que “os recursos cada vez mais aperfeiçoados da internet permitem que as empresas dela se utilizem para a concretização dos mais diversos tipos de negócios”. Os hotéis têm várias formas de utilizar a internet e as TIC's ao seu favor, sejam divulgando seus serviços através de redes sociais, sites etc.; seja com vendas online, e principalmente com investimentos em softwares e sistemas que auxiliam nas principais atividades realizadas por estes empreendimentos.

O setor de turismo é um grande incorporador de tecnologia, nos seus diversos seguimentos, e o seu crescimento sempre depende da capacidade de inovação e do uso da tecnologia para melhoria da gestão, desenvolvimento de novos produtos, aperfeiçoamento da comunicação, otimização das experiências de viagens e personalização do atendimento (GUIMARÃES, BORGES, 2008, P. 10).

Além das diversas possibilidades operacionais, os hotéis podem agregar a internet como forma de divulgação e como instrumento para melhorar seu relacionamento com clientes. Nos dias atuais o uso da internet se faz necessário para o bom desenvolvimento e desempenho da maioria das empresas. Guimarães e Borges (2008, p. 31) afirmam que “não dispor de um site na internet significa permanecer inacessível a milhares de consumidores do mundo todo”. Pois uma ferramenta dessas pode trazer benefícios diversos quando bem utilizada.

3. REDES SOCIAIS NA INTERNET

A interação e as relações sociais adquiriram novas maneiras e significados com o surgimento da internet. Pois as pessoas podem se sentir mais próximas mesmo havendo distância física. “À medida que a conectividade aumenta o mundo

diminui. É a capacidade coletiva de promover desenvolvimento por meio da desinstitucionalização da informação” (IBOPE, 2010). Segundo Guimarães e Borges (2008, p. 6) “as novas tecnologias de informação e comunicação e, notoriamente, a internet trouxeram a possibilidade inédita de comunicação instantânea e ubíqua, ou seja, disponível em toda a superfície do globo terrestre”. As tecnologias digitais alagam um papel fundamental nas mudanças provadas na vida social dos dias atuais.

De acordo com Barefoot e Szabo (2010, p. 28) “a internet se tornou um local comum em que o público responde as notícias, sugere histórias a serem exploradas e até mesmo realiza reportagens”. É nesse contexto que surgem as chamadas redes sociais. Recuero (2009) aborda que uma rede social é definida como a união de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Cada vez mais as pessoas estão gastando tempo do seu dia interagindo com outras pessoas através das redes sociais. De acordo com o Ibope (2010) o acesso às redes sociais foi incorporado à rotina da maioria dos brasileiros.

As primeiras redes sociais surgiram por volta do ano de 1995 e foram crescendo a partir de 2002 com o surgimento do Fotolog e o Friendster, onde este primeiro consistia em publicações baseadas em fotografias. Nos anos seguintes foram surgindo outras redes como: LinkedIn, MySpace, Flickr, Orkut, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e WhatsApp, entre outras, cada um com suas peculiaridades e formas de interação. “O Orkut foi a porta de entrada para a internet no Brasil” (Ibope, 2010). Segundo Barefoot e Szabo (2010, p. 189) “no Facebook, uma boa parte de sua vida profissional é conectada ao seu perfil pessoal”. As redes sociais fazem com que as pessoas se conectem com outros indivíduos, independente de fatores econômicos, financeiros, social e espacial.

Capa pessoa tem seu objetivo ao adentrar em uma rede social. Enquanto algumas pessoas almejam apenas conhecer novos seres, outras buscam interação que desenvolva seu perfil profissional, além de compartilhar ideias, criar laços sociais e obter mais conhecimento sobre determinados assuntos. Cada Rede Social tem seu foco principal, as “redes sociais na Internet possuem elementos característicos, que servem de base para que a rede seja percebida e as informações a respeito dela sejam apreendidas” (Recuero, 2009, p. 25). As principais redes sociais e suas fundamentais funções são:

- Orkut - Rede social filiada ao Google, criada em 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a conhecer pessoas e manter relacionamentos;
- MySpace - Foi criado no ano de 2003 e incide em um serviço que utiliza a internet para comunicação através de uma rede interativa de fotos, blogs e perfis de usuário;
- LinkedIn – Surgiu em 2003, seu objetivo é agrupar profissionais, através de uma listagem abarcante ou mesmo detalhada de vários contatos, sendo pessoas ou empresas, consentindo a interatividade entre os profissionais;
- YouTube - Surgiu em 2005, é um site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da internet;
- Twitter – Criado em 2006, é uma rede social e servidor para microblogging, que admite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres;
- Facebook – Foi lançado em 2004, é uma rede onde os usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos;
- Instagram – Lançado em 2010, é uma rede social online de compartilhamento de foto e vídeo que permite aos seus usuários tirar fotos e vídeos, aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de outras redes sociais;
- WhatsApp – Surgiu em 2009, é uma ferramenta de troca de mensagens instantâneas utilizada principalmente em aparelhos celulares.

