

Ciberbullying no Trabalho: Análise sobre sua configuração nas agências de publicidade do Distrito Federal¹

Júlia GARCIA²

João Matheus RAPOSO³

Melissa PORTO⁴

Micaela RODRIGUES⁵

Vanessa SANTOS⁶

Gabriella REIS⁷

Fabíola CALAZANS⁸

Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

Neste artigo, apresentam-se os resultados de uma pesquisa de inspiração etnográfica realizada com 40 funcionários de agências de publicidade do Distrito Federal, durante o mês de Setembro de 2015. O objetivo geral foi investigar como se configura o fenômeno do Ciberbullying no ambiente de trabalho, a partir de informações e impressões dos entrevistados, que foram coletadas e posteriormente tabuladas e analisadas. A partir da pesquisa, foi possível observar tanto uma ausência de distinção entre agressão e brincadeira quanto uma relação do tema à valorização do sentimento de superioridade.

PALAVRAS-CHAVE: ciberbullying; trabalho; etnografia; Internet; agressão.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade PP 04 Pesquisa mercadológica.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: julia.garv@gmail.com.

³ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: joacamara.jmc@gmail.com.

⁴ Estudante de revalidação de diploma do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: melmelporto@gmail.com.

⁵ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: micaelarodriguesc@gmail.com.

⁶ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: vanessantof@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Monitora da disciplina Laboratório em Publicidade e Propaganda, do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, email: gabriellareis@gmail.com.

⁸ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: fabiola.calazans@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

A contemporaneidade pode ser caracterizada a partir do modelo das sociedades de controle⁹, demarcada pela vigilância ubíqua e contínua dos indivíduos, os quais fazem parte de múltiplas redes, nas quais controlam e são controlados por meio de cifras e códigos. Tal vigilância acaba por ter, no ciberespaço, um dos principais meios nos quais os indivíduos comuns expõem e compartilham suas vidas privadas, sendo empurrados para um espaço de visibilidade comum e de controle constante (COSTA, 2005).

Segundo Pierre Lévi (2000), o ciberespaço consiste no novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. É nesse espaço digital, demarcado pela exposição constante das pessoas, que o fenômeno do cyberbullying tem tomado proporções impressionantes, levando à prática do *bullying* para uma nova esfera em que o agressor se utiliza principalmente do anonimato para praticar a violência, além de aproveitar da difusão rápida das ofensas e do alcance mundial que o ciberespaço proporciona.

O termo cyberbullying foi utilizado pela primeira vez em 1999 por Bill Belsey, presidente e fundador do site www.cyberbullying.ca. Ao perceber um novo tipo de violência entre os jovens, a definiu como: “*Cyberbullying* envolve o uso de tecnologias de informações e da comunicação para apoiar comportamentos hostis repetitivos e deliberados causados por um indivíduo ou grupo que pretende prejudicar outros” (BELSEY, 2008).

No Brasil, percebe-se que os dados sobre vítimas de cyberbullying são expressivos. Em uma pesquisa realizada, em 2013, pela empresa de telefonia GVT e pela ONG Safernet, a qual possibilita a denúncia de conteúdos na Internet que atentam aos Direitos Humanos, verificou-se que 35% dos 2.834 jovens entrevistados possuíam um amigo o qual sofrera violência virtual e 12% haviam relatado que já foram vítimas desse tipo de agressão (PORTELA, 2014). Apesar de pouco retratado, há o cyberbullying no ambiente de trabalho. Esse tipo de agressão não somente prejudica a vida pessoal da vítima, mas interfere em sua

⁹ Para ler mais sobre as sociedades de controle, ver “*Post Scriptum sobre as Sociedades de Controle*”, p. 219-226, Gilles Deleuze, 1992.

atividade profissional, podendo ocasionar pedidos de demissão, problemas de relacionamento interpessoal e até mesmo traumas psicológicos.

A partir desse cenário ainda pouco explorado no âmbito da Comunicação, os alunos da disciplina do Laboratório de Publicidade e Propaganda, da turma de Planejamento, Pesquisa e Cultura Contemporânea da Universidade de Brasília, realizaram no segundo semestre de 2015 uma pesquisa com intuito de investigar como se configura o fenômeno cyberbullying no ambiente de trabalho.

2 OBJETIVOS

O objetivo geral foi investigar como se configura o cyberbullying no ambiente de trabalho, a partir de pesquisa de campo junto a funcionários de agências de Comunicação e de Publicidade em Brasília, Distrito Federal. De modo específico, os demais objetivos buscaram, a saber: investigar se os conceitos de cyberbullying eram conhecidos (ou não) pelos funcionários no ambiente de trabalho; estudar a dinâmica entre o *bullying* e cyberbullying; investigar a origem do comportamento do agressor; pesquisar as motivações e os benefícios dos envolvidos na prática de cyberbullying; verificar em quais áreas e cargos essa prática é mais comum; verificar em quais meios de comunicação digitais ele ocorre e, por fim, analisar os sentimentos e as reações dos entrevistados em relação ao tema.

