

Um novo paradigma de trabalho na sociedade em rede¹

Camila Andrade²

Arcângela Sena³

Faculdade Estácio do Pará, PA

Resumo: o artigo discute o paradigma de trabalho na empresa *Facebook Inc*, institucionalizado no viés da revolução das tecnologias da informação. Considera-se a criação e desenvolvimento da rede social digital *Facebook* mostrada no filme *A Rede Social (The Social Network, 2010)* de David Fincher. Os autores que embasam a discussão são Manuel Castells e Henry Jenkins por serem vivas as teorias da sociedade em rede e da convergência midiática e cultural pensadas por eles. Tenta-se delinear o surgimento desta forma diferente de entender o mercado, na era informacional, e como uma empresa trabalha dentro desta lógica de produção flexível e horizontalizada.

Palavras-chave: Facebook; Produção Flexível; Tecnologia informacional; Toyotismo.

Introdução

A transformação no mercado de trabalho, sob influência da flexibilização da produção, e o surgimento de novos atores, devido à internet e as possibilidades que traz, faz surgir novas organizações dentro das empresas além de novas empresas já baseadas nesta lógica. Estes modos não mais estão ligados à rigidez comercial herdada das grandes empreendedoras de massa, estão diretamente relacionadas à flexibilidade de produção, somada ao valor atribuído ao intelecto e à informação na contemporaneidade.

O artigo pretende discutir, sob a luz dos autores Manuel Castells e Henry Jenkins, como este processo se deu e como está inserida a empresa *Facebook Inc* neste processo; administradora e dona da rede social *Facebook*, entre outros produtos multimidiáticos

¹ Trabalho submetido ao XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, na IJ06 Interfaces Comunicacionais da Intercom Junior.

² Estudante de graduação, 7º. semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Estácio do Pará, email: contato.camilaandrade@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora e coordenadora do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: arcangelasena@hotmail.com.

oferecidos através da internet. A empresa é discutida partindo da observação do filme *A Rede Social* (2010), onde encontram-se elementos comportamentais que traduzem a discussão dos autores, ilustrando-as.

A escolha pela delimitação teórica partindo de Manuel Castells e Henry Jenkins se dá devido a consistência da reflexão dos autores no que diz respeito a temas como a sociedade funcionando, dependendo e trabalhando em rede e, como a convergência de mídias e de costumes afetam as relações humanas.

Em seu livro *A sociedade em rede*, Manuel Castells faz considerações acerca da produção em massa, o declínio desta lógica de produção e, de certa forma, da ascensão de pequenas e médias empresas como elementos de flexibilização na produção. Castells também elabora exemplos de como a produção flexibilizada se dá em diferentes regiões do mundo, e cita a organização política e econômica como fatores determinantes para tal feito. Henry Jenkins reflete sobre a linha tênue entre o virtual e o real, para ele criamos uma mitologia própria a partir dos fragmentos de informações que extraímos do “fluxo midiático”. O que há é uma convergência de comportamentos, mais do que uma convergência tecnológica física.

1. Transformações capitalistas e flexibilização da produção

Em seu livro “A sociedade em rede”, Manuel Castells fala das transformações pelas quais passam as empresas do capital, sua reestruturação, gerenciamento cada vez mais descentralizado e sua organização em rede. A inclusão da mão de obra feminina remunerada, mesmo que discriminada, mostrando não apenas por esse motivo uma diversificação cada vez mais ampla no mercado de trabalho (p 39).

O autor diz que as redes de computadores vêm moldando a vida e sendo moldadas por ela, tendo como ponto de partida a revolução da tecnologia da informação, devido à grande presença e penetrabilidade “em todas as esferas da atividade humana”. Há uma espécie de sentimento de liberdade dos movimentos dos anos 60 que teriam sido difundidos, inconscientemente, permeando a revolução das tecnologias da informação, o que pode estar sendo representado nessa nova forma de gestão de pessoas na atualidade.

