

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

ESTER DE OLIVEIRA CRISCUOLO SANTOS

**O ADVENTO DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NAS RELAÇÕES DE
TRABALHO**

**São Cristóvão - SE
Junho 2017**

ESTER DE OLIVEIRA CRISCUOLO SANTOS

**O ADVENTO DO NÃO LUGAR VIRTUAL NAS RELAÇÕES DE
TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento à Resolução 69/2012 do CONEPE, como requisito para obtenção do Diploma em Bacharelado em Administração, da Universidade Federal de Sergipe, Campus de São Cristóvão, Sergipe.

Orientador: Prof. Dr. Jefferson Sales

**São Cristóvão - SE
2017**

“Nenhuma queda é em vão, nenhuma dor o consome sem lhe ensinar algo; Aceite as circunstâncias. Nada em sua vida acontece em vão, aceite a lição, por trás de cada adversidade encontra-se um fragmento para a sua evolução”

(Vinicius de Moraes)

Este trabalho é dedicado a minha família, pois é meu porto seguro e me apoiam em tudo aquilo almejo para a vida. Aos meus amigos que se fizeram tão presentes e meu Orientador Jefferson Sales por todo apoio.

AGRADECIMENTOS

Passarei a vida sendo grata a ti meu pai, e as palavras ainda assim serão poucas para agradecer e engrandecer tudo que fez por mim e continua fazendo por todos os dias de sua vida. Que me seja permitido tê-lo por toda a minha vida, para mim isso será uma benção, te amo muito. Agradeço também a minha mãe Teresa por tudo.

Imensa é minha gratidão ao meu irmão Isaque, obrigada por todas as horas em que mesmo distante se fez tão presente nos meus momentos de angustia assim como quando me tirou as melhores e mais idiotas risadas (que só você consegue), te amo sem igual. Ao irmão mais novo Wolney, obrigada por me permitir ser uma irmã que tem toda abertura para conversar e cuidar de você de um jeito peculiar. Saiba que pode contar comigo para tudo que precisar, te amo!

As minhas amigas Laura, Ingrid, Tamires, Larissa e Monaliza das quais sem, eu não seria nada. Saibam que meu amor e gratidão não são possíveis de demonstrar apenas com palavras. Vocês se tornaram essenciais e meus porto seguro aqui em Aracaju, minha segunda família (assim como Keytson e Davi), espero tê-los por toda vida.

Aos meus amados amigos Matheus, Bia, Léo, Mariana, Leila, Dudu e Mariane com vocês posso ser eu mesma, obrigada por todo companheirismo, saibam que amo demais vocês.

Aos amigos da faculdade que quero levar para toda minha vida, vocês foram primordiais nessa etapa, obrigada por tudo Clinton, Clara, Nycolly, Candice e Sabrina.

Aos anjos que surgiram na minha vida Yasmin, Luciana e Rafael Hora, imensa será minha gratidão e amor por vocês, nada que eu fizer conseguirá expressar toda esse reconhecimento que tenho e retribuir tudo que fizeram por mim.

Não poderia deixar de falar das minhas válvulas de escape Viviane prof. de pilates e psicóloga Franklane, saibam que fizeram toda diferença na minha vida, obrigada!

As grandes amigas e profissionais do estágio no Banco do Brasil: Genilza, Trícia e Márcia, obrigada por todo aprendizado e carinho que tiveram comigo, cresci demais com vocês.

E por último, mas não menos importante, os professores da UFS, obrigada por todas as oportunidades e por acreditarem no meu potencial!

RESUMO

O não-lugar, entendido neste estudo como um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional e nem como histórico, apresenta mudanças nas realizações e relações do trabalho. Isso despertou a curiosidade para entender e identificar os impactos do advento do não-lugar virtual nas relações de trabalho, que é o propósito desta investigação. Serviram como base do estudo, os dados oriundos de entrevistas semiestruturadas com 07 pessoas de profissões diferentes de 04 empresas diferentes, optando-se por elencar dos dados em etapas que as organiza em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. Os resultados levam a crer que o uso das ferramentas tecnológicas, principalmente, digitais, proporcionam praticidade no trabalho, bem como o trabalho *home office* propicia flexibilidade no horário, melhor qualidade de vida e economia financeira, tanto para empresa como para os colaboradores, tornando-se uma ferramenta indispensável nas organização que precisam acompanhar o patamar da globalização. O tema mostrar-se relevante, por indicar a possibilidade de mais estudo e um maior aprofundamento com o entendimento dos direitos trabalhista, a flexibilização das relações de trabalho e a importancia do trabalho *home office* na vida do trabalhador autônomo.

Palavra-chave: Não-lugar virtual; relações de trabalho; tele-trabalho.

LISTA DE QUADRO

Quadro 1: Categorias de teletrabalho.....	32
Quadro 2: Roteiro de pesquisa.....	38
Quadro 3: Trabalho <i>home office</i>	43
Quadro 4: Influência da tecnologia.....	47
Quadro 5: Aspectos Positivos do não-lugar virtual.....	49
Quadro 6: Aspectos Positivos do não-lugar virtual.....	50
Quadro 7: Aspectos Positivos na Relação do Trabalho <i>Home-office</i>	51
Quadro 8: Aspectos negativos das relações do trabalho <i>Home-office</i> para as organizações.....	52
Quadro 9: Aspectos negativos das relações e das realizações do trabalho <i>Home-office</i> para o indivíduo.....	53

SUMÁRIO

LISTA DE QUADRO	7
SUMÁRIO	8
1. INTRODUÇÃO	9
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA	10
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	11
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA	11
1.3.1 OBJETIVO GERAL	11
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.4 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1 O NÃO-LUGAR VIRTUAL E SUA TECNOLOGIA.....	14
2.1.1 O VIRTUAL, O ESPAÇO E O CIBERESPAÇO	17
2.2 EMPRESA VIRTUAL	20
2.2.1 CONCEITO DE EMPRESA VIRTUAL.....	21
2.2.2 VANTAGENS DA EMPRESA VIRTUAL	23
2.2.3 DESVANTAGENS DA EMPRESA VIRTUAL.....	<i>Erro! Indicador não definido.</i>
2.2.4 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA VIRTUAL	25
2.2.5 MARKETING DA EMPRESA VIRTUAL	<i>Erro! Indicador não definido.</i>
2.3 IMPACTOS DO ADVENTO DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NAS RELAÇÕES DE TRABALHO.....	26
2.3.1 TRABALHO VIRTUALIZADO	27
2.3.2 O TELETRABALHO NA PRÁTICA	29
2.3.3 VANTAGENS E DESVANTAGENS DO TELETRABALHO	31
3 METODOLOGIA.....	34
3.1 TIPO DE PESQUISA	34
3.2 SUJEITOS DA PESQUISA	35
3.3 PROCEDIMENTO DA COLETA DE DADOS	35
3.4 PROCEDIMENTOS DE TRATAMENTO DE DADOS.....	37
4 ANÁLISE DOS DADOS	40
4.1 IDENTIFICANDO OS EFEITOS DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NA REALIZAÇÃO DO TRABALHO	42
4.2 IDENTIFICANDO COMO O NÃO-LUGAR VIRTUAL AFETA AS RELAÇÕES DE TRABALHO	45
4.3 ASPECTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NAS RELAÇÕES E REALIZAÇÃO DO TRABALHO	48
4.4 CONSOLIDANDO OS DADOS	56
5 CONCLUSÃO	59
5.1 RESPONDENDO AS QUESTÕES DE PESQUISA.....	59
5.2 RESPONDENDO AO PROBLEMA DE PESQUISA.....	60
5.3 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	61
5.4 LIMITAÇÕES (DELIMITAÇÕES) DA SUA PESQUISA.....	61
5.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
REFERÊNCIAS	63
7 APÊNDICE E ANEXOS.....	74

1. INTRODUÇÃO

No atual cenário globalizado em que as organizações estão inseridas é indispensável observar as mudanças que ocorrem no ambiente, sempre atento às práticas de vanguarda que podem se tornar um novo paradigma. As empresas virtuais são uma dessas novas práticas e não têm se restringido a um nicho específico de mercado.

