

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
CURSO DE CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

HUGGO SOUTO SANTOS

**O USO DAS REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO SINDICAL: UM
ESTUDO DE CASO COM OS SINDICATOS DO MUNICÍPIO DE
VITÓRIA DA CONQUISTA/BA**

VITÓRIA DA CONQUISTA - BA

2016

HUGGO SOUTO SANTOS

**O USO DAS REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO SINDICAL: UM
ESTUDO DE CASO COM OS SINDICATOS DO MUNICÍPIO DE
VITÓRIA DA CONQUISTA/BA**

Trabalho monográfico apresentado como
requisito parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Ciências da Computação.

ORIENTADOR: FRANCISCO DOS SANTOS CARVALHO

VITÓRIA DA CONQUISTA - BA

2016

HUGGO SOUTO SANTOS

**O USO DAS REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO SINDICAL: UM
ESTUDO DE CASO COM OS SINDICATOS DO MUNICÍPIO DE
VITÓRIA DA CONQUISTA/BA**

Aprovado em __/__/____

BANCA EXAMINADORA

Francisco dos Santos Carvalho (Dr.)
Orientador

Adilson de Lima Pereira

Cátia Mesquita Brasil Khouri

A Deus.

RESUMO

O objetivo geral do presente trabalho é analisar o uso das redes sociais para a comunicação sindical no município de Vitória da Conquista, Bahia, identificando as redes mais utilizadas, os objetivos, as iniciativas, os progressos, as limitações e as perspectivas para o futuro dos sindicatos no ambiente virtual. As redes sociais surgiram com o intuito de promover a interação entre pessoas e, ao longo dos anos, se tornou uma importante ferramenta para organizações de diversas naturezas se comunicarem com seus públicos-alvo. Não obstante, os sindicatos também passaram a trabalhar nas redes sociais. Logo, este estudo tem grande importância socioeconômica e científica. A hipótese que se coloca é que as redes sociais têm sido de fundamental relevância para a comunicação nos sindicatos de Vitória da Conquista. Para tanto, a metodologia utilizada foi do tipo exploratório e descritivo. A coleta de dados, por sua vez, se deu por meio de pesquisa bibliográfica e da aplicação de uma entrevista semiestruturada para a obtenção de dados quantitativos e qualitativos. A amostra foi do tipo não probabilística intencional. O trabalho concluiu que as redes sociais têm sido de fundamental relevância para a comunicação da maioria dos sindicatos de Vitória da Conquista, tanto no relacionamento com os filiados e associados, quanto com a sociedade em geral. Todavia, a estratégia computacional ainda é limitada, pois os sindicatos possuem dificuldades em questões de controle, segurança, gestão de tempo, alcance do público alvo e de conhecimento das ferramentas disponíveis na Web. A limitação ao trabalho foi o reduzido número de estudos sobre o uso das redes sociais na comunicação sindical.

Palavras-chave: Redes Sociais. Internet. Sindicatos. Comunicação Sindical. Vitória da Conquista.

ABSTRACT

The overall objective of the present study is to analyze the use of social networks for trade union communication in Vitória da Conquista, Bahia, identifying the most used networks, objectives, initiatives, progress, constraints and prospects for the future of unions in the virtual environment. Social networks have emerged in order to promote interaction between people and, over the years, has become an important tool for various organizations to communicate with their target audiences. Nevertheless, the unions also began to work on social networks. Therefore, this study has great socio-economic and scientific importance. The hypothesis that arises is that social networks have been of fundamental relevance for communication in Vitoria da Conquista unions. Therefore, the methodology was exploratory and descriptive. Data collection, on the other hand, was through bibliographic research and application of semi-structured interviews to obtain quantitative and qualitative data. The sample was non probabilistic intentional. The study concluded that social networks have been of fundamental importance for the communication of most Vitoria da Conquista unions, both in the relationship with the affiliates and associates, and with society in general. However, the computational strategy is still limited because the unions have difficulties in control, safety, time management, target audience reach and knowledge of the tools available on the web. The limitations of this study was the small number of studies use of social networks in the trade union communication.

Keywords: Social Networks. Internet. Unions. Union communication. Vitória da Conquista.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Convergência dos meios de comunicação via aplicações Web | 22 |
| Figura 2 - Mapeamento das dimensões do sindicato | 37 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 -Motivos que levaram os sindicatos de Vitória da Conquista/BA a utilizar redes sociais - 2015 | 33 |
| Tabela 2 - Critérios empregados pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA para determinar a escolha e a frequência de uso das redes sociais -2015 | 33 |
| Tabela 3 - Principais obstáculos e riscos que impedem o melhor uso das redes sociais pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA -2015 | 34 |
| Tabela 4 - Principais requisitos de uma rede social na visão dos sindicatos de Vitória da Conquista /BA -2015 | 35 |
| Tabela 5 - Formas utilizadas pelos sindicatos de Vitória da Conquista para mensurar as iniciativas nas redes sociais - 2015 | 36 |
| Tabela 6 -Motivos pelos quais sindicatos de Vitória da Conquista não investem em redes sociais - 2015 | 37 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 - Meios de comunicação interna e externa utilizados pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA - 2015 | 30 |
| Gráfico 2 - Redes sociais mais utilizadas pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA - 2015 | 32 |
| Gráfico 3 - Principais recursos utilizados nas redes sociais dos sindicatos de Vitória da Conquista/BA -2015 | 34 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA..... | 11 |
| 1.2 QUESTÃO CENTRAL..... | 12 |
| 1.2.1 Questões secundárias | 12 |
| 1.3 HIPÓTESE..... | 12 |
| 1.4 OBJETIVO GERAL..... | 12 |
| 1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 12 |
| 1.6 JUSTIFICATIVA..... | 13 |
| 2 REFERENCIAL TEÓRICO | 14 |
| 2.1 TRANSFORMAÇÕES OCORRIDAS NAS REDES SOCIAIS | 14 |
| 2.1.1 A difusão da informação nas redes sociais..... | 14 |
| 2.1.2 A trajetória das redes sociais digitais | 16 |
| 2.2 A COMUNICAÇÃO SINDICAL E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS | 19 |
| 2.2.1 A luta sindical em Vitória da Conquista/BA..... | 24 |
| 3 METODOLOGIA | 27 |
| 3.2 TIPOS DE PESQUISA E METODOLOGIA DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS .. | 27 |
| 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS | 29 |
| 4.1 INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A COMUNICAÇÃO SINDICAL EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA | 29 |
| 4.2 SINDICATOS QUE UTILIZAM REDES SOCIAIS EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA | 31 |
| 4.3 SINDICATOS QUE NÃO UTILIZAM REDES SOCIAIS EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA | 37 |
| 5 CONCLUSÃO | 39 |
| REFERÊNCIAS | 43 |
| APÊNDICE A | 47 |

1 INTRODUÇÃO

Viver em sociedade nos tempos atuais consiste em enfrentar o desafio de conviver com uma grande profusão de individualidades, as quais carregam consigo traços de suas histórias, permeadas pelos valores incorporados pelas suas culturas. Nessa rede de relações, o homem estabelece constantes conexões, denominadas de nós ou laços, mais ou menos densos, os quais são caracterizados de acordo com a duração, quantidade de pessoas envolvidas, bem como das atividades realizadas, podendo ser consistentes ou superficiais (RIBEIRO; SANTOS, 2003). Nesse contexto pós moderno, o mundo passou a ser considerado como uma “sociedade em rede”, sobretudo com a intensificação do uso das redes sociais digitais.

Do ponto de vista computacional, uma rede social é um grafo, que mapeia uma realidade ou um mundo restrito, no qual os nodos representam as entidades (indivíduos ou classes de indivíduos – também chamados atores) e as arestas representam os relacionamentos entre essas entidades (EMIRBAYER; GOODWIN, 1994).

Os relacionamentos podem ser o compartilhamento de um ou mais atributos. A realidade representada pelas redes sociais são fontes de dados heterogêneas e multi-relacionadas, cujos relacionamentos podem ser unidirecionais e não necessariamente precisam ser binário (SCHIMITT, 2013, p.15).

Assim, os relacionamentos sociais estão crescendo de forma rápida, fazendo com que todos os envolvidos – indivíduos, empresas, organizações e governos – se adaptem a essa nova realidade, amplamente virtual.

Em desdobramento, este estudo de caso visa analisar o uso das redes sociais enquanto instrumento de comunicação pelos sindicatos de Vitória da Conquista, Bahia. Para verificar a hipótese e responder aos objetivos traçados, o presente trabalho será dividido, além desta introdução, em outros quatro capítulos que correspondem ao referencial teórico; à metodologia que orientou a coleta dos dados primários; à análise dos resultados obtidos; e, por fim, a conclusão do estudo.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Segundo Mosca (2015), os sindicatos são organizações que não podem descartar o uso da tecnologia, uma vez que esta tem modificado as relações das pessoas e organizações como um todo. Além disso, os diversos canais de comunicação estão convergindo e o sindicato informatizado não será viabilizado apenas com a tecnologia, mas pelo uso eficiente dela e de uma estratégia bem planejada nas redes sociais.

No caso dos sindicatos de Vitória da Conquista, é perceptível a presença desses em algumas redes sociais. Todavia, os estudos sobre o uso das redes sociais digitais na comunicação sindical ainda são escassos.

1.2 QUESTÃO CENTRAL

Qual o papel das redes sociais para os sindicatos de Vitória da Conquista, Bahia?

1.2.1 Questões secundárias

- a) As redes sociais têm sido importantes na comunicação sindical?
- b) Os sindicatos estão preparados para atuar no ambiente virtual?
- c) Quais as iniciativas estão sendo utilizadas por eles nesse novo contexto?
- d) As redes sociais substituirão as mídias tradicionais na comunicação sindical, como os panfletos?
- e) Quais as limitações enfrentadas pelos sindicatos no uso das redes sociais?
- f) Os recursos computacionais disponíveis estão atendendo aos objetivos da comunicação sindical?

1.3 HIPÓTESE

A hipótese que se coloca é que as redes sociais têm sido de fundamental relevância para a comunicação nos sindicatos de Vitória da Conquista, possibilitando um melhor relacionamento com os filiados e associados e contribuindo para uma maior mobilização da sociedade em prol das conquistas de classe.

1.4 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do presente trabalho é analisar o uso das redes sociais na comunicação dos sindicatos de Vitória da Conquista, que é a sexta maior economia do estado da Bahia (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA – PMVC, 2015).

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Identificar as principais redes sociais utilizadas pelos sindicatos de Vitória da Conquista;
- b) Conhecer as iniciativas mais exploradas pelos sindicatos de Vitória da Conquista;
- c) Apontar os progressos e as limitações do uso das redes sociais para a comunicação sindical no município.

1.6 JUSTIFICATIVA

Dada a grande proporção que as redes sociais ganharam entre os meios de comunicação e nas relações sociais, o objeto de estudo aqui traçado se apresenta como um tema atual. Além disso, a escassez de pesquisas sobre o uso das redes sociais digitais na comunicação sindical, faz com que este trabalho tenha forte conotação científica e socioeconômica, uma vez que pode servir de fonte para trabalhos futuros, ao mesmo tempo em que pode auxiliar os sindicatos a se comunicar melhor com seus membros e a sociedade em geral.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo tem por finalidade discutir as teorias existentes que sejam relevantes para o objeto de estudo aqui pretendido. Busca-se com isso dar credibilidade científica à segunda etapa da pesquisa, que corresponde ao estudo de caso e será apresentada no próximo capítulo.

2.1 TRANSFORMAÇÕES OCORRIDAS NAS REDES SOCIAIS

Esta seção visa verificar as mudanças ocasionadas pelo uso das redes sociais online. Para tanto, inicialmente são discutidas as principais transformações e conceitos surgidos com a Web 2.0. Em seguida, são apresentadas as redes sociais mais relevantes e sua evolução.

2.1.1 A difusão da informação nas redes sociais

As sociedades contemporâneas reconhecem quão fecundo é esse momento histórico, em que a tecnologia apresenta seu mais alto estágio evolutivo, no qual as redes sociais, direcionadas à difusão da informação e da comunicação, constituem canais de importância social e econômica devido aos efeitos que promovem nas pessoas e organizações sociais. Dessa forma, se faz necessária a partilha desses saberes, herança de uma construção sociocultural, que visa promover as interações e novas transformações na sociedade (TOMAÉL; ALCARÁ et al., 2005).