3 JUSTIFICATIVA

Por meio de pesquisas exploratórias, junto a sites de revistas acadêmicas e científicas no âmbito mundial e nacional, constatou-se uma brecha para os estudos relacionados às práticas de cyberbullying no ambiente de trabalho. No âmbito mundial, os estudos encontrados que relacionam o problema diretamente ao trabalho são ínfimos, restrito a duas pesquisas na área de Psicologia e Ciência Social realizadas na Austrália¹⁰, e

¹⁰SNYMAN, Robyn; LOH, Jennifer. **Cyberbullying at work: The mediating role of optimism between cyberbullying and job outcomes**. 2015. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215300108>>. Acesso em: 26 set. 2015. PRIVITERA, Carmel; CAMPBELL, Marilyn Anne. **Cyberbullying: The New Face of Workplace Bullying?** CyberPsychology & Behavior. 2009. Disponível em: <<http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2009.0025>>. Acesso em: 26 set. 2015.

uma na área de Sociologia e Gestão, realizada na Índia¹¹. Em relação ao Brasil, os dados achados se baseiam em apenas uma pesquisa feita pela empresa AVG Technologies¹².

Em adição à escassez de informação, ainda existe pouco envolvimento por parte da sociedade e do governo para prevenção e mobilização sobre a violência virtual, apesar de algumas iniciativas não governamentais procurarem ajudar as vítimas - como a GVT e a SaferNet.

A importância do estudo do tema também é justificada no âmbito da legislação. No final do ano de 2013, a Comissão de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado aprovou a inclusão do crime de *bullying*, abrangendo também o ciberbullying, no Código Penal, a partir do Projeto de Lei 1011/11, Decreto-lei 2.848/40. Apesar do crescimento da preocupação das autoridades, ainda há o que ser discutido na resolução das definições e limites do ato de ciberbullying.

Sabe-se que a comunicação tem o “papel de promover mudanças de comportamentos, mediante o planejamento de processos que coordenem diferentes componentes” (GUIMARÃES, 2008). A partir desse contexto, o papel principal que é imediatamente relacionado à Comunicação é o de informar e realizar estudos para a compreensão e o aprofundamento do assunto, que está diretamente relacionado às ferramentas e aos meios de comunicação. Além disso, por ser um problema de cunho social e emergente na cultura contemporânea, o estudo do ciberbullying possibilita trazer à luz o debate, a fim de evidenciar a sua importância para a conscientização e esclarecimento acerca do assunto.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Visando estudar o fenômeno ciberbullying foi realizada previamente uma pesquisa exploratória bibliográfica acerca do tema. Foram encontradas informações que perpassaram por conceitos, tipos de ciberbullying, casos recentes, legislações que englobam o fenômeno

¹¹ D'CRUZ, Premilla; NORONHA, Ernesto. **Navigating the extended reach: Target experiences of cyberbullying at work**. 2013. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1471772713000365>>. Acesso em: 26 set. 2015.

¹² Detalhes sobre a pesquisa podem ser encontrados em: PORTAL COMPETÊNCIA. **Cyberbullying no trabalho**. 2014. Disponível em: <<http://dtcom.com.br/cyberbullying-trabalho/>>. Acesso em: 24 set. 2015.

e as Organizações não governamentais (ONG's) que prestam apoio às vítimas. A partir dessa pesquisa foi possível verificar que não existem informações suficientes acerca do cyberbullying no ambiente de trabalho, embora dados da pesquisa efetuada pela AVG Technologies afirmem que um em cada três brasileiros já sofreu agressões virtuais no meio profissional (PORTAL G1, 2013). Com efeito, a escassez de dados motivou a realização da pesquisa de campo para investigar a ocorrência do cyberbullying no âmbito das agências de Comunicação e Publicidade em Brasília.

Com o intuito de coletar informações detalhadas sobre a percepção dos entrevistados a respeito do tema, foi realizada uma pesquisa de campo com inspiração etnográfica. Uma vez que a pesquisa etnográfica consiste em “investigar por dentro a realidade de um grupo, sendo o saber gerado a partir do ponto de vista do outro” (ROCHA E BARROS, 2006, p.39).

