

A REDE SOCIAL: O LINEAR ÉTICO E EMPRESARIAL NO ESPAÇO VIRTUAL
LA RED SOCIAL: EL LINEAL ÉTICO Y EMPRESARIAL EN EL ESPACIO VIRTUAL
THE SOCIAL NETWORK: THE ETHICAL AND BUSINESS LINEAR IN THE VIRTUAL SPACE

Gustavo Nascimento Oliveira*
gustavool@gmail.com

Janison Costa Cruz*
janison@hotmail.com

Layssa Santana Santos*
layssa@gmail.com

Rafaela Esteves Reis Lima*
rafaela@hotmail.com

Cleide Mara Barbosa da Cruz**
cmara.cruz@hotmail.com

***Renata Dantas de Santana**
renatadantas@ages.edu

Faculdade AGES de Medicina - Faculdade AGES, Bahia, Brasil
**Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, Brasil.

Resumo

Este estudo apresenta uma análise em um viés ético das empresas em sua necessidade de existência no ambiente virtual, fazendo comparações e demonstrando cenas da obra cinematográfica “A rede social”, baseado numa história real do criador do Facebook, onde se tornou uma empresa de renome mundial, onde são apresentadas situações que são correlacionadas a ética no espaço corporativo, bem como a ética profissional e pessoal. Este estudo objetiva apresentar de forma narrativa, indireta e não participativa a relação teórico-prática sobre ética empresarial, ética no ambiente virtual e as relações de trabalho decorrentes da criação e desenvolvimento da rede social Facebook. A metodologia deste estudo é exploratória de caráter qualitativo, constitui também uma análise não participativa com base em observação, onde foi realizada uma análise para obtenção dos resultados e para melhor entendimento utilizou-se um embasamento teórico para melhor esclarecer pontos relevantes do filme. Os resultados apresentados esclarecem que a obra apresentou relação da ética empresarial relacionada aos valores morais e éticos da empresa dentro do ramo de atuação, e no âmbito empresarial, um fator importante, é o crescimento saudável de uma organização e suas tomadas de decisões, considerando um viés ético, trazendo segurança e confiabilidade dentro da empresa considerando os fatores internos e externos, desta forma é primordial definir os valores da empresa, cultura organizacional e código de conduta ética.

PALAVRAS CHAVE: Valores. Ética. Lucratividade. Comportamento.

Resumen

Este estudio presenta un análisis desde una perspectiva ética de las empresas en su necesidad de existir en el entorno virtual, haciendo comparaciones y demostrando escenas de la obra cinematográfica “La red social”, basada en una historia real del creador de Facebook, donde se convirtieron en una empresa de renombre mundial, donde se presentan situaciones que se correlacionan con la ética en el espacio corporativo, así como con la ética profesional y personal.

Este estudio tiene como objetivo presentar de manera narrativa, indirecta y no participativa la relación teórico-práctica sobre ética empresarial, ética en el entorno virtual y relaciones laborales derivadas de la creación y desarrollo de la red social Facebook. La metodología de este estudio es exploratoria de carácter cualitativo, además constituye un análisis no participativo basado en la observación, donde se realizó un análisis para obtener los resultados y para su mejor comprensión se utilizó una base teórica para aclarar mejor puntos relevantes de la película. Los resultados presentados aclaran que el trabajo presentó la relación de la ética empresarial relacionada con los valores morales y éticos de la empresa dentro del campo de actividad, y en el contexto empresarial, un factor importante es el crecimiento saludable de una organización y su decisión. -hacer, considerando un sesgo ético, aportando seguridad y confiabilidad dentro de la empresa considerando factores internos y externos, por lo que es fundamental definir los valores de la empresa, la cultura organizacional y el código de conducta ética.

PALABRAS CLAVE: Valores. Principio moral. Rentabilidad. Comportamiento.