O conceito de redes sociais remonta dos anos 50, usado sistematicamente para designar padrões de laços - estruturas sociais formadas por indivíduos (ou organizações) conectadas por um ou mais tipos específicos de interdependência, como amizade, parentesco, interesses comuns etc. Mas foi a partir da segunda metade do século XX que começaram os estudos com foco nas interações entre as partes, sendo que somente nos anos 1990 a matemática e a ciência da computação contribuíram com a análise de redes sociais. Assim, com o aumento da vida urbana e das Comunicações Mediadas por Computador (CMC), a informação tornou-se a base para a análise de fluxo das interações entre as pessoas, grupos humanos e organizações e houve um crescente interesse no estudo das redes sociais online (AGUIAR, 2006 apud PIMENTEL, 2013).

Os instrumentos de comunicação mediados pelo computador, portanto, difundiram novos fluxos de informação, de trocas de saberes, de interação entre os povos e indivíduos.

Apesar da complexidade das redes sociais na Internet, as comunicações foram sendo processadas cada vez mais rapidamente, proporcionando o avanço das comunidades online. Até meados dos anos 90, elas não passavam de pequenos guetos, usados pelos geeks que só apareciam através de pseudônimos online. Todavia, devido ao acesso fácil às interfaces e aos controles estritos de privacidade, as redes sociais passaram a ser consideradas como amplos espaços públicos, visitados por milhões de usuários que confiavam e por isso usavam suas identidades reais online (STAROBINAS, 2010).

Prova disso, foi que a ComSore, empresa de pesquisa de mercado, demonstrou em outubro de 2009, que os sites das grandes redes de relacionamento, receberam mais de 800 milhões de visitantes. Segundo Charlene Li, da empresa de consultoria AltimeterGroup “a maior realização das redes sociais foi trazer humanidade para um lugar que antes era frio e tecnológico”. Resultantes dessa transformação, novos canais foram criados, passando a circular nos grupos sociais uma pluralidade de informações (RECUERO, 2007), as quais foram motivadas pelas tecnologias integradas pela afetividade, humanismo e ética.

Concomitante a essa complexidade, surgiram várias ferramentas de publicação pessoal - como os weblogs, fotologs, YouTube-, as quais estruturaram esses fluxos (ADAMIC; ADAR, 2005), apontados por GRANOVETTER (1973) como laços fracos, de extrema importância na manutenção desse padrão, pois mantêm a rede interconectada, sendo responsável pelo fluxo de informações capazes de alcançar pontos diferentes da rede.

Não obstante, orna-se cada vez mais usual a difusão das redes sociais, ou seja, dos padrões de fluxo de informações (MONGE; CONTRACTOR, 2003) através das redes interconectadas, de modo a atingir diversos pontos da rede (AGUIAR, 2007), de forma quase epidêmica, tanto online quanto offline - fenômeno conhecido por muitos como “adoção em cadeia de uma ideia ou produto”(GLADWELL, 2002).

Outro grande feito das redes sociais foi o de se tornarem ferramentas para a comunicação de massa, haja vista que o simples ato de um usuário atualizar uma página pessoal no Facebook ou enviar um tweet, pode permitir que a sua rede de amigos, ou todos os que estão conectados saibam o que está acontecendo em sua vida, seja por meio de fotos, de vídeos ou outros conteúdos. Como veículos de propagação de notícias e de promoção de status social, pessoas de todas as faixas etárias, em número cada vez maior, estão interagindo por meio das redes sociais, tornando as relações pessoais mais visíveis e quantificáveis (STAROBINAS, 2010).

No ato da publicação de uma determinada informação, considerada importante para a rede, um usuário pode aumentar o conhecimento que circula no grupo, podendo receber

algum tipo de reputação, a qual pode estar associada à confiabilidade das informações divulgadas na rede. Com o passar do tempo, essa reputação pode ser transformada em alguma forma de capital, seja por meio de fama, anúncios em blog, dentre outros. Daí constata-se o recíproco interesse tanto do grupo em receber e fazer circular as informações, quanto dos usuários em propagá-las. Dessa forma, vários usuários demovem tempo em busca de informações mais especializadas, assim como em participar de fóruns e outras modalidades de comunicação, movidos pelo desejo de refinamento do conhecimento e a circulação de informações em suas redes sociais (RECUERO, 2009).

Há também redes cujas características são centradas na identificação dos usuários. Estes, geralmente conectados por uma construção de identidade, apresentam o perfil, demonstrando gostos e preferências pessoais. O capital social estabelecido nessas relações é, meramente, o da informação (BERTOLINI; BRAVO, 2004). Possuem estrutura, cuja movimentação se dá a partir da comunicação entre vários usuários, geralmente sinalizados por conectores (BARABÁSI, 2003). São constituídos de laços mais fracos e pouca reciprocidade, os quais são construídos, sobretudo, por meio da interação social reativa, através de ligações de pequeno custo para seus usuários. Desse modo, permite que os usuários façam parte de várias redes sociais, e estas acabam trazendo para si mais usuários.

Observa-se também nas redes sociais a tendência de difundir informações voltadas para a reputação das pessoas, apelando sobremaneira para o capital social informacional. A priori, apresenta como valor apenas a novidade veiculada em uma determinada rede social, que de forma mais marginal, atinge principalmente os laços fracos e as redes associativas, como exemplifica a divulgação das piadas nos weblogs e fotologs. Nesta perspectiva, as redes sociais representam as relações e interações entre indivíduos de um grupo, possuindo uma função deveras relevante na propagação de informação, ideias e influências (RECUERO, 2007).

Assim, nessa sociedade da informação, interconectada pelas redes sociais, circulam as mais diversas informações, as quais podem contribuir para que haja um ambiente empresarial e corporativo de maior inovação, intercâmbio e comunicação entre as pessoas. Nela todos estão reaprendendo a conhecer, a comunicar, a ensinar; reaprendendo a integrar o humano e o tecnológico; o individual, o grupal e o social. Logo, à medida que as ferramentas da comunicação e informação forem utilizadas de forma mais madura, um desenvolvimento humano será percebido nas relações interpessoais, grupais e organizacionais.

2.1.2 A trajetória das redes sociais digitais

No universo global de redes de computadores, conectados à Internet por meio de protocolos, bilhões de usuários utilizam seus recursos de informação e serviços, dando início a uma comunicação jamais vista outrora, sem fronteiras de tempo e espaço. Nela destacam-se as empresas de porte privado e público, universidades, governos, entre outros, constituindo redes que trazem um grau de competitividade marcado pelas contínuas inovações tecnológicas. Isso porque, segundo Lesca e Almeida (1994), a informação é um vetor estratégico importantíssimo, pois pode multiplicar ou anular a sinergia do conjunto dos esforços.

Assim, nesse espaço cibernético, muitas histórias de sucesso e fracasso são relatadas nas redes sociais online, sendo o caso Myspace, o mais paradigmático. Lançado em 2003, essa rede tinha como objetivo atrair os usuários que se encontravam distanciados do Friendster. Segundo Boyd e Ellison (2007), a fuga das bandas de rock expulsas por não respeitarem os regulamentos propostos por essa rede, serviu estrategicamente para determinar o sucesso deste novo serviço, iniciado a partir da relação estabelecida entre bandas e fãs. Essa rede, criada por Tom Anderson destacou-se pelo caráter inovador, pois aceitava sugestões dos seus usuários, adicionando regularmente funcionalidades, como, por exemplo, a personalização das páginas e a não restrição à idade. Pela sua natureza aberta, três grupos diferentes foram formados: adolescentes, grupo urbano pós-universitário e músicos/artistas.

Desse modo, o Myspace atingiu o seu ápice com muito sucesso, alcançando o pico de 75,9 milhões de visitas por mês em dezembro de 2008 e tornando-se a primeira grande rede social nos Estados Unidos. Todavia, devido ao desgaste de alguns usuários e a ascensão do Facebook, a popularidade do Myspace sofreu um decréscimo, registrando em maio de 2011 aproximadamente 34,8 milhões de pessoas (BLOOMBERG, 2011) – uma redução de mais de 50% em relação a 2008.

Em seguida, desponta o Google, considerado o gigante da Internet que, através do extinto Orkut, alcança em 2004 um grande sucesso nas redes sociais. Esta rede social apresentou bons resultados nos Estados Unidos, porém, ao tornar-se um fenômeno no Brasil, foi abandonado pelos norte-americanos. Mais da metade dos membros eram brasileiros, número que só parou de crescer após o surgimento do Facebook (THE NEW YORK TIMES, 2011b).

O Facebook foi lançado em fevereiro de 2004 e “não tinha um conteúdo próprio”, sendo considerado simplesmente uma peça de software, ou seja, uma plataforma criada pelos seus utilizadores, com o fim de depositar os conteúdos das disciplinas da universidade. Sua

divulgação se tornou rápida e, após três meses de sua inauguração, a plataforma já funcionava em 34 universidades, abarcando quase cem mil utilizadores (KIRKPATRICK, 2011).

Em outubro de 2005, por sua vez, o Facebook ultrapassou a marca dos cinco milhões de participantes ao adicionarem a aplicação das fotografias, que iria “transformar o seu serviço”. Essa inovação consistia no fato de as fotografias virem sempre associadas aos nomes de seus respectivos donos. Para essa funcionalidade foram usados os *tags*. Dessa forma, ao clicar aleatoriamente a foto, ela passava para a próxima foto, sem necessitar de um botão específico (KIRKPATRICK, 2011). Assim, o Facebook iniciou a sua escalada ao sucesso, ao abrir a sua rede social ao mundo, que a recebeu em massa, pois na segunda semana de outubro a estimativa média diária era de 50 mil novos participantes. Atualmente, mais de 800 milhões de pessoas se conectam através do Facebook (THE TELEGRAPH, 2011).

Vale destacar, entretanto, que inúmeras outras redes sociais online foram lançadas nos primeiros anos da década de 2000, popularizando-se no mundo inteiro, das quais podem-se citar: o Mixi, que conquistou o Japão; o Friendster, popular nas Ilhas do Pacífico e na Índia; o Bebo, notório no Reino Unido, Nova Zelândia e Austrália; o Hi5 que foi adaptado em vários países da América do Sul e Europa e o LinkedIn, uma rede que surgiu em 2003 voltada para os contatos de ordem profissional e que abarca atualmente mais de 100 milhões de usuários, alcançando o terceiro lugar no ranking das redes sociais, depois do Facebook (THE TELEGRAPH, 2011).

Em desdobramento, as novas redes sociais passaram a implementar outras funções direcionadas à comunicação e aos serviços comunitários populares. Nesse período, vários sites foram criados, como o Last.fm, em 2002, que proporciona o intercâmbio de preferências musicais entre os internautas; bem como os sites de partilha de conteúdo, como o Youtube, que surgiu em 2005 fazendo parte do Google, e o Flickr, que em 2004 trouxe uma comunidade para arquivo de fotografias (BOYD, D. M. e ELLISON, 2007).

Nesse contexto altamente tecnológico, surge em 2006 o Twitter, inovando o conceito de comunidade online. Caracteriza-se por permitir aos indivíduos que já possuíam o perfil criado, o envio e a recepção de textos de até 140 palavras no site, serviço realizado entre a rede social e o microblogging, por meio do sistema de mensagens instantâneas ou de telemóveis. A ideia começou a partir da “implementação virtual que imite o modo como as pessoas se movem na cidade”. “O que é que estás a fazer?” é o questionamento feito através dos chamados *tweets*, que foi baseado na ideia do *status* do Facebook, espaço em que os utilizadores descrevem o que “está na sua mente”. Além das 140 palavras podem também

incluir fotografias e vídeos, os quais são visíveis para os “seguidores”, conforme critério adotado e não o de quem sugere o utilizador (BLOOMBERG, 2011).

Em 2011, o Google lançou uma nova rede social denominada de Google +, o qual tem como vantagem permitir aos utilizadores organizar os seus contatos a partir da criação de “círculos” de amizade específicos. Desse modo, a partilha de interesses se faz através de menores e mais próximos “conjuntos de pessoas”, diferenciando-se do sistema usual do Facebook, em que a exposição é para todas as pessoas. Todavia, alguns críticos afirmam que o Google+ “se limita a reproduzir algumas das características do Facebook, acrescentando-lhe a função de *videochat*”(THE NEW YORK TIMES, 2011a).

