

Papel das Redes Sociais Virtuais no Relacionamento Entre Empresas Juniores em Uma Universidade Federal

Role of Virtual Networks in The Relationship Between Business Juniors on a Federal University

Wagner Amaral e Silva¹, Maria Conceição Melo Silva Luft¹, Maria Elena León Olave¹

¹Universidade Federal de Sergipe, UFS, Brasil

Correspondência: Wagner Amaral, Endereço: Av. Marechal Rondon, s/n, Cidade Universitária CEP.: 49100-000 São Cristóvão, Aracajú, SE, Brasil. Tel.: 55 79 2105-6354 E-mail: mleonolave@gmail.com

Recebido: 14 de outubro de 2015 Aceito: 26 de março de 2016 Publicado: 09 de maio de 2016

Resumo

As organizações têm procurado se relacionar com o objetivo de compartilhar e gerir informações, recursos e conhecimento de forma colaborativa. Nesse sentido, as empresas juniores (EJs), caracterizadas como pequenas empresas, podem usufruir de benefícios ao cooperarem entre si. Um dos elementos que possibilitam que as Empresas Juniores concretizem contatos e parcerias com outras Empresas Juniores são as redes sociais virtuais (RSV), que se fortaleceram com os últimos avanços e mudanças tecnológicas. Este estudo teve como objetivo analisar o papel das Redes Sociais Virtuais no relacionamento entre Empresas Juniores dentro da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Para isso, utiliza-se de uma abordagem qualitativa por meio de estudos de casos múltiplos em cinco Empresas Juniores formadas por alunos da Universidade Federal de Sergipe. Verificou-se que, em geral, os relacionamentos existentes podem ser classificados como fracos. Especialmente, nas Redes Sociais Virtuais, constatou-se que o contato das Empresas Juniores da Universidade Federal de Sergipe são mais frequentes com empresas de fora do estado.

Palavras Chave: Empresa Junior; Redes; Relacionamento Interorganizacional; Redes Sociais Virtuais.

Abstract

Organizations seek to create and maintain collaborative relationships with the purpose of sharing and managing information, resources and knowledge. In this sense, the Junior enterprises (JEs), characterized as small businesses, can enjoy the benefits of cooperation. One of the elements that enable JEs make contacts and partnerships with other JEs are the online social networks (OSN), which is strengthened with the latest advances and technological changes. Therefore, this study is aimed to analyze the role of OSN in the relationship between JEs in Federal University of Sergipe (UFS). For this, it uses a qualitative approach through studies of multiple cases with five JEs. It was found that, in general, the relationships may be classified as weak. Specifically, on OSN, it was found that the contact of the UFS' JEs are more frequent with the state outside companies.

Keywords: Junior Enterprise; Networks; Interorganizational Relationship; Online Social Networks.

Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0.

1. Introdução

Os novos padrões de competitividade têm desafiado as organizações na procura de novos tipos de estruturas organizacionais para se manterem competitivas (REIS; AMATO NETO, 2012). As diversas mudanças no mercado influenciaram a quebra paradigmática na condução dos negócios e a predisposição para a cooperação em rede tornou-se obrigatória (VERSCHOORE; BALESTRIN, 2008). Nesse cenário, as organizações têm procurado se relacionar com o objetivo de compartilhar e gerir informações, recursos e conhecimento de forma colaborativa.

Verschoore e Balestrin (2008) citam que a concretização de uma rede de relacionamento interorganizacional transformou-se em diferencial, o que pode ser explicado pelo seu poder de reunir a flexibilidade e a agilidade das empresas de menor porte com a escala e o poder das grandes corporações.

Nesse sentido, as empresas juniores (EJs), caracterizadas como pequenas empresas, podem usufruir de benefícios ao adaptarem-se a este modelo de cooperação. As EJs são associações civis sem fins lucrativos, localizadas no ambiente da universidade e orientadas por professores ou profissionais da área (PICCHIAI, 2008).

Um dos principais objetivos dessas empresas é incentivar atividades que complementem a formação acadêmica dos discentes, principalmente em competências como gestão e prestação de serviço (SOUZA; DOURADO, 2003; SILVA et al., 2010; PICCHIAI, 2008).

Um dos elementos que possibilitam que as EJs concretizem contatos e parcerias com outras EJs são as redes sociais virtuais (RSV). Kaplan e Haenlein (2010) e Kane et al.(2013) elucidam que as RSV aumentaram significativamente seu escopo nos últimos anos e tornaram-se um novo campo para a inserção e exploração das organizações, seja para interagir com pessoas ou com outras empresas.

Grant Thornton (AMÉRICA, 2011) realizou uma pesquisa cujos resultados identificaram que 44% das empresas brasileiras utilizam as RSV, e a expectativa de crescimento no uso dessas redes era de mais de 50% nos próximos anos em todo o mundo. Além disso, verificou-se que, dentre os 39 países participantes, 53% as utilizavam para publicidade, 51% para comunicarem-se com seus consumidores e 43% para o recrutamento de novos funcionários. Por outro lado, o Brasil é o país que possui o maior número de empresas juniores no mundo (SILVA et al., 2010), o que as posicionam como um amplo campo de estudo.