Para melhor adequar os questionários à pesquisa, foram realizados pré-testes. Após a revisão dos questionários, aplicou-se a pesquisa de campo em que os questionários foram aplicados pessoalmente com entrevistas face a face, isto é, com os entrevistados. Durante as entrevistas foram observadas as expressões e os gestos dos respondentes. Ao final da aplicação de todas as entrevistas, os dados ainda precisavam ser tabulados e analisados, de modo que todos os questionários foram submetidos à uma análise cuidadosa, buscando pensar sempre em categorias analíticas aptas a englobar as dimensões dispostas em frequências e ausências.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A fim de investigar o cyberbullying no ambiente de trabalho, escolheu-se a área da Comunicação pela receptividade e facilidade burocrática. Além disso, o fato dos pesquisadores serem estudantes de Publicidade motivou a procura por informações acerca do tema nos locais correlatos. Assim, foram aplicadas entrevistas com 40 funcionários de agências de publicidade, cujas identidades foram resguardadas mediante assinatura de termos de uso de voz (vide Apêndice A) para a utilização das gravações como auxílio das análises posteriores. Cartas de apresentação redigidas e assinadas pela professora orientadora foram levadas nas agências para identificação dos alunos (vide Apêndice B). O

estudo foi realizado no Distrito Federal - local onde os pesquisadores residem - a fim de compreender melhor a dinâmica de cyberbullying no ambiente de trabalho e o conhecimento a respeito do tema.

Desenvolveu-se um questionário semiestruturado em dois blocos (vide Apêndice C) contendo cinco perguntas iniciais de ambientação e, em seguida, doze perguntas subjetivas específicas sobre o tema. A aplicação do questionário foi realizada pelos pesquisadores presencialmente por meio de entrevistas realizadas em duplas e trios. Quando em duplas, o trabalho era dividido de forma que um integrante perguntava e anotava as respostas, enquanto o outro gravava a entrevista e registrava as impressões a respeito do comportamento dos entrevistados. Entre os papéis designados nos trios, um entrevistador era responsável apenas por realizar as perguntas e gravar as entrevistas, outro apenas pelo registro das impressões e o último por anotar as respostas.

As idas ao campo¹³ aconteceram nos dias 4, 8, 9 e 10 de Setembro. O Brasília Shopping e o Edifício Varig foram mais explorados pela sua proximidade e quantidade de agências de Publicidade. Ademais, o grupo também aplicou pesquisas junto a agências no Setor de Rádio e TV Sul (SRTV Sul), no Setor de Indústria e Abastecimento (SIA) e na Asa Norte. As entrevistas foram aplicadas junto a funcionários de agências de pequeno, médio e grande porte

As empresas foram bem receptivas, apesar de algumas não conseguirem contribuir por falta de tempo em suas agendas. Duas agências se recusaram a participar, uma delas afirmando que o tema era muito delicado e outra alegando que o cyberbullying não ocorria em sua empresa e “o ‘trabalhinho de escola’ iria atrapalhar o fluxo da agência”. Isso revela uma possível incoerência e postura do diretor da empresa, pois ao afirmar a inexistência do fenômeno, não deu abertura para que os pesquisadores pudessem averiguar o tema.

Após a tabulação das entrevistas realizadas (vide Apêndice D), os pesquisadores analisaram as questões, os resultados e os achados de pesquisa. Desconsiderando as perguntas de ambientação, as questões específicas resultaram em achados importantes para o desenvolvimento da pesquisa. A respeito do que se era entendido por cyberbullying, muitos entrevistados disseram apenas “*bullying* na Internet”. Isso poderia denotar uma

¹³ A pesquisa de campo também contou com a participação do aluno Washington Luís Ribeiro Cardoso Pires Júnior.

ausência de entendimento e de profundidade no assunto. Como muitos dos entrevistados não desenvolveram comentários mais elaborados, é possível inferir que o cyberbullying não seja um tema muito comentado ou um assunto muito exposto, pelo menos no ambiente aqui pesquisado.

Como esperado, o rendimento no ambiente de trabalho é consideravelmente afetado quando o funcionário é vítima desse tipo de agressão. Isso pode ser diretamente relacionado ao modo como os entrevistados enxergam o relacionamento com seus colegas de trabalho, uma vez que a maioria dos entrevistados relatou a importância de se ter um bom convívio no ambiente de trabalho. Assim, frases como “um ambiente de trabalho saudável é essencial”, de uma publicitária de 27 anos de idade com ensino superior completo, e “o clima pesa pra todo mundo quando isso acontece”, de um publicitário de 26 anos de idade com ensino superior completo, foram bem comuns.

Ao serem questionados sobre os sentimentos e as atitudes, ao presenciarem ou sofrerem cyberbullying, grande parte dos entrevistados relatou que se ofendeu. A falta de posicionamento em relação às agressões também foi citada de forma considerável. Entretanto, com relação aos colegas de trabalho, foi observada uma contradição, pois os entrevistados afirmaram que auxiliariam e dariam apoio às vítimas.