“O processo histórico em que esse desenvolvimento de forças produtivas ocorre assinala as características da tecnologia e seus entrelaçamentos com as relações sociais. Não é diferente no caso da revolução tecnológica atual. Ela originou-se e difundiu-se, não por acaso, em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica. Portanto, a nova sociedade emergente desse processo de transformação é capitalista e também informacional, embora apresente variação histórica considerável nos diferentes países, conforme sua história, cultura, instituições e relação específica com o capitalismo global e a tecnologia informacional.” (CASTELLS, 2003, p 43)

“Capitalista e também informacional”, através desta expressão uma analogia pode ser feita entre as palavras do autor e a rede social *Facebook*. A rede foi criada, a princípio sem interesse comercial, a intenção seria aproximar pessoas, compartilhar pensamentos, atitudes, gostos. Mas, o que o jovem criador Mark Zuckerberg não contava seria o grande investimento que esta forma de se comunicar através da web poderia ter. Informações e comportamentos seriam, mais a frente, fonte de pesquisa para a corporação - presente através dos grandes conglomerados ávidos por entender este novo ser social e oferecer-lhe produtos. Com a investigação direcionada e os algoritmos corretos os nichos vão sendo encontrados, produtos são oferecidos de acordo com seus gostos, expressos através da recente pesquisa do usuário na web. Incontáveis produtos são criados para satisfazer este consumidor (de ideias, comportamentos, informações, notícias, jogos, filmes, séries de tv, de quadrinhos virtuais, de revistas, etc.), o comum e o raro é comprado através da internet, figuras famosas são seguidas por alguns milhões de usuários. Estas, são as engrenagens do meio tecnológico informacional.

Manuel Castells, traz a perspectiva teórica através da qual desenvolve estudos que articulam as sociedades organizadas por relações determinadas de *produção*, *experiência* e *poder*. Sendo a *produção* a ação humana em se apropriar da matéria proveniente da natureza, transformá-la em benefício próprio, a *experiência* seria a ação do homem sobre o homem, uma relação de interação de identidades “biológicas e culturais” gerando então mais expectativa e criando desejos, e *poder* seria então a relação de imposição entre os sujeitos com base no acesso aos dois primeiros aspectos (produção e experiência) (p 51).

“A comunicação simbólica entre os seres humanos e o relacionamento entre esses e a natureza, com base na produção (e seu complemento, o consumo), experiência e poder, cristalizam-se ao longo da história em territórios

específicos, e assim geram *culturas e identidades coletivas.*” (CASTELLS, 2003, p 52)

Sobre a matéria-prima com a qual o homem vem trabalhando, no paradigma de produção capitalista informacional, foi transformada notavelmente na segunda metade do século XX e os primeiros anos do século XXI. A revolução tecnológica modificou o modo de constituição de produtos - da manufatura à produção em escalas maiores, assim por diante - e, a revolução das tecnologias informacionais faz com que o *produto intelectual* apareça. Um novo tipo de matéria é trabalhada nos dias de hoje, envolve conhecimento, experiência e um novo paradigma de produção: a informação (Castells, 2003, p 52). E “se a mão-de-obra é o fator decisivo da produção na economia informacional, e se a produção e a distribuição são cada vez mais organizadas globalmente, parece que devemos testemunhar um processo paralelo de globalização da mão-de-obra” (p 170).

Este novo modelo de trabalho exige mais conhecimento, ou seja, mão de obra especializada e influencia diretamente na empregabilidade mundial também. Castells diz que no últimos anos do século XX a migração para outros países forma números expressivos cerca de “145 milhões de pessoas estavam vivendo fora do próprio país”.

Para ele,

“o surgimento da economia informacional global se caracteriza pelo desenvolvimento de uma nova lógica organizacional que está relacionada com o processo atual de transformação tecnológica, mas não depende dele. São a convergência e a interação entre um novo paradigma tecnológico e uma nova lógica organizacional que constituem o fundamento histórico da economia informacional.” (CASTELLS, 2003, p 210)

Contudo, antes de qualquer coisa deve-se entender que o capitalismo teve uma reestruturação passando por uma transição industrial - da indústria de massa à informacional. Onde as estruturas organizacionais mudam, vale ressaltar que nem em todos os setores. Estar presente na internet, significa dizer que uma empresa flexibilizou parte de seu gerenciamento, marketing e até mesmo a produção; porém não significa dizer que os seus empregados trabalham em uma lógica diferente da fordista.

Há em parte das empresas uma transição da *produção em massa* à *produção flexível*, em referência a crise da produção em escala dentro de formatos mais rígidos dando lugar a produção flexibilizada – em resposta a demandas cada vez mais diversificadas, difíceis de serem controladas, somado ao ritmo imposto pela transformação tecnológica. A contratação das pequenas pelas grandes amplia as possibilidades de produção das primeiras, movimentando o mercado de produção em bases menores e é a marca da crise do modelo corporativo vertical, hierárquico.