Diante desse cenário, este estudo propõe-se analisar o papel das redes sociais virtuais no relacionamento entre empresas juniores da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Para tanto, utiliza-se de uma abordagem qualitativa mediante estudos de casos múltiplos em cinco empresas juniores da UFS. Especificamente pretende-se: (1) Verificar os tipos de laços presentes nos relacionamentos entre as EJs da UFS; (2) Analisar como as RSV influenciam na formação e manutenção de laços entre as EJs da UFS; e (3) Analisar como as RSV facilitam a integração e a viabilização de interesses e projetos comuns das EJs da UFS. Nesta direção, as seções a seguir revisará a literatura que norteia o estudo, explanará os procedimentos metodológicos, apresentará os resultados e, por fim, as conclusões.

2. Referencial Teórico

2.1 As Empresas Juniores

As primeiras EJs foram estabelecidas por estudantes franceses de escolas de comércio e administração em 1967. Dois anos depois, já existiam mais de vinte empresas juniores em território francês, o que motivou a fundação de uma confederação com o objetivo principal de promover e representar o Movimento Empresa Júnior (MEJ). Na década de 1980, o movimento se expandiu para outras áreas de conhecimento e ganhou projeção internacional, inclusive no Brasil, por iniciativa do diretor da Câmara de Comércio franco-brasileira, João Carlos Chaves, em 1987 (SOUZA, 2002).

A formalização do MEJ no Brasil ocorreu em 2001 durante um encontro de EJs na cidade de Curitiba que resultou na fundação da Brasil Júnior (SOUZA; DOURADO, 2003). A Brasil Júnior é a Confederação Brasileira de Empresas Juniores que tem como objetivo tornar o MEJ um movimento reconhecido por meio da fomentação e suporte às inúmeras empresas associadas (SOBRE, 2013).

As ações desenvolvidas pela diretoria da Brasil Júnior são expandidas para cada estado através de sua federação local, formando uma rede de relacionamentos interorganizacionais (SOBRE, 2013), o que foi confirmado por Feldhaus et al. (2012) ao identificarem a constituição de uma rede entre a Brasil Júnior, as federações estaduais e as empresas juniores associadas. Em síntese, a rede formada possui uma gestão estratégica horizontalizada, alicerçada em propósitos compartilhados explícitos e claramente compreendidos.

2.2 Relacionamentos Interorganizacionais

Os estudos sobre redes tiveram início na década de 1930 com foco na identificação de elos e relações entre indivíduos (RÉGIS et al., 2007). Já a relação entre redes e empresas teve início no final dos anos 1970 a partir da investigação de fluxos de informações nas organizações (MARTES et al., 2006). Oliver (1990, citado por VERDU; NASCIMENTO, 2011) ressalta que quando uma rede ocorre entre empresas é denominada de relacionamento interorganizacional.

O modelo de relacionamento interorganizacional decorreu da procura por novos conhecimentos e das exigências de um ambiente altamente dinâmico (SILVA et al., 2010). As organizações procuram nas redes o compartilhamento e a gestão de informações, recursos e conhecimento de forma colaborativa. Além disso, os objetivos alcançados devem exigir um esforço menor do que a ação isoladamente (ALVES et al., 2010), e não impactam necessariamente na autonomia e na independência das empresas (SILVA et al., 2010).

Em relacionamentos interorganizacionais, as organizações atuam em torno de objetivos comuns associados à criação de valor (ALVES et al., 2009), e podem envolver empresas e instituições de acordo com elementos como articulação, interação, cooperação e aprendizagem (ALVES et al., 2013). Assim, as redes são estruturadas a partir da “identificação de interesses fundamentais de seus agentes primários e do reconhecimento que esses interesses possam ser compartilhados e possam gerar ganhos comuns” (TÁLAMO, 2008, p. 56). No quadro 1 é apresentado o agrupamento realizado por Verschoore e Balestrin (2008) de cinco proposições que indicam os fatores que afetam o estabelecimento de relacionamentos interorganizacionais de acordo com os distintos ganhos

que as empresas participantes podem obter.

| Fatores | Condição |
|---|---|
| Geração de ganhos de escala e de poder de mercado | Ampliação da força individual por meio do crescimento do número de empresas associadas à rede |
| Acesso a soluções para as dificuldades das empresas | Desenvolvimento e disponibilização de serviços, produtos e infraestrutura para o desenvolvimento dos associados |
| Condições para a aprendizagem e a inovação | Compartilhamento de ideias e de experiências entre os associados e as ações de cunho inovador, desenvolvidas em conjunto pelos participantes |
| Redução de custos e riscos | Divisão dos custos e dos riscos de determinadas ações e de investimentos que são comuns aos participantes |
| Geração e a manutenção de relações sociais | Aproximação entre os agentes, ampliação da confiança e do capital social e promoção das relações do grupo para além daquelas puramente econômicas |

Quadro 1: Fatores que afetam o estabelecimento de relacionamentos interorganizacionais

Fonte: Verschoore e Balestrin (2008).

Para Tálamo (2008), o sucesso de uma rede está diretamente relacionado ao grau de interação e aprendizado entre os integrantes, ou seja, é necessário estabelecer um equilíbrio na cooperação para que os relacionamentos entre as organizações viabilizem o aprendizado e a troca de conhecimento de maneira mais igualitária possível.

Dessa forma, a constituição da confiança mútua entre as empresas se torna o principal desafio para o estabelecimento da cooperação, o que exige uma postura ética dos integrantes da rede em seus relacionamentos (TÁLAMO, 2008). Uma das estratégias de avaliação da confiança nas relações interorganizacionais é a teoria dos laços proposta por Granovetter (1973). Nesta teoria, os laços são formados pelos integrantes, representados por nós, e pelas relações entre os integrantes, constituídas por elos (GRANOVETTER, 1973, 1983).