Com relação ao que motiva o agressor a praticar a violência virtual, houve predominância no fator psicológico, dentre os motivos mais citados têm-se a necessidade de autoafirmação e o sentimento de superioridade. Esse aspecto é reforçado pelo fato de a maioria dos entrevistados acreditar que há vantagens ou ganhos para o agressor, sendo a palavra “superioridade” mencionada 16 vezes. Podemos concatenar esse achado à relevância da hierarquia como fator propício à prática do cyberbullying em cargos ou áreas específicas, considerando que os respondentes acreditam que os cargos mais baixos sofram mais. Além disso, o comentário feito por um analista de Tecnologia da Informação, de 28 anos de idade, com ensino superior completo, de que “ninguém olha pra baixo, as pessoas só almejam o topo” também foi considerado um achado, por revelar uma competição costumeira entre pessoas de uma mesma hierarquia lutando por uma posição superior. Tal achado pode ser relacionado aos escritos de Alain Ehrenberg (2010), em “O Culto da Performance”, uma vez que o indivíduo em seu ambiente de trabalho assume o papel de

empreendedor de si, superando seus próprios limites e almejando tanto o crescimento profissional quanto um melhor desempenho e desenvolvimento de si.

Outra questão revelou que a maioria dos entrevistados considera as redes sociais como os meios mais comuns para a realização da violência, mas o que chamou a atenção foi o fato de um deles considerar a televisão o meio mais comum, caracterizando-a como influenciadora na disseminação do preconceito por meio do reforço de estereótipos nos programas de entretenimento, por exemplo. Com isso, é interessante ressaltar qual o papel do preconceituoso dentro da dinâmica de *bullying*. Paulo Vaz (2014), em seu texto “Na distância do preconceituoso: narrativas de *bullying* por celebridades e a subjetividade contemporânea”, explica que o preconceituoso é quem prejudica, de alguma forma, o “direito à felicidade” do agredido. Visto que o preconceito torna-se um obstáculo a ser superado pela vítima, a qual pode vir a modificar sua subjetividade por causa do julgamento alheio, visando não sofrer mais atitudes preconceituosas. Portanto, com a disseminação do preconceito, têm-se mais preconceituosos para se distanciar e mais “potencial opressivo” para atingir vítimas, engrenagens fundantes desse tipo de narrativa.

Outro questionamento possibilitou a investigação de palavras relacionadas ao tema pesquisado, das quais obtiveram destaques aquelas referentes a causa e ao efeito, a saber: “sacanagem”, “chacota”, “zoeira de grupos”, “memes”, “preconceito”, “falta de respeito”, “ofensa” e “humilhação”. Esses termos podem demonstrar que, independente da causa ser motivada por uma brincadeira ou por um preconceito, os efeitos para a vítima, geralmente, possuem cunho depreciativo. Essa reflexão vai de encontro ao pensamento de Jurandir Freire Costa (2004, p.232), ao afirmar que “a diversão põe aspas na vida cotidiana e, legitimamente, nos desonera das consequências éticas do que pensamos ou fazemos”.

Levando em consideração que 97,5% dos entrevistados acreditam que uma agressão realizada no passado pode influenciar a repetição da ação no futuro, o comentário “vira cultura e a sociedade aceita” (sic), de uma publicitária de 30 anos de idade com ensino superior completo, foi instigante. O ato de “virar cultura” pode ser entendido como a naturalização de ações de cunho pejorativo, geralmente justificadas pelo humor, tornando-se comuns aos olhos da sociedade. Poderíamos entender essa colocação como importante na

temática e na dinâmica do cyberbullying, pois ela colabora para uma maior propagação e viralização de conteúdos.

Em relação às possíveis consequências à vida da vítima, dois aspectos foram relevantes, o trabalho e a interioridade do indivíduo. Dentro dessa questão, dois pontos de vista opostos chamaram a atenção. Primeiramente, uma das entrevistas demonstrou que as consequências dependem do indivíduo, algo que pode ser observado na fala “tem gente que é muito sensível e leva muito pro pessoal”, dita por um publicitário de 26 anos de idade com ensino superior incompleto. Tal fato revela um ponto de vista que se aproxima do emocional e do sujeito, descontextualizando o ocorrido, bem como afastando-o do meio sociocultural no qual o fato se deu. De outro ângulo, um entrevistado, com 26 anos de idade e ensino superior completo, citou que “ao invés de resolver o problema, a pessoa ‘sai’ do problema (pedindo demissão, por exemplo)”, o que demonstra a falta de resolução do problema em sua origem.

Em um último momento, quando foi perguntado aos pesquisados se eles identificaram algo relevante para o tema que não tinha sido englobado no questionário, alguns comentários ressaltaram. O primeiro é “quem diz o que é agressão não é o agressor, e sim o agredido”, relatado por uma publicitária pós-graduada de 34 anos. Nesse comentário, pode ser extraído um entendimento de suma importância para a pesquisa. A ação realizada pelo agressor pode ser entendida ou não como algo danoso e ofensivo, independente da intenção ser de violência ou de brincadeira. Outro comentário interessante suscitado por uma entrevistada, de 36 anos com ensino superior completo, foi “não tinha pensado no assunto, apesar de estar vendo todo dia”. Nesses termos, poderíamos observar que a banalização do tema se torna um dos óbices para o desenvolvimento de reflexão e solução acerca do assunto.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de alguns obstáculos, a pesquisa obteve resultados satisfatórios devido à riqueza de achados em uma temática ainda pouco explorada e ao êxito da maioria dos objetivos específicos estabelecidos.