2. Novos métodos de gerenciamento e produção

Um modelo adotado por empresas japonesas, principalmente as automobilísticas, trouxeram *novos métodos de gerenciamento*, oriundas de um modelo chamado *toyotista*. O sucesso no que diz respeito a produtividade e competitividade obtido por essas empresas se deve a esta reforma administrativa, “adaptada à economia global e ao sistema produtivo flexível”.

No capítulo “A tecnologia da informação e a empresa em rede”, Castells lembra que este novo modelo gerencial não precisou da rede para aparecer, cita as investidas de empresas japonesas, suecas e norte-americanas que administravam tal mudança mais na “mentalidade que mudança de máquinas”.

“A capacidade de empresas de pequeno e médio porte se conectarem em redes, entre si e com grandes empresas, também passou a depender da disponibilidade de novas tecnologias, uma vez que o horizonte das redes (se não suas operações diárias) tornou-se global.” (CASTELLS, 2003, p 230)

Inspirado em Max Weber, o autor chama este novo modelo tecnológico, que não substituiu o modo predominante de produção mas altera seu desenvolvimento, de “o espírito do informacionismo”.

Sobre a empresa na rede Castells conclui:

“É uma cultura virtual multifacetada, como nas experiências visuais criadas por computadores no espaço cibernético ao reorganizar a realidade. Não é fantasia, é uma força concreta porque informa e põe em prática poderosas decisões econômicas a todo momento no ambiente das redes.” (CASTELLS, 2003, p 258)

Neste contexto o mercado e suas tendências fazem aparecer uma mão-de-obra multifuncional, em uma lógica de trabalho cooperativa em prol da redução das incertezas. O autor lembra que a flexibilidade está no processo, não no produto. O produto tem uma demanda diferente, “aqui e agora”.

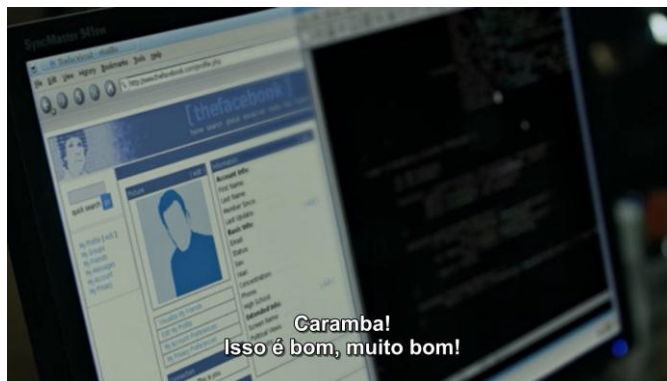
A enxurrada de informações produzidas a todo momento na web; através de interações, novas postagens, compras, etc.; geram necessidades com intervalo de tempo cada vez mais reduzido. Isto se reflete, no consumo através da web, assim como nas transformações das empresas de comunicação e, no comportamento do ser social que emerge desse processo. Em uma das cenas do filme, um dos primeiros sinais de que o ser humano transferiria com facilidade suas preocupações do meio “real” para o virtual aparece. A namorada de um dos fundadores do *Facebook*, o brasileiro Eduardo Saverin, pede satisfações sobre o *status* de relacionamento (antes “namorando”, no momento “solteiro”). A representatividade da “vida virtual” começa a se confundir com o relacionamento presencial.

3. A empresa Facebook Inc e o trabalho na era informacional

O *Facebook* tem seu surgimento exposto através do filme *The Social Network* (A Rede Social, na língua portuguesa) do Diretor David Fincher, de 2010, baseado no livro “The Accidental Billionaires”, de Ben Mezrich. A trama foca nas questões judiciais em que se envolvem os fundadores da rede social, contudo este artigo discute a mudança no paradigma econômico-informacional em que a criação e gestão da empresa se insere nos anos 2000.

O criador do então *The Facebook*, Mark Zuckerberg, estudante de Harvard à época, fundou a rede social em 2004 em parceria com Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes. Mark é um retrato do jovem pouco sociável, que gosta de números, programação e tem grande conhecimento. A rede teria surgido a partir da observação do comportamento dos estudantes da universidade, no que diz respeito aos *dates* (encontros) e interesses diversos entre grupos. Mark observou que, mais do que nos blogs onde as opiniões poderiam circular, a internet poderia ser usada para interligar

peças conhecidas, em uma espécie de mural (palavra que surge mais para frente) onde os “amigos” acompanhariam o dia a dia, interesses e até *status* de relacionamento. Dessa forma, estas perguntas seriam respondidas ao conferir os dados correspondentes no que ele chamou de *perfil*.