Empresas dos mais variados portes têm passado por problemas para equilibrar suas contas, sobretudo devido à conjuntura político-econômico de retração da economia brasileira nos recentes anos. Nesse sentido, emerge o interesse pelas empresas virtuais, também conhecidas como *e-business*. Trata-se de um modelo de negócios que preconiza a diminuição dos custos operacionais que são onerosos para as pequenas empresas que possuem baixa produtividade (ARAUJO; ZILBER, 2013).

Desde 2003 o crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) vem sendo constante, seja por meio do faturamento ou da geração de empregos. Em 2014, graças à crise econômica e política que se instalou no país, iniciou-se um declínio econômico que se tornaria abrupto em poucos meses, culminando na queda de 166,73% dos empregos gerados através de MPEs no ano de 2015 e redução de quase 20% de suas receitas apenas nos primeiros cinco meses do ano de 2016 (SEBRAE, 2014, 2015, 2016).

Na Contramão da crise, há uma notável percepção quanto ao crescimento do número de empresas que virtualizaram seus serviços, isto é, deixaram de alugar um imóvel ou o vendeu e passaram a se instalar em escritórios virtuais a fim de otimizar processos e reduzir custos. São escassos dados concretos sobre esse setor, dificultando estimar, por exemplo, o número de escritórios virtuais existentes na cidade de Aracaju, capital sergipana, onde o presente trabalho se concentra.

As empresas virtualizadas ocupam não-lugares virtuais. Os não-lugares são locais cujos espaços geográficos onde ocorrem relações não têm uma simbologia específica delimitada por essa localidade, locais que em si não são lugares antropológicos (AUGÉ, 2004; MOCELLIM, 2009).

Já os lugares virtuais dizem respeito à possibilidade de estar em um mesmo lugar e em muitos concomitantemente. Nestes locais o tempo é flexível e distâncias não são mais barreiras (MOCELLIM, 2009).

Sob esse contexto, surge a necessidade de investigar de que forma esse novo modelo de negócio tem impactado as relações de trabalho, sobretudo no que diz respeito à migração de um ambiente tradicional de trabalho para o outro que a modernidade e flexibilidade são preconizados.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

De acordo com dados do Anuário do Trabalho da Micro e Pequena Empresa (2014), entre 2003 e 2013, o número de constituições de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) cresceu em média 3,0% ao ano. As micros e pequenas empresas abriram 7,3 milhões de vagas com carteira assinada, aumentando o total de empregos nessas empresas de 9,8 milhões, em 2003, para 17,1 milhões, em 2013 de acordo com o SEBRAE e DIEESE (2014).

Entretanto, no ano de 2015 iniciou-se um período de quedas no faturamento e, conseqüentemente, ascensão do desemprego nas MPEs. O saldo líquido de empregos gerados pelas MPEs no ano de 2015 findou com o decréscimo de 351.626 postos de trabalho, uma queda na geração de empregos de 166,73% em comparação com a ano anterior. O faturamento das MPEs, por sua vez, acumula perdas de 19% nos primeiros cinco meses do ano de 2016 em relação ao mesmo período do ano passado (SEBRAE, 2014, 2015, 2016).

Sob o ponto de vista dos custos, a virtualização da empresa se mostra indiscutivelmente vantajoso. É possível encontrar planos a partir de apenas R\$ 100,00 mensais na cidade de Aracaju, incluindo endereço empresarial/fiscal, serviços de secretaria e recepção, gestão de correspondência, gestão de recados e algumas horas de *coworking*.

Diante do exposto, é notório que nessa conjuntura de constantes mudanças econômicas, sociais e políticas, as empresas vislumbrem novos modelos de negócios com o intuito de incrementarem seus comércios. Assim sendo, torna-se oportuno e imperativo um estudo acadêmico sobre o surgimento das empresas

virtuais, que para muitos são sinônimo de sucesso, sobretudo com relação aos custos.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Já foi documentado que o uso de novas tecnologias de informação e comunicação nem sempre acarreta apenas em melhorias nas condições de trabalho. Neste contexto, o trabalho em empresa virtual traz consigo a temerária possibilidade de tornar o empregado permanentemente disponível aos chamados do empregador, a despeito da sua principal vantagem, que é a de se poder trabalhar praticamente de qualquer lugar do mundo onde seja possível ter uma conexão com a internet (LANDI, 2009).

Entretanto, pouco se discute acerca dos impactos que as mudanças de paradigma causam nas relações de trabalho. Tal problemática se aplica no presente trabalho, onde se busca entender como se dão as relações de trabalho num ambiente onde a estrutura do não-lugar virtual impera.

Desse modo, este estudo tem como problema de pesquisa: De que forma o advento do não-lugar virtual nas relações e realizações de trabalho?

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral, ou final, em que esse estudo se debruça é fruto da tentativa de operacionalizar em campo o problema de pesquisa a fim de implementá-la e, se alcançado, dá resposta ao problema. Os objetivos específicos, ou intermediários, por sua vez, são metas estabelecidas para servirem de etapas ao atingimento do objetivo geral (VERGARA, 2010).

1.3.1 OBJETIVO GERAL

Identificar como o advento do não-lugar virtual afeta nas relações e realizações de trabalho.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O objetivo do trabalho se limita em seu campo de estudo a empresas virtualizadas de Aracaju para sanar o problema de pesquisa e aborda de forma específica os seguintes objetivos:

1. Identificar os efeitos do não-lugar virtual na realização do trabalho;
2. Identificar como o não-lugar virtual afeta as relações de trabalho;
3. Descrever aspectos positivos do não-lugar virtual nas relações e realização do trabalho;
4. Descrever aspectos negativos do não-lugar virtual nas relações e realização do trabalho.

1.4 JUSTIFICATIVA

A fim de tornar ágil o dia a dia e o desenvolvimento das comunicações foi implantada pela sociedade econômica mundial a empresa virtual, disponibilizando o acesso a qualquer empresa do mundo independente de sua localização no meio virtual. Tal massificação ocorreu a partir do final da década de 90, quando este veículo de comunicação e integração chamado Internet se tornou acessível a todos (BARROS, 2010).

Ainda é escasso o quantitativo de pesquisas que trata dos impactos da adoção da virtualização pelas empresas (ARAUJO; ZILBER, 2013). Este estudo contribui, deste modo, para compreender melhor o comportamento das empresas virtualizadas quando da adoção dessa inovação.

Outra contribuição dá-se pelo entendimento gerado acerca dos fatores organizacionais quando da adoção dessa inovação: o que acontece dentro da empresa; como sua estrutura e seus processos são afetados; e como essas ações se refletem no modelo de negócio utilizado para a adoção de e-business pelas empresas estudadas.