O uso frequente das redes sociais se dá, principalmente, pela facilidade em acessar a internet, uma vez que com as inovações tecnológicas surgiram diversos aparelhos e equipamentos para tal função. As pessoas se conectam através de computadores, tablets, notebooks, aparelhos de celulares, smartphones, entre outros, onde grande parte destes aparelhos pode ser conduzida pelos seus proprietários para qualquer lugar.

4. REDES SOCIAIS E O AMBIENTE DE TRABALHO

O uso das redes sociais pelos brasileiros cresce a cada dia. Seja para se divertir, conversar, conhecer pessoas novas ou até mesmo para procurar emprego, a utilização da internet se faz notória. E como existe atualmente uma grande facilidade de acesso à internet, as pessoas se conectam as redes sociais em qualquer lugar e a qualquer momento. O acesso que antes era restrito ao uso do computador pessoal em casa ou em *lan houses*, em horários específicos, hoje é feito a todo o momento através de diversos dispositivos e aparelhos eletrônicos.

Neste sentido, muitas empresas se interrogam e discutem sobre o uso das redes sociais no ambiente de trabalho e, principalmente, em horário de expediente. Sabe-se que atualmente a tecnologia da informação se faz presente em quase todas as organizações. Segundo Oliveira (2000, p. 180) “a informática é a ferramenta que melhor permite trabalhar a informação, facilitando o armazenamento, processamento e recuperação dela, tudo isso com alta velocidade”. Mas para tanto é preciso que as pessoas saibam manusear esta ferramenta. “Há necessidade de profissionais qualificados, capazes de entender a informação e que tenham disposição em aprimorar seu conhecimento e aplica-lo na melhoria de seu trabalho” (OLIVEIRA, 2000, p. 180). O ambiente de trabalho dos dias atuais, com aparatos tecnológicos, propicia a utilização da internet pelos profissionais que atuam nas empresas. Stair (1998, p. 40) aborda que “as organizações usam sistemas de informação para darem apoio às suas metas”.

As empresas utilizam distintos tipos de tecnologia da informação. A maioria delas são adeptas do uso de redes sociais, onde possuem perfis empresariais que servem de comércio eletrônico e divulgação da organização e de seus serviços e produtos. Para Stair (1998, p. 175) “as redes tem sido um instrumento chave no auxílio às empresas para enviar informação imediata à pessoa certa, da forma certa”. Mas quando se trata do uso de redes sociais pelos funcionários das empresas, existe uma preocupação com possíveis problemas que isto pode ocasionar. Parte das empresas proíbe que seus funcionários acessem a internet no local de trabalho, pois acredita que tal ato faz com que a produtividade do colaborador diminua. Mas nos dias atuais é quase impossível intervir sobre tal fato, pois as pessoas se conectam às redes sociais, geralmente, através de aparelhos celulares e/ou outros aparelhos tecnológicos de uso pessoal.

Existem empresas recorrendo a um software especial que monitora o tempo gasto na internet, por funcionário e site acessado. O objetivo do procedimento é eliminar o abuso no acesso durante as horas de trabalho e o acesso a sites “indecentes” (TURBAN, MCLEAN, WETHERBE, 2004, p. 146).

Podem-se relatar três maneiras das empresas agirem no que concerne o uso da internet e das redes sociais no ambiente de trabalho: liberar o acesso livre, permitir o acesso em horários específicos ou, fechar e proibir totalmente o acesso. Cada uma dessas ações pode gerar pontos positivos e negativos, depende da maneira como isto é posto aos funcionários. Um fato que facilita ainda mais o uso das redes sociais no ambiente de trabalho é que muitas empresas liberam o acesso a internet através de *wifi* para seus clientes e, mesmo que alguns estabelecimentos possuam senhas para liberar a conexão, tal informação é facilmente obtida.

5. METODOLOGIA

Para realizar este trabalho foi utilizada a pesquisa do tipo exploratório-descritiva, onde foi estabelecido critérios, métodos e técnicas para sua elaboração, bem como se realizou o estudo, a análise, o registro e a interpretação dos fatos colhidos. Gil (1999) aborda que a pesquisa exploratória é desenvolvida no sentido de acomodar uma visão geral a cerca de certo fato. Com relação a pesquisa descritiva, Gil (1999) relata que ela tem como principal objetivo descrever características de determinada população. Em se tratando de fontes de pesquisas, foram utilizados materiais bibliográficos e acervos documentais de diversas organizações, como: IBOPE, Ministério do Turismo etc. Assim foi empregada a pesquisa de campo, onde o alvo foi os hotéis atuantes na cidade de Natal/RN. A abordagem foi do tipo quali-quantitativa, uma vez que foi realizada entrevista com perguntas abertas e fechadas.