Sob a ótica da teoria organizacional, os nós seriam as organizações e os elos, as relações entre essas organizações (RÉGIS et al., 2007). Régis et al. (2007) e Cunha et al. (2011) denotam que a partir da teoria dos laços é possível analisar a existência e a densidade dos relacionamentos interorganizacionais.

Segundo Granovetter (1973), a “força” de um laço é a combinação do tempo, da interação, da intimidade e dos serviços prestados num relacionamento. Assim, uma variação alta desses elementos tende a classificar um laço como forte. Em contraste, quanto menor suas taxas, mais fraco será o laço. Ainda podem existir laços ausentes, também denominados “buracos estruturais”, caso não exista qualquer tipo de relação.

Laços fortes tem uma duração maior e suas interações e trocas são frequentes, proporcionando um maior acesso a informações e recursos disponíveis na relação. Por outro lado, apesar da pouca interação e intimidade encontrada nos laços fracos, estes possuem a propriedade de “ponte”, o que fornece acesso a informações e recursos além daqueles disponíveis nos círculos sociais dos atores (GRANOVETTER, 1983).

Alguns estudos foram realizados no âmbito de relacionamentos interorganizacionais com empresas juniores, entre eles Silva et al.(2010) e Silva et al.(2011). O estudo de Silva et al.(2010) analisou como ocorre a gestão do conhecimento entre as empresas juniores federadas de Minas Gerais mediante recursos quantitativos e qualitativos. Esses autores concluíram que as empresas juniores federadas de Minas Gerais de fato atuam num formato de redes no qual o foco é a geração, disseminação, armazenagem e utilização do conhecimento compartilhado para a tomada de decisões e aumento de suas capacidades competitivas.

Já Silva et al. (2011) utilizou uma abordagem quantitativa para mapear e caracterizar a estrutura da rede interorganizacional formada pelas empresas juniores confederadas à Brasil Junior. Como resultado, os autores identificaram que a rede formada pelas empresas associadas à Brasil Junior é caracterizada pela presença de laços fortes e fracos, como também a existência de buracos estruturais. Foi possível verificar ainda que a rede oferece grande potencial de desenvolvimento de novas relações e que os relacionamentos existentes favorecem a transferência de conhecimento de forma dinâmica, o que faz com que as empresas juniores atendam as demandas do mercado com maior agilidade.

2.3 Redes Sociais Virtuais

As redes sociais são definidas como redes nas quais indivíduos compartilham recursos e informações de acordo com seus interesses, valores e objetivos comuns (ROTTA et al., 2012). Diante dos avanços e das mudanças tecnológicas nos últimos anos, a tecnologia tornou-se acessível para grande parte da população e, com isso, as

redes sociais se inseriram nesse contexto a partir da popularização da Internet. Nesse cenário, as redes sociais são denominadas de redes sociais virtuais (GOSWAMI et al., 2010; ELLISON; BOYD, 2013), mídias sociais (KAPLAN; HAENLEIN, 2010; KANE et al., 2013) ou comunidades virtuais (FARAJ; JOHNSON, 2011). Neste estudo, utiliza-se o termo redes sociais virtuais (RSV) ao tratar de tal fenômeno.

No início, as RSV possuíam perfis estáticos cujo conteúdo normalmente contemplava uma breve bibliografia e a foto do usuário. Porém, o papel central das RSV passou a ter foco na articulação entre os contatos, ou seja, o conteúdo e a comunicação entre os usuários proporcionaram dinamicidade e um novo uso. Além disso, os perfis tornaram-se voláteis por causa da possibilidade de coautoria de seu conteúdo e pelos contatos presentes na rede (ELLISON; BOYD, 2013).

Dessa forma, o escopo das RSV aumentou significativamente nos últimos anos. As pessoas as tem utilizado para sustentar suas relações sociais, inclusive as que possuem pouca ou nenhuma interação de forma presencial (*offline*) (KANE et al., 2013). Estas redes também se tornaram um novo campo para a inserção e exploração das organizações, seja para interagir com pessoas ou com outras empresas (KAPLAN; HAENLEIN, 2010; KANE et al., 2013).

Ellison e Boyd (2013) apresentam três propriedades das RSV: 1) perfis com características particulares cujo conteúdo compartilhado pode ter origem em diversas fontes sejam elas próprias, de outros usuários ou de sistemas virtuais; 2) articulação com usuários pertencentes ou não à sua rede; e 3) aquisição, produção e interação com os diversos conteúdos compartilhados em sua rede. As interações entre os participantes das RSV estão concentradas em trocas sociais (FARAJ; JOHNSON, 2011).

Nascimento et al. (2013) denota que o valor das relações entre os indivíduos é configurado pelo seu grau de interesse, pela disponibilidade de tempo e recursos, e pela facilidade de acesso, que podem facilitar ou restringir a interação. Enquanto, Kane et al. (2013) citam que as redes virtuais diferenciam-se das redes *offline* quanto à possibilidade de buscar informações fora de sua rede sem a necessidade de pontes através de seus laços. Destarte, as RSV podem incitar diversos benefícios para Empresas Juniores, principalmente ao se configurar como uma potencial ferramenta para angariar novos projetos e parcerias com outras EJs. A seguir são apresentados detalhes referentes à metodologia adotada neste estudo.

3. Metodologia

Este estudo se situa no paradigma interpretativista, que permite que o pesquisador analise e busque entender as diferentes construções e significados a partir dos comportamentos e das experiências vividas pelos atores humanos (EASTERBY-SMITH et al., 1999; SAUNDERS et al., 2007). Utiliza-se uma proposta exploratória e descritiva em razão da representação de detalhes específicos de uma situação (SAUNDERS et al., 2007; NEUMAN, 1997).