Sendo assim, esta pesquisa justifica-se pela necessidade de entender como se configura as relações de trabalho dentro do contexto das empresas virtualizadas a fim de identificar padrões de comportamento e poder reagir com precisão e agilidade frente às tendências do mercado e suas subversões.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este referencial teórico está dividido em tópicos. Inicialmente foi feita uma análise do que é o não-lugar virtual. Em seguida, o segundo tópico, tem-se a descrição da empresa virtual, conceituando-a, mostrando suas vantagens e desvantagens, sua importância, identificando a importância do marketing para esse tipo de empresa. E, finalmente, o terceiro tópico, que é a identificação dos impactos do advento do não-lugar virtual nas relações de trabalho.

2.1 O NÃO-LUGAR VIRTUAL E SUA TECNOLOGIA

A expressão não-lugar foi criada por Webber (1964), que considerava a acessibilidade a certo lugar mais importante que a proximidade com ele. A fim de enfatizar seu pensamento, o autor demonstrou as comunidades de interesse que se constituíam mesmo quando as pessoas estavam distantes. Um bom exemplo disso é a ocorrência de pesquisadores que, mesmo geograficamente distantes, compunham uma comunidade fundamentada em um tópico comum.

De acordo com este mesmo autor a comunidade de interesse muitas se destaca em relação às tradicionais comunidades de lugar, comprovando sua teoria de que o acesso é mais importante que a proximidade.

Esta foi a visão inicial do não-lugar. Contudo, a expressão foi amplamente utilizada depois de vários outros pesquisadores, como Augê (2004, p. 73), que considera “se um lugar pode se definir como identitário relacional e histórico. Um espaço que não pode se definir como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar”.

Certeau (2004, p. 181) menciona a ideia de não-lugar como uma simples forma de passar, o processo indefinido de estar ausente e a procura de um lugar. Ele traz como exemplos de não-lugares as estradas, as ferroviárias, os aeroportos, os aviões, os trens, os hotéis, os parques e outros espaços pelo quais as pessoas passam sem estabelecer raízes, em que:

[...] existe somente um pulular de passantes, uma rede de estradas tomadas de empréstimo por uma circulação, uma agitação através das aparências do próprio, um universo de locações frequentadas (CERTEAU, 2004, p. 183).

Outra maneira de pensar o não-lugar surge nos estudos de Relph (2010), que não é contrária à dos autores citados anteriormente, mas paralela a elas. É a insensibilidade ao significado do lugar que gera o não-lugar, pois o que confere atributos de não-lugar a um espaço é a falta de profundidade na identificação que se tem com ele.

Segundo este autor um shopping center, por exemplo, que devido às suas características, da arquitetura, da limitação de tempo dos seus visitantes, de ser simplesmente funcional poderia ser considerado um não-lugar, porém não é, caso se configure uma relação de identidade entre seus frequentadores e o shopping que vá além de uma simples relação de funcionalidade. Na visão de Relph (2010), o não-lugar é proveniente de uma atitude, cuja comprovação prevalente tem impedido que lugares autênticos sejam criados.

Assim sendo, deve-se salientar que, ao menos com relação a um ponto específico, Augé (2004), Certeau (2004) e Relph (2010) apresentam concordância indiscutível: todos consideram que os não-lugares são característicos das sociedades modernas ou ainda que a super modernidade é produtora de não-lugares.

Para iniciar o debate sobre a apropriação da tecnologia e suas consequências para o lugar compete aqui destacar as ideias de Santos (2007b), que considera o espaço como sendo um conjunto de fluxos e fluxos, onde os elementos fixos (fixados em cada lugar) possibilitam ações que podem alterar o próprio lugar, os fluxos novos ou renovados que recriam as condições ambientais e as relações sociais, redefinindo cada lugar.

Ainda, para aquele autor, “os fluxos seriam um resultado direto ou indireto de ações que atravessam ou se instalam nos fixos, modificando a sua significação e o seu valor, ao mesmo tempo em que, também, se modificam” (SANTOS, 2007b, p. 50).

Conforme relatos de Areti (2009) o desenvolvimento de contatos indiretos, graças à emergência da internet, ao invés dos contatos face a face, tem provocado grandes efeitos para a percepção do lugar, permitindo a formação de subprodutos do lugar. Um desses subprodutos do lugar, que se obtém ao se acessar a internet, são os não-lugares virtuais.

A emergência do ciberespaço - não-lugar virtual -, em que os usuários da internet ficam imersos enquanto “navegam” na web, a partir dos lugares físicos de apoio à sua utilização (não-lugares físicos), parece ser o resultado de uma ação dialética entre o lugar e o não-lugar. Isto ocorre porque, ao optar por utilizar a internet, o usuário precisa de um lugar físico com infraestrutura essencial para a conexão: uma sala, computadores, mesas, cadeiras, fios, etc.

Para Areti (2009), o lugar ou não-lugar físico, apesar de todas as possibilidades de virtualização proporcionadas pela internet, ainda são importantes, visto que, mesmo quando se valoriza o não-lugar virtual, ambos coexistem. Todavia, esta relação implica em viver uma situação que envolve atividades coletivas e solitárias.

A trajetória da coletividade para a atividade solitária ocorre, sobretudo, depois que a pessoa entra no espaço reservado ao acesso à internet (não-lugar físico) e conecta-se à rede mundial de computadores (não-lugar virtual). Ao se conectar à rede o usuário acaba se desconectando do mundo físico que o rodeia. O retorno à vida e coletividade acontece quando o usuário se desconecta da rede e retorna à vida real. Augê (2004) assegura que a falta de elevação do espaço na internet parece proceder da ausência de relacionamento entre cultura, tempo e local que caracteriza a vida normal dos indivíduos.

Os espaços conectados em rede parecem ser lugares não antropológicos, que não se integram bem aos lugares tradicionais e tendem a ser caracterizados pela ausência de identidade, ao invés da proliferação de múltiplas identidades. O não-lugar, seja ele físico ou virtual, pode ser considerado o contrário da utopia, já que ele existe, muito embora não abrigue nenhuma sociedade orgânica e crie tensões solitárias.

O espaço do não-lugar acaba por libertar de suas habituais atividades quem nele penetra, pois não cria nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude (AUGÊ, 2004, p. 94).

Diante disso, torna-se possível fazer uma analogia entre o que se entende por lugar e não-lugar e o que se considera real e virtual. Da mesma forma que o não-lugar está intrinsecamente ligado ao lugar, real e virtual também não se separam. O virtual não existe sem o real, ambos coexistem.

Pode-se também considerar o não-lugar como uma dimensão do lugar, não o substituindo, mas nele encontrando apoio. Augê (2004, p. 74) considera que tanto o lugar como o não-lugar não existem de forma pura, são, antes de tudo, “polaridades fugidias”, - o lugar nunca fica totalmente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente, “sendo palimpsestos em que se reinscreve, sem cessar, o jogo embaralhado da identidade e da relação”.

Ainda na concepção de Augê (2004, p. 98):

Na realidade concreta do mundo de hoje os lugares e os espaços, os lugares e os não-lugares misturam-se, interpenetram-se. A possibilidade do não-lugar nunca está ausente de qualquer lugar que seja. A volta ao lugar é o recurso de quem frequenta os não-lugares.

Adotando-se esta linha de raciocínio o não-lugar virtual só existe se encontrar fundamentos físicos na realidade do cotidiano. Todavia, esta realidade não tem mais a mesma função se estiver amparada no virtual, situação em que a “realidade cotidiano oferece o material ao ciberespaço e, ao mesmo tempo, amplia as possibilidades experienciais dele” (REYES, 2004, p. 20).