Como população da pesquisa foi utilizada os funcionários que usam redes sociais no ambiente de trabalho, que atuam em hotéis de Natal, considerando uma amostragem do tipo não probabilística por acessibilidade, que segundo Marroti, et al (2008) tal amostragem é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador escolhe os elementos a que tem acesso, aceitando que estes possam representar um universo. Foram realizadas entrevistas online através da ferramenta do Google Drive, bem como entrevistas presenciais através de formulários impressos. A coleta

dos dados ocorreu entre os dias 22 de abril e 19 de maio de 2014, totalizando 52 funcionários respondentes, atingindo 9 hotéis. A análise dos resultados se deu através da análise de conteúdo, de acordo com Olabuenaga e Ispizúa (1989), “a análise de conteúdo é uma técnica para ler e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, que analisados adequadamente nos abrem as portas ao conhecimento de aspectos e fenômenos da vida social de outro modo inacessíveis”. Dessa forma foi possível obter os resultados a serem apresentados.

6. UTILIZAÇÃO E INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO AMBIENTE DE TRABALHO

O acesso fácil à internet e às várias redes sociais existentes faz com que diversas pessoas as utilizem em qualquer lugar ou horário. Na pesquisa foram entrevistadas 52 pessoas que atuam em nove hotéis pertencentes à rede hoteleira da cidade de Natal/RN.

Tabela 02 – Perfil dos entrevistados.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS					
GENERO	%	FAIXA ETÁRIA	%	ESCOLARIDADE	%
MASCULINO	44	16 a 25	38	Ensino Médio	50
FEMININO	56	26 a 35	32	Ensino Superior	35
		36 a 45	24	Pós-graduação	15
		46 a 55	6		

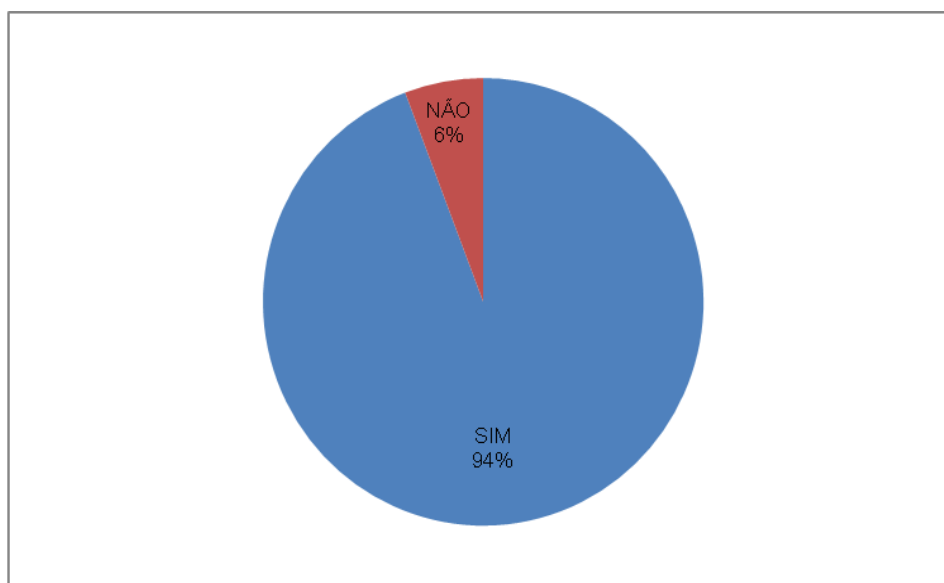
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Dos entrevistados, 29 foram do gênero feminino e 23 do gênero masculino. A maioria deles é considerada jovem e adulta entre 16 e 45 anos. No que concerne escolaridade, se considerar as funções, é possível identificar que a maioria das pessoas que possuem ensino médio atua em funções operacionais. Com relação à função exercida pelos entrevistados, os cargos variam e estão na maioria dos níveis hierárquicos: auxiliar financeiro (1), auxiliar de Departamento Pessoal (1), aprendiz (6), assistente financeiro (3), frigobeiro (1), gerente front office (1), assistente de vendas (1), auxiliar de reservas (1), recepcionista (8), gerente (2), auxiliar de

controladoria (1), Controller financeiro (1), auxiliar de serviços gerais (5), camareira (13), assistente administrativo (3), assistente de eventos (2) e porteiro (2). Dessa forma foi possível atingir os vários níveis hierárquicos.