A partir da investigação dos conceitos de cyberbullying apurados, verificou-se a falta de conhecimento aprofundado acerca da definição do tema. Apesar de não se obter êxito com relação à dinâmica entre o *bullying* e o cyberbullying, foi possível observar que os entrevistados não identificam uma diferenciação entre os termos, desconsiderando uma barreira entre o virtual e o real.

Ademais, houve a dificuldade de se verificar em quais áreas e cargos a prática do cyberbullying é mais comum, visto que os entrevistados julgaram relevante o fator hierárquico como um possível determinante, enfatizando que a agressão parte dos cargos mais altos para os mais baixos.

Para futuros pesquisadores interessados na temática do cyberbullying no trabalho, recomenda-se a exploração do tema em outras áreas das Ciências Sociais Aplicadas. Assim, seria viável um maior aprofundamento em conhecimentos gerais e descobertas de especificidades como, por exemplo, a investigação da origem de comportamentos, a qual não foi possível obter resultados nessa pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELSEY, Bill. **Cyberbullying Information**. 2008. Disponível em: <http://www.cyberbullying.ca/pdf/Cyberbullying_Information.pdf>. Acesso em: 05 out. 2015.
- COSTA, Jurandir Freire. **O Vestígio e a Aura: Corpo e Consumismo na Moral do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- D'CRUZ, Premilla; NORONHA, Ernesto. **Navigating the extended reach: Target experiences of cyberbullying at work**. 2013. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1471772713000365>>. Acesso em: 26 set. 2015.
- DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, Gilles. **Conversações: 1972-1990**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992. p. 219-226.
- EHRENBERG, Alain. **O culto da performance: Da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida, SP: Ideias e Letras, 2010.
- FARIA, Fábio. **PL 1011/2011**. 12/04/2011. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=498107>>. Acesso em: 26 set. 2015.
- GUIMARÃES, C. S. (2008). **Comunicação estratégica para a mudança social no contexto da implementação de políticas sociais**. Disponível em: <<http://goo.gl/9mjKVo>>. Acesso em: 20 set. 2015.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2000.
- PORTAL COMPETÊNCIA. **Cyberbullying no trabalho**. 2014. Disponível em: <<http://dtcom.com.br/cyberbullying-trabalho/>>. Acesso em: 24 set. 2015.
- PORTAL G1. **Um em cada três brasileiros já sofreu cyberbullying no trabalho, diz estudo**. Disponível em: <<http://goo.gl/BxR7U1>>. Acesso em: 29 set. 2015.
- PORTELA, Graça. **Cyberbullying e casos de suicídio aumentam entre jovens**. 2014. Disponível em: <<https://www.icict.fiocruz.br/content/cyberbullying-aumenta-entre-jovens-e-casos-de-suic%C3%ADdio-preocupam>>. Acesso em: 13 ago. 2015.
- PRIVITERA, Carmel; CAMPBELL, Marilyn Anne. **Cyberbullying: The New Face of Workplace Bullying? CyberPsychology & Behavior**. 2009. Disponível em: <<http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2009.0025>>. Acesso em: 26 set. 2015

ROCHA, E.; BARROS, C. **Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor.** RAE, Rio de Janeiro: FGV, v. 46, n. 4, p. 36-47, out./dez. 2006.

SNYMAN, Robyn; LOH, Jennifer. **Cyberbullying at work: The mediating role of optimism between cyberbullying and job outcomes.** 2015. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215300108>>. Acesso em: 26 set. 2015.

VAZ, Paulo. **Na distância do preconceituoso: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade do XXIII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, de 2014.

APÊNDICE A - Termo de autorização para utilização de voz e som

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA UTILIZAÇÃO DE VOZ E SOM

Eu, _____, RG nº _____, CPF nº _____, declaro para os devidos fins, que autorizo a gravação e utilização de minha voz e som, em caráter gratuito, pelos alunos da disciplina Laboratório em Publicidade e Propaganda do segundo semestre de 2015, para uso e produção em trabalhos, projetos e atividades de cunho acadêmico, para serem utilizadas integralmente ou em parte, com citação em caráter anônimo (através de pseudônimo ou inicial), nas condições originais da captação das gravações, sem restrição de prazos, desde a presente data.

Essa autorização se refere a entrevistas com captação de som, realizadas pelos próprios estudantes para uso restritamente acadêmico, com a possibilidade de veiculação em mídias eletrônicas ou impressas.

A presente autorização não permite modificações, adições ou qualquer mudança que altere o sentido das entrevistas, ou que desrespeite a inviolabilidade das gravações sonoras das pessoas, assim como previsto nos incisos X e XXVIII do Art. 5º da Constituição da República Federativa do Brasil.