Print imagem do filme *The Social Network*

Henry Jenkins diz, citando um trecho do livro *Technologies of Freedom* (1983) de Ithiel de Sola Pool, que mais do que uma convergência de dispositivos midiáticos a internet causa ao homem uma espécie de “convergência de modos”, e

“está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo.” (JENKINS, 2008, p 37)

Em relação ao mercado midiático “de tempos em tempos”, segundo Jenkins, passa por transformações e dúvidas sobre o futuro. Nos anos 1990 a internet era vista como a substituta do rádio e tv, o cinema também parece estar se sentindo ameaçado. Para o autor o que acontece é uma incorporação desses meios nos computadores residenciais e logo nos smartphones de múltiplas funções, através da internet.

O mesmo autor fala também da ruína dos impérios de comunicação centralizados, afirmando a imposição que vem acontecendo por parte da pluralidade da coletividade. Os nichos aparecem como num pesadelo para os primeiros teóricos da comunicação. “A ruína de velhos paradigmas foi mais rápida que o surgimento de

novos, gerando pânico naqueles que mais investiram no *status quo* e curiosidade naqueles que viam oportunidades na mudança” (JENKINS, 2008, p 34).

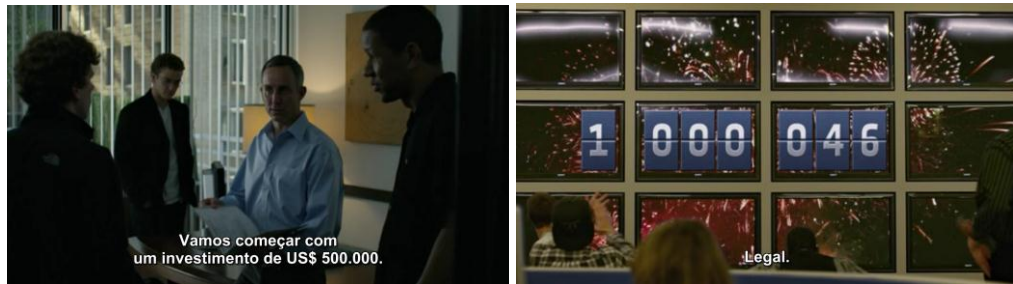
Em uma espécie de contraponto à esta visão de Jenkins, Manuel Castells fala em seu livro *A sociedade em rede*, que mesmo com a crise pela qual passou, e passa, as empresas de grande porte devido a “crise da produção padronizada em massa” ainda são elas que têm poder – financeiro e estrutural – de introduzir inovações tecnológicas significativas no mercado. Existe também, em paralelo, um “renascimento da produção artesanal personalizada e da especialização flexível” pelas pequenas e médias empresas.

Há quem afirme outros posicionamentos de acordo com a administração do país:

“Por exemplo, o estudo de Schiatarella sobre as empresas italianas de pequeno porte sugere que os pequenos negócios superaram as grandes empresas em criação de empregos, margens de lucros, investimento *per capita*, transformação tecnológica, produtividade e valor agregado. O estudo de Friedman sobre a estrutura industrial japonesa considera que exatamente essa densa rede de pequenas e médias empresas subcontratadas é que constitui a base de competitividade japonesa.” (Castells, 2003, p 213)

É neste momento de fragilidade das grandes empresas, que as chamadas *start ups* – expressão associada a empresas recém-nascidas neste novo paradigma – aparecem, como a *Facebook Inc*, empresa administradora da rede social *Facebook*, entre outros produtos.

A rede social foi considerada inovadora, os alunos de Harvard aderiram, bastava ter um e-mail da universidade. Zuckerberg queria expandir, para outras universidades. No meio do caminho, um fã aparece, Sean Parker criador do *Napster* – um programa de compartilhamento de arquivos musicais na internet (1999) que quebra com a indústria fonográfica – quem o aconselha na retirada do *The* do título. A rede social passou a se chamar apenas *Facebook*. Sean, grande conhecedor deste novo paradigma de mercado de investimentos, ajudou na busca pelos primeiros grandes investidores na empresa. O *Facebook* expande para universidades em outros continentes, depois abre para o grande público que pode acessar a rede com e-mails de outros provedores. Aperfeiçoamentos são feitos a todo momento, os anúncios pagos trouxeram uma nova forma de fazer propaganda no meio virtual da internet. Logo a rede social comemorava seu primeiro milhão de usuários.