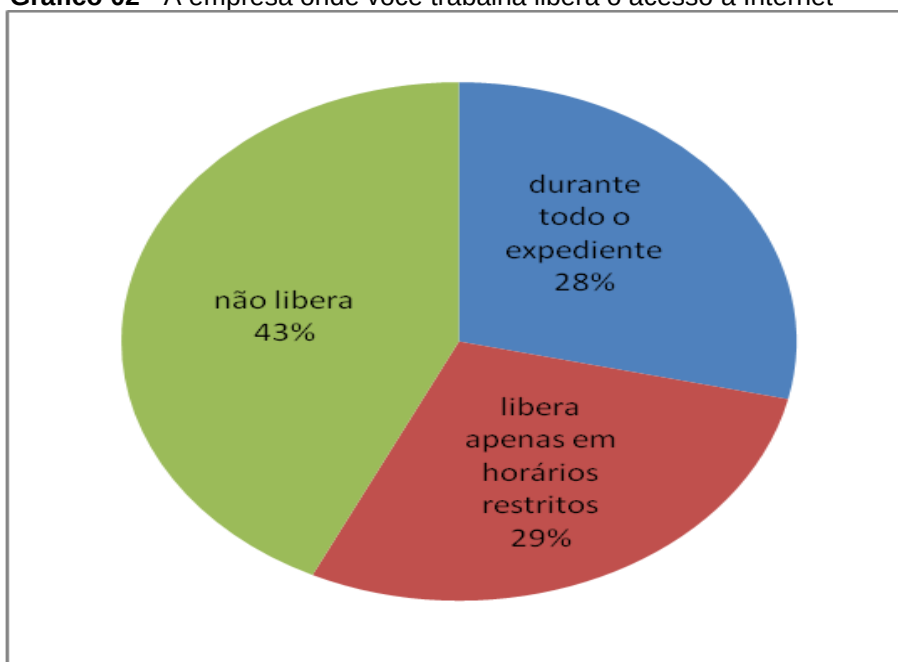
A utilização da internet por parte dos funcionários de uma organização é quase inevitável nos dias atuais, pois geralmente tais pessoas trabalham com ferramentas e informações tecnológicas. Para Turban, Mclean e Wetherbe (2004, p. 146) “há também funcionários que podem se sentir tentados a navegar em interesses particulares em horários de trabalho”. Diversas pessoas utilizam a internet e suas ferramentas tanto no âmbito pessoal como profissional, com ou sem o consentimento de seus gestores. Os resultados da pesquisa apresentaram que a maioria das pessoas acessa a internet no local de trabalho.

Gráfico 01 - costuma acessar a Internet no seu ambiente de trabalho



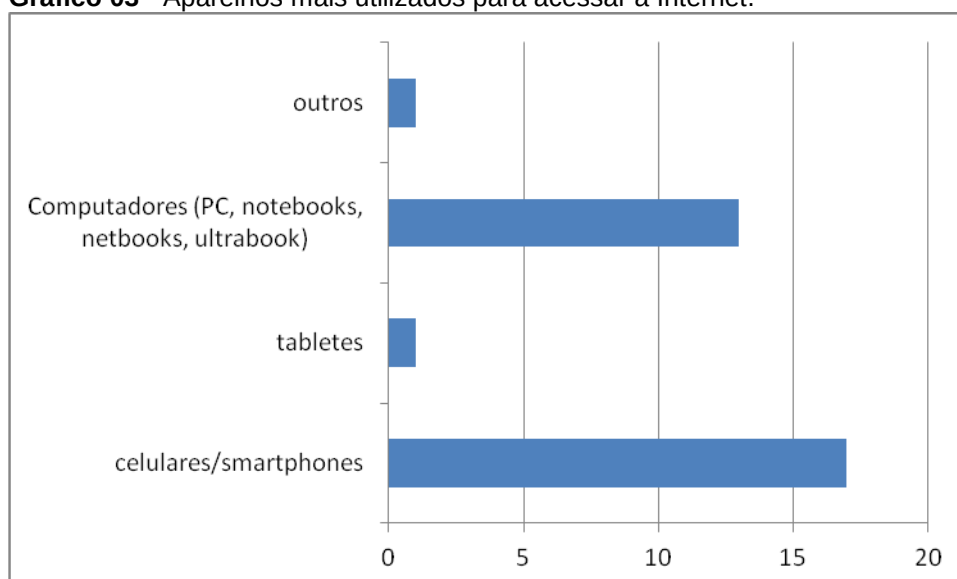
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Atualmente é raro encontrar alguma empresa que não se utiliza da tecnologia da informação para obter alguma vantagem. “Para o sucesso de toda e qualquer empresa, ela precisa ter acesso a informação correta, relevante e no momento certo” (TURBAN, MCLEAN e WETHERBE, 2004, p.146). Um fator abordado na pesquisa foi sobre a liberação ou não deste acesso pelos hotéis onde estes funcionários trabalham, uma vez que com o avanço da tecnologia muitas empresas também estão utilizando a internet e as redes sociais para divulgar e vender seus produtos e serviços. A pesquisa revelou que mais de 50% dos hotéis liberam o acesso, mesmo que este seja em horários restritos.