Como estratégia de pesquisa, optou-se pelo estudo de casos múltiplos, que é empregado quando se dispõe de um conjunto de casos para o melhor entendimento de um fenômeno e para a melhor teorização possível (STAKE, 1994). O estudo foi realizado com as empresas juniores da Universidade Federal de Sergipe. O *campus* escolhido foi o central, em São Cristóvão. Do total de onze empresas presentes numa lista cedida pela Pró-Reitoria de Extensão (PROEX), cinco não estavam em operação e uma não respondeu às tentativas de contato. Assim, cinco empresas participaram deste estudo: 1) EPJEL, do curso de engenharia elétrica; 2) EJAUFS, do curso de administração; 3) ZOOTECH, representante do curso de zootecnia; 4) SOFTEAM, do departamento de computação, que abrange os cursos de ciência da computação, sistemas de informação e engenharia da computação; e 5) COPLAG, do curso de agronomia.

No quadro 2, são apresentadas as características das EJs da UFS com relação ao ano de fundação e à estrutura organizacional, especificamente diretorias e demais cargos. Quanto ao ano de fundação, a EJAUFS destaca-se como empresa mais antiga, fundada em 1993. A única estrutura organizacional que se diferencia das demais é a da ZOOTECH. As demais empresas possuem algumas semelhanças, exceto pela Diretoria de Gestão de Pessoas existente somente na EJAUFS e na SOFTEAM.

| Empresa | Ano de Fundação | Diretorias | Demais Cargos |
|---------|-----------------|---|---|
| EPJEL | 2007 | - Presidência; - Financeira-administrativa; - Marketing e Comunicação; - Projetos e planejamento | - |
| EJAUFS | 1993 | - Presidência; - Projetos; - Administrativa-financeira - Marketing; - Gestão de pessoas | - Coordenadores - Assessores |
| ZOOTECH | 2010 | - Presidência; - Negócios; - Financeira | - Conselho Fiscal - Conselho de Alunos |

| | | | |
|---------|------|---|---|
| SOFTEAM | 1997 | - Presidência; - Administrativa-financeira; - Marketing; - Recursos Humanos; - Projetos Internos - Projetos Externos | - Coordenadores de cursos - Coordenadores de projetos - Programadores |
| COPLAG | 1999 | - Presidência; - Vice-presidência; - Administrativa-financeira; - Marketing; - Projetos | - Conselheiros fiscais |

Quadro 2: Informações referentes às empresas

Para a coleta de dados foi elaborado um roteiro de entrevista com base nas categorias analíticas e elementos de análise que são destacados no quadro 3.

| Categorias | Elementos de Análise |
|---|--|
| Tipos de laços (GRANOVETTER, 1973, 1983) | - Tempo - Interação - Intimidade - Trocas |
| Formação e Manutenção de Laços nas RSV (KANE <i>et al.</i> , 2013; GOSWAMI <i>et al.</i> , 2010; GRABOWICZ <i>et al.</i> , 2012; NASCIMENTO <i>et al.</i> , 2013) | - Contato inicial - Contato pessoal - Manutenção do contato - Frequência do contato - Perfis virtuais - Grupos Virtuais |
| Integração e interesses Comuns a partir das RSV (ELLISON; BOYD, 2013) | - Comunicação - Interesses comuns - Eventos e projetos em parceria |

Quadro 3: Categorias e elementos de análise

Foram entrevistados os diretores-presidentes das empresas juniores nos meses de janeiro a fevereiro de 2014 e, posteriormente, iniciou-se a análise do conteúdo da transcrição das entrevistas para agrupamento nas categorias, conforme mostra a próxima seção.

4. Análise Comparativa dos Casos

4.1 Tipos de Laços

Nesta categoria de análise foram explorados os elementos: tempo, interação, intimidade e trocas no relacionamento. Tais elementos são apresentados por Granovetter (1973, 1983) para verificar a existência e densidade dos laços. Silva et al. (2010) elucida que quanto maior o relacionamento e fortalecimento dos laços entre as EJs, mais credibilidade essas empresas terão no mercado em razão de uma maior troca de informações e conhecimentos. Destarte, identificaram-se alguns relacionamentos entre as empresas juniores conforme ilustrado na figura 1. Os relacionamentos existentes podem ser classificados como fracos, principalmente porque normalmente o contato entre as empresas é esporádico ou ainda não houve alguma troca de serviço/parceria. Além disso, particularmente, a ZOOTECH não possui qualquer laço com as outras empresas participantes deste estudo.

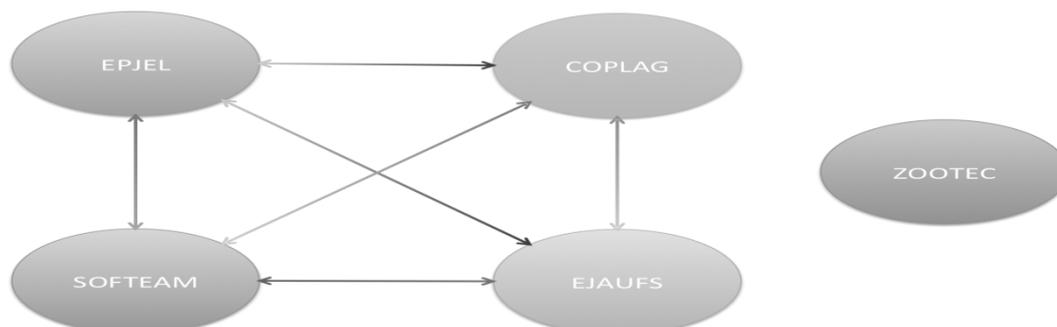


Figura 1. Relacionamentos entre as empresas juniores da UFS

Apesar das EJs possuírem a característica de serem abertas à troca de informações e comunicação com outras empresas (SILVA et al., 2010), as EJs da UFS pouco se comunicam e colaboram, conforme citado pelo diretor presidente da EJAUFS: “[As empresas] são muito espalhadas e pouco unidas”. Contudo, algumas tentam promover ações isoladas para mudar este cenário, como explicado pelo presidente da EPJEL:

Não, não havia contato. As empresas antigamente eram um pouco isoladas (...) Nós estamos com uma frequência de contato praticamente uma vez por semana [com a SOFTEAM e com a COPLAG]. A gente pergunta o que está fazendo, o que é que pode fazer... Então, já é um bom começo pra quem ficava praticamente em ilhas. A gente está começando a ter esse link. Pelo menos uma vez por semana já está sendo uma grande coisa pra gente.

Ao tratar de relacionamento interorganizacional, os diretores citam que existe apenas o contato entre as empresas. Normalmente esse contato acontece entre a EJAUFS, EPJEL, SOFTEAM e COPLAG, conforme relatado:

Nós temos um relacionamento, não fechado em parceria ainda. Mas um relacionamento bom com a SOFTEAM, conhecemos o pessoal que trabalha com ela. Conhecemos também o pessoal da EJAUFS e da COPLAG. (EPJEL)

Pode-se destacar o relacionamento entre a EPJEL e a COPLAG, que está sendo direcionado para a realização de um evento em parceria. De acordo com o diretor presidente da COPLAG:

A gente está desenvolvendo uma parceria onde iremos promover um evento direcionado para todas as engenharias aqui na universidade. Não só com a EPJEL, mas com centros acadêmicos também. Então, por ser um objetivo comum, a gente estará promovendo esse evento, que é relacionado ao CREA, à atuação do sistema no âmbito da universidade.

Um dos motivos que pode impactar no pouco relacionamento entre as EJs é a troca de membros, principalmente quanto à comunicação (SILVA et al., 2010). No âmbito da UFS, a troca de diretoria na empresa júnior de economia (MEP), que está desativada, influenciou negativamente no relacionamento com a SOFTEAM. Essa relação proporcionava ganhos para ambas as empresas por meio de serviços e cursos, segundo o presidente da SOFTEAM:

Já firmamos uma parceria uma vez com a MEP, mas por conta da nova diretoria, a gente acabou se afastando (...) A gente já fez trabalhos via eles no departamento de educação física, e eles já fizeram um trabalho via a gente com o departamento de matemática. Então nós tínhamos essa interação (...). Quando a gente efetuava cursos, eles forneciam a parte estrutural, a gente entrava com a parte de divulgação... Aí vinham as despesas, lucros, e a gente dividia entre as empresas uma determinada porcentagem para cada.

Silva et al.(2010) e Borgatti e Cross (2003) identificaram em seus resultados que quanto maior a proximidade geográfica, melhor o contato para o compartilhamento de conhecimento. Nesse sentido, o contato entre a SOFTEAM e a EPJEL é facilitado em razão de pertencerem ao mesmo centro e, inclusive, por proporcionar que os diretores frequentem algumas disciplinas em comum, como citado pelo gestor da SOFTEAM.

As tentativas para unificar todas as EJs são pontuais e partem geralmente de empresas mais antigas e solidificadas como a EJAUFS ou COPLAG. Porém, ocorrem no máximo um ou dois encontros, o que revela a pouca interação e colaboração. Apesar deste cenário, essa unificação é um objetivo coletivo, como exemplificado pelo representante da EPJEL: Para tentar reverter esse cenário, a universidade está se mobilizando para iniciar um apoio mais forte para as EJs através da regulamentação dessas empresas junto à instituição. Além disso, a UFS, por meio do Parque Tecnológico de Sergipe (SergipeTec), também já concedeu um espaço para que as EJs utilizassem, mas as empresas não chegaram a utilizá-lo por vários motivos, conforme relatado:

Teve há um tempo atrás um contato com a PROEX, que o SergipeTec estava querendo ceder uma sala para todas as EJs de Sergipe. Aí surgiu a ideia da gente usar essa sala para a federação, ao invés de dividir para todas as empresas (...) A gente ganhou esta sala, mas nunca chegou a usar porque meio que dividiu as tarefas. Olha, fulano vai fazer o orçamento de uma plotagem da porta, fulano vai isso... E parou de ter essas reuniões, e parou por aí (...) mas não teve uma organização de todas as empresas para ocupar a sala. (EJAUFS)

A última tentativa concreta de fortalecer o MEJ na UFS teve iniciativa da EJAUFS e tinha como objetivo a criação da federação sergipana de empresas juniores. A criação da federação é importante não só para as EJs, mas para seus integrantes, já que integração entre os diretores colabora para o fortalecimento dos laços e para a aquisição de novas informações e conhecimentos (SILVA et al., 2010). Esse processo, segundo a EJAUFS, não é complicado e necessita somente de um agrupamento das EJs em prol da criação da federação.