Partindo das discussões travadas aqui, esse estudo pretende mostrar que o não-lugar virtual é o lugar reservado ao comércio ou visitação passageira, por meio de grupos sociais desenvolvidos na internet, a partir de uma extensa adesão quantitativa de indivíduos, entretanto, com pouca intera o.

Ao se considerar a cidade como lugar, e este, como parte do dia a dia de seus habitantes, surge a necessidade de repens -la a fim de que se compreenda esta nova realidade.

2.1.1 O VIRTUAL, O ESPAÇO E O CIBERESPAÇO

De acordo com Kim (2004), o ciberespaço procede da liga o entre aspectos físicos e linguísticos. Forma-se a partir das instru es direcionadas   máquina (linguagem de programa o) e traduzidas para outra linguagem (código de máquina), a fim de que as opera es instruídas sejam cumpridas de forma correta, a partir dos inputs dados pelos usuários dos programas. O clique   um comando que ativa códigos, leituras e interpreta es pr -programadas, no intuito de que a a o correspondente ocorra.

Diante disso, o ciberespaço consiste de linguagens e diálogos homem-máquina, máquina-máquina, operados em equipamentos físicos e localizados. Vê-se a tela, mas não se visualiza a quantidade informações, de comandos, expressões e códigos que estão por trás das imagens icônicas que se vê nas telas.

Castells (2012) concorda com outros autores (AUGÊ, 2004; ARETI, 2009; CERTEAU, 2004; RELPH, 2010) quando enfatiza que, em todos os âmbitos, o ciberespaço é um produto material no que se refere a outros produtos materiais e a pessoas, e produtos materiais de pessoas (linguagem), podendo ser considerado como um espaço. Como espaço, comporta lugares e não-lugares.

O espaço artificial produzido pelo homem, também é ambiente. Assim sendo, influencia a configuração cultural da humanidade, bem como o ambiente natural. As transformações no ambiente natural levaram a evolução da espécie humana até um certo ponto. Ainda sujeito aos caprichos da natureza, o ambiente simbólico disputa juntamente com o natural na configuração do humano, e, em determinados momentos, superando-o. O próprio ambiente natural é adequado pelo simbolismo humano, deixando de ser apenas natural e sendo absorvido pela floresta de símbolos onde habita o *homo sapiens*.

Enquanto que virtual, conforme relatos de Lévy (2011) é a releitura, a atualização de algo que existe concretamente. Ou seja, o programa que alguém edita um texto, está fisicamente gravado no HD do computador, e quem o digita está sempre saindo do completamente virtual para o físico, salvando o documento para não perder as informações no campo da virtualidade.

Além disso, o texto em estado virtual antes de ser gravado no espaço físico, o lugar *hard disk*, tem o suporte físico da memória, podendo inclusive ser recuperado da inexistência concreta. O chat, a câmera de vídeo conferência, ou mesmo os jogos e programas de realidade virtual, são interferências físicas, numa interface de homem concreto - máquina concreta - homem concreto.

O ciberespaço é uma virtualização, a atualização em um lugar, de dados registrados em outro lugar, interconectados por redes, e que, por suas particularidades técnicas de programação, possibilita a interferência da comunicação entre indivíduos, e com a própria cultura por eles produzida, sobretudo, se considerar que os dados que surgem na tela do computador em um site podem estar instalados em um lugar físico do outro lado do mundo.

Rosa (2011, p. 320) propõe uma distinção entre *on line* e *off line*, que pode contribuir para a compreensão de que a virtualização extrapola o ciberespaço, ainda que o ciberespaço não exista fora da virtual.

A condição de *off line*, se traduz pela utilização da tecnologia para fins operacionais, de solução de problemas, não implicando a mediação da comunicação diretamente com outros seres humanos, ou suas produções de forma interativa. São as operações frias, nas quais a relação se dá com um sistema, produzido para responder automaticamente, mecanicamente, aos comandos enviados.

Sob esse aspecto, torna-se possível destacar que a internet se apresentaria como uma nova possibilidade de conforto, de solução de problemas do cotidiano, como uma pesquisa para a escola, procurar um modelo para algum trabalho, e finalmente, uma gigantesca biblioteca, contudo, antes de qualquer coisa, uma biblioteca.

Aí, o virtual se restringe aos pontos técnicos da informática e a operações fundamentais da cultura. A simulação é fria e periódica, e, conseqüentemente, reproduz a realidade de forma precária (TURKLE, 2011).

A categoria *on line* sugere a relação, a sociabilidade, seja esta em tempo real ou não. Presume a interatividade, a existência de um lugar para entrar e para sair. Assim sendo, Rosa (2011, p. 324) assegura que a internet (o ciberespaço) parece mais para um território do que uma coisa. Concomitantemente, o convívio na internet tem suas regras, seus crimes, suas ofensas, e configura os que nela vivem, constituindo etiquetas, normas sociais, hábitos, costumes, formando uma cultura no sentido completo do termo.

No que diz respeito a ser ou não coisa, não se pode esquecer nunca, que a internet é também uma coisa, diferente do que explica Rosa (2011). A rede, os fios, os *hardwares*, os programas com suas operações pré-determinadas nos *softwares*, são concretos, falham, param, e devem, eventualmente, serem reparados.

O ciberespaço é um espaço que se constrói sobre um suporte físico, produto da cultura e concretamente localizado. Lemos (2012, p. 137) enfatiza que o ciberespaço “[...] não é desconectado da realidade, mas um complexificador do real”.

Sob tal perspectiva, a virtualização extrapola as operações básicas e alcança um extremo, em que a realidade e a virtualidade se fundem em apenas uma. Deste

modo, Turkle (2011, p. 118), assevera que a defesa da fronteira entre o real e o virtual está muito mais presente entre os especialistas do que entre os usuários.

Transcorrido um período de convívio com as tecnologias de comunicação, essas já passam a constituir a vida cultural e o cotidiano não mais como um componente estranho, que confere rupturas, estabelece distâncias, estranhamento ou promove diferenciações. Antes, torna-se mais um item do convívio social. Mais uma ferramenta, que com suas características, possibilita a organização de comunidades e a vida social.

2.2 EMPRESA VIRTUAL

Após a globalização ocorreu uma ligação entre os indivíduos de todas as partes do mundo. A partir daí os empresários organizam uma forma de aproximar as empresas ao consumidor, implantando, com isso, o *virtual store* (loja virtual).

De acordo com Carvalhosa (2005), o confronto deste instituto torna o *virtual store* um estabelecimento autônomo. Com isso, a empresa poderá ter um estabelecimento convencional e virtual independentes entre si.

Visando aumentar seu público alvo, as empresas convencionais têm desenvolvido estabelecimentos virtuais para a melhoria de suas atividades. Corrêa (2009) destaca que a empresa virtual é uma rede contingente de empresas individuais (abastecedor-freguês), que mesmo competindo entre si, relacionam-se com a tecnologia da informação, visando compartilhar conhecimentos vinculados a rede de computadores.

O ambiente virtual é constituído pelos fornecedores, clientes e tudo que abrange produção e serviços, algo visto em qualquer empresa. Todavia, sua diferença está na integração do núcleo geográfico ou físico (a possibilidade de compras em outros países), funcional ou de processo (a comodidade de comprar em qualquer hora e dia) e da informação (facilita a comparação de preços). A comodidade na compra é um dos principais fatores de sucesso deste tipo de empresa (AZEVEDO, 2011).