Gráfico 02 - A empresa onde você trabalha libera o acesso à Internet

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Compete informar que a navegação em sites e a utilização de ferramentas virtuais para fins pessoais podem ser restringidas ou mesmo proibidas pelo empregador, através de seu poder diretivo e regulamentar, principalmente quando isto for realizado através de aparelhos pertencentes à empresa. Quando perguntados sobre quais aparelhos costumam acessar a internet, a maioria utiliza seu celular/smartphone. Das 52 entrevistas, 32 pessoas responderam utilizar os seguintes aparelhos:

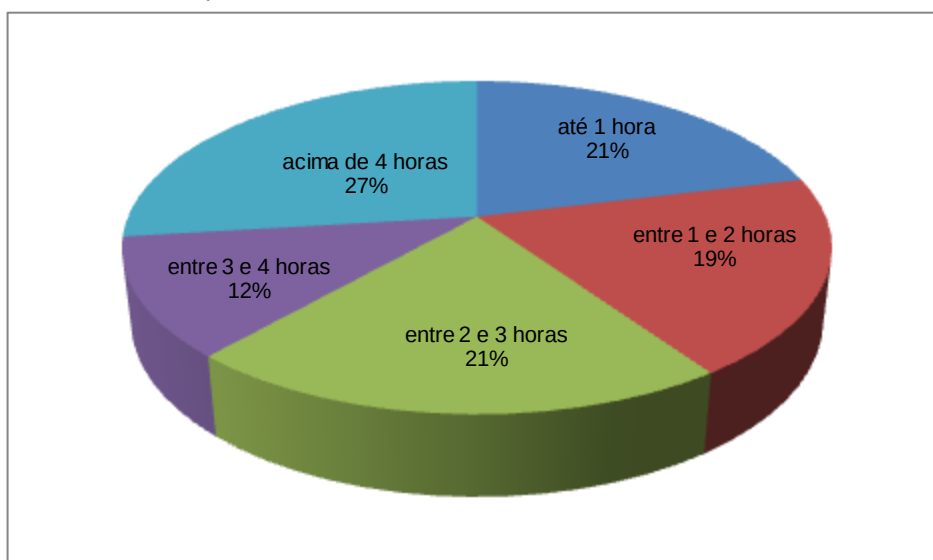
Gráfico 03 - Aparelhos mais utilizados para acessar a Internet.

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Outras 20 pessoas responderam que utilizam mais de um desses aparelhos, uma vez que algumas utilizam aparelhos celulares quando estão no local de trabalho e o computador em casa, ou vice versa. É perceptível que as pessoas estão cada vez mais buscando conhecimento e interação através da internet. Guimarães e Borges (2008, p. 8) alertam que “na era da informação, a maior e mais duradoura vantagem competitiva vem do conhecimento”. Então as empresas devem atentar a como e pra que está distribuindo informação e capacitação aos seus funcionários.

Com relação ao tempo atribuído ao uso da internet e de redes sociais, a pesquisa revelou que os funcionários estão utilizando uma boa parte do seu dia para usufruir de tais recursos, são pelo menos duas horas diárias, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 04 – Frequência de acesso às Redes Sociais.



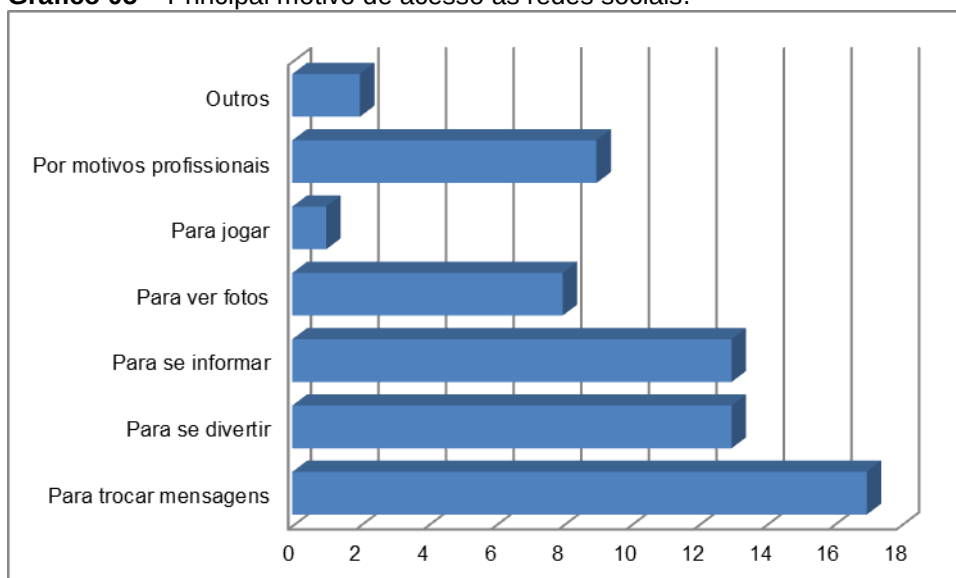
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