4.2 Formação e Manutenção de Laços nas RSV

Para esta categoria, foram analisadas as contribuições das RSV para a formação e manutenção de laços sociais de acordo com os elementos: a) contato inicial; b) contato pessoal; c) manutenção do contato; d) frequência do contato; e) perfis virtuais; e f) grupos virtuais. As RSV têm sido utilizadas para sustentar relações sociais (KANE et al., 2013), seja a partir da interação com ou entre pessoas e organizações (KAPLAN; HAENLEIN, 2010; KANE et al., 2013). Censo (2012) identificou que as RSV mais utilizadas pelas EJs são o Facebook (93,2%) e o Twitter (61,7). Paradoxalmente, redes sociais como Orkut e LinkedIn são as menos utilizadas (20,1% e 19,8%, respectivamente). Esse cenário se assemelha ao das EJs da UFS conforme quadro 4.

| Empresa | Redes Sociais | Facebook | |
|---------|-------------------------|----------|--------|
| | | Perfil | Página |
| EPJEL | - Facebook | | X |
| EJAUFS | - Facebook - Twitter | | X |
| ZOOTEC | - Facebook | X | |
| SOFTEAM | - Facebook - Twitter | X | X |
| COPLAG | - Facebook | | X |

Quadro 4: Empresas juniores da UFS nas RSV

Verifica-se que somente duas RSV são utilizadas, Twitter e Facebook e todas as empresas participantes possuem contas no Facebook. Outro ponto de destaque no quadro 4, é a distinção entre perfil e página no Facebook. Na SOFTEAM, inicialmente, foi criada a página, mas o alcance que tiveram não foi satisfatório. Neste caso, criou-se o perfil, no qual a interação e a abrangência provocaram um resultado mais positivo que a página. A EJAUFS e a COPLAG utilizaram as RSV para ter o primeiro contato com algumas empresas juniores da UFS. No caso da EJAUFS, o contato foi para iniciar a mobilização para o processo de federalização das EJs de Sergipe, enquanto a COPLAG utilizou esse meio para convidar a EPJEL como parceira para a realização de um evento. Em ambos os casos, posteriormente, houve o encontro presencial entre os diretores das empresas.

Nas RSV, assim como presencialmente, o contato entre as EJs da UFS é pontual. O que ocorre são ações próprias do *Facebook*, como compartilhamentos e curtidas. Contudo, quando o contato é realizado com EJs fora do *campus* central, inclusive de outros estados, todas as empresas confirmaram uma maior frequência com esses contatos quando comparados com as EJs do *campus* de São Cristóvão.

Além dos perfis e páginas, identificou-se a existência de um grupo no qual as empresas juniores de Sergipe se comunicam. O grupo denominado “Movimento Empresa Junior – SE” foi criado pela diretoria de expansão da Brasil Junior para incitar e auxiliar a criação da federação sergipana de empresas juniores. Verificou-se que esse grupo é pouco movimentado, e utilizado praticamente na mesma frequência em que ocorrem as tentativas de unificação de relacionamentos interorganizacionais entre as EJs, principalmente da UFS. Quando questionados sobre a facilidade que as RSV proporcionariam para a manutenção do contato entre as empresas quando ocorresse a mudança de diretoria, os diretores acreditam que o ambiente das RSV é favorável e que, além disso, essas redes também seriam um elemento importante para a gestão do conhecimento das EJs da UFS.

O diretor presidente da ZOOTEC também acredita que as RSV podem facilitar a manutenção do contato na troca de diretoria, porém ressalta a importância de manter metade dos membros da diretoria anterior para fazer a interligação dos contatos a cada nova gestão.

4.3 Integração e Interesses Comuns a Partir das RSV

As interações nas RSV concentram-se em trocas sociais (FARAJ; JOHNSON, 2011). Para tanto, procurou-se nesta categoria analisar como as RSV facilitam a integração das empresas juniores da UFS a partir da sua influência na a) comunicação; nos b) interesses comuns; e nos c) eventos e projetos em parceria.

A comunicação é entre empresas da mesma área ou áreas correlatas e envolve questões sobre gestão. Na ZOOTEC, essa comunicação agregou bastante para o aprendizado e, conseqüentemente, para a gestão da EJ. De acordo com o seu representante: “Nós consultamos essas questões de ata, de nota fiscal, de encaminhamento de projeto... e isso agregou bastante para a gente”. As empresas mais experientes citaram questões relacionadas às atividades de prestação de serviços, como cursos e projetos. Inclusive essa comunicação também tem origem em empresas de fora e muitas vezes para dar suporte no processo de criação das empresas, conforme explicado pelo diretor da COPLAG:

Através da visibilidade que a empresa tem, a gente foi convidado para dar suporte a uma empresa de agronomia que está sendo criada na cidade de Coronel João Sá-BA. Eu fui lá, dei uma palestra, tirei dúvida do pessoal, e, nesse caso, o *Facebook* também está sendo muito importante porque o pessoal que está tomando a frente lá, o contato que tem com a gente é exclusivamente via rede social, então eles acabam curtindo as nossas coisas, comentando, perguntando... De fora do estado, isso acontece com frequência. Normalmente nos procuram no processo de abertura.