O Google + foi lançado em junho de 2011, a princípio com um número pequeno de utilizadores que entravam na rede por convite, se estendendo em seguida ao público em geral. Estima-se que hoje mais de 43 milhões de utilizadores fazem o uso do Google +, sendo considerado o site que alcançou o crescimento mais rápido da história. (REUTERS, 2011).

É importante salientar também a entrada no ciberespaço da web 2.0, definida como “páginas web cuja importância se deve principalmente à participação dos usuários”, rede aberta que permite aos internautas a participação ativa, em que os fatos circulados podem ser comentados, assim como emitidas respostas às questões propostas pelos demais participantes. É desse conceito web 2.0 que surge o termo redes sociais, as quais possibilitam o acesso também daqueles que não possuem conhecimentos técnicos, desde que se responsabilizem pelo conteúdo que desenvolvem no ciberespaço (BRIGGS, 2007).

A web assume, destarte, o seu lugar e se destaca pela atuação dinâmica e veloz, oportunizando aos seus usuários o acesso à informação em tempo recorde, durante 24 horas. Todavia, quando usada de forma indiscriminada, sem critérios, pode trazer graves consequências para as empresas, organizações e instituições, pois a Internet está aberta a qualquer pessoa que pode emitir uma opinião positiva ou negativa acerca de qualquer acontecimento, daí a necessidade de ser monitorada pela administração para evitar incidentes possam acontecer (BRIGGS, 2007).

2.2 A COMUNICAÇÃO SINDICAL E AS REDES SOCIAIS

Discutida a importância das redes sociais, a presente seção tem por objetivo apresentar o papel dos sindicatos e debater de que forma essas redes podem ser utilizadas na comunicação do movimento sindical.

Desde a divisão da sociedade em classes a história é marcada pela luta entre “explorados” e “exploradores”. Todavia, é no capitalismo que essa contradição se torna mais evidente. Assim, do esforço espontâneo dos operários para impedir ou atenuar a exploração trabalhista, nascem as primeiras formas de organização dos trabalhadores e com elas surge o sindicato – *syndic*, palavra francesa que significa “representante de uma determinada comunidade” (BORGES, 2006). Segundo Borges (2006, p. 2),

[...] os sindicatos se tornam centros organizadores dos assalariados, focos de resistência à exploração capitalista. Num primeiro momento, eles vão congregiar os operários das oficinas e das fábricas, os que produzem diretamente as riquezas - o setor dinâmico da sociedade capitalista. Posteriormente, com o desenvolvimento do próprio sistema, eles se generalizam, atingindo outros setores econômicos.

Existe registro de associações de trabalhadores com caráter sindical desde 1699, na Inglaterra, e ganharam fôlego com a Revolução Industrial. Porém, apenas em 1824, o parlamento inglês aprovou a primeira lei sobre o direito de organização dos sindicatos, diante do crescimento das organizações dos trabalhadores. Como a história vai demonstrar, todavia, mesmo legalizados, os sindicatos foram várias vezes reprimidos: muitos industriais pressionarão os operários exigindo a renúncia formal à participação nas associações; a força policial continuará a ser acionada, deixando um rastro de sangue em toda a trajetória do movimento sindical; e a legalização também permitirá identificar as lideranças, facilitando o trabalho de cooptação e corrupção (BORGES, 2006).

Assim, ao longo do tempo, os sindicatos se tornaram indispensáveis para os assalariados, mas, para tanto, tiveram de passar por constantes lutas, se reinventando e atualizando suas formas de atuação e de comunicação. Nessa perspectiva, eles deixam de ser um fenômeno da Inglaterra, e se propagam pelo mundo. No Brasil, por sua vez, o movimento sindical nasceu a partir das transformações da economia brasileira em meados do século XIX, com a substituição do trabalho escravo pelo trabalho assalariado e a transferência do lucro do café para a indústria (SINDICATO DOS TRABALHADORES DO SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL NO ESTADO DA BAHIA – SINTSEF/BA, 2009 apud BORGES, 2006).

Contudo, foi a partir da década de 30, que o país se tornou industrial e a classe operária ganhou uma importância maior. Em desdobramento, o conflito entre capital e trabalho foi tratado como uma questão política, criando-se, por um lado, uma estrutura sindical corporativista, dependente e atrelada ao Estado; e, por outro, o Ministério do Trabalho, a Justiça do Trabalho e a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). (SINTSEF/BA,

2009 apud BORGES, 2006). Não obstante, tais medidas permitiram que o Estado controlasse de alguma forma a atuação dos sindicatos.

Ainda no campo político, o movimento sindical brasileiro foi duramente reprimido, como em nenhum outro momento da história, pelo golpe militar de 1964. De acordo com Cruz (2010), nesse período, as ocupações militares e as intervenções atingiram cerca de dois mil sindicatos em todo o país. A desarticulação do movimento foi acompanhada ainda de arrocho salarial; da lei antigreve nº 4.330; do fim do regime de estabilidade no emprego; e de práticas de tortura, assassinatos e censura, acabando com a liberdade de expressão, organização e manifestação política (CRUZ, 2010).

Na década de 1970, entretanto, o movimento operário e sindical no Brasil começa a melhor se organizar com o surgimento de um novo sindicalismo, que retomou as comissões de fábrica e propôs um modelo de sindicato livre da estrutura sindical atrelada. Logo, com o passar dos anos, muitos direitos trabalhistas foram conquistados e as lideranças sindicais ganharam notoriedade, como Luiz Inácio Lula da Silva, que se tornou presidente em 2002 (CRUZ, 2010). Dentre as principais conquistas que o movimento sindical brasileiro obteve, pode-se citar:

- Décimo terceiro salário (remuneração anual de um salário mensal);
- Abono constitucional das férias (1/3 da remuneração das férias);
- Férias (remuneração anual de um salário mensal).
- Licença paternidade de 5 dias corridos por nascimento de filho;
- Unificação do aviso prévio para 30 dias indenizados, ou 2 horas diárias durante os 30 dias de aviso trabalhado, no desligamento sem justa causa;
- Repouso semanal remunerado de 1 dia em cada semana trabalhada;
- Aumento do adicional na rescisão sem justa causa de 10% para 40%, incidentes sobre o saldo da conta do FGTS;
- FGTS (8% da remuneração, depositado em nome do trabalhador, numa conta vinculada). [...]

Apesar disso, a autonomia e a liberdade sindicais, aspirações dos trabalhadores, são objetivos ainda não atingidos (DUTRA, 2015, p. 3).

Vale destacar, que a comunicação foi um fator-chave para o desenvolvimento dessas conquistas na luta sindical. Segundo Miani (2002), a imprensa sindical é relativamente recente, surge na década de 1970, e vai se fortalecendo à medida que o processo de redemocratização do país vai avançando. Tal fenômeno aparece com mais nitidez nas greves do ABCD paulista (cidades de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Diadema), ganha impulso e alguns anos mais tarde a comunicação sindical já vai se encontrar bastante desenvolvida. Ainda nessa perspectiva, Santiago e Giannotti (1997 apud CRUZ, 2010, p. 25) ressaltam que

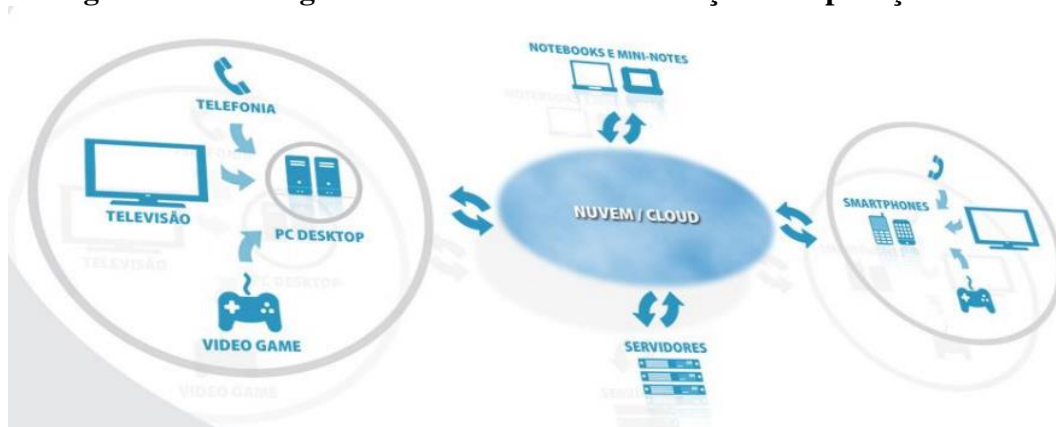
[...] Era difícil, durante os vinte anos de ditadura que amordaçaram o país, desde 64, sonhar com os trabalhadores lidando com rádios alternativas, programas de televisão, ou rasgando as madrugadas com suas kombis munidas de uma poderosa aparelhagem de som. Os sindicatos, quando

muito, tinham seus departamentos de imprensa que escreviam boletins e jornais e começavam a fazer seus cartazes. A partir do período final da ditadura militar, em 1984, até hoje, alguns sindicatos passaram a criar seus departamentos de comunicação. A mudança de departamento de imprensa para departamento de comunicação não foi só de palavras. Gradativamente foi-se ampliando o campo de atividade sindical e, com ele, o alcance e a variedade da sua comunicação. A comunicação sindical é hoje um mundo com todo tipo de instrumento: da simples garganta do militante sindical explicando, como se fazia há cinco mil anos, o porquê de uma determinada ação, até uma conferência televisiva via satélite, realizada entre as lideranças máximas durante uma greve nacional de telefônicos, petroleiros ou bancários.

Vê-se, destarte, que o desenvolvimento do sindicalismo no Brasil esteve intimamente ligado ao uso de meios de comunicação nesse ambiente. Verdelho (1986 apud MIANI 2002) ainda reforça a tese de que a “nova imprensa sindical” não abrange apenas o jornal tradicional, mas todas as formas de comunicação utilizadas pelo movimento sindical, sobretudo nos locais de trabalho, para denunciar tudo que se opõe aos direitos e interesses da classe, informar a programação de atividades, convocar assembleias, reuniões e manifestações, conchamar à mobilização, incentivar a organização, ou divulgar as reivindicações, sempre promovendo a consciência de classe.

Ainda nessa perspectiva, Mosca (2015) ressalta que os sindicatos são organizações que não podem descartar o uso da tecnologia, uma vez que esta tem modificado as relações entre as pessoas e os meios de comunicação estão cada vez mais convergindo, a partir de aplicações web, como pode ser visto na Figura 1:

Figura 1 - Convergência dos meios de comunicação via aplicações Web



Fonte: MOSCA (2015)

Assim, os sindicatos devem e precisam fazer uso de todos os meios de comunicação que facilitem o diálogo entre a classe e mobilize a sociedade sobre as causas em questão, de forma a diminuir a discrepância socioeconômica existente nas relações capitalistas. Como

bem posto por Cruz (2010, p.24), a comunicação sindical “[...] busca sensibilizar os trabalhadores para a defesa dos seus direitos e repercutindo suas lutas e conquistas junto aos diversos públicos. Seu desafio é encontrar formas criativas para burlar a repressão e a perseguição políticas dos governos”.

E é por essa razão que se torna de suma importância os sindicatos se inserirem nas redes sociais. Santiago e Giannotti (1997 apud CRUZ, 2010, p. 25), por exemplo, afirmam que “[...] a internet é um suporte para o conjunto da comunicação sindical. Ela oferece um arsenal utilizável em todos os instrumentos de comunicação, além de diretamente transmitir dados, notícias, informações, de forma rápida e eficiente”. Além disso, Flaitt (2011) defende que um dos maiores desafios do movimento sindical é a conscientização e a participação dos jovens trabalhadores que ingressam no mercado de trabalho. Logo, para se aproximar do público jovem, é necessária a modernização dos meios de comunicação sindical no ambiente online (FLAITT, 2011).