Abstract

This study presents an analysis of the ethical bias of companies in their need to exist in the virtual environment, making comparisons and demonstrating scenes from the film “The Social Network”, based on a true story of the creator of Facebook, where it became a world-renowned company, where situations are presented that are correlated to ethics in the corporate space, as well as professional and personal ethics. This study aims to present in a narrative, indirect and non-participatory way the theoretical-practical relationship between business ethics, ethics in the virtual environment and the labor relations resulting from the creation and development of the social network Facebook. The methodology of this study is exploratory and qualitative in nature, and also constitutes a non-participatory analysis based on observation, where an analysis was carried out to obtain the results and for better understanding, a theoretical basis was used to better clarify relevant points of the film. The results presented clarify that the work presented the relationship between business ethics and the company's moral and ethical values within the field of activity, and in the business environment, an important factor is the healthy growth of an organization and its decision-making, considering an ethical bias, bringing security and reliability within the company considering internal and external factors, thus it is essential to define the company's values, organizational culture and code of ethical conduct.

KEYWORDS: Values. Moral principle. profitability behavior.

1. Introdução

Na obra cinematográfica “A Rede Social”, baseada em fatos reais, conta a história de Mark Zuckerberg, o idealizador de uma grande rede social o Facebook, nele retrata algumas situações da trajetória do protagonista antes de atingir o sucesso com seu empreendimento relativamente inovador, bem como mostra o que acontece após sua rede social atingir o ápice do sucesso com a disseminação dessa rede social em várias partes do mundo, apresentando também uma trajetória marcada por sucesso, crescimento empresarial, bem como questões de ética pessoal e profissional.

A internet se transformou em ferramenta obrigatória para as empresas, pois tem a facilidade o alcance de atrair muitos clientes ao mesmo tempo, por isso, manter a ética ficou cada vez mais difícil, visto que a concorrência tem aumentado e as mudanças ocorrem constantemente, e vender um produto

nas redes gera a necessidade de caráter empresarial, ser realista, com seu cliente, levando em conta que, aquele momento de comprar, esperar e receber o pedido, ou até mesmo de comprar um serviço, pode ser um fator importante para que o cliente volte a sua empresa ou até mesmo compartilhe na sua própria rede social. A pandemia que a sociedade atravessou no ano de 2020 mostrou que o mercado virtual, pode ser um início para tirar uma ideia do papel, e cada vez mais as redes sociais se tornaram presentes, em virtude de as pessoas passarem um longo período de tempo em casa (VIZOTTO, 2021).

A rede virtual por sua vez é uma maneira onde encontram-se mais pessoas em um espaço curto de tempo, e que estão dispostos a conhecer sua vida por meio de postagens, diferente do que acontecia anteriormente em qualquer outro local, que as informações e compartilhamentos demandavam mais tempo. Com o advento da pandemia da COVID-19, a caminhada pelo meio digital se tornou uma realidade para a educação, empresas, e demais áreas de segmento com uma maior seriedade, com uma formação de ambiente social mais estruturada, visto que foi a melhor alternativa em virtude do isolamento social (FISCHER, 2022).

Com o avanço no modo de utilização das redes sociais e da internet em geral, o sentimento de proximidade com todos e ao mesmo tempo uma distância segura para agir sem muito cuidado, é algo que pode ser notado ao ver os comentários de uma foto ou uma opinião exposta, logo rebatida por várias pessoas. Por isso, levar uma empresa para um ambiente que se comporta dessa forma torna-se ainda mais difícil manter um padrão agradável a todos os seus clientes (FISCHER, 2022).

A ética em um ambiente empresarial, é um dos fatores para um crescimento saudável de uma organização, para uma empresa outro fator recorrente é o tempo, pois como os ambientes são dinâmicos as mudanças são vastas, e em pouco tempo várias situações podem ser mudadas, especialmente em empresas inovadoras, pode-se também notar que a robotização nas organizações, falta de espírito de equipe e a ineficiência em situações novas, podem ser uma barreira de evolução (RENAUD, 2022). Para que o clima de uma empresa seja ético e agradável é de extrema relevância que o exemplo venha de seus líderes, onde é demonstrado respeito e zelo em suas atitudes, obedecendo o código de conduta ética da empresa para que venham a ter problemas (GOMES, 2022).

