
COMPORTAMENTO NAS REDES SOCIAIS

Cinara Cristina Sozo¹
Sinara Zampieron²
Jaqueline Perozzo Andreazza³

INTRODUÇÃO

As tecnologias vêm causando uma revolução nas formas de socialização. As pessoas expõem suas vidas nas redes sociais, e por muitas vezes deixam de conviver com as pessoas próximas para se comunicarem através da internet. A comunicação via redes sociais tornou-se tão presente na vida das pessoas que elas exibem muito de suas vidas nas telas: pensamentos, sentimentos, angústias, realizações, medos e assim por diante.

Afonso (2009) sugere que com o desenvolvimento da tecnologia e a chegada da internet, surgiram novas formas de relação, comunicação e organização das atividades humanas, com destaque para as redes sociais virtuais.

Para Tomaél *et al.* (2005), a própria natureza humana faz com que as pessoas se liguem umas as outras e modela a sociedade em forma de rede. Nesse sentido, “as redes sociais constituem uma das estratégias subjacentes utilizadas pela sociedade para o compartilhamento da informação e do conhecimento, mediante as relações entre atores que as integram” (TOMAÉL *et al.*, 2005, p. 93).

O uso constante e tão exposto pelas pessoas fez com que as empresas buscassem informações para o recrutamento de pessoas e para fins diversos. A tecnologia das redes sociais pode ser explorada por qualquer pessoa que tenha uma conta em alguma rede social ou apenas tendo acesso à internet (KLUEMPER; ROSEN, 2009; AFONSO, 2009). Para isso, a ação dos psicólogos exige compreensão da sociedade dinâmica que vêm se formando, a

¹ Aluna do Curso de Psicologia da FSG.

² Aluna do Curso de Psicologia da FSG.

³ Professora Orientadora do Trabalho.

convivência e as atitudes do ser humano diante desta tecnologia cada vez mais presente e com mais novidades a cada dia.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme Tomaél, Alcará, Di Chiara, 2005 as pessoas estão inseridas na sociedade por meio de relações que desenvolvem ao longo da vida, desde as relações familiares, nas escolas, no trabalho e no contexto social de maneira geral. É de a natureza humana comunicar-se com outras pessoas, o que acontece é que esta comunicação vem sendo informatizada, realizada através de tecnologias diversas, seja através de telefone, seja através de redes sociais.

A maioria das pessoas possui acesso à internet, isso faz com que cada vez mais as buscas sejam feitas através das redes sociais. Muitas organizações já adotaram como rotina a busca por candidatos nas redes sociais, e as que ainda não utilizam esta prática, certamente o profissional de recursos humanos e/ou psicólogo por conta própria dá uma conferida no perfil do candidato na rede social para identificar condutas e comportamentos do candidato antes da entrevista pessoal, assim, poderá ser esclarecido algo sobre seus comportamentos e atitudes que já estejam expostas em momentos anteriores de seu contato com a organização.

As redes sociais podem favorecer o candidato, mas também pode prejudicá-lo por haver um comentário exposto que possa ser mal interpretado, ou alguma foto em que esteja utilizando algum produto ilícito.

Segundo Guzzi (2011, p. 89), pesquisadora de novas mídias da USP, entrevistada pela revista VOCÊ S.A. de março de 2011, “se a pessoa não tem o que escrever, fica invisível” e complementa dizendo que “as redes são locais para potencializar suas competências, por isso encontre assunto!”. Comentários, depoimentos, preferências, experiências, formação, recados e comunidades devem ser analisados antes de serem expostos na web, porque podem colocar em risco a reputação do candidato.

A subjetividade diz respeito às formas de pensar de cada indivíduo e estas são diferentes de pessoa para pessoa, pois cada indivíduo se reconhece como sujeito de acordo com suas vivências e crenças. Muitas vezes o mesmo assunto é tratado de forma muito diferente por duas pessoas, ou seja, através das vivências, dos valores cultivados, das crenças, da cultura que cada um possui fatores determinantes para que a subjetividade do indivíduo seja formada e isso é apresentada através das suas ações e dos seus sentimentos. A

subjetividade nas redes sociais é um tema em voga, pois há uma gama intensa de possibilidades e de valores que perpassam as redes sociais, moldando não apenas o titular de um perfil na rede social, mas criando uma subjetividade ampla e diversa na sociedade que se utiliza desta tão importante ferramenta do século XXI.