A praticidade criada aos usuários da empresa virtual acarreta em um grande índice de aprovação entre os consumidores. Entretanto, a falta de familiaridade com

os computadores e a ausência de leis que regem a empresa virtual reduz o uso desta tecnologia (VALENTE; NETO; DIAS, 2013).

Para Barros (2010), a empresa virtual seria constituída pelos mesmos produtos do estabelecimento empresarial, porém, não existe o deslocamento do consumidor para adquiri-lo, e por esse motivo, a empresa virtual é denominada de estabelecimento ilusório. Este tipo de negócio tem a nomenclatura de comércio eletrônico.

A estrutura da empresa virtual é diferente dos estabelecimentos convencionais, já que a primeira precisa de profissionais capacitados e estrutura física mínima. A empresa virtual precisa basicamente de bens incorpóreos, como a mão de obra especializada de engenheiros da computação para a manutenção do site, por exemplo (BARROS, 2010).

Certamente, a necessidade de uma estrutura física para operacionalizar os computadores, em que o meio de acesso será o site da empresa, impondo, com isso, o mínimo de organização. Mesmo com o espaço físico reduzido é imprescindível a presença de profissionais qualificados, ou seja, bens incorpóreos.

Assim sendo, a estrutura física é reduzida a um galpão de estoques e um local para a operacionalização do site sua imaterialidade está relacionada à acessibilidade, em caso de comércio eletrônico.

Segundo Coelho (2012), empresa virtual pode obter fundo de empresa relacionado aos seus bens em função do layout funcional (operações unidas pela semelhança de seu processo de formação, onde se encaixam os sites), do qual há a comercialização.

Diante do exposto, a empresa virtual é uma nova espécie de estabelecimento empresarial, no entanto, apresenta características específicas como: mão de obra especializada, estrutura física reduzida, e um administrador específico.

2.2.1 CONCEITO DE EMPRESA VIRTUAL

O conceito de empresa virtual é debatido por vários autores, contudo, ainda não existe consenso sobre esta temática. A empresa virtual surge a partir da utilização de tecnologia de informação como instrumento de apoio à gestão, e da importância de tornar os processos mais ágeis e flexíveis, visando acompanhar as

mudanças que surgem a cada dia, ou seja, a empresa virtual é um novo e emergente paradigma organizacional que apresenta alto grau de integração (AZEVEDO, 2010).

Se o conceito de virtual não é único, também as definições de empresas virtuais variam muito para os autores. Saabeel *et. al.* (2012) mencionam vários autores para justificar a inexistência de uma estrutura conceitual consolidada. As definições a respeito de empresas virtuais focalizam aspectos diversos, como mostra a seguinte transcrição:

Muitas das contribuições focam aspectos funcionais, tal como a tecnologia de informação requerida nas Organizações Virtuais (STRADER *et. al.*, 2008), assuntos de logística, assuntos legais, gerência de recursos humanos (COYLE; SCHNARR, 2005), e aspectos financeiros. Autores também relacionam o conceito à outros conceitos de negócios, tal como gerência de conhecimento, redes flexíveis ou dinâmicas (MILES; ASNOW, 2002), competição ágil redes de suprimento e reforma dos processos do negócio. Outros, ainda, descrevem tipos diferentes de Organizações Virtuais (VAN AKEN *et. al.*, 2008) ou seu ciclo de vida (STRADER *et. al.*, 2008; SIEBER, 2008).

Há diversas definições de empresas virtuais. Contudo, serão transcritas as duas que apresentam um maior grau de embasamento teórico. A primeira é a de Bultje e van Wijkt (2008), escolhida, com destaque, também por Freitas (2010), por se basear nas peculiaridades primárias e secundárias das empresas virtuais, levantadas no intensivo estudo realizado pelos autores.

Uma empresa virtual é caracterizada primária por ser uma rede de organizações independentes, geograficamente dispersa e com missão coberta parcialmente. Todos os parceiros contribuem com suas competências distintivas e cooperam com as relações semi-estáveis. Os produtos e serviços fornecidos pela empresa virtual são dependentes de inovação e são fundamentadas no consumidor. Já uma empresa virtual é caracterizada secundária por uma identidade única, com lealdade compartilhada pelos parceiros e uma cooperação fundamentada na confiança e na tecnologia da informação (BULTJE; VAN WIJKT, 2008).

A segunda definição é de Jägers *et. al.* (2008). Essa definição foi desenvolvida para empresas virtuais consideradas pela perspectiva do projeto.

Uma empresa virtual é a combinação de múltiplos – dispersos geograficamente – parceiros (pessoas ou organizações) que, pela união

complementar de competências distintas e métodos, esforçam-se para atingir um objetivo comum. Os integrantes concordam com uma divisão de poder entre seus participantes e são dependentes de comunicação eletrônica (infraestrutura de Tecnologia da Comunicação e Informação) para coordenação de suas atividades (JÄGERS *et. al.*, 2008, p. 74).

A virtude das empresas virtuais está em sua capacidade de resposta rápida às mudanças e oportunidades bem como na adequação e compartilhamento de recursos, na ênfase no trabalho em grupo e na cultura organizacional renovada. São, basicamente, empresas características da nova lógica da produção, dos processos e formas de organização do trabalho para o próximo século (CHESBROUGH; TEECE, 2006).

2.2.2 VANTAGENS E DESVANTAGENS DA EMPRESA VIRTUAL

Utiliza uma empresa virtual pode trazer inúmeras vantagens competitivas para a empresa, visto que poderá oferecer o seu produto a qualquer momento, e para o consumidor, que terá a possibilidade de encontrar diversas oportunidades dos mais variados tipos de produtos e serviços, comparar preços e condições de pagamento sem sair do local para realizar a compra e receber o produto com toda a comodidade (ALBERTIN, 2014).

De acordo com o SEBRAE (2014), as principais vantagens da empresa virtual são:

- a) A rede de negócio está disponível 24 horas e em 7 dias por semana, não importa os horários, dias de feriado ou fim de semana, o consumidor não deixa de fazer negócios e as empresas oferecem comodidade para seus clientes, e estes podem fazer seus pedidos na hora que quiser online;
- b) Capacidade de oferecer um vasto conjunto de informações envolvendo a localização e identificação do produto, comentários de outros consumidores, informações sobre preço e frete, e tempo de entrega;
- c) Baixo custo operacional, não precisando arcar com gastos extras comuns em uma empresa física tais como aluguel, contratação de pessoal e outros. Poderá manter sua estrutura atual e conta com mais um forte canal de vendas;
- d) Redução do ciclo de tempo para a entrega de produtos e serviços;
- e) Criação de relacionamentos mais próximos com os consumidores;

f) Redução dos custos de comunicação e transação, podendo eliminar intermediários do canal de distribuição;

g) Divulgação da marca: A *Internet* amplia o tempo de exposição da sua marca e mostra que a sua empresa está preparada para atender seus clientes na era da informação;

h) É reduzida a probabilidade de erros de interpretação no circuito com o cliente, e mesmo com o fornecedor;

i) Facilidade no acesso a novos mercados e clientes, com reduzido esforço financeiro;

j) Facilidade no processamento de dados transmitido pela Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM), como por exemplos preferências e forma de pagamento dos clientes, assim como permite a antecipação da evolução das tendências do mercado;

k) A empresa oferece uma estratégia de liderança em custo, diferenciação e segmentação;

l) Conhecimento constante do perfil de clientes, seus hábitos e regularidade de consumos;

m) Antecipação das tendências de mercado, disponibilidade permanente de relatórios sobre os produtos mais visualizados, áreas mais navegadas; e

n) Rapidez na divulgação de novos produtos ou promoções.