O uso das redes sociais sobrepuiu não somente o público jovem, mas também todas as faixas etárias de profissionais. Cada vez mais as pessoas estão aderindo às variadas formas de se comunicar e conectar com os demais. Redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter entre outros fazem parte do cotidiano das pessoas. BAREFOOT e SZABO (2010, p. 189) relatam que “é importante entender que o Facebook pode se tornar um equilíbrio delicado entre sua abertura pessoal e suas atividades profissionais”. Pois dependendo da maneira como se utiliza tal ferramenta, pode causar impactos positivos ou negativos tanto para o profissional como para a empresa. Os pesquisados indicaram as redes sociais mais utilizadas

por eles, resultando nos seguintes dados: Facebook (35%), WhatsApp (33%), Instagram (16%), Twitter (6%), LinkedIn (6%) e outros (4%). É propício informar que destas redes sociais, a ferramenta que tem como foco objetivos profissionais é o LinkedIn, que não é tão utilizado pelos respondentes.

Uma pergunta pertinente foi sobre qual o principal motivo que levam as pessoas a acessarem as redes sociais. A maioria dos pesquisados responderam que fazem tal coisa para principalmente trocar mensagens, se divertir e se informar. Assim, percebe-se que existe a busca pela interação social, as pessoas procuram manter contato umas com as outras de forma cada vez mais dinâmica e instantânea.

Gráfico 05 – Principal motivo de acesso às redes sociais.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

No que concerne a vivência profissional dos entrevistados, foi perguntado se costumam realizar suas atividades diárias e utilizar as Redes Sociais ao mesmo tempo, onde 40 pessoas (76%) responderam que sim e, 12 pessoas (24%) disseram que não. Stair (1998, p. 21) disse que “nossa sociedade está se tornando dependente da tecnologia de informação”. É possível observar esta realidade no resultado desta pesquisa, onde as pessoas não se preocupam se estão no local de trabalho realizando suas atividades e obrigações, mas estão conectadas e atentas a tudo que acontece no meio virtual.

Mas o uso exagerado dessas redes sociais pode gerar distração e até mesmo perda de tempo nas atividades profissionais. Com relação ao desempenho das atividades diárias por parte dos pesquisados, foi perguntado se o fato de acessar as

redes sociais em horário de trabalho não as compromete. Algumas falas foram destacadas:

“Um pouco, depende do trabalho que você esteja exercendo. Quando é algo que requer muita atenção, não tem como. Fora isso, pelo menos pra mim não tem problema”. (Feminino, assistente financeiro)

“Não. Os deveres podem ser aliados à diversão”. (Masculino, gerente front office)

Não irá comprometer o desempenho, porém pra tudo tem sua hora e algumas tarefas no trabalho exigem máxima atenção. (Feminino, recepcionista)

“Não, desde que o uso neste horário seja voltado para o âmbito profissional, tendo em vista que alguns profissionais tem contato com clientes e fornecedores por meio da comunicação via rede social”. (Masculino, Controller financeiro)

“Sim, por tirar a sua atenção de suas atribuições”. (Masculino, auxiliar de controladoria)

“Sim, tudo que é paralelo ao serviço acaba atrapalhando. Tira a atenção, não tem como não esquecer o que estava fazendo”. (Feminino, assistente financeiro)

“Sim. No meu setor com tem muitas atividades a ser realizadas, acessar as redes sociais compromete sem dúvida o desempenho, já que o tempo é curto pra realizar todas as tarefas, parar o trabalho para fazer outra coisa, com certeza diminuir o desempenho”. (Feminino, auxiliar de reservas)

Com os comentários foi possível perceber que existe uma divisão de opiniões, onde algumas pessoas não veem nenhum problema em conciliar as atividades profissionais ao uso das redes sociais no ambiente de trabalho. Mas outra parte dos pesquisados acreditam que estar conectado em tais redes e realizar suas atividades ao mesmo tempo não é uma boa ideia, pois tira a atenção e o foco dos exercícios diários. Existem aqueles que relatam que depende do horário e de qual tarefa está executando.