As EJs da UFS utilizam as RSV entre elas quando é preciso trocar informações de interesse comum por conta da facilidade e eficiência que essas redes oferecem. Os gestores da SOFTEAM e da COPLAG explanaram sobre esse tema com relação às tratativas quanto à federalização e regulamentação, respectivamente:

Quando houve a tentativa de se unificar as empresas. A maioria dos contatos foi feito via rede social. Era criado um evento, nesse evento convidavam-se as empresas, e lá nós trocávamos informações para saber: “como vai ser, que horas vai ser, onde vai ser, quem vai participar... tudo”. O contato foi todo feito via Facebook. (SOFTEAM)

Com relação à regulamentação, a gente está planejando fazer o repasse para todas as empresas de uma vez só, e certamente iremos utilizar as redes sociais, porque eu vejo como mecanismo mais rápido e eficiente. Por exemplo, a gente publica uma nota e marca os diretores, pronto, ali você sabe que o acesso deles é regular, então a notícia vai chegar. (COPLAG)

Apesar de nenhum evento ou projeto ter sido concretizado por meio de parceria entre as EJs entrevistadas, verificou-se que a COPLAG e a EPJEL estão em processo de desenvolvimento de um evento que irá abranger todas os cursos de engenharia da UFS. Neste caso, identificou-se que as RSV estão tendo um papel importante porque após as reuniões, todos os envolvidos são informados sobre o que aconteceu, mesmo os que não puderam estar presentes.

Além disso, o diretor da COPLAG acredita que as RSV possam contribuir para a integração das EJs da UFS, mas destaca a necessidade da aproximação mais presencial do que a virtual. O mesmo relatou a importância da concretização da criação da federação sergipana de EJs para promover essa integração, mas destaca as RSV como um elemento que poderá contribuir nesse processo:

Elas [RSV] tem muito a contribuir sim, eu só acho que o que deveria ter mais aqui na universidade eram ações integradoras de fato, tipo parcerias mesmo. Reais! Físicas! Essa ideia da federação acho que seria primordial para que ocorresse essa integração de verdade. Vale registrar que vários outros estados são federados. Então acho que, de repente, as redes sociais possam contribuir para que essas parcerias sejam retomadas.

5. Conclusões

O objetivo deste estudo foi analisar o papel das redes sociais virtuais no relacionamento entre empresas juniores da Universidade Federal de Sergipe. Em Geral, verificou-se que os relacionamentos existentes podem ser classificados como fracos, pois as EJs da UFS pouco se comunicam e colaboram. Apesar de existirem algumas ações isoladas para mudar esse cenário, os diretores citaram que existe apenas o contato entre as empresas. Um relacionamento de destaque vêm acontecendo entre a EPJEL e a COPLAG, que estão se mobilizando para a realização de um evento em parceria. Além disso, foi possível identificar que, no contexto da UFS, o contato entre EJs é facilitado em razão de pertencerem ao mesmo centro e estarem localizadas próximas umas das outras.

Verificou-se que somente duas RSV são utilizadas, Twitter e Facebook. O Facebook é utilizado por todas as EJs que participaram deste estudo. Inclusive, identificou-se que foi por meio do Facebook que algumas empresas tiveram o primeiro contato. Pode-se ressaltar também que nas RSV, assim como presencialmente, o contato entre as EJs da UFS é pontual. O que ocorre são ações próprias do Facebook, como compartilhamentos e curtidas. Observou-se que o contato nas RSV possui uma maior frequência com empresas de fora do estado. Existe um grupo no Facebook somente com perfis de empresários juniores de Sergipe, mas é pouco movimentado. Apesar disso, os diretores acreditam que o ambiente das RSV é favorável para a manutenção dos laços.

Por fim, percebeu-se que as EJs da UFS utilizam as RSV entre elas apenas quando é preciso trocar informações de interesse comum por conta da facilidade e eficiência que essas redes oferecem. Identificou-se que, para os gestores entrevistados, as RSV podem contribuir para a integração, mas foi destacada a necessidade da aproximação mais presencial do que a virtual. Destarte, sobre à não continuidade dos relacionamentos, poderia ser realizado um estudo quantitativo com os membros e ex-membros de EJs, como também o uso da técnica *focus group* com os integrantes para aprofundar as questões que impactam negativamente no relacionamento interorganizacional entre as EJs da UFS. Ademais, sugerem-se pesquisas sobre esta temática com EJs de outras instituições de ensino para aprofundar o entendimento desses relacionamentos.

Referências

- ALVES, J. N.; PEREIRA, B. A. D.; BAZZO, P. S. Confiança, Conhecimento e Aprendizagem nos Relacionamentos Interorganizacionais: Diagnostico e Análise dos Avanços sobre o Tema. EnEO, 2010, Florianópolis, **Anais...** Florianópolis, 2012.
- AMÉRICA Latina é a maior usuária de redes sociais. Grant Thornton International, 2011.
- BORGATTI, S. P.; CROSS, R. A Relational View of Information Seeking and Learning in Social Networks. **Management Science**, v. 49, n. 4, p. 432–445, 2003.
- CENSO e Identidade: Identificando a realidade do Movimento Empresa Júnior. **Brasil Júnior**, 2012.
- CUNHA, J. A. C. D.; PASSADOR, . L.; PASSADOR, . S. Recomendações e apontamentos para categorizações em pesquisas sobre redes interorganizacionais. **CADERNOS EBAPE.BR**, v. 9, n. Edição Especial, 2011.
- EASTERBY-SMITH, M.; THORPE, R.; LOWE, A. **Pesquisa Gerencial em Administração**. São Paulo: Pioneira, 1999. 21-43 p.