A empresa virtual não necessita de um espaço físico e funcionários como uma empresa física, reduzindo os custos. Eles estão abertos 24 horas por dia e oferecem os mais diversos serviços personalizados segundo o perfil de cada cliente. Ademais, pode ser um complemento da empresa física ou somente um estabelecimento puramente virtual (FELIPINI, 2010).

Segundo Andrade (2011), as empresas virtuais são suscetíveis a ataques de pessoas mal-intencionadas que tentam acessar os dados confidenciais de clientes e parceiros da empresa e também tentam aplicar golpes com números de cartões de crédito roubados, causando prejuízos muitas vezes arcados pelas próprias empresas virtuais.

O clima de insegurança que muitos ainda sentem na *Internet* faz com que muitas empresas existentes ou prestes a existirem não entrem no mundo dos negócios *on-line*, o que retarda um maior crescimento dessa modalidade de

comércio. A empresa também pode ficar vulnerável a novas formas de concorrência vindas de empresas de outros estados e até do exterior. Aqueles que não se ocuparem de tais desafios correm o risco de ficar fora do mercado (MONTEAGUDO, 2006; ALBERTIN, 2014).

2.2.3 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA VIRTUAL

Bultje e Van Wijkt (1998) identificaram em uma pesquisa bibliográfica intensiva, algumas características de empresa virtual, tais como:

- Competências essenciais

Cada empresa, objetivando continuar na organização virtual, deve desenvolver ou preservar suas competências essenciais básicas em recursos únicos, não permitindo que, ao externalizar tais recursos, ocorra uma perda da identidade e independência da empresa, nem que haja “perda da exclusividade do recurso compartilhado na colaboração estreita com os demais parceiros” (AMATO NETO, 2010, p. 70).

Tais riscos podem ser reduzidos, caso a empresa participante da organização virtual fornecer aos outros integrantes “os serviços resultantes de sua atividade, e não o recurso propriamente dito” (FREITAS, 2010, p. 30).

- Temporariedade

A empresa virtual opera dentro do período de tempo que durar a oportunidade de negócio (GOLDMAN, 2005; GORANSON, 2005), todavia, caso esta oportunidade de negócio seja duradoura, pode-se estender a cooperação para outras formas mais sólidas, como uma joint venture, por exemplo.

- Confiança

As ações de cooperação entre as empresas virtuais são fundamentadas na relação de confiança existente entre as empresas cooperadoras (EVERSHEIM,

2006), acarretando num ganho de tempo nas ações conjuntas, visto que, eliminam-se os trâmites burocráticos.

- Tecnologia de Informação

As empresas virtuais utilizam intensivamente os recursos da tecnologia de informação e comunicação (HERBST, 2006; PICOT, 2006), reduzindo-se, com isso, os custos de transação e aumentando o espaço economicamente viável de uma cooperação.

2.3 IMPACTOS DO ADVENTO DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NAS RELAÇÕES DE TRABALHO

Segundo Tofler (2010), o crescimento acelerado do emprego de tecnologias de informação e de telecomunicações (TIC) pela sociedade revolucionou a forma de se comunicar e fazer negócios.

Ao mesmo tempo em que coíbem as pessoas de estabelecer um contato direto, o computador possibilita às empresas realizarem transações internacionais independentemente de onde estejam localizadas. O efeito destas inovações é o aparecimento das equipes virtuais, que desenvolvem trabalho interdependente primariamente por meios eletrônicos, através de redes de computadores e telefones (POLZER, 2004).

Seguindo as mudanças, o próprio sistema capitalista também se reestruturou, ocasionando impactos expressivos nos modos de se fazer negócios. A globalização através das redes digitais de comunicação condicionou as organizações uma maior flexibilidade de processos e de formas de gerenciamento, originando as unidades de negócio (UN) e a descentralização nas relações com parceiros e fornecedores que passam a funcionar através de ligações em rede.

O novo modelo organizacional adaptado às mudanças do cenário tecnológico inclui tendências de hierarquia horizontal, organização em torno do processo, gerenciamento em equipe, maximização do contato com fornecedores e clientes, informação e treinamento de funcionários (CASTELLS, 2013).

Assim sendo, será abordado em seguida o significado o teletrabalho, enfatizando suas vantagens e desvantagens.

2.3.1 TRABALHO VIRTUALIZADO

A organização é um local físico feito de construções reais e frequentado por funcionários, clientes e fornecedores que passam o dia trabalhando. Contudo, isso vem sendo alterado diante do progresso da tecnologia, que daqui a alguns anos, transformará completamente o dia a dia das empresas.

A virtualização do trabalho nas empresas é ainda recente. A originalidade temática faz com que a literatura científica necessite de autores que tratem deste tema.

Atualmente, tornou-se bastante comum o uso do telefone e da internet para fazer compras, estudos à distância através de aulas online e a comunicação por e-mail e redes sociais; alterando as relações entre as partes das empresas e entre as empresas e seus clientes, funcionários e distribuidores. Todas as interfaces sofreram mudanças. “O resultado foi o surgimento da organização virtual e do emprego e do empregado virtual” (MAXIMIANO, 2010, p. 496).

A possibilidade de comunicação eficiente através dos computadores torna imprescindível a presença física dos funcionários na realização de determinadas atividades: “na difusão dos micros e das redes surge o uso do termo teletrabalho: o trabalho em casa, por encomenda, com ou sem vínculo empregatício, plugado nos avanços da tecnologia da informação” (CHIAVENATO, 2009, p. 88).

Conforme relatos de Costa (2013), “a dificuldade em se definir o teletrabalho deve-se ao próprio perfil multifacetado do fenômeno e à multiplicidade de situações que a prática envolve”. A originalidade temática faz com que a literatura científica careça de autores que abordem o tema. Para os poucos estudos existentes, é comum encontrar o uso do termo teletrabalho para designar o trabalho realizado à distância.

Assim sendo, espaço e tempo são conceitos fundamentais na designação do trabalho virtualizado salientados por Puma e Wetzel (2007). O espaço é visto como um vazio, um lugar de ações e realizações. O homem se relaciona com o espaço e

dá a ele um conceito de território. A fim de demarcar esse território o homem precisa alocar nele representações físicas (objetos) que indicam que aquele espaço lhe pertence (PUMA; WETZEL, 2007).

Enquanto que o tempo, de acordo com esses autores, está se desvinculando do espaço com o surgimento da era tecnológica. A rapidez de meios modernos de deslocamento como aviões ou a agilidade proporcionada por programas de computador podem encurtar o tempo ou torná-lo mais produtivo.

O espaço está presente na conceituação de teletrabalho feita pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) “forma de trabalho efetuada em lugar distante do escritório central e/ou do centro de produção, que permita a separação física e que implique o uso de uma nova tecnologia facilitadora da comunicação” (MELLO, 2009, p. 7). O conceito da OIT destaca também a dimensão tecnologia como viabilizadora da comunicação. Ao mesmo tempo, Mello (2009, p. 7) inclui o tempo, processos e pessoas.

Para este autor o trabalho virtualizado “é o processo de levar o trabalho aos funcionários em vez de levá-los ao trabalho, é ainda uma atividade periódica de um ou mais dias por semana realizada fora da empresa, seja em casa seja em outra área intermediária”.