Uma empresa lida com pessoas e gera-se expectativas, mediante isso são tomadas decisões, considerando um viés ético, pois acarreta em segurança e confiabilidade diante de seus investidores, colaboradores e clientes. Contudo, podemos notar que na obra cinematográfica o protagonista conduzia sua empresa sempre focado nos resultados, no crescimento rápido, sem dar atenção devida aos seus colaboradores. Por isso, este estudo objetiva apresentar de forma narrativa, indireta e não participativa a relação teórico-prática sobre ética empresarial, ética no ambiente virtual e as relações de trabalho decorrentes da criação e desenvolvimento da rede social Facebook.

2. Referencial Teórico

2.1. Ética no Ambiente Virtual

A internet virou um espaço obrigatório para as empresas habitarem devido a sua facilidade e alcance, sendo que este meio pode atrair muitos clientes, porém manter a ética ficou cada vez mais complexo, pois quando trata-se de empresas, fala-se de um grupo todo e não apenas um indivíduo(VIZOTTO, 2021).

Micro, Pequenas, médias e grandes organizações, se preocupam com reserva, entrega, marketing on-line e entre outras atividades. Por isso, a concorrência aumenta, e as mudanças ocorrem instantaneamente, e vender um produto nas redes sociais necessita de caráter empresarial, ser realista com seu cliente, levando em conta que, aquele momento de comprar, esperar e receber o pedido, ou até mesmo de comprar um serviço, pode ser um fator importante para que o cliente volte a sua empresa ou até mesmo compartilhe na sua própria rede social. A pandemia que a sociedade atravessou mostrou que o mercado virtual, pode ser um início para tirar uma ideia do papel, uma empresa pode nascer, com uma quantidade mínima de estoque e ter um alcance enorme com investimento em anúncios, receber feedback em tempo real e obter uma via de contato com o cliente de forma direta (VIZOTTO, 2021).

Com o avanço no modo de utilização das redes sociais e da internet em geral, o sentimento de proximidade com todos e ao mesmo tempo uma distância segura para agir sem muito cuidado, é algo que pode ser notado ao ver os comentários de uma foto ou uma opinião exposta, logo rebatida por diversas pessoas. Levar uma empresa para um ambiente que se comporta dessa forma torna-se ainda mais difícil manter um padrão agradável a todos, visto que parte do ponto de vista de diversas pessoas, e no mundo virtual está cada vez mais complexo descobrir determinadas informações, e com o advento da Inteligência Artificial, empresas podem ser prejudicadas por informações que não são verídicas (FISCHER, 2022).

2.2. Relações de Trabalho

A Comunicação dentro de uma empresa é fundamental para um clima organizacional que gere bem-estar para a convivência, então deve-se pensar que é de extrema-valia uma reputação convidativa podendo consequentemente conquistar novos clientes, manter os já existentes e atrair futuros funcionários criando um real desejo de trabalhar em uma empresa com um determinado clima ou cultura organizacional diferenciado das demais organizações (MARTINS, 2012).

Em algumas empresas existem impedimentos de participação, ou seja, existem funcionários que desempenham bem seu trabalho e conhecem excelentemente o setor em que está inserido, com isso ele pode ajudar no crescimento da empresa, que é extremamente importante. No entanto pode ocorrer que determinados funcionários com cargos hierarquicamente mais elevados ignorem, o que pode ser frequentemente encontrado nas organizações de grande porte, onde pode ser um fator de decréscimo organizacional (COELHO, 2022).

Martins (2012) esclarece que é necessário que dentro das organizações existam boas relações de trabalho para que os colaboradores desempenhem suas funções com uma maior motivação, podendo trazer melhorias, bem como é excencial para os cargos de gestão e liderança, pois estes darão o exemplo ao demais, e especialmente para os sócios, boas relações proporcionam bom convívio e melhor desempenho para o futuro da organização.

3. Metodologia

Este estudo caracteriza-se como exploratório, do ponto de vista qualitativo. A pesquisa exploratória permite que se tenha uma visão específica sobre sobre uma determinada temática, por meio do referencial teórico, onde foram utilizados artigos científicos para uma melhor compreensão (MATTAR, 1994, p. 84). As pesquisas exploratórias tem como objetivo principal ocasionar uma maior familiaridade com o problema, de tal forma visando torná-lo explícito (GIL, 2006, p. 41).