Por outro lado, Cruz (2010) chama atenção para o fato de que a comunicação sindical, para transmitir o que pretende transmitir, precisa, antes de tudo, ser entendida, o que, no caso particular do Brasil, é algo difícil. Isso porque o país conta com uma grande variedade de sindicatos, que abrange toda a gama produtiva e administrativa de regiões economicamente complexas. Em desdobramento, a dificuldade que se coloca de atingir todos os trabalhadores está ligada à essa variedade de sindicatos existentes (CRUZ, 2010), sendo que cada classe possui uma linguagem diferente de comunicação - seja pelo nível de escolaridade, por sua ideologia, por sua região, por seus objetivos e prioridades.

Portanto, ao atuar nas redes sociais online, o movimento sindical deve ter um cuidado redobrado em relação às mídias tradicionais, pois no ambiente da Web 2.0 o diálogo é “de muitos para muitos”, ou seja, os usuários interagem, emitem opiniões e compartilham informações. Conseqüentemente, a linguagem, a forma e os instrumentos de comunicação utilizados pelos sindicatos devem ter por preocupação atingir não apenas a classe trabalhadora a qual representa, mas também a comunidade virtual em geral, evitando dessa maneira comentários negativos, uma imagem do sindicato distorcida ou que os esforços do movimento sejam retardados.

Segundo Saad (2003 apud CRUZ, 2010, p.20), a montagem de uma estratégia de presença digital requer procedimentos estruturados, encadeados e ao mesmo tempo criativos e inovadores – verdadeira arquitetura -, que deverão resultar no projeto mais adequado às condições dos ambientes interno e externo dessa instituição ou empresa, ambos em constante mutação comportamental, econômica e tecnológica. Observa-se, assim, que a comunicação

digital informativa deve permanecer numa constante linha de evolução frente aos novos recursos que a internet traz e deve ser bem planejada e estudada, já que o usuário e a tecnologia estão em constante mutação (CRUZ, 2010) e os sindicatos precisam acompanhar essas mudanças. No caso específico do movimento sindical, Flaitt (2011) sinaliza que

É evidente que de nada adianta termos a melhor tecnologia do mundo disponível se não estiver alicerçada em um trabalho e um conteúdo significativo. Mas o desafio atual para dirigentes e jornalistas sindicais é fazer com que isso seja divulgado de forma que acompanhe as necessidades desse novo mundo digital, que se verticaliza sobre nós. As novas formas de se propagar informações também nos faz refletir sobre outras questões inerentes, como a modernização imagética das mensagens sindicais e a dinamização dos textos diante de um mundo com o tempo cada vez mais escasso.

Para tanto, faz-se indispensável que o sindicato que atue em redes sociais online tenha conhecimento sobre as estratégias existentes para selecionar as redes corretas, atrair o público-alvo, mobilizar a sociedade de forma positiva, utilizar as ferramentas disponíveis e saber medir os resultados de suas ações.

2.2.1 A luta sindical em Vitória da Conquista/BA

Vitória da Conquista ocupa uma posição de destaque no estado da Bahia demográfica e economicamente. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015) a população estimada do município é de 343.230 habitantes, o que representa um crescimento populacional de 11,85% maior que o ano de 2010. Com isso, Vitória da Conquista é o terceiro município mais populoso do estado, atrás apenas da capital Salvador (2,921 milhões de habitantes) e de Feira de Santana (617.500 habitantes), e ainda polariza um conjunto de cerca de 80 municípios (SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS SOCIAIS E ECONÔMICOS DA BAHIA – SEI, 2010).

Não obstante a esse raio de influência, Vitória da Conquista possui a 6ª maior economia da Bahia, com um Produto Interno Bruto (PIB), em 2009, de R\$ 3,142 bilhões - um aumento de 18,5% em relação ao ano de 2008 e superior a 340% em relação ao ano de 1999 (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA – PMVC, 2015). De acordo com a PMVC (2015), o destaque está no setor de serviços ligados ao comércio, à educação, à saúde e à construção civil, que é responsável por mais de 70% do PIB do município.

As primeiras associações de trabalhadores em Vitória da Conquista surgem no final da década de 1950, em um contexto de crescente importância dos sindicatos, embora

estivessem ainda sob a tutela do Estado. Data de 1957 a fundação da Associação Profissional dos Comerciários de Vitória da Conquista, posteriormente convertida em Sindicato dos Empregados do Comércio. Neste mesmo ano, foi criada ainda a Associação Profissional dos Empregados em Estabelecimentos Bancários de Vitória da Conquista, no ano seguinte transformada em sindicato (DAMASCENO, 2015).

A década de 1980, por sua vez, foi marcada pelo surgimento de várias entidades voltadas à organização e defesa dos servidores públicos. O pano de fundo para todos esses avanços teve como componentes as transformações econômicas pelas quais passou o município, elevado à condição de polo de desenvolvimento regional; a ascensão política de forças de esquerda e a vitória das oposições em vários municípios da região. Assim, surgiram, por exemplo, a Associação dos Docentes da Universidade do Sudoeste da Bahia (Adusb), em 1982; a Associação dos Funcionários da Uesb (Afus), em 1983; a Associação dos Servidores Públicos Municipais (Sinserv), em 1987; e a Associação dos Professores do Magistério Municipal Público (Simmp), em 1989. Essa foi a década, também, da deflagração e repercussão de grandes greves de trabalhadores, como a dos catadores de café, em 1980 (DAMASCENO, 2015).

A história do movimento sindical de Vitória da Conquista, dessa forma, se insere no panorama geral de reorganização da estrutura sindical no período da ditadura militar e de vinculação a grandes centrais sindicais, como a Central Única dos Trabalhadores (CUT) (DAMASCENO, 2013). Para Santos e Almeida (2015, p. 90),

Atualmente, na fase monopolista de acumulação de capital, a cidade encontra-se sob o domínio de diversas empresas multi e transnacionais (Americanas, Gbarbosa, Hiper Bompreço, Maxxi Atacado, Atacadão, Gerdau, Coca-Cola, Itaú, Bradesco, HSBC etc.) que atuam em diversas esferas da acumulação, comprometendo não somente a forma de organização do trabalho no âmbito da empresa, mas também na condição de reprodução social dos trabalhadores. Nessa perspectiva, Vitória da Conquista, por ser uma cidade-entreponto, entrecortada pela BR – 116, BA – 262 e 263, se insere no circuito mundial de produção capitalista, desempenhando destacado papel na circulação/transporte de mercadorias, mas também na realização da mais-valia, através do incentivo aos processos de consumo.

Destarte, os sindicatos se tornam de suma importância no município como forma de minimizar os conflitos intrínsecos nas relações trabalhistas, seja nas atividades econômicas produtivas ou nos serviços que lhe dão suporte. Todavia, também segundo Santos e Almeida (2015), que estudaram a aparelhamento, corporativismo sindical e lutas de classes em Vitória da Conquista, o movimento sindical no município ainda precisa avançar muito. Em primeiro

lugar, porque se nota uma significativa descredibilidade no sindicato e nas instituições representativas de forma geral por parte das categorias de trabalhadores. Com isso, a greve se torna um fim em si mesma. Ademais, não se buscou a união das categorias na luta contra a superexploração do capital sobre o trabalho. “A solidariedade de classe ficou somente – e quando ficou – nas notas públicas” (SANTOS; ALMEIDA, 2015, p. 102).

Portanto, para conscientizar melhor os trabalhadores e incentivar o auxílio entre os sindicatos de diferentes categorias, torna-se necessário investir na comunicação sindical, sobretudo nas redes sociais, que possuem grande acessibilidade, baixo custo na utilização e capacidade de circulação de informações.

3 METODOLOGIA

Nesta etapa, o objetivo é analisar o uso das redes sociais enquanto instrumento de comunicação pelos sindicatos de Vitória da Conquista, Bahia, identificando as principais redes sociais e iniciativas utilizadas pelos sindicatos e os progressos e as limitações do uso das redes sociais para a comunicação sindical no município. Para tanto, inicialmente serão esboçados o objeto de estudo e a metodologia da pesquisa e no próximo capítulo serão apresentados os resultados.

3.1 TIPOS DE PESQUISA E METODOLOGIA DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os tipos de metodologia aqui utilizados serão as pesquisas exploratória e descritiva. O método exploratório tem por finalidade desenvolver ou verificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (GIL, 2007). Assim, busca-se com essa pesquisa analisar se e como as redes sociais podem ser utilizadas na comunicação sindical.

Quanto à metodologia descritiva, Gil (2007) explica que ela possui o objetivo de descrever as características de uma população ou fenômeno específico ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Logo, a parte descritiva do trabalho será feita por meio de um estudo de caso com os sindicatos do município de Vitória da Conquista, Bahia. O estudo de caso investiga um fato/fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real (MENDONÇA, 2011), de forma a obter o conhecimento amplo e detalhado do objeto em análise (GIL, 2007).

A coleta de dados, por sua vez, será realizada através de pesquisa bibliográfica e da aplicação de uma entrevista semiestruturada. Segundo Mendonça (2011, p.14), a pesquisa bibliográfica “[...] é o meio pelo qual se busca o domínio do estado da arte da literatura do tema da pesquisa, através do levantamento bibliográfico de publicações impressas e/ou eletrônicas”. Já a entrevista semiestruturada tem como propriedade questionamentos baseados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema de estudo (TRIVIÑOS, 1987), e será utilizada para obtenção dos dados primários.

Em desdobramento, foi elaborado um questionário, para obtenção de dados qualitativos e quantitativos, com questões subjetivas e objetivas de uma única escolha ou de múltipla escolha. Nestas últimas, onde o entrevistado enumera em ordem crescente de prioridade os itens considerados válidos, a finalidade é auferir não apenas a quantidade que é

influenciada por cada item, mas também o peso que esse item tem em particular para cada entrevistado (SANTOS, 2015). Vale destacar, que em virtude da pouca literatura sobre o uso das redes sociais na comunicação sindical, as questões foram adaptadas para a realidade dos sindicatos a partir dos trabalhos de Deloitte (2010); Guedes, (2011), Santos (2015) e Carvalho e Murback (2014), que analisaram em essência a perspectiva empresarial.

Assim, foram elaborados 19 questionamentos para obtenção dos dados primários: seis questões de preenchimento comum; dez questões para os sindicatos que utilizam redes sociais e três questões para os sindicatos que não utilizam as redes sociais. O período de coleta de dados foi setembro e outubro de 2015. O tipo de amostra escolhida foi a não probabilística intencional - sem fundamentação estatística (GIL, 2007). Dez dos dezesseis sindicatos¹ existentes em Vitória da Conquista se dispuseram a responder o questionário, obtendo um quantitativo de 62,5%.

¹ Segundo busca realizada no Google em setembro de 2015.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo, por sua vez, tem por objetivo apresentar os resultados obtidos com a aplicação da metodologia esboçada no capítulo anterior e analisados a partir do que foi discutido no referencial teórico. Para tanto, inicialmente serão apresentadas informações gerais sobre a comunicação sindical em Vitória da Conquista e, em seguida, são considerados separadamente os sindicatos que utilizam redes sociais e os que não utilizam.

4.1 INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A COMUNICAÇÃO SINDICAL EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA

Nas questões sobre a comunicação, de preenchimento comum, 75% dos sindicatos afirmaram utilizar a Internet durante todo o dia e 25% se conectam uma vez a cada hora. Segundo a ATKearney (2014), mais da metade dos brasileiros fica 24 horas conectada à Internet, sendo o povo mais aficionado a essa rede de computadores. Porém, outra pesquisa da GlobalWebIndex, revelou que, nos dispositivos móveis, a média de tempo online no Brasil é de 3 horas e 40 minutos, dado que em 2012 era de apenas uma hora e 18 minutos. Com isso, o país ocuparia a terceira colocação no ranking dos países com usuários mais tempo online por meio dos dispositivos móveis, atrás apenas da Tailândia (quase quatro horas) e da Arábia Saudita (3 horas e 48 minutos) (GAZETA DO POVO, 2015). Independente da colocação, o fato é que, assim como no Brasil, o presente estudo mostrou que a internet se tornou fundamental para o trabalho dos sindicatos de Vitória da Conquista. Entretanto, 40% dos entrevistados afirmaram que ainda não utilizam redes sociais.