Nesse sentido, nota-se que a subjetividade dos indivíduos pode estar intrinsecamente ligada ao meio em que vivem, pois é um fenômeno psicológico e este se reflete no ambiente em que a formação da identidade se constrói, pois a subjetividade do ser humano está inserida nas relações que são despertadas dentro do meio do qual as pessoas fazem parte.

Na visão de Vygotsky (1994), o indivíduo obtém conhecimentos a partir do momento em que ele realizar trocas através das relações interpessoais, pois passa a ter uma relação com o social, com o coletivo e isso passa a obter novas culturas, conhecer novos valores, novos sentidos e novas formas de pensar, internalizando o seu conhecimento. Assim, a subjetividade que emana da participação dos indivíduos na rede social facebook, pode ser considerada ampla, aberta e uma agregação de uma gama enorme de novos conhecimentos e valores em todas as áreas, e até mesmo a oportunidade de mudar de ideia ou mudar a forma de pensar referente um eventual assunto até então estático no pensamento deste.

METODOLOGIA

Este trabalho foi realizado a partir de uma revisão bibliográfica. Segundo Ferreira (2002), trabalhos de revisão bibliográfica se justificam pela necessidade de divulgação e releitura do conhecimento que já foi produzido, de forma a esclarecer e atualizar o conteúdo já estudado anteriormente. Nesse sentido, a metodologia aplicada é uma pesquisa bibliográfica, que, segundo Fachin (2001, p. 125) diz que “a pesquisa bibliográfica constitui o ato de ler, selecionar, fichar, organizar e arquivar tópicos de interesse para a pesquisa em pauta. É a base para as demais pesquisas e pode-se dizer que é uma constante na vida de quem se propõe estudar”.

Conforme os objetivos da pesquisa, esta terá também concepção descritiva, a qual conforme Gil (2007) tem como objetivo analisar as características de um grupo ou fenômeno e também ressaltar questões de uma população, conforme suas opiniões, atitudes e crenças. Do mesmo modo, trata-se de uma pesquisa de cunho exploratório na qual o objetivo (de uma pesquisa exploratória) é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido e pouco

explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória, conheceremos mais sobre determinado assunto, e estaremos aptos a construir hipóteses.

A coleta de dados será através de entrevistas dirigidas que, na visão de Schlüter (2005, p. 106), “a entrevista pode ser utilizada como instrumento único de coleta de dados ou pode complementar outras técnicas e podem ser classificadas em estruturadas e não estruturadas”.

Para Dencker (2000, p. 124), “a pesquisa exploratória procura aprimorar ideias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares”.

O ponto de vista da abordagem é uma pesquisa qualitativa que, segundo Dencker (2000, p. 97), diz que “nas pesquisas qualitativas os aspectos que podem ser definidos no projeto difere quanto ao grau de estruturação. As categorias teóricas, o plano e o foco das pesquisas são definidos no decorrer do processo de investigação”.

Segundo Lakatos e Marconi (1996), a pesquisa qualitativa analisa os dados individualmente sendo os processos e seu significado o foco principal do trabalho. As pesquisas qualitativas descrevem a complexidade de um determinado assunto, buscando analisar e compreender todas as variáveis existentes.

A técnica de coleta de dados será através de entrevistas coletivas dirigidas a 5 (cinco) grupos de 10 (dez) pessoas totalizando 50 (cinquenta) entrevistas, na qual, será feito três perguntas aos entrevistados.

Para análise das informações será utilizada a Análise de Conteúdo, seguindo a técnica de Análise Temática (BARDIN, 2006). Utilizar-se-á a técnica de Análise de Conteúdo pois permite desde operações analíticas adaptadas à natureza do material que dispomos fazer não, unicamente, uma leitura *à letra* (BARDIN, 1977, p.41), mas antes uma leitura que venha a realçar o sentido multidimensional que se encontra em um plano natural nas anotações do diário de campo e nas entrevistas.