O uso de redes sociais e ferramentas da internet pelas empresas se tornaram algo importante e eficaz. Muitas organizações apresentam, divulgam e vendem seus produtos e serviços através destes instrumentos e estão conseguindo obter lucros e atingindo um numero maior de consumidores ativos e passivos. “Empresas que permanecem competitivas são aquelas que reconhecem o valor das informações e estruturam suas atividades e sistemas de informação de forma a maximizar esses recursos” (STAIR, 1998, p. 384). Considerando tal afirmativa, foi perguntado aos respondentes se o hotel onde eles atuam faz uso de alguma rede social para arrecadar vantagens competitivas e aumentar seus lucros, e dos nove hotéis apenas dois não utilizam esse recurso. Os outros sete possuem perfil nas principais redes sociais existentes e divulgam diariamente seus serviços e produtos.

Na atualidade, as empresas estão buscando identificar seus novos funcionários através também dos perfis das redes sociais que eles possuem. Muitas pessoas perdem a oportunidade de trabalhar em uma organização pelo mau uso destas ferramentas. Mas existem pessoas que conseguem se destacar justamente por saber extrair proveitos das mesmas redes sociais. Sobre tal fato, foi perguntado se o uso das Redes Sociais pode ajudar no crescimento profissional. Algumas respostas foram destacadas:

*“Sim. Networking e troca de experiências com pessoas do mesmo ramo”.
(Masculino, gerente front office)*

*“Depende. Não são todos que sabem fazer bom uso. Mas se procurar páginas/aplicativos interessantes, é possível se dar bem profissionalmente”.
(Feminino, assistente financeiro)*

“Sim. As redes sociais hoje em dia são a principal fonte de informações para ficarmos atualizados no nosso dia a dia”. (Masculino, recepcionista)

*“Não. Acho eu que de forma alguma isso traz benefícios pra mim. A gente faz porque está viciado, queira ou não é um vício! Mas sem ele, seria bem melhor”.
(Feminino, camareira)*

Sobre tal questionamento as opiniões foram bem divididas. Muitas pessoas não consideram que o uso das redes sociais possa trazer benefícios profissionais. Vale ressaltar que a maioria das pessoas que responderam negativamente, são profissionais de setores operacionais, a maioria camareiras e auxiliares de serviços gerais, no qual exercem atividades imediatas e que não permitem muitos espaços de tempo para fazer uso de tais ferramentas. Mas é preciso expor que o bom uso desses mecanismos pode gerar melhorias profissionais, uma vez que existe uma gama de informações úteis na internet e que pode aprimorar o conhecimento e a qualificação dos internautas.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho trouxe ainda mais a certeza de que a tecnologia da informação, bem como a internet e as redes sociais são uma realidade e que não podem ser deixadas de lado, seja por parte das empresas ou dos funcionários que atuam nelas. A popularização e o fácil acesso à internet fez com que as pessoas estejam diária e instantaneamente conectadas e atentas ao que acontece no mundo.

O surgimento das redes sociais fez com que as pessoas estejam em contato direto com quem desejar. Mas o uso exagerado de tais ferramentas pode consumir muito tempo das pessoas, fazendo com que estas deixem de realizar suas atividades diárias. Considerando o aspecto profissional, os funcionários atuantes nos hotéis da cidade do Natal/RN acessam as redes sociais diariamente e quase sempre fazem isso em horário e no ambiente de trabalho. Mas tal prática pode acarretar em danos para o funcionário caso a empresa não permita o acesso livre às redes sociais. Para que não haja problemas o funcionário pode adquirir algumas medidas como: delimitar horários para acessar sem que precise deixar de cumprir com suas obrigações; ser seletivo, não se conectar a todo tipo de rede social no ambiente de trabalho; refletir sobre seu emprego, se o acesso a tais ferramentas não está trazendo prejuízos ou pode se tornar um problema mais adiante; e, conter a ansiedade, procurar não demonstrar nem falar muito sobre tais assuntos, principalmente diante de seus superiores.

Em se tratando de empresa, a mesma tem direito de não liberar o acesso à internet, caso acredite que tal fato prejudica o desempenho das atividades dos funcionários. Mas a tecnologia da informação se faz presente em praticamente todos os setores da organização e seu uso adequado pode maximizar lucros e minimizar custos. Além do mais no que concerne a utilização de redes sociais, hoje muitas empresas estão aproveitando para divulgar e comercializar seus produtos e serviços através das mesmas. Muitos hotéis estão investindo em profissionais qualificados para desenvolver perfis em redes sociais buscando atingir o máximo de pessoas que possam se tornar clientes. Assim os hotéis podem utilizar as redes sociais para atuar como uma central de atendimento ao cliente, mantendo contato direto com o consumidor. Além do mais o investimento nesse tipo de publicidade pode ser considerado barato e eficaz.