Deste modo, declaro que autorizo, livre e espontaneamente, o uso acima descrito sem que nada possa ser reclamado a título de direitos conexos à minha pessoa, bem como assino a presente autorização em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Brasília, _____ de _____ de 2015

Assinatura

APÊNDICE B – Carta de Apresentação dos alunos do Laboratório de Publicidade e Propaganda

Brasília, 3 de Setembro de 2015

Sr. (a)

A professora Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado do Laboratório de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, por meio desta, apresenta seus alunos:

João Matheus Câmara Raposo – 130116688

Júlia Vilela Garcia – 130118010

Melissa Fuentes Gonçalves Porto – 150168454

Micaela Rodrigues Cangussú – 130127191

Vanessa Santos de Freitas – 130136247

Os alunos acima citados, matriculados regularmente, estão cursando a disciplina de Laboratório de Publicidade e Propaganda (do quinto período da habilitação de Publicidade e Propaganda) e, durante esse semestre letivo, estão desenvolvendo um projeto de Comunicação Social, cujo tema é o *Ciberbullying no trabalho*.

Gostaria de contar com o seu apoio no sentido de autorizá-los a realizar uma pesquisa na agência _____ com seus respectivos colaboradores. Agradeço antecipadamente a atenção e coloco-me à disposição para qualquer informação ou esclarecimento.

Professor Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado

Laboratório de Publicidade e Propaganda: (61) 31076625

APÊNDICE C - Questionário aplicado na pesquisa Ciberbullying no trabalho

Questionário

O presente questionário será aplicado por alunos da matéria Laboratório em Publicidade e Propaganda da Universidade de Brasília, com o objetivo de investigar como se configura o ciberbullying no ambiente de trabalho dentro do âmbito das agências de Comunicação, em Brasília. O questionário possui caráter anônimo e não permite modificações, adições ou qualquer mudança que altere o sentido das entrevistas.

BLOCO 1 - Ambientação

1. Idade:

2. Sexo
 - 2.1. Masculino
 - 2.2. Feminino

3. Qual o seu grau de Escolaridade?
 - 3.1. Ensino Médio Incompleto
 - 3.2. Ensino Médio Completo
 - 3.3. Ensino Superior Incompleto
 - 3.4. Ensino Superior Completo
 - 3.5. Especialização ou Pós-Graduação Incompletos
(Mestrado/Doutorado/MBA/Pós Doutorado)
 - 3.6. Especialização ou Pós-Graduação Completo
(Mestrado/Doutorado/MBA/Pós Doutorado)

4. Cargo:

5. Como você descreveria o relacionamento com as pessoas do seu ambiente de trabalho? Por quê?

BLOCO 2 - Perguntas específicas

6. O que você entende por cyberbullying?
7. Quando você ouve o termo cyberbullying, quais palavras vêm a sua mente?
8. Você já presenciou, sofreu ou praticou cyberbullying?
 - 8.1. Se sim, cite a ocasião. (Se não, pular para a pergunta 9)
 - 8.2. Como você se sentiu e qual foi sua atitude a respeito das ofensas?
9. Você acredita que uma agressão no ambiente físico, especificamente o *bullying*, pode se expandir para o espaço virtual, tornando-se um cyberbullying? Acredita que pode ocorrer o inverso?
10. Em sua opinião, o que motiva alguém a praticar o cyberbullying? Por quê?
11. Em sua opinião, alguém que foi agressor no passado pode vir a ser agressor no futuro? Por quê?
12. Em quais meios de comunicação você acredita ocorrer mais a prática do cyberbullying?
13. Em uma situação hipotética, na qual uma pessoa é perseguida nas mídias sociais por um colega de trabalho, quais seriam as prováveis consequências para a vida da vítima?
14. Você acredita que o cyberbullying pode trazer alguma vantagem ou ganho para os agressores?

- 14.1. Se sim, quais?
- 14.2. Se não, por quê?

15. Você acredita que a prática do cyberbullying pode afetar o rendimento no trabalho?
 - 15.1. Por quê?

16. Você acredita que a prática de cyberbullying seja mais comum em alguma área ou cargo específico? Por quê?

17. Qual seria a sua reação se você soubesse que alguém no seu trabalho sofre cyberbullying?
 - 17.1. Por quê? (caso a resposta seja negativa)

18. Algo mais que considera relevante sobre o assunto e que queira comentar?

Obrigada por sua participação!

APÊNDICE D – Tabulação do questionário aplicado aos entrevistados

Tabela 1 – Questão 1 – Qual é a sua idade?

Idade (anos)	Total
20	1
21	2
22	3
23	3
24	1
25	1
26	4
27	5
28	2
29	2
30	3
31	2
32	4
33	2
34	2
35	1
36	1
42	1

Tabela 2 – Questão 2 – Qual é o seu sexo?