Além disso, a coleta de dados foi feita por meio de observação, já que a observação ajuda o pesquisador ao conhecimento e adquirir provas concretas. Os dados apresentados através desta pesquisa, se caracterizam de forma narrativa, indireta e não participativa, de forma que o narrador presencia a situação, mas não participa do mesmo. Para tanto, o filme “A Rede Social” foi utilizado para fazer uma relação teórico-prática, onde mostra situações que ocorrerem em empresas, sendo uma obra de caráter real para que os leitores entendam por meio da literatura e dados qualitativos sobre ética empresarial e relações de trabalho.

Esta obracinematográfica refere-se a uma ocasião empreendedora em relação a histórias verídicas, baseado num longa metragem, lançado em 2010, do livro “Milionários por Acaso”, do escritor americano Ben Mezrich, retratando a criação da rede social Facebook e seus segmentos. A obra tem como focou dois personagens: Marck Zuckerberg, estudante de Ciências da Computação e idealizador da rede social Facebook e Eduardo Saverin, estudante de Economia, amigo de Zuckerberg e cofundador do Facebook.

4. Resultados

Nesta etapa, são apresentados os resultados referentes à análise do filme “A Rede Social” retrata onde a história e processo que se deu para a criação do Facebook, criado por Mark Zuckerberg. Ao longo do filme é retratado toda a trajetória do protagonista para criar esta rede social, que antes de se tornar o Facebook, criou outras redes sociais devido a algumas situações que ocorreram na sua vida, porém ao perceber que aquela rede estava ganhando visibilidade ele começa a pensar como empreendedor, junto com o seu melhor amigo.

É possível observar as lições que a obra cinematográfica retrata, desde a inovação de tecnologia e *software* até as ações e ambição do personagem para alcançar o sucesso desejado. A partir disso, o filme desperta uma reflexão no telespectador, onde é observado também a questão da falta de ética ao utilizar a rede social, como também o individualismo do protagonista. Quando a empresa adentra no mundo virtual é necessário se arriscar para obter sucesso, além de que é de suma importância que se tenha conhecimento de comunicação e *networking*. Outro fator, que é explícito é que a empresa deverá agir sempre com boa ética para alcançar sucesso e um crescimento saudável no ambiente empresarial.

No decorrer da obra foram relatadas situações que cabem ao diálogo pertinente a falta de ética e relações de trabalho. Em uma das cenas, um exemplo de falta de ética na internet, ocorre quando ele se encontrava embriagado e com raiva por sua namorada resolve assim, falar com severas palavras situações em que denigrem a imagem dela, em uma rede social, criada pelo próprio. Em seguida pode-se ver, várias enquetes sendo criadas, para que as pessoas fossem julgadas, sem que elas pedissem ou autorizassem.

Após a criação da empresa que começa a desencadear os jovens da Universidade, vários acontecimentos se deram, e sabe-se que uma empresa quando se inicia, o convencional é o crescimento da equipe e a quantidade de possíveis clientes torna-se imensa, e pode-se observar esse movimento, onde em um determinado momento por conta da demanda de usuários em diversos países, foi necessário mudar para um espaço maior e contratar uma equipe, para assim manter um padrão de serviço.

Além disso, foi visto que após a implementação da empresa no ambiente virtual, a empresa cresce, cria parcerias, clientes, ou seja, um maior número de pessoas é alcançado e em consequência disso, a empresa cresce e aumenta o número de vendas. Outrossim, é a persistência que todos devem ter ao estar administrando uma empresa, pois para que a empresa tenha sucesso é preciso encarar os desafios com inteligência e acima de tudo, com ética e com o pensamento simples e inovador, pois dessa maneira a empresa progredirá.

Notou-se também que não existiam boas relações de trabalho dentro da organização, em uma cena em que colegas de turma dos fundadores do Facebook no meio de uma discussão sobre a empresa, uma das colegas tem uma ideia e eles simplesmente ignoram, desse modo fica perceptível que numa

empresa as ideias podem vir de todas as pessoas não importando o cargo ou proximidade, pois pode acontecer que para um determinado momento ou setor algumas ideias sejam válidas e acarretem em melhorias dentro da organização.