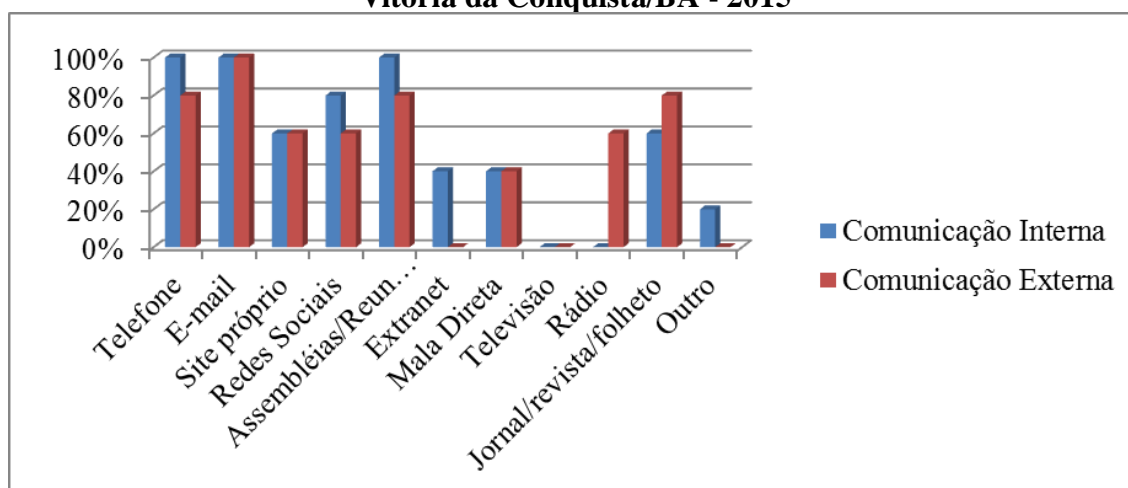
Os sindicatos foram questionados também sobre o tipo de conexão utilizada para acessar a internet, de forma a identificar se esta tem sido segura, rápida e eficiente. O resultado mostrou uma concentração nas conexões DSL (50%), fibra ótica (25%) e Wifi (25%). A DSL (Digital Subscriber Lines) é uma das primeiras tecnologias de banda larga a ganhar escala e uma das suas principais vantagens é a utilização da infraestrutura já existente do serviço telefônico. No entanto, a qualidade da conexão DSL degrada quando o usuário se afasta da central de comutação. Já a fibra ótica é baseada na transformação da informação em luz que viaja por meio de um canal físico e tem sido considerada a mais robusta tecnologia para o tráfego de dados, com grande capacidade e velocidade (SILVA, 2012).

O Wi-Fi (Wireless Fidelity), por sua vez, é um tipo inovador de transmissão via ondas de rádio, com boas taxas de transmissão. Todavia, apesar das vantagens e do baixo

custo de implantação, essa tecnologia ainda possui taxa de transmissão restrita quando comparada a outras tecnologias físicas (como fibra ótica e DSL) e barreiras físicas e condições climáticas podem interferir na qualidade da transmissão do sinal (SILVA, 2012). Assim, a maioria dos sindicatos de Vitória da Conquista tem escolhido tecnologias mais populares e fixas, que oscilam menos que as tecnologias sem fio.

No entanto, Silva (2012) ressalta que os dois tipos de conexões – fixo e sem fio – são geralmente utilizados de forma complementar, sobretudo no último quilômetro (last mile) da conexão, uma vez que todas elas apresentam vantagens e desvantagens. Essa informação demonstra a possibilidade de existir mais de um tipo de conexão nos sindicatos, o que pode ter sido omitido ou ser desconhecido pelo entrevistado. Ademais, conforme o Gráfico 1 abaixo, buscou-se fazer um comparativo entre as formas de comunicação sindical interna e externa de Vitória da Conquista.

Gráfico 1 - Meios de comunicação interna e externa utilizados pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA - 2015



Fonte: Elaboração própria, 2015.

Assim, os sindicatos de Vitória da Conquista, em ambas as situações, ainda preferem os meios de comunicação tradicionais, sobretudo o telefone, o e-mail e as assembleias. Resultado esse que se repete também na frequência de uso de cada sindicato. Além disso, as mídias impressas ainda são bastante utilizadas nas comunicações externas (80%) e interna (60%). Não obstante, nota-se que as redes sociais online têm ganhado notoriedade entre as formas tradicionais, ultrapassando inclusive a Extranet² e a Intranet³, e já ocupa o quarto e quinto lugar nos meios de comunicação interna e externa dos sindicatos, respectivamente.

² A Extranet é um tipo de Intranet que possibilita o acesso limitado para visitantes de fora da organização (LAUDON, 2001 apud GHEDINE, 2004).

Por outro lado, 80% dos entrevistados afirmaram que as redes sociais e os meios de comunicação sindical tradicionais irão coexistir, mas as redes sociais terão mais importância; 10% disseram que elas irão coexistir, mas os meios antigos de comunicação ainda serão mais importantes; e 10% acreditam que as redes sociais irão substituir completamente os meios tradicionais de comunicação sindical. Vê-se, assim, que apesar do uso das redes sociais ainda ser limitado nos sindicatos de Vitória da Conquista, estes reconhecem sua importância crescente para a comunicação.

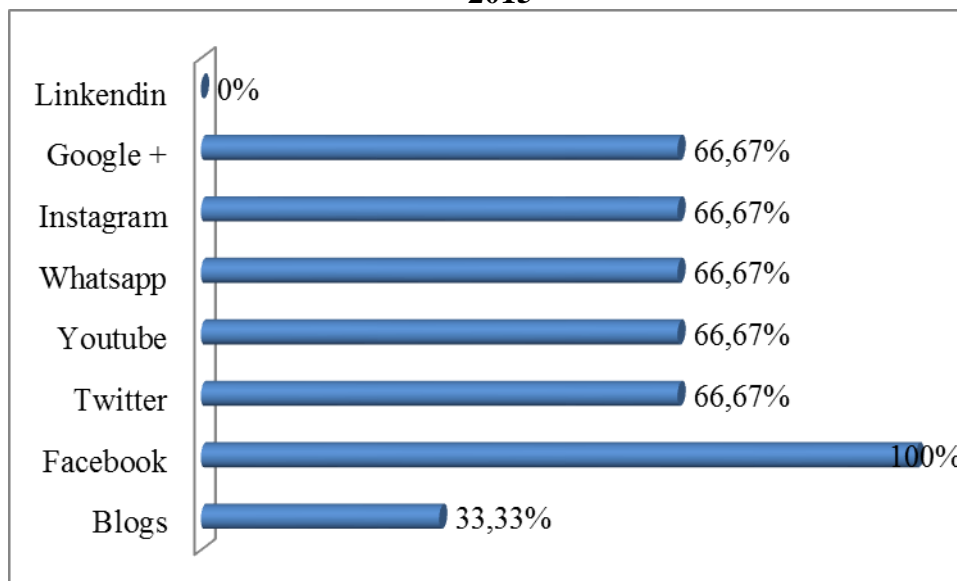
Por sua vez, quando questionados sobre o que desejariam de um sistema baseado em redes sociais para o sindicato em que trabalha e/ou faz parte, os entrevistados responderam que esse sistema deve ter um caráter multidimensional que garanta o diálogo entre associados, filiados, funcionários, a sociedade em geral e com outros sindicatos. Todavia, o mesmo deve ser de fácil comunicação e administração simultânea das diferentes redes sociais e dos recursos nelas disponíveis. Isso garantiria uma participação mais efetiva dos sindicatos no ambiente online e contribuiria para a formação de uma frente sindical única.

4.2 SINDICATOS QUE UTILIZAM REDES SOCIAIS EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA

O uso das redes sociais pelos sindicatos de Vitória da Conquista se revelou um processo recente. Dos 60% de entrevistados que disseram utilizar redes sociais, todos afirmaram que esse tipo de mídia é utilizado entre um e seis anos, sendo que 66,67% dos sindicatos possuem mais de trinta anos de existência. Além disso, a pesquisa revelou que o Facebook é a rede social mais utilizada nos sindicatos do município, como pode ser visto no gráfico abaixo.

³ A Intranet é uma rede organizacional protegida do público em geral por firewalls – sistemas de segurança com software especializado para evitar invasões -, que oferece acesso aos dados da empresa e utiliza a infraestrutura de rede existente na empresa, ao lado dos padrões de conectividade da Internet e softwares desenvolvidos para a Web. (URDAN; WEGGEN, 2000 apud GHEDINE, 2004).

Gráfico 2 - Redes sociais mais utilizadas pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA - 2015



Fonte: Elaboração própria, 2015.

Igualmente, os sindicatos entrevistados afirmaram que também gastam a maior parte do tempo nesta rede social. O Facebook, que possui mais de um bilhão de pessoas registradas, disponibiliza uma plataforma onde podem ser criados aplicativos e, por meio de uma Interface de Programação de Aplicativos (API), é possível autenticar o conteúdo para outras plataformas. Além disso, o botão "curtir" permite conhecer o conteúdo que os usuários mais aprovam e quais ações são mais eficientes (QUINTANILHA, 2012). É possível também patrocinar as publicações para que tenham um alcance de público maior.

Todavia, nota-se uma paridade de uso entre as demais redes sociais apresentadas, com exceção do Linkendin e dos blogs. Para Quintanilha (2012), o Twitter é uma das redes sociais com maior velocidade de propagação das informações e o Instagram é a rede social móvel mais utilizada. O YouTube, por sua vez, se torna importante para os sindicatos à medida que possibilita a circulação de vídeos sobre a luta e o trabalho sindical. Já o Google + integra os perfis do YouTube, do Gmail, do Google Places e diversos outros serviços da Google, que é o maior buscador do mundo (QUINTANILHA, 2012). Ademais, existe também o WhatsApp Messenger, que é um aplicativo de mensagens multiplataforma, o qual permite aos usuários criar grupos e enviar mensagens ilimitadas com imagens, vídeos e áudio, sem custo adicional (WHATSAPP, 2015).

Portanto, os sindicatos de Vitória da Conquista utilizam uma variedade grande das redes sociais mais importantes, porém têm dado pouca atenção ao papel dos blogs. Segundo Quintanilha (2012), o blog é uma das melhores ferramentas de diálogo e já ultrapassa um

bilhão de usuários no mundo. Ademais, quanto maior a quantidade de conteúdo publicado no blog, maior a possibilidade do diário eletrônico ser encontrado no site de buscas Google (QUINTANILHA, 2012). Quanto aos motivos que levaram à utilização dessas redes sociais na comunicação sindical em Vitória da Conquista, a Tabela 1 revela que foram vários.

Tabela 1 - Motivos que levaram os sindicatos de Vitória da Conquista/BA a utilizar redes sociais - 2015

| Motivo | Percentual |
|---|-------------------|
| Aumentar a reputação/credibilidade do sindicato | 100% |
| Passar informes/avisos | 100% |
| Mobilizar a sociedade sobre as causas da luta sindical | 66,67% |
| Aumentar o número de associados | 100% |
| Melhorar a comunicação interna do sindicato | 0% |
| Experimentar o uso das redes sociais para se posicionar no futuro | 33,33% |
| Trazer ideias de fora do sindicato | 33,33% |
| Reduzir os custos na comunicação sindical | 100% |
| Melhorar a qualidade do suporte aos filiados/associados | 100% |
| Outro | 0% |

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Logo, aumentar a credibilidade do sindicato perante a sociedade foi o motivo mais relevante, enquanto a comunicação interna foi a menos relevante. Isso significa que os sindicatos de Vitória da Conquista reconhecem a necessidade de se comunicar melhor com a sociedade, com baixo custo, e que já existe uma comunicação interna relativamente bem organizada e eficiente, apesar de optar por mídias tradicionais. Já os critérios empregados para determinar a escolha e a frequência de uso das redes sociais estão expostos na Tabela 2.