Tal inversão processual em que o trabalho busca o trabalhador, também é apresentada por Nilles (2007). Considerado um dos principais pesquisadores da virtualização do trabalho, ele dá importância à substituição de deslocamentos dos atores envolvidos por tecnologias da informação fazendo com que o trabalho seja enviado ao trabalhador e o mesmo não precise se deslocar para realizar suas atividades; enfatizando também não necessidade de presença física para a realização das atividades.

Assim como Nilles (2007), Maciel (2012) ressalta os aspectos de substituição do deslocamento por tecnologias. Ele considera o trabalho virtualizado como uma forma de substituir parcial ou totalmente o deslocamento diário à empresa que se trabalha e essa substituição também deve ser realizada por intermédio de tecnologias de telecomunicação, computadores e outros equipamentos.

Na visão de Costa (2013), essas tecnologias proporcionam a virtualização na execução das atividades. O local de realização do trabalho, uma das quatro

dimensões do teletrabalho abordadas por Mello (2009) é encontrada frequentemente na literatura como recurso que permite a tipificação dos formatos virtuais de trabalho.

Um estudo realizado por Hanashiro e Dias (2012) e adaptado para esta análise, aborda seis formatos de virtualização e designam opções de local para prática do mesmo.

- **Home office ou trabalho em domicílio:** O trabalhador cria um ambiente profissional dentro da sua própria casa e trabalha lá. É a forma mais comum de virtualização do trabalho tornando-se muitas vezes sinônimo do mesmo. O trabalhador tem opção de prestar serviço para um ou mais empregadores.

- **Pendular:** O trabalho pode ser desenvolvido parcialmente dentro da empresa e parcialmente dentro de casa.

- **Escritórios centrais:** São escritórios que atendem a diversos tipos de negócio, projetados para atender as necessidades de trabalhadores flexíveis, não pertencendo à organização contratante. Estão localizados nas proximidades da residência do trabalhador e são opção para quem não se adéqua ao trabalho realizado em casa.

- **Nômade:** Normalmente atende a área de vendas da empresa e deve estar distante da empresa contratante em função das atividades que realiza. Está em constante visita a clientes.

- **Escritórios satélites:** Locais de trabalho que pertencem à empresa contratante onde são realizadas atividades para atender outras empresas ou até mesmo a empresa central. Os escritórios satélites são geralmente montados para estarem próximos das residências dos trabalhadores, evitando custos de deslocamento ou mudanças.

- **Hoteling:** São espaços temporários de trabalho, utilizados eventualmente para uma reunião ou como endereço de correspondência.

2.3.2 O TELETRABALHO NA PRÁTICA

Huws (2008) destaca que o teletrabalho não é um fenômeno unitário, mas com profunda convergência de diversas tendências, que têm afetado a organização do trabalho, como: mudança geográfica do emprego; exteriorização do trabalho; mudanças nas relações contratuais entre empregadores e empregados; d) aumento

do trabalho realizado em casa; e mudanças na forma de execução do trabalho (*job design*).

O teletrabalho pode ser classificado por Monrod (2005), como experiência individual, representada por pessoa que trabalha em casa, contudo, mantém-se ligada à empresa por meio de um computador, um modem e uma linha telefônica; e como experiência coletiva, em que se enquadra como centro remoto ou sucursal ligada à organização central.

De acordo com Wigand *et. al.* (2007), o *teletrabalho* inclui noções de trabalho independente, alternado, móvel e telecooperativo. É a realização de tarefas em locais dispersos, com a utilização de diferentes formas e tipos de local de trabalho.

Nilles (2007) acrescenta que o teletrabalho é a substituição dos deslocamentos de um trabalhador de sua residência para a empresa em que trabalha, parcial ou totalmente. As tarefas antes executadas no ambiente da empresa passam a ser desempenhadas à distância, com o emprego das tecnologias de informação e comunicação.

Segundo a European Telework Online ETO (2008), o teletrabalho ocorre quando as tecnologias da informação são aplicadas para permitir a realização de trabalho longe de onde seus resultados são necessários ou à distância de onde seria convencionalmente realizado. Assim sendo, o teletrabalho ocorre quando computadores e telecomunicações são utilizados para alterar a geografia do trabalho.

De Masi (2009, p. 264-66) ressalta o que não significa o teletrabalho:

a) Teletrabalho não significa ficarem todos sempre em casa. Esta modalidade pode ser utilizada apenas para algumas tarefas que melhor se prestem à descentralização (por motivos técnicos, organizacionais, humanos), podendo restringir-se a alguns dias da semana ou a algumas semanas por mês.

b) Teletrabalho não significa trabalho em domicílio. Pode ser desempenhado na casa do trabalhador ou nos escritórios satélites mais próximos da sua empresa mãe. Logo, o trabalho a distância não significa trabalho clandestino, mas, sobretudo, trabalho descentralizado, sob todos os aspectos legais.

c) Teletrabalho não significa informática. O magistrado que, em vez de trabalhar no escritório, põe os trabalhos na pasta, leva-os para casa e estuda entre paredes executa, para todos os efeitos, um trabalho a distância. Quando sente a

exigência de consultar os chefes, colegas ou a secretária, pode sempre recorrer ao telefone ou à rede de telecomunicações.

Quando os procedimentos demandam audiências, confrontos, reuniões, ele vai ao tribunal. Quando é preciso que os trabalhos feitos em casa cheguem ao escritório, basta um fax ou a mensagem de correio eletrônico.

Deste modo, a telecomunicação não é mais do que um suporte extra à disposição do progresso tecnológico – às vezes, supérfluo; muitas vezes, útil; em alguns casos, indispensável.

d) Teletrabalho não é anarquia. Cada teletrabalhador opera dentro de um plano interligado a todos os outros colegas, aos chefes e a seus dependentes. O controle, antes de atuar sobre o processo, atua, sobretudo, sobre os resultados; e por esse motivo, é menos dispendioso, menos alienante, mais apropriado ao trabalho intelectual e mais respeitoso à dignidade do trabalhador.

Assim como cada um dos teletrabalhadores pode ser alcançado, interpelado e coordenado pelo dono do trabalho, também pode ser alcançado, informado e organizado pelo sindicato.

e) Teletrabalho não é isolamento. O número menor de relacionamentos pessoais que no escritório com colegas tende a ser compensado pelo maior número de relacionamentos pessoais em família, no edifício, no quarteirão.

No que se refere às tecnologias que favorecem a operacionalidade ou a implantação do teletrabalho, são crescentes as ofertas de telesserviços, seja por terceiros ou pela própria empresa. Estas ofertas têm sido incorporadas gradualmente, à proporção que expande a malha de satélites de comunicação internacional, assim como as redes digitais internas, o emprego da fibra ótica e a melhoria dos serviços de distribuição de energia elétrica.

2.3.3 VANTAGENS E DESVANTAGENS DO TELETRABALHO

As consequências do teletrabalho nas empresas e na sociedade normalmente são grandes, trazendo como efeitos, algumas vantagens e desvantagens para o trabalhador, para a empresa e para a sociedade.

Todavia, essas vantagens e desvantagens devem ser consideradas como potenciais, visto que a sua existência depende das reais condições oferecidas pela empresa e pela sociedade em que se desenvolve o teletrabalho (SERRA, 2009).