A pesquisa apresentou algumas limitações representativas, como por exemplo: sua realização abarcou apenas nove hotéis da cidade de Natal, considerando que tal cidade é turística e possui um grande número de estabelecimentos de hospedagens, sua abrangência poderia ter sido maior. Além do mais, foram percebidos que alguns funcionários apresentaram certo desconforto e receio em responder às perguntas, acobardando serem penalizados pelos gestores caso os mesmos não gostassem das respostas aferidas. Contudo, tais limitações podem ser apaziguadas com futuros estudos mais qualitativos e/ou quantitativos aprofundando-se mais sobre o assunto.

Portanto, pode-se concluir que o uso das redes sociais no ambiente de trabalho é algo que já faz parte da realidade dos funcionários que atuam em hotéis na cidade de Natal/RN e que, para tais empresas, manter-se conectadas também às redes sociais é uma formidável ferramenta para conquistar outros clientes. Dessa forma, os hotéis necessitam valer-se de seus benefícios, suas regalias e instruir-se cada vez mais na utilização das mesmas, pois, atualmente, as empresas competitivas e que almejam solidez e lucros devem saber atuar dentro e fora da Internet, angariando para si todas as benfeitorias e vantagens que a tecnologia da informação oferece.

8. REFERÊNCIAS

BAREFOOT, Darren; SZABO, Julie. **Manual de marketing em mídias sociais**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

BEAL, Adriana (2001). **Introdução à gestão de Tecnologia da Informação**. Disponível em: < http://2beal.org/ti/manuais/GTI_INTRO.PDF>. Acesso em: 07. Maio.2014.

BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. 3. ed. São Paulo: Futura, 2002.

BOLETINES PANDALABS. **Redes Sociales en el punto de mira**, 2008. Disponível em: <http://www.pandasecurity.com/img/enc/Red_Soc_punto_mira.pdf>. Acesso em: 17 Abril 2014.

Emerging Nations Embrace Internet, Mobile Technology. Disponível em: <<http://www.pewglobal.org/2014/02/13/emerging-nations-embrace-internet-mobile-technology/>>. Acesso em: 21 Abril 2014.

Gil, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUIMARÃES, André S.; BORGES, Marta Poggi. **E-turismo: internet e negócios do turismo**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

LAURINDO, Fernando José Barbin. **Tecnologia da informação**. São Paulo: Futura, 2002.

LOBIANCO, Márcia M. L.; RAMOS, Anátalia M. L. Uso da internet no setor de hotelaria de Recife-PE. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 2, Art. 16, jul./dez. 2004. Disponível em: < http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S167656482004000200005.pdf>. Acesso em: 30.Jul.2014.

Many-to-many: **O fenômeno das redes sociais no Brasil**. IBOPE, 2010. Disponível em: <http://www4.ibope.com.br/download/Redes_Sociais.pdf>. Acesso em: 01. Abril. 2014.

MAROTTI J, GALHARDO APM, FURUYAMA RJ, Pigozzo MN, CAMPOS TN, Laganá DC. Amostragem em pesquisa clínica: tamanho da amostra. *Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo* 2008 maio-ago; 20(2): 186-94. Disponível em:[http://arquivos.cruzeirosuleducacional.edu.br/principal/old/revista_odontologia/pdf/maio_agosto_2008/Unicid_20\(2_12\)_2008.pdf](http://arquivos.cruzeirosuleducacional.edu.br/principal/old/revista_odontologia/pdf/maio_agosto_2008/Unicid_20(2_12)_2008.pdf)>. Acesso em: 01.Jul. 2014.

Ministério do Turismo. **Cartilha de orientação básica – HOTEL**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/2_CARTILHA_HOTEL.pdf. Acesso em: 01. Maio.2014.

OLABUENAGA, J.I. R.; ISPIZUA, M.A. **La descodificacion de la vida cotidiana:** metodos de investigacion cualitativa. Bilbao: Universidad de deusto, 1989.

OLIVEIRA, Jayr F. **Sistemas de informação:** um enfoque gerencial inserido no contexto empresarial e tecnológico. 3 ed. São Paulo: Érica, 2000.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

STAIR, Ralph M. **Princípios de sistemas de informação:** uma abordagem gerencial. 2 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

TURBAN, Efraim; MCLEAN, Ephraim; WETHERBE, James. **Tecnologia da informação para gestão:** Transformando os negócios na economia digital. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.