Tabela 2 - Critérios empregados pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA para determinar a escolha e a frequência de uso das redes sociais -2015

| Critério | Percentual |
|---|-------------------|
| Maior conhecimento/familiaridade sobre como utilizar | 100% |
| Maior popularidade da rede social entre os filiados | 100% |
| Maior popularidade da rede social entre a sociedade geral | 33,33% |
| Conveniência | 0% |
| Indicação de um profissional da área de computação/ marketing/ jornalismo | 66,67% |
| Estudo de mercado | 0% |
| Não sabe | 0% |
| Outro | 0% |

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Vê-se assim, que a popularidade e a acessibilidade foram fatores supra na utilização das redes sociais pelos sindicatos de Vitória da Conquista e que, na maioria dos casos, houve a indicação de um especialista na área. O estudo buscou auferir também os principais obstáculos e riscos que impedem um melhor uso das redes sociais na comunicação sindical. Segundo a Tabela 3, abaixo, a dificuldade para fazer com que as pessoas participem, a falta de conhecimento em gestão de redes sociais, preocupações com a segurança da rede e a falta de tempo para gerenciar as redes sociais são os principais obstáculos enfrentados pelos sindicatos em análise para aumentar sua efetividade nas redes sociais.

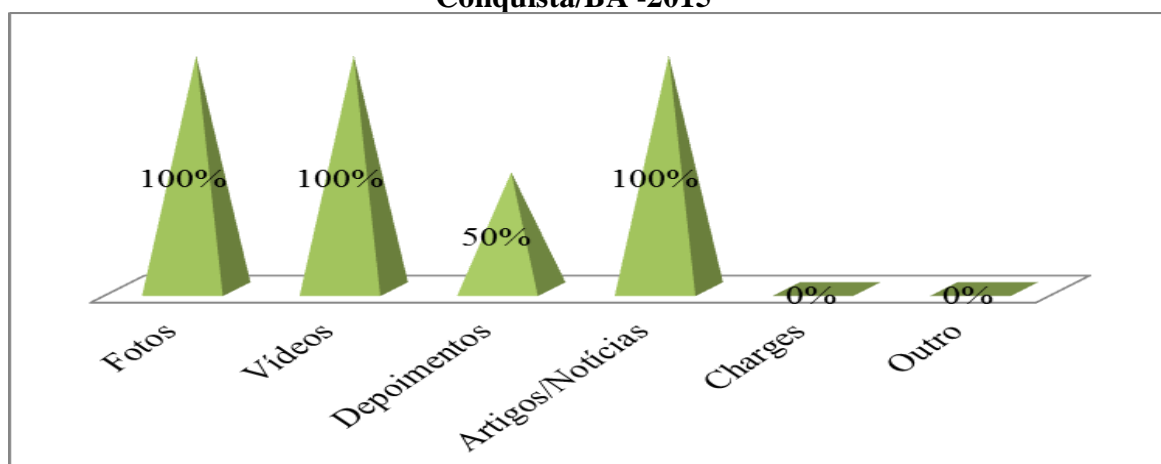
Tabela 3 - Principais obstáculos e riscos que impedem o melhor uso das redes sociais pelos sindicatos de Vitória da Conquista/BA -2015

| Obstáculo/ Risco | Percentual |
|--|------------|
| Falta de tempo para gerenciar as redes sociais | 33,33% |
| Dificuldade para fazer com que as pessoas participem | 100,00% |
| Falta de conhecimento em gestão de redes sociais | 66,67% |
| Dificuldades para mensurar e monitorar os benefícios | 0% |
| Preocupação com segurança | 66,67% |
| Publicação de conteúdos impróprios e de comentários negativos nas redes sociais do sindicato | 0% |
| Não há obstáculos | 0% |
| Não sabe/ Outro | 0% |

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Isso demonstra que os maiores problemas enfrentados pelos sindicatos conquistenses na utilização de redes sociais estão ligados à falta de conhecimento sobre utilização e segurança. Por outro lado, os sindicatos em análise fazem bom uso dos recursos disponíveis, como pode ser visto no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Principais recursos utilizados nas redes sociais dos sindicatos de Vitória da Conquista/BA -2015



Fonte: Elaboração própria, 2015.

Assim, destacam-se os recursos de fotos, artigos, notícias e vídeos, que também seguem essa ordem de frequência de uso. Contudo, a charge tem sido pouco explorada. Na visão de Miani (2002, p.14), dada sua expressividade, “é na charge que podemos observar com maior riqueza de detalhes e de expressões a verdadeira imagem das lutas, valores e concepções que um sindicato tem em relação a cada um dos assuntos de interesse da categoria ou da classe social”. Os sindicatos de Vitória da Conquista foram questionados ainda sobre os requisitos mais importantes de uma rede social:

Tabela 4 - Principais requisitos de uma rede social na visão dos sindicatos de Vitória da Conquista /BA -2015

| Requisito | Percentual |
|---|-------------------|
| Comunicação curta e rápida | 100% |
| Perfil, contendo dados dos funcionários, filiados e associados do sindicato | 0% |
| Subdivisão em grupos ou comunidades | 0% |
| Base de conhecimento ou repositório de arquivos | 0% |
| Mobilidade | 100% |
| Extensibilidade | 33,33% |
| Desempenho | 33,33% |
| Chat | 33,33% |
| Outro | 0% |

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Destarte, o principal requisito de uma rede social, na visão dos sindicatos em análise, é a comunicação curta e rápida. Não obstante, outras opções são completamente negligenciadas, como o perfil dos funcionários; a formação de grupos de trabalho onde a comunicação pode ser exclusiva e a base de conhecimento ou repositório de arquivos. Ademais, vê-se uma limitação também das formas utilizadas para mensurar as iniciativas nas redes sociais. A Tabela 5 apresenta esse resultado.

Tabela 5 - Formas utilizadas pelos sindicatos de Vitória da Conquista para mensurar as iniciativas nas redes sociais - 2015

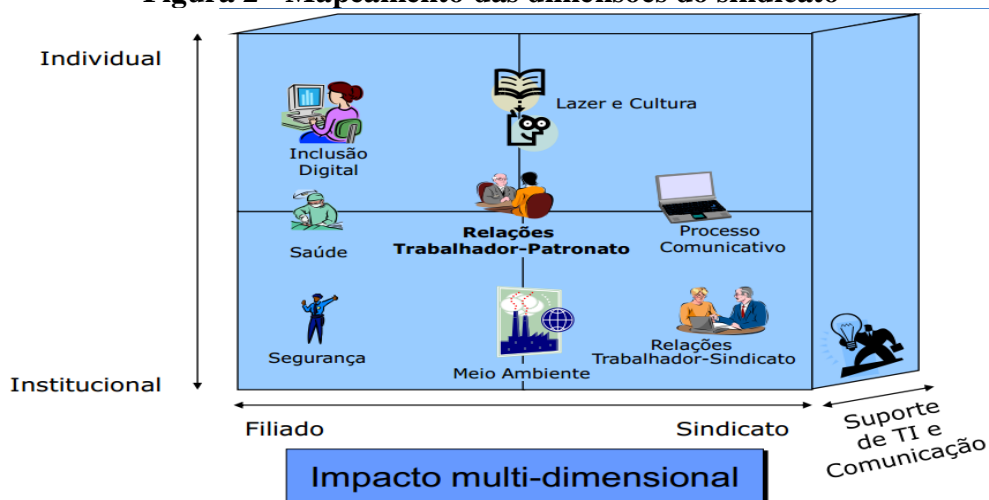
| Forma de mensuração | Percentual |
|---|-------------------|
| Número de usuários, usuários ativos, visitantes ou visitantes recorrentes | 100% |
| Visualização de páginas | 50% |
| Frequência de visitas | 50% |
| Tempo de permanência no site | 0% |
| Taxa de crescimento de usuários | 100% |
| Número de pessoas que enviam e-mail ou mensagens | 100% |
| Frequência de postagens | 100% |
| Citações ou links em outros sites | 0% |
| Aumento do número de buscas pelo sindicato | 50% |
| Número de pessoas que recomendam o sindicato | 0% |
| Número de ideias ou comentários úteis | 0% |
| Taxa de referências positivas versus negativas | 0% |
| Outras formas | 0% |
| Nenhuma | 0% |

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Contudo, mesmo reconhecendo a mensuração dos resultados como uma das suas maiores dificuldades e não utilizando todas as formas de quantificar as iniciativas nas redes sociais, 66,67% dos sindicatos entrevistados registraram um aumento dos associados e uma maior participação da sociedade nas discussões, eventos e assembleias dos sindicatos. A Associação dos Docentes da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (ADUSB) incluiu ainda como resultado a maior agilidade e amplitude do alcance das iniciativas nas redes sociais.

No que se refere à infraestrutura dos sindicatos para utilização das redes sociais, 66,67% dos entrevistados afirmaram que as redes sociais são gerenciadas por duas pessoas e 33,33% possuem mais de quatro pessoas trabalhando na gestão das redes. Ademais, em todos os sindicatos as redes sociais são administradas por equipes próprias, de assessorias de comunicação, as quais foram responsáveis pela implantação das redes sociais. Destarte, não houve o suporte de um profissional de computação ou de desenvolvimento Web. Isso vai de encontro com Mosca (2015) para o qual o uso eficiente das redes sociais pelos sindicatos deve alinhar os objetivos do trabalhador, do sindicato e da sociedade, a partir de um suporte de Tecnologia da Informação e comunicação, como pode ser visto na Figura 2, a seguir.

Figura 2 - Mapeamento das dimensões do sindicato



Fonte: Mosca (2015)

Entretanto, os sindicatos de Vitória da Conquista que utilizam redes sociais afirmaram que a tendência é aumentar sua participação online.

4.3 SINDICATOS QUE NÃO UTILIZAM REDES SOCIAIS EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA

Quanto aos sindicatos que não investem em redes sociais foi-lhes questionado os motivos dessa escolha. As respostas estão expressas abaixo na Tabela 6.

Tabela 6 -Motivos pelos quais sindicatos de Vitória da Conquista não investem em redes sociais - 2015

| Motivo | Percentual |
|--|------------|
| Dificuldade para mensurar e monitorar os benefícios | 50% |
| Falta de conhecimento no assunto | 0% |
| Falta de tempo para gerenciar as redes sociais | 50% |
| Falta de adequação à política do sindicato | 100% |
| Preocupações com segurança | 50% |
| Publicação de conteúdos impróprios e de comentários negativos nas redes sociais do sindicato | 100% |
| Falta de aprovação da categoria | 0% |
| Falta de aprovação dos superiores | 0% |
| Benefícios não atrativos | 0% |
| Não sabe | 0% |

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Assim, os principais obstáculos que impedem a participação nas redes sociais de 40% dos sindicatos de Vitória da Conquista é a falta de adequação à política do sindicato e a preocupação com a publicação de conteúdos impróprios e de comentários negativos nas suas redes sociais. O Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Vitória da Conquista incluiu ainda outro motivo que é a ausência de cobertura completa na zona rural, onde está a maioria de seus associados e filiados. Entretanto, 75% afirmaram ter interesse em começar a investir em redes sociais para passar informes, aumentar o suporte aos filiados e associados e se comunicar com a sociedade em geral.

5 CONCLUSÃO

As redes sociais surgiram com o intuito de promover a interação entre pessoas e se tornou uma importante ferramenta para organizações de diversas naturezas se comunicarem com seus públicos-alvo. Não obstante, os sindicatos também passaram a trabalhar nas redes sociais. Partindo disso, o objetivo geral do presente trabalho foi analisar o uso das redes sociais para a comunicação sindical no município de Vitória da Conquista, Bahia, identificando as redes mais utilizadas, os objetivos, as iniciativas, os progressos, as limitações e as perspectivas para o futuro dos sindicatos no ambiente virtual. Logo, este estudo tem grande importância socioeconômica e científica, além de ser um tema atual.

A hipótese que se coloca é que as redes sociais têm sido de fundamental relevância para a comunicação nos sindicatos de Vitória da Conquista, possibilitando um melhor relacionamento com os filiados e associados e contribuindo para uma maior mobilização da sociedade em prol das conquistas de classe. Para tanto, a metodologia utilizada foi do tipo exploratório e descritivo. A coleta de dados, por sua vez, se deu por meio de pesquisa bibliográfica e da aplicação de uma entrevista semiestruturada para a obtenção de dados quantitativos e qualitativos. A amostra foi do tipo não probabilística intencional.