Sexo	Total
Masculino	21
Feminino	19

Tabela 3 – Questão 3 – Qual é o seu grau de escolaridade?

Escolaridade	Total
Ensino Médio Incompleto	0
Ensino Médio Completo	1
Ensino Superior Incompleto	6
Ensino Superior Completo	23
Especialização ou Pós-Graduação Incompleta	5
Especialização ou Pós-Graduação Completa	5

Tabela 4 – Questão 4 – Qual é o seu cargo e a sua área?

Cargo	Total por cargo	Área	Total por Área
Coordenador de Planejamento e Criação	1		
Gerente de Planejamento	1	Planejamento	2
Atendimento	4		
Atendimento Júnior	1	Atendimento	5
Diretor de Criação	10		
Designer Gráfico	2	Criação	17

(continuação)

Cargo	Total por cargo	Área	Total por Área
Gerente de Mídia	1		
Coordenador de Mídia	1		
Assistente de Planejamento e Mídia	1		
Mídia	1	Mídia	9
Checking de Mídia	1		
Assistente de Checking de Mídia	1		
Social Media	2		
Coordenador de Monitoramento	1		
Diretor de Operações	1	Operações	1
Gerente de Produção	1		
Assistente de Produção	1	Produção	2
Auxiliar Administrativo	1		
Analista de TI	1	Outros	4
Administrador Financeiro	1		
Faturamento	1		

Tabela 5 – Questão 5 - Como você descreveria o relacionamento com as pessoas do seu ambiente de trabalho?

Descrição	Total
Muito bom	19
Bom	16
Razoável	5

Tabela 6 – Questão 6 - O que você entende por cyberbullying?

Palavras	Total
Bullying na Internet	23
Brincadeira com seriedade	4
Bullying	4
Expressão	3
Bullying Corporativo	2
Desconhecimento	2
Brincadeira	1
Pornografia de vingança	1

Tabela 7 – Questão 7 - Quando você ouve o termo cyberbullying, quais palavras vêm a sua mente?

Causa	Sentimento	Efeito	Meios	Personificação
Afastamento	Ansiedade	Agressão	Colégio	Artista
Amigos	Autoestima	Assédio	Facebook	Criança
Anonimato	Constrangimento	Bullying	Ferramentas	Dilma
Babaca/ mal	Depressão	Chacota	Foto	Personagem
Comentários	Desdém	Difamação	Internet	
Compartilhamento	Doenças Psicológicas	Humilhação	Meio digital	
Crime	Dor	Intimidação	Rede	

(continuação)

Causa	Sentimento	Efeito	Meios	Personificação
Exposição	Inveja	Perseguição	Redes sociais	
Falta de bom senso	Raiva	Suicídio	Twitter	
Falta de educação	Superioridade	Violência		
Falta de informação	Vergonha			
Falta de moralidade				
Falta de respeito				
Falta do que fazer				
Internet mal usada				
Juiz				
Limite				
Memes				
Ofensa				
Ofensas virtuais				
Opiniões				
Preconceito				
Sacanagem				
Viralização				
Xingamento				
Zoação de grupos				

Tabela 8 – Questão 8 - Você já presenciou, sofreu ou praticou cyberbullying?

Atividade Relacionada	Total
Presenciou, sofreu e praticou	11
Presenciou	8
Nenhuma das opções	7
Presenciou e sofreu	5
Sofreu	4*
Praticou	3**
Sofreu e praticou	2

*Um deles citou a situação de bullying, não de cyberbullying.

**Somente um dos entrevistados assumiu ter praticado com intenção de ofender.

Tabela 9 – Questão 8.2 - Como você se sentiu e qual foi sua atitude a respeito das ofensas?

Sentimentos	Total
Se ofendeu	12
Não se ofendeu	4
Arrependimento por ter praticado	2
Fingiu não se importar	2
Raiva por ter sofrido	1
Preguiça	1
Levou na brincadeira	3
Ajudou/defendeu a vítima	3
Não quis demonstrar que não gostou	2
Revidou	2
Mudou a senha das redes sociais	1
Mudou a privacidade das contas	1

(continuação)

Sentimentos	Total
Pediu demissão	1
Bloqueou pessoas da rede social	1
Raiva por ter sofrido	1

Tabela 10 – Questão 9 – Você acredita que uma agressão no ambiente físico, especificamente o bullying, pode se expandir para o espaço virtual, tornando-se um cyberbullying? Acredita que pode ocorrer o inverso?

Opinião	Total
Acreditam que ambos acontecem na mesma proporção	23
Acreditam que ambos acontecem, mas que de bullying para cyberbullying mais comum/pior	11
Acreditam que ambos acontecem, mas que de cyberbullying para bullying mais comum/pior	4
Acreditam que cyberbullying é mais forte	2

Tabela 11 – Questão 10 - Em sua opinião, o que motiva alguém a praticar o cyberbullying?