Print imagens do filme *The Social Network* (2010)

Neste momento, as boas-vindas de Jenkins (2008, p 29) premia: “Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. Segue dizendo que

“A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.” (JENKINS, 2008, p 30)

Em 2010 Mark já era o jovem mais rico do mundo, em 2012 o *Facebook* entra na bolsa de valores, em outubro de 2014 o empresário acumulava algo em torno de US\$ 34 bilhões de dólares. São mais de 1 bilhão de usuários ativos, e mais de 300 mil cadastros novos diariamente.



Print imagem do filme *The Social Network* (2010)

A necessidade do homem conectado passa a um outro paradigma, o das necessidades da informação. Informação aberta, maleável, discutível e suscetível. O

empreendedor nesta era é aquele que é investido de criatividade intelectual e, é bem remunerado por tal feito.

Atitudes e comportamentos horizontalizados são mais que estímulos presentes, são parte da lógica do processo de produção de uma empresa da era informacional, como a *Facebook Inc.* Hierarquia, modos clássicos de se vestir, agir ou se comunicar são constantemente transformados em nome da produtividade. A empresa administradora da mídia social digital *Facebook*, assim como outras inclusas neste modo de desenvolver produtos informacionais, tem a concorrência cada vez mais acirrada e, a reinvenção diária é fundamental.



Print imagens do filme *The Social Network* (2010)

As necessidades do usuário, que é também consumidor, devem ser atendidas, metas devem ser alcançadas a cada semana, quem declara é a Diretora de Produto do *Facebook* Naomi Gleit em entrevista para o Jornal da Globo. Naomi trabalha há mais de 6 anos na empresa, foi promovida por vezes que diz não lembrar quantas, contudo o cargo se assemelha a um líder não a um chefe. Durante a mesma reportagem, a consultora de recursos humanos Eliane Figueiredo fala que o papel do líder é aquele que ouve *feedbacks*, propicia trabalhos desafiadores e está incluso no time como mediador comunicacional.

Considerações finais

A discussão proposta levantada por Manuel Castells, no livro *A sociedade em rede*, ainda em 1996 originalmente, se mostra fundamental pela compreensão que gera quando uma analogia é feita com uma empresa como a *Facebook Inc* e sua lógica de trabalho e entendimento sobre produtividade.

Nota-se que existe um choque entre o modelo de trabalho conhecido por gerações anteriores e as formas de produção contemporâneas. Para a força de trabalho com mais de 40 anos, como visto na reportagem do Jornal da Globo, é preciso se reinventar pois os donos das empresas, líderes e colaboradores são de gerações conhecidas como X e Y, que nasceram como algum tipo de imersão nas tecnologias informacionais. A facilidade com que estas gerações manuseiam tal tecnologia disponível é atribuída a proximidade e inclusão que tiveram com ela, o que pode gerar certa dificuldade para os mais experientes, vale ressaltar que este não é um fator determinante.

Já Henry Jenkins, traz uma reflexão sobre não apenas a convergência de mídias, mas a convergência de modos. O comportamental pode tanto ser a causa como efeito da era em que grande parte da população mundial está incluída hoje em dia. Os ciclos das necessidades parecem ser infinitos, vem da internet – através dos tablets, smartphones, notebooks e etc – e vão até ela através das atitudes do usuário-consumidor.

É importante que nós, estudiosos da comunicação, continuemos na busca pelo entendimento destes pontos conflituosos envolvendo o homem e suas relações - com o outro, com a tecnologia, em sociedade.

Referências

Capítulos de livros:

CASTELLS, Manuel. Tecnologia, sociedade e transformação histórica. In: CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010. p. 43-62.

CASTELLS, Manuel. A revolução da tecnologia da informação. In: CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010. p. 67-113.

CASTELLS, Manuel. A empresa em rede. In: CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010. p. 209-259.

JENKINS, Henry. Introdução. In: JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008. p. 29-49. Susana Alexandria.

Vídeos:

COMO é trabalhar no Facebook. Realização de Jornal da Globo. Palo Alto: Central Globo de Jornalismo, 2012. (539 min.), color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v03nzxIuYu0>>. Acesso em: 17 abr. 2015.