O estudo mostrou que, nessa sociedade, interconectada pelas redes sociais, circulam as mais diversas informações, as quais podem contribuir para que haja um ambiente empresarial e corporativo de maior inovação, intercâmbio e comunicação entre as pessoas. Nela, todos estão reaprendendo a comunicar, integrando o humano e o tecnológico; o individual, o grupal e o social. Logo, à medida que as ferramentas da comunicação e informação forem utilizadas de forma mais madura, um desenvolvimento humano será percebido nas relações interpessoais, grupais e organizacionais. Por outro lado, as redes sociais, quando usadas de forma indiscriminada, pode gerar graves consequências para as empresas, organizações e instituições, já que qualquer pessoa pode emitir uma opinião positiva ou negativa acerca de um acontecimento.

Além disso, ficou evidente que o sindicato deve se adaptar a essas novas formas de relacionamento digital, uma vez que elas possibilitam ampliar o conhecimento, ter agilidade na comunicação e maior integração e interatividade. No caso específico do movimento sindical de Vitória da Conquista, as redes sociais podem, sobretudo, contribuir para conscientizar melhor os trabalhadores e incentivar o auxílio entre os sindicatos de diferentes categorias no município, fortalecendo o movimento trabalhista.

No Capítulo 4, por sua vez, buscou-se responder aos objetivos aqui propostos. Foi mostrado que 75% dos sindicatos analisados utilizam a internet durante todo o dia e que ela se tornou fundamental para o trabalho desses. Porém, no que se refere aos meios de comunicação, a amostra do estudo ainda prefere os meios tradicionais - como o telefone, o e-mail e as assembléias - e as mídias impressas ainda são bastante utilizadas nas comunicações externas e interna. Não obstante, nota-se que as redes sociais online também têm ganhado notoriedade entre as formas tradicionais, e já ocupa, respectivamente, o quarto e quinto lugares entre os meios de comunicação interna e externa dos sindicatos.

Por outro lado, o uso das redes sociais pelos sindicatos de Vitória da Conquista se revelou um processo recente. Dos 60% de entrevistados que disseram utilizar redes sociais, todos afirmaram que esse tipo de mídia é utilizado há entre um e seis anos. Além disso, o Facebook é a rede social mais usada, mas, os sindicatos de Vitória da Conquista também utilizam uma variedade grande das outras redes sociais mais importantes. Todavia, pouca atenção tem sido dada ao papel dos blogs.

Quanto aos motivos que levaram à utilização de redes sociais na comunicação sindical, a credibilidade e reputação do sindicato perante a sociedade foi o motivo mais relevante, enquanto a comunicação interna foi a menos relevante. Isso pode significar que os sindicatos de Vitória da Conquista reconhecem a necessidade de se comunicar melhor com a sociedade, com baixo custo, e que já existe uma comunicação interna relativamente bem organizada e eficiente, apesar de optar por mídias tradicionais.

Já entre os critérios empregados para determinar a escolha e a frequência de uso das redes sociais, destacam-se a popularidade e a acessibilidade e, na maioria dos casos, houve a indicação de um especialista na área. O estudo buscou auferir também os principais obstáculos e riscos que impedem um melhor uso das redes sociais na comunicação sindical, sendo os maiores constatados: a dificuldade para fazer com que as pessoas participem, a falta de conhecimento em gestão de redes sociais, preocupações com a segurança da rede e a falta de tempo para gerenciar as redes sociais.

Por outro lado, os sindicatos em análise fazem bom uso dos recursos disponíveis, destacando-se os recursos de fotos, artigos, notícias e vídeos, que também seguem essa ordem de frequência de uso. Contudo, a charge tem sido pouco explorada. Além disso, foi constatado que o principal requisito de uma rede social, na visão dos sindicatos em análise, é a comunicação curta e rápida. Não obstante, outras opções são completamente negligenciadas, como o perfil dos funcionários; a formação de grupos de trabalho onde a comunicação pode ser exclusiva e a base de conhecimento ou repositório de arquivos.

Ademais, vê-se uma limitação também das formas utilizadas para mensurar as iniciativas nas redes sociais. Entretanto, mesmo reconhecendo a mensuração dos resultados como uma das suas maiores dificuldades e não utilizando todas as formas de quantificar as iniciativas nas redes sociais, 66,67% dos sindicatos entrevistados registraram um aumento dos associados e uma maior participação da sociedade nas discussões, eventos e assembléias.

No que se refere à infraestrutura para utilização das redes sociais, em todos os sindicatos elas são administradas por equipes próprias, de assessorias de comunicação, as quais foram responsáveis pela implantação das redes sociais. Apesar de não ter o suporte de um profissional de computação ou de desenvolvimento Web, os sindicatos de Vitória da Conquista afirmaram que a tendência é aumentar sua participação online.

Quanto aos que não investem em redes sociais, os principais motivos dessa escolha são a falta de adequação à política do sindicato e a preocupação com a publicação de conteúdos impróprios e de comentários negativos nas suas redes sociais. Contudo, 75% afirmaram ter interesse em começar a investir em redes sociais para passar informes, aumentar o suporte aos filiados e associados e se comunicar com a sociedade em geral.

Vê-se, assim, que há uma conscientização dos sindicatos sobre a importância crescente das redes sociais para a comunicação sindical, uma vez que, nas entrevistas, aqueles que utilizam esse tipo de mídia associam os resultados positivos a elas e, no caso dos sindicatos que não investem em redes sociais, há uma pretensão de se começar a utilizar.

O estudo mostrou também que os sindicatos do município desejariam ter um sistema baseado em redes sociais com um caráter multidimensional que garanta o diálogo entre associados, filiados, funcionários, a sociedade em geral e com outros sindicatos. Todavia, o mesmo deve ser de fácil comunicação e administração simultânea das diferentes redes sociais e dos recursos nelas disponíveis. Isso garantiria uma participação mais efetiva dos sindicatos no ambiente online e contribuiria para a formação de uma frente sindical única. Portanto, programas que venham a ser desenvolvidos visando facilitar a comunicação dos sindicatos nas redes sociais devem ter em vista tais premissas.

Logo, a pesquisa atendeu aos objetivos propostos e confirmou parcialmente a hipótese, mostrando que as redes sociais têm sido de fundamental relevância para a comunicação da maioria dos sindicatos de Vitória da Conquista, possibilitando um melhor relacionamento com os filiados e associados e contribuindo para uma maior mobilização da sociedade em prol das conquistas de classe. Todavia, nota-se que há uma estrutura relativamente consolidada em termos de comunicação, com redes sociais e recursos bem escolhidos, mas a estratégia computacional ainda é limitada, pois os sindicatos possuem

dificuldades em questões de controle, segurança, gestão de tempo, alcance do público alvo e de conhecimento das ferramentas disponíveis na Web.

Vale destacar que uma das limitações do estudo foi o tamanho da amostra, uma vez que nem todos os sindicatos se disponibilizaram a responder o questionário ou não o enviaram a tempo de concluir a pesquisa. Além disso, outra dificuldade foi o reduzido número de estudos sobre o uso das redes sociais na comunicação sindical que, quando existentes, possuem uma abordagem ainda superficial. A maioria das análises encontrada, inclusive na área de Ciências da Computação, tinha por objeto de estudo o indivíduo ou empresas.

Assim, as conclusões aqui apresentadas se aplicam apenas a esta amostra, já que não existem dados para uma análise comparativa. Contudo, foi possível apresentar os objetivos e as características dos sindicatos para que possam ser utilizados em trabalhos futuros e no desenvolvimento de programas. Com sugestão de próximas pesquisas, fica a possibilidade de se analisar amostras maiores e estudos comparativos.

REFERÊNCIAS

ADAMIC, L. ; ADAR, E. How to Search a Social Network. **Social Networks**, v. 27, n. 3, p. 187-203, 2005.

AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da . Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2007.

ATKEARNEY. **Connected consumers are not created equal**: a global perspective. Disponível em: < http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/connectedconsumers/full-study/-/asset_publisher/Aj6WmQ8WDHBx/content/connected-consumers-are-not-created-equal-a-global-perspective/10192>. Acesso em: 01 jun. 2015.

BARABÁSI, A. L. Linked: How Everything is Connected to Everything else and what it means for Business. **Science and Everyday Life**. PLUME. Cambridge 2003.

BERTOLINI, S. ; BRAVO, G. **Social Capital, a Multidimensional Concept**. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>>. Acesso em 10 dez. 2014.

BLOOMBERG. **LinkedIn Passes Myspace to Become No. 2 U.S. Social Network**. Disponível em: <<http://www.bloomberg.com/news/articles/2011-07-08/linkedin-tops-myspace-to-become-second-largest-u-s-social-networking-site>>. Acesso em: 10 de fev. 2015.

BOYD, D. M. ; ELLISON, N. B. **Social network sites**: Definition, history, and scholarship. . Disponível em <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> >2007. Acesso em 09 de nov. 2014.

BORGES, A. Origem e papel dos sindicatos. **I Modulo do curso centralizado de formação política**. Brasília: Escola Nacional de Formação da CONTAG – ENFOC, 2006.

BRIGGS, M. **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar**. Park: Universidade de Maryland 2007.

CARVALHO, V. O.; MURBACK, F.G.R.. Estudo da utilização das redes sociais digitais nas empresas brasileiras. **Gestão & conhecimento**. Poços de Caldas: PUC/Minas, Curso de Administração, nº 8, 2014.

CRUZ. V. M. da. **Internet na comunicação sindical**. 2010. Monografia (Especialização pelo Curso Assessoria, Gestão da Comunicação e Marketing), Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté. Taubaté, 2010. 58 p.

DAMASCENO, S.N. **Fontes para a história social do trabalho**: sindicatos e movimentos sociais em Vitória da Conquista - Ba na segunda metade do século XX. Disponível em: < <file:///C:/Users/CPU/Downloads/ebook--e-memoria-vol-2.pdf>>. Acesso em 20 nov. 2015.

DAMASCENO, S.N. História e memória do sindicato dos trabalhadores rurais de vitória da conquista. In: **VI Encontro Estadual de História ANPUH/BA, 2013**, Vitória da Conquista.

DELOITTE. **Mídias sociais nas empresas: o relacionamento online com o cliente** [S.I.: s.n.], 2010.

DUTRA, R.. **O Movimento Sindical e as Conquistas dos Trabalhadores Brasileiros**. Disponível em: < <http://www.veritae.com.br/artigos/arquivos/movimentosindical.pdf>> . Acesso em 04 de out. 2015.

FLAITT, R. **O futuro da imprensa sindical na era digital**. 2011. Disponível em: < http://www.cntm.org.br/portal/materia.asp?id_con=7154>. Acesso em 03 de out. 2015.

GAZETA DO POVO. **Brasil é 3.º país do mundo que passa mais tempo na internet ao celular**. Disponível em: < <http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/brasil-e-3-pais-do-mundo-que-passa-mais-tempo-na-internet-ao-celular-8bnfhxdhg2qlebjhplxkhflsm>>. Acesso em 21 nov. 2015.

GIL, A C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

MENDONÇA, G. M.. **Manual de normatização para apresentação de trabalhos acadêmicos**. 2. ed. Salvador: Unifacs, 2011.

GLADWELL, M. **O Ponto de Desequilíbrio: Como pequenas coisas podem fazer uma grande diferença**. ROCCO. Rio de Janeiro 2002.

GRANOVETTER, M. The Strengh of Weak Ties. **The American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

GUEDES. P.C.. **Uso de redes sociais para colaboração em pequenas e médias empresas**. 2011. Monografia (Bacharelado em Ciência da Computação), Instituto de Informática da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011. 76 p.

GUEDINE, T.. **Educação a distância via Internet/Intranet: Estudo de múltiplos casos realizado em empresas privadas brasileiras**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004. 104 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Cidades**: Vitória da Conquista. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=293330&search=bahia|vitoria-da-conquista>>. Acesso em: 30 out. 2015.

KIRKPATRICK, D. **O Efeito Facebook**. Lisboa: Arcádia, 2011.

LESCA, H.; ALMEIDA, F. C. Administração estratégica da informação. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 66-75, 1994.

MONGE, P. R. ; CONTRACTOR, N. S. Theories of Communication Networks. **Oxford University Press**, 2003.

MIANI, R. A. A charge na imprensa sindical: uma iconografia do mundo do trabalho. **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador: 2002 Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_np16miani.pdf >. Acesso 03 de out. 2015.