Psicológico	Sociocultural	Moralidade	Egoísmo	Noção de Informação	Sentimentos negativos	Facilidade
Doença	Convívio social	Falta de Caráter	Dinheiro (As pessoas são pagas pra fazer isso na TV)	Desconhecimento	Ciúmes	Anonimato
Dor	Desigualdade social	Falta de Disciplina	Falta do que fazer	Desinteresse	Inveja	Liberdade da net
Falta de auto-estima	Estética (se não me agradou irei criticar)	Falta de ética	Prazer	Falta de noção do limite entre a brincadeira e a ofensa	Ódio	Anonimato
Insegurança		Falta de respeito	Riso fácil	Falta de opinião formada		
Necessidade de auto-afirmação		Maldade	Simple vontade de querer sacanear o outro	Ignorância		
Sentimento de superioridade (ego) Traumas		Ser um imbecil frustrado				

Tabela 12 – Questão 11 - Em sua opinião, alguém que foi agressor no passado pode vir a ser agressor no futuro?

Opiniões	Total
Sim	20
Depende da pessoa e da punição que ela receba ou não	19

(continuação)

Opiniões	Total
Não	1

Tabela 13 – Questão 12 - Em quais meios de comunicação você acredita ocorrer mais a prática do cyberbullying?

Meios*	Total
Facebook	29
Redes sociais no geral	12
Whatsapp	11
Twitter	10
Instagram	9
E-mail	3
Youtube	2
App de relacionamentos (Tinder, Lulu, Happn)	2
Notícias de sites (comentários, vídeos)	1
Fóruns de discussões	1
Internet	1
TV (como influenciadora)	1

*Observação: Palavras mais citadas independentemente do número de entrevistados

Tabela 14 – Questão 13 – Em uma situação hipotética, na qual uma pessoa é perseguida nas mídias sociais por um colega de trabalho, quais seriam as prováveis consequências para a vida da vítima?

Interioridade	Trabalho	Interpessoal	Positivas
Problemas de confiança	Problemas com o trabalho no geral	Prejudicar vida social	Aprendizado
Insegurança	Retaliação	Isolamento	
Afeta a autoestima	Danos materiais		
Vergonha	Sair da empresa		
Timidez	Demissão		
Inibição			
Perda da liberdade			
Fica sensível			
Sentimentos ruins			
Medo			
Suicídio			
Assassinato			

Tabela 15 – Questão 14 - Você acredita que o cyberbullying pode trazer alguma vantagem ou ganho para os agressores?

Opinião	Total
Sim	26
Não	14
Motivação*	Total
Superioridade	16
Prazer	7
Ganância (dinheiro/fama)	5

*Observação: palavras mais citadas independentemente do número de entrevistados.

Tabela 16 – Questão 15 - Você acredita que a prática do cyberbullying pode afetar o rendimento no trabalho?

Opinião	Total
Sim	38
Talvez	2
Não	0
Como afeta*	Total
Psicologicamente	17
Eficácia	17
Autoestima	12
Relacionamento no trabalho	8
Só afeta se ocorrer no próprio ambiente	1

*Observação: palavras mais citadas independentemente do número de entrevistados

Tabela 17 – Questão 16 - Você acredita que a prática de cyberbullying seja mais comum em alguma área ou cargo específicos?

Onde mais ocorre	Total
Não acredita nisso	18
Hierarquias	13
Depende da índole da pessoa	11
Acontece em todos os locais	11
Cargo mais baixo sofre mais	9
Criação	4
Cargo mais alto sofre mais	3
Depende da facilidade de acesso à Internet	2
Atendimento	1
Publicidade	1
Corporativo	1
Ambiente escolar	1
Comunicação e Ciência da Computação	1

Tabela 18 – Questão 17 - Qual seria a sua reação se você soubesse que alguém no seu trabalho sofre cyberbullying?

Reação	Total
Tentar conversar/ajudar dar apoio/aconselhar*	27
Encaminhar/denunciar para superiores ou polícia	11
Confrontar/questionar o agressor a respeito das ofensas	6
Fazer nada	4
Buscar mais informações	3
Não iriam propagar o conteúdo	2
Orar	1
*Fariam apenas se tivessem intimidade	5

Tabela 19 – Questão 18 - Algo mais que considera relevante sobre o assunto e que queira comentar?

Comentários	Total
Tema precisa ser explorado (para mais amparo)	5
Nada	5
Há poucas leis	4
Aprender o limite entre brincadeira e agressão	3
Vê cyberbullying como brincadeira	3
Tema deve ser tratado com mais naturalidade	3

(continuação)

Comentários	Total
Tema só é debatido por estar na moda	2
Interesse no tema	2
Maior relevância do cyberbullying no trabalho	1
Pessoas precisam se expor menos	1
Parar de cuidar e criticar a vida alheia	1
Se expor é complicado	1
Tema precisa ser enfrentado	1
Tema é muito complexo	1