RESULTADOS OBTIDOS

Até o momento, diante das leituras realizadas e da pesquisa bibliográfica percebeu-se que a internet é uma complementação das pessoas. O comportamento do sujeito sempre vai estar atrelado ao que ele compartilha nas redes sociais. Para evitar situações constrangedoras é de extrema importância que se tenha cuidado ao curtir, postar e comentar algo, pois isso irá

impactar positiva ou negativamente o sujeito. A liberdade de expressão nesse caso é uma responsabilidade grande, pois ao mesmo tempo em que pode expressar sua opinião, também pode haver uma interpretação distorcida dos fatos, e isso prejudica muito a imagem pessoal.

Um dos pontos positivos identificados é o networking, uma rede de contatos, que diz respeito às pessoas que um indivíduo conhece e aos relacionamentos pessoais, comerciais e profissionais que mantém com elas. Essa rede de contatos é um sistema de suporte onde existe a partilha de serviços e informação entre indivíduos ou grupos que têm um interesse em comum.

É importante lembrar aos profissionais ligados ao recrutamento e seleção que as redes sociais podem ser uma ferramenta de consulta, mas que não pode ser avaliada sozinha e definitiva, pois poderá ser considerado como invasão de privacidade e o candidato sentir-se prejudicado.

CONSIDERAÇÕES

Com a chegada da internet e suas tecnologias, as pessoas vêm se relacionando de diversas maneiras, principalmente através das redes sociais onde é possível descrever como a pessoa está se sentindo no momento, o que está pensando, onde está o que está fazendo e ainda curtir, comentar, compartilhar algo e postar fotos de si ou de lugares onde ele está.

A necessidade do novo faz com que nos esqueçamos de valorizar o momento presencial e damos atenção à tecnologia. Às vezes, a falta de alguém para conversar dá espaço para que respondamos a pergunta que está sempre exposta na rede social: “No que você está pensando?” e aí surgem diversas respostas, do simples fato de estar bem até a exposição de informações pessoais desnecessárias àquele momento.

As relações de amizade através das redes sociais trazem possibilidades de manter contato com alguém que mora longe de nossa cidade, que se mudou para estudar, trabalhar ou retornar à sua cidade natal e podermos conversar com estas pessoas importantes em algum momento de nossa vida, mas também se deve lembrar que muitas pessoas criam amizades com outras pessoas que mal conhecem, não sabem quem são ou talvez só conheçam de vista, nunca tenham conversado e que na rede social curte, compartilha e que na rua não cumprimenta ou faz de conta de não conhecer.

A internet é um mundo de possibilidades e de limites frágeis onde fazer escolhas tem o seu preço, e a psicologia possui um grande desafio em acompanhar a humanidade e suas

transformações e inovações tecnológicas para que possa equilibrar vida saudável, relações saudáveis e duradouras com tecnologias cada vez mais presentes.

REFERÊNCIAS

AFONSO, A.S. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**.2009.170f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

BARDIN, Laurence. (2006) **Análise de Conteúdo**. Tradutor: Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Tradução do francês. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em:<<http://www.significados.com.br/networking/>>. Acesso em Outubro 2014.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Futura, 2000.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: saraiva. 2001.

FERREIRA, Norma Sandra, de Almeida. **As pesquisas denominadas "Estado da Arte"**. *Educação e Sociedade*, 2002. 23, 257-272.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KLUEMPER, D. H.; ROSEN, P. A. **Future employment selection methods: evaluating social networking web sites**. *Journal of Managerial Psychology*. v.24, n.6, p.567-580, 2009

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1996.

SCHLÜTER, Regina G. **Metodologia da Pesquisa**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2005.

Tomaél, Maria Inês; Alcará, Adriana Rosecler; Di Chiara, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação**. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005

VYGOTSKY, L S. **A Formação Social da Mente**. São Paulo: Martins Fontes; 1994.

Palavras-chave: Redes sociais, internet, relações.