- ELLISON, N. B.; BOYD, D. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. H. **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 151-172.
- FARAJ, S.; JOHNSON, S. L. Network Exchange Patterns in Online Communities. **Organization Science**, v. 22, n. 6, p. 1464-1480, 2011.
- FEITOSA, M. J. D. S.; FIRMO, L. A. Bases do Comprometimento Organizacional em Empresas Júniores: um Estudo na A.C.E Consultoria e na Prospect Empresa Júnior. EnEO, 7., 2012, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2012.
- FELDHAUS, D. C.; PEREIRA, M. F.; NETO, S. D. M. Gestão Estratégica em Redes: Desenvolvimento e Aplicação de um Modelo na Brasil Júnior. **Revista de Gestão e Projetos**, v. 3, n. 3, p. 136-155, 2012.
- GOSWAMI, S.; KÖBLER, F.; LEIMEISTER, J. M.; KRCMAR, H. Using Online Social Networking to Enhance Social Connectedness and Social Support for the Elderly. International Conference on Information Systems, 2010, Saint Louis, **Anais...** Saint Louis, 2010.
- GRANOVETTER, M. S. The Strength of Weak Ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.
- GRANOVETTER, M. S. The Strength of Weak Ties: a network theory revisited. **Sociological Theory**, v. 1, p. 201-233, 1983.
- KANE, G. C.; ALAVI, M.; LABIANCA, G. J.; BORGATTI, S. P. What's Different About Social Media Networks? A Framework and Research Agenda. **MIS Quartely**, 2013.
- KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, v. 53, p. 59-68, 2010.
- MARTES, A. C. B.; BULGACOV, S.; NASCIMENTO, M. R. D.; GONÇALVES, . A.; AUGUSTO, P. M. Fórum – Redes Sociais e Interorganizacionais. **RAE**, v. 46, n. 3, 2006.
- NASCIMENTO, A. M.; LUFT, M. C. M. S.; DACORSO, A. L. R.; NETO, J. D. S. C. O uso do Facebook no Relacionamento com o Cliente: um estudo comparativo entre Pequenas Empresas Físicas e Virtuais. EnADI, 4., 2013, Bento Gonçalves, **Anais...** Bento Gonçalves, 2013.
- NEUMAN, W. L. **Social Research Methods: qualitative and quantitative approach**. Boston: Allyn & Bacon, 1997. p. 18-35.
- PICCHIAI, D. Empresa Júnior: um exemplo de pequena empresa. EGEPE, 5., 2008, São Paulo, **Anais...** São Paulo, 2008.
- RÉGIS, H. P.; BASTOS, A. V. B.; DIAS, S. M. R. C. Redes sociais informais: análise das redes de amizade, de informação e de confiança em incubadoras de base tecnológica no Recife. **POT**, v. 7, n. 1, p. 31-56, 2007.
- REIS, A. P. D.; AMATO NETO, J. Aprendizagem por cooperação em rede: práticas de conhecimento em arranjos produtivos locais de software. **Produção**, v. 22, n. 3, p. 345-355, 2012.
- ROTTA, V. P.; GUEDES, . D. C.; ANSANELLI, .; GORDEEFF, .; CHIARI, . C.; MADEIRA, A. B.; TOLEDO, . A. Redes Sociais Virtuais e Planejamento de Marketing: Um Estudo Multi Casos. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 10, n. 2, 2012.
- SÁ, M. A. D. D.; OLIVEIRA, R. C. R. D.; HONÓRIO, J. B. Integração em Empresas Júniores: É Brincando que se Aprende! EnANPAD, 28., 2004, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2004.
- SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNILL, A. **Research Methods for Business Students**. 4. ed. Harlow: Pearson Education, 2007.
- SILVA, F. T.; CARVALHO, C. C. D.; SUGANO, . Y.; MUYLDER, . F. D. Rede Interorganizacional para Transferência de Conhecimentos: O Caso das Empresas Júniores do Brasil. Semead, 14., 2011, São Paulo, **Anais...** São Paulo, 2011.
- SILVA, F. T.; MAIA, M. H. B.; TAVARES, W.; JOAQUIM, N. D. F. O Processo de Gestão do Conhecimento em Redes Interorganizacionais: Um Estudo com Empresas Júniores de Minas Gerais. EnANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2010.
- SOBRE a Brasil Júnior. **Brasil Junior**, 2013. Disponível em: <<http://brasiljunior.org.br/site/brasiljunior>>. Acesso em: 03 ago. 2013.
- SOUZA, E. C. L. D.; DOURADO, T. P. Empresa Júnior: Uma análise da situação atual das juniores das Universidades brasileiras. EGEPE, 3., 2003, Brasília, **Anais...** Brasília, 2003.
- SOUZA, G. C. D. Empresa Júnior: Uma Ferramenta Facilitadora do Processo de Aprendizagem Através da Aplicação Imediata de Conceitos e Teorias à Realidade Empresarial no Ensino de Administração no Brasil. **Revista ANGRAD**, v. 3, n. 4, p. 98-111, 2002.

STAKE, R. E. Case Studies. In: DENZIN, N. K.; LINCON, Y. S. **Handbook of Qualitative Research**. London: SAGE Publications, 1994. p. 236-247.

TÁLAMO, J. R. Formação e gestão de redes de cooperação empresarial: **Tese** (Doutorado em Engenharia de Produção) - Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, 2008.

VERDU, F. C.; NASCIMENTO, M. R. Redes de Relacionamentos Interorganizacionais. EnANPAD, 35., 2011, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2011.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2008. 15-24 p.

VERSCHOORE, J. R.; BALESTRIN, A. Fatores Relevantes para o Estabelecimento de Redes de Cooperação entre Empresas do Rio Grande do Sul. **RAC**, v. 12, n. 4, p. 1043-1069, 2008.