5. Conclusão

Considera-se que esta obra cinematográfica apresenta as características e turbulências da criação de uma empresa inovadora, onde foi mostrado que para se tornar empreendedor é indispensável que se tenha maior capacidade de assumir o controle, saber tomar decisões na hora certa, dinâmica, dedicação, proatividade, determinação, confiança e ter visão de futuro, porém é notório que não somente é preciso visar lucros, mas agir com ética e ter boas relações com sócios, clientes e colaboradores.

Foi notório que com os conhecimentos de comunicação, e com um bom *networking* é possível que alcançar vários países para desenvolver ou apresentar seu produto ou serviço, desde o mundo virtual até a sociedade abrangendo diversas regiões inclusive o mundo, onde mostra que para ser um empreendedor de sucesso é necessário correr riscos e visualizar uma realidade a frente do seu tempo, pensando sempre a longo prazo.

No entanto, a obra deixa em evidência a relação da ética empresarial relacionada aos valores morais e éticos da empresa dentro do ramo de atuação. E nesse meio empresarial, um fator importante, no ambiente é o crescimento saudável de uma organização e tomadas de decisões, considerando um viés ético, trazendo segurança e confiabilidade dentro da empresa. Diante de todos os fatos apresentados constatou-se que o mercado atual ainda possui empresas que apesar de terem grande potencial inovativo, pois o criador do Facebook é um empreendedor de renome inclusive sua empresa é destaque ao que se refere a clima organizacional, no entanto ao iniciar a empresa o empreendedor acabou agindo de modo incorreto com o amigo ao qual investiu inicialmente para que essa empresa se consolidasse, onde desencadeou em processos judiciais.

Para investir numa empresa é necessário que toda a documentação seja legalizada, ou qualquer forma de criação precisa ser protegido por meio da Propriedade Intelectual, e após a legalização as partes devem discutir e verificar o que seja melhor para ambos, sem ferir a ética pessoal, profissional e empresarial, bem como é necessário que exista essa base para então definir os valores da empresa, cultura organizacional e código de conduta ética, e conseqüentemente os funcionários terão um melhor exemplo de clima organizacional, gerando melhores relações de trabalho.

Sugere-se para pesquisas futuras, que gestores e pesquisadores da área de gestão e ciências sociais façam o uso de obras cinematográficas, partindo da observação de histórias verídicas para que desse modo seja analisado e utilizando a literatura seja possível caracterizar e apresentar como acontece

as diversas facetas do mundo empresarial, vislumbrando apresentar lições para que jovens empresários e empreendedores entendam melhor a dinamicidade e relações de trabalho das empresas.

Referências

COELHO, T. F.; MUSTAFÉ, I. S. M. Diversidadeoumanutenção de estruturas de poder? Reflexõessobre a comunicaçãoorganizacional do MMFDH. **Organicom**, v. 19, n. 38, p. 106–122, 27 jun. 2022.

FISCHER, Marta Luciane et al. E-caminho do diálogo: ambientes virtuaiscomo espaço coletivo de construçãoética. **RevistaBioética**. v. 30, n. 2, 2022.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. 8. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.

GOMES, A. F. et al. ÉTICA E MORAL NAS ORGANIZAÇÕES. **RevistaDestaquesAcadêmicos**, v. 14, n. 1, 18 maio 2022.

MARTINS, É. B.; GABRIEL, K.; A importância da éticanasrelações de trabalho. Faculdade de Pindamonhangaba, 2012.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1994.

RENAUD, M. Éticaambiental e aceleração do tempo. **Ciência e Cultura**. 50 anosdepois da Conferência de Estocolmo, Universidade Nova de Lisboa, p. 48, 6 jun. 2022. Disponível em: http://www.acad-ciencias.pt/document-uploads/2994012_livro-de-resumos-site.pdf#page=48. Acesso em: 7 nov. 2022.

VIZOTTO, B. Como o marketing digital auxiliou o empreendedorismo de novas lojas online na pandemia. **In.:** Anais do Simpósio Sul-Mato-Grossense de Administração , v. 4, n. 4, p. 302-309, 1 jul. 2021.

Recebido em: 10-08-2023

Aceito em: 01-08-2024

Endereço para correspondência:
Nome Gustavo Nascimento Oliveira
email gustavool@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)