MOSCA, Ivonísio. **Comunicação sindical em um mundo digital**. Disponível em: < www.sindpdce.org.br/images/conteudo/file/comunicacao_CUT.pdf >. Acesso em 14 ago. 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA – PMVC. **Economia**. Disponível em: < <http://www.pmvc.ba.gov.br/economia/> >. Acesso em 05 set. 2015.

PIMENTEL, H.D. G.. **Investigação de um modelo de rede social para o desenvolvimento das capacidades gerenciais de empreendedores de micro e pequenas empresas no Brasil**. 2013. Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência da Computação), Centro de Informática da Universidade Federal do Pernambuco. Recife, 2013. 127 p.

QUINTANILHA, Pedro. **Aprenda a trabalhar com mídias sociais em quatro semanas**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.pedroquintanilha.com.br/ebook-midias-sociais/aprenda-a-trabalhar-com-midias-sociais-em-4-semanas.pdf>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

RECUERO, R. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul**, 2007.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Metamorfozes jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC 2009.

REUTERS. **Google+ attracts 25 mln visitors** - comScore. Disponível em: <<http://in.reuters.com/article/2011/08/03/idINIndia-58589020110803>>. Acesso em: 10 de fev. 2015.

RIBEIRO, J. C. ; SANTOS, F. J. Redes, Investimento Direto Estrangeiro e Desenvolvimento Regional. **Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional**, Évora, Portugal, 2003.

SANTOS, A. J.; ALMEIDA, J. R. M. de. Aparelhamento, corporativismo sindical e lutas de classes em Vitória da Conquista. **Revista diálogo**. Canoas, n. 28, p.89-104. abr. 2015.

SANTOS, D. A. C.. **O papel das redes sociais para as lojas de confecções do shopping conquista sul no município de Vitória da Conquista/BA**. 2015. Monografia (Bacharelado em Ciência da Computação). Curso de Ciências da Computação da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Vitória da Conquista, 2015. 54 p.

SCHMITT, V. F.. **Uma análise comparativa de técnicas de aprendizagem de máquina para prever a popularidade de postagens no Facebook**. 2013. Monografia (Bacharelado

em Ciência da Computação), Instituto de Informática da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013. 57 p.

STAROBINAS, L.. Um mundo de conexões. As redes abraçam a web. **Carta na Escola**. Brasil: Manoela Carta. 45 2010.

SILVA, S. P.. Internet em redes de alta velocidade: concepções e fundamentos sobre banda larga. In: SILVA, Sivaldo Pereira; BIONDI, Antonio. (Org). **Caminhos para a universalização da internet banda larga**: experiências internacionais e desafios brasileiros São paulo : Intervezes, 2012. p. 23-50.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA – SEI. **A Bahia tem população estimada em mais de 15 milhões de habitantes**. Salvador, 2015.

Disponível em: <

http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2138%3Abahia-tem-populacao-estimada-em-mais-de-15-milhoes-de-habitantes&catid=3%3Adestaques&Itemid=1 >. Acesso em 05 de set. de 2015.

THE NEW YORK TIMES. **COMPANY INFORMATION**. Disponível em:

<<http://topics.nytimes.com/top/news/business/companies/twitter/index.html?inline=nyt-org>>, 2011a. Acesso em: 10 de fev. 2015.

THE TELEGRAPH. **The ten most popular social networking websites**. Disponível em:

<<http://www.telegraph.co.uk/technology/google/8718580/The-ten-most-popular-social-networking-websites.html>>, 2011. Acesso em 10 de fev. 2015.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R. ; DI CHIARA, I. G. **Das redes sociais à inovação**. Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WHATSAAP. **Como funciona**. Disponível em: < http://www.whatsapp.com/?l=pt_br>. Acesso em: 15 mar. 2015.

APÊNDICE A
QUESTIONÁRIO – O USO DAS REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO SINDICAL:
UM ESTUDO DE CASO COM OS SINDICATOS DO MUNICÍPIO DE VITÓRIA DA
CONQUISTA/BA

Sindicato: _____

Nome do entrevistado/função no sindicato: _____

Área do sindicato (Comércio, educação, saúde etc.) _____

Quantidade de filiados do sindicato: _____

Tempo de atuação do sindicato: () menos de 1 ano () 1 a 6 anos () 7 a 12 anos () 13 a 18 anos () 19 a 24 anos () 25 a 30 anos () mais de 30 anos

INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE COMUNICAÇÃO

1) Com que frequência a internet é utilizada no sindicato?

() Durante todo o dia () Uma vez a cada hora () 2 a 4 vezes por dia () Um vez por dia ou menos () Não utilizamos internet

2) Qual o tipo de conexão utilizada no sindicato para acessar a internet?

() DSL (Power, Velox, Speed) () Wifi () Internet Discada () 3 G () 4 G
 () Wimax () Radio Limitado Privado () Fibra ótica () Não utiliza internet
 () Não sabe responder

3) Quais os meios de comunicação utilizados pelos funcionários e sindicalistas para se comunicar uns com os outros? (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE USO APENAS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS NO SINDICATO).

() Telefone () E-mail () Site próprio () Redes Sociais () Assembleias/ reuniões
 () Intranet () Mala Direta () Televisão () Rádio () Jornal/ revista/ folheto
 () Outro: _____

4) Quais os meios de comunicação utilizados no sindicato para se comunicar com a sociedade em geral? (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE USO APENAS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS NO SINDICATO).

- Telefone E-mail Site próprio Redes Sociais Assembleias/ reuniões
 Extranet Mala Direta Televisão Rádio Jornal/ revista/ folheto
 Outro: _____

5) Sobre as redes sociais e os meios de comunicação sindical tradicionais (panfletos, jornais etc.) você acredita que, nos sindicatos:

- Irão coexistir com igual importância
 Irão coexistir, mas as redes sociais terão mais importância
 Irão coexistir, mas os meios antigos de comunicação ainda serão mais importantes
 As redes sociais irão substituir completamente os meios tradicionais de comunicação sindical

6) O que você desejaria de um sistema baseado em redes sociais para o sindicato em que trabalha e/ou faz parte?

**INFORMAÇÕES SOBRE OS SINDICATOS QUE UTILIZAM REDES SOCIAIS
(PREENCHER APENAS SE O SINDICATO UTILIZAR REDES SOCIAIS. SE NÃO
UTILIZAR REDES SOCIAIS, POR FAVOR, IR PARA A QUESTÃO 17)**

7) Há quanto tempo a empresa utiliza as redes sociais?

- menos de 1 ano 1 a 6 anos 7 a 12 anos 13 a 18 anos 19 anos
ou mais

8) Qual (ais) rede(s) social (ais) é (são) utilizada (s) com maior frequência no sindicato (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE FREQUÊNCIA APENAS AS REDES UTILIZADAS)?

Blogs Facebook Twitter Youtube Whatsapp Instagram Google+ Linkendin Outra: _____

9) Quais critérios foram empregados para determinar a escolha e a frequência de uso das redes sociais do sindicato? (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS CRITÉRIOS VÁLIDOS)

- Maior conhecimento/familiaridade sobre como utilizar
- Maior popularidade da rede social entre os filiados
- Maior popularidade da rede social entre a sociedade em geral
- Conveniência
- Indicação de um profissional da área de computação/ marketing/ jornalismo
- Estudo de mercado
- Não sabe
- Outro: _____

10) Quais os motivos que levaram o sindicato a estar presente nas redes sociais? (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS MOTIVOS VÁLIDOS)

- Aumentar a reputação/credibilidade do sindicato
- Passar informes/avisos
- Mobilizar a sociedade sobre as causas da luta sindical
- Aumentar o número de associados
- Melhorar a comunicação interna do sindicato
- Experimentar o uso das redes sociais para se posicionar no futuro
- Trazer ideias de fora do sindicato
- Reduzir os custos na comunicação sindical
- Melhorar a qualidade do suporte aos filiados/associados
- Outro: _____

11) Quais os principais obstáculos/ riscos que impedem o melhor uso das redes sociais pelo sindicato?(ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE EFEITO APENAS OS OBSTÁCULOS VÁLIDOS).

- Falta de tempo para gerenciar as redes sociais
- Dificuldade para fazer com que as pessoas participem
- Falta de conhecimento em gestão de redes sociais
- Dificuldades para mensurar e monitorar os benefícios
- Preocupação com segurança (invasão do perfil ou do computador, uso indevido da imagem etc.)
- Publicação de conteúdos impróprios e de comentários negativos nas redes sociais do sindicato
- Não há obstáculos
- Não sabe
- Outro: _____

12) Quais os principais recursos utilizados nas redes sociais do sindicato? (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS ITENS VÁLIDOS)

- Fotos Vídeos Depoimentos Artigos/ notícias Charges
- Outros: _____

13) Quais os requisitos mais importantes de uma rede social, na visão do sindicato (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS ITENS VÁLIDOS)?

- Comunicação curta e rápida
- Perfil, contendo dados dos funcionários, filiados e associados do sindicato
- Subdivisão em grupos ou comunidades (subdivisão em grupos entenda equipes de trabalho onde a troca de comunicação pode ser exclusiva).
- Base de conhecimento ou repositório de arquivos
- Mobilidade (possibilidade de interagir via dispositivos móveis)
- Extensibilidade (possibilidade de adicionar aplicativos, plug-ins etc.)
- Desempenho
- Chat
- Outro: _____

14) Quais as formas utilizadas pelo sindicato para mensurar as iniciativas nas redes sociais (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS ITENS VÁLIDOS)?

- Número de usuários, usuários ativos, visitantes ou visitantes recorrentes
- Visualização de páginas
- Frequência de visitas
- Tempo de permanência no site
- Taxa de crescimento de usuários
- Número de pessoas que enviam e-mail ou mensagens
- Frequência de postagens
- Citações ou links em outros sites
- Aumento do número de buscas pelo sindicato
- Número de pessoas que recomendam o sindicato
- Número de ideias ou comentários úteis
- Taxa de referências positivas versus negativas
- Outras formas
- Nenhuma

15) Infraestrutura

Número de pessoas que trabalham com as redes sociais no sindicato: _____

Setor responsável pela gestão das redes sociais: Marketing Tecnologia da Informação/CPD Vendas Gerência/ Diretoria Outros: _____

Tipo de equipe que trabalha com a gestão de redes sociais: Própria Terceirizada Ambas

Quem implantou as redes sociais: Empresa/ Profissional de desenvolvimento Web Agência de Marketing/Comunicação Equipe interna Outro: _____

Qual a tendência da participação do sindicato nas redes sociais? Aumentar Diminuir Manter

16) Quais os resultados alcançados pela empresa com o uso das redes sociais (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS ITENS VÁLIDOS)?

- Aumento do número de associados

- Maior participação da sociedade nas discussões, eventos e assembleias do sindicato
- Aumento das conquistas sindicais
- Nenhum Outro: _____

SINDICATOS QUE NÃO UTILIZAM REDES SOCIAIS
(PREENCHER APENAS SE O SINDICATO NÃO UTILIZAR REDES SOCIAIS)

17) Quais os motivos pelos quais não investem em redes sociais (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS ITENS VÁLIDOS)?

- Dificuldade para mensurar e monitorar os benefícios
- Falta de conhecimento no assunto
- Falta de tempo para gerenciar as redes sociais
- Falta de adequação à política do sindicato
- Preocupações com segurança (invasão do perfil ou do computador, uso indevido da imagem etc.)
- Publicação de conteúdos impróprios e de comentários negativos nas redes sociais do sindicato
- Falta de aprovação da categoria
- Falta de aprovação dos superiores
- Benefícios não atrativos
- Não sabe
- Outro: _____

18) Qual a tendência da participação do sindicato nas redes sociais?

- Aumentar Não investir

19) Em caso de querer participar de redes sociais, qual(ais) o (s) motivo (os) (ENUMERE EM ORDEM CRESCENTE DE PRIORIDADE APENAS OS ITENS VÁLIDOS)?

- Aumentar a reputação/credibilidade do sindicato
- Passar informes/avisos

- () Mobilizar a sociedade sobre as causas da luta sindical
- () Aumentar o número de associados
- () Melhorar a comunicação interna do sindicato
- () Experimentar o uso das redes sociais para se posicionar no futuro
- () Trazer ideias de fora do sindicato
- () Reduzir os custos na comunicação sindical
- () Melhorar a qualidade do suporte aos filiados/associados
- () Outro: _____