O teletrabalhador, sobretudo aquele que trabalha em sua residência, normalmente despende menos tempo para produzir, em casa, o que produziria no escritório. Além de economizar o tempo que antes era perdido com deslocamentos, o teletrabalhador deixa de sofrer com a tensão dos congestionamentos e foge da poluição nos tráfegos de trânsito, impactando não apenas no aumento da produtividade, mas também na redução do estresse e dos gastos com transporte, alimentação e vestuário.

Desse modo, pode-se dizer que a primeira grande vantagem para o teletrabalhador está relacionada com a economia de tempo de deslocamento até a empresa, evitando os longos trajetos diários para o trabalho, e o fato do trabalhador poder desempenhar suas atividades sem ser interrompido, tendo também, a redução do estresse e de gastos (GALLARDO MOYA, 2008).

Deve-se mencionar também como vantagem ao teletrabalhador a flexibilidade de horário, pois geralmente pode escolher, de acordo com seu biorritmo, o melhor horário para o desenvolvimento do seu trabalho. Dispondo de melhores opções para organizar o tempo livre, pode ser verificada uma melhoria na qualidade de vida em família ao teletrabalhador. Esta vantagem emana de uma maior liberdade de trabalho com elevada dose de autoestima.

Para Gallardo Moya (2008), o teletrabalho apresenta-se como uma liberação dos inconvenientes do antigo trabalho industrial: a rigidez de horários, o pouco tempo para o ócio, para o descanso, para o lazer, a falta de autonomia pessoal no desenvolvimento das tarefas, etc. O teletrabalhador dispõe, também, de maior flexibilidade na escolha de sua residência, desvinculando-a da localização física da empresa.

No que diz respeito ao papel da mulher, o teletrabalho possibilita conciliar melhor as atividades de mãe e dona de casa com o trabalho a ser desenvolvido. A mulher, sem ter que submeter-se ao desconforto do transporte coletivo, trabalha em casa, sem a rigidez de horário e, ainda, consegue compatibilizar a sua atividade profissional com os filhos, a casa o computador (GBEZO, 2005). Na concepção de

De Masi (2009), a essência do teletrabalho é a economia de tempo, a melhora na produção e o aprimoramento da qualidade de vida.

Como desvantagem ao teletrabalhador, é possível mencionar o risco do isolamento social, decorrente da perda do contato direto com seus colegas de trabalho e superiores. A ausência de estreitamento nas relações de trabalho pode impedir, muitas vezes, a ascensão profissional e as novas promoções.

Contudo, esta desvantagem pode ser neutralizada com o teletrabalho parcial, onde o comparecimento na empresa em alguns dias da semana elimina, ou ao menos minimiza a sensação de isolamento social.

Com os possíveis horários indefinidos de trabalho, decorrentes da flexibilidade de horários, deve-se ter atenção com a possibilidade dos teletrabalhadores não se disciplinarem, tornando-se workaholics. Estudos realizados entre teletrabalhadores mostraram a importância de horários definidos para sucesso desta modalidade de trabalho (AQUINO, 2009).

Também é válido destacar que, em caso de demissões em massa, os teletrabalhadores têm uma probabilidade maior de serem os primeiros a serem demitidos, devido à falta de estreitamento nas relações com o superior hierárquico (GBEZO, 2005).

Importante observar que a descentralização provocada pelo teletrabalho gera dificuldades de comunicação e de organização das novas condições de trabalho, dificultando a regular atividade sindical (FRANCO FILHO, 2007).

Outra importante preocupação decorre dos possíveis problemas ergonômicos, devido à exposição do trabalhador, em condições inadequadas, a longos períodos à frente da tela do computador, agilizando o processo de desencadeamento de lesões por esforços repetitivos (FRANCO FILHO, 2007).

Salienta-se, também que o teletrabalho, sobretudo o realizado no domicílio, demanda uma enorme autodisciplina, sob pena de estimular a gula, o consumo de drogas e o alcoolismo (RODRIGUES, 2009).

3 METODOLOGIA

Metodologia significa estudo ou tratado sobre os caminhos ou procedimentos para se investigar um problema, um fato ou fenômeno.

Segundo Moura Melo (2009, p. 14), “a Metodologia da pesquisa constitui-se no processo de intervenção na realidade. É o caminho percorrido pelos pesquisadores no processo de elaboração da investigação teórico-empírica”.

Sendo assim, a metodologia leva o pesquisador a planejar a investigação, aplicar os instrumentos, decifrar os dados coletados, analisar os dados, com vistas à apresentação de solução do problema ou explicação do fato ou fenômeno.

O capítulo de metodologia está dividido em quatro tópicos. Iniciando com o tipo de pesquisa a ser realizada. Logo em seguida, será descrito o sujeito da pesquisa e seus critérios de inclusão. No terceiro tópico explicará como os dados serão coletados. Por fim o procedimento de tratamento dos dados encontrados.

3.1 TIPO DE PESQUISA

Ao se levar em consideração os objetivos desta investigação, no que se refere à sua tipificação, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa de dados.

Segundo Vergara (2010, p. 47), a pesquisa é exploratória, porque “*é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado*”. Ainda, de acordo com a autora, trata-se também de uma pesquisa bibliográfica porque “*é um estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado*”.

Vergara (2010, p. 47) argumenta que a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. “Não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.” Menciona como exemplo a pesquisa de opinião.

Na visão de Silveira e Cordova (2009), as pesquisas qualitativas não mantem o foco em representatividade numérica, ou seja, com a quantidade de respondentes, mas sim com o aprofundamento das respostas de um grupo social ou organização. Nesse modelo de pesquisa, o conhecimento do pesquisador é parcial e limitado. O

objetivo da amostra é de produzir informações aprofundadas, seja ela pequena ou grande, mas que seja capaz de produzir novas informações. Na entrevista poderá assim descobrir se de fato há impactos do advento do não lugar virtual nas relações de trabalho, sendo esses dados de forma não numérica.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

Para uma análise geral do trabalho elaborou-se um roteiro de 7 (sete) perguntas para uma crítica mais abrangente dos impactos do advento do não-lugar virtual nas relações de trabalho. O critério de inclusão para a realização da pesquisa tem como entrevistar pessoas tenham cargos em que as funções sejam realizadas de forma virtual; as interações entre os mesmos sejam feitas de modo virtual e cujo o futuro do trabalho dependem cada vez mais do virtual.

3.3 PROCEDIMENTO DA COLETA DE DADOS

Foi feita uma análise da percepção das pessoas com base em entrevista, para que assim possa entender e compreender o pensamento e opinião dos mesmo em relação as mudanças nas relações de trabalho com o advento do não lugar virtual.

Em seguida, foi efetuada a elaboração do roteiro de perguntas a ser aplicado com essas pessoas, conforme pode ser visualizado no apêndice A.

Segue roteiro de pesquisa no quadro de categoria.

CATEGORIA	CONCEITO	INDICADORES	PERGUNTAS
Não-lugar virtual	Descreve a prática do não lugar virtual no trabalho	Utilização do não-lugar virtual	<p>– Você pode fazer <i>home office</i> ou consegue fazer parte de seu trabalho fora da empresa, através da internet como facilitação?</p> <p>– Acredita que para o futuro as</p>

			<p>peças farão mais uso desse meio?</p>
Relação de trabalho	<p>Descreve como a relação de trabalho ocorre e quais seus impactos</p>	<p>Mudanças de hábitos</p>	<p>– Como o digital afetou ou não seu trabalho?</p> <p>– Como essa flexibilização do trabalho mudou as relações de trabalho dentro da empresa?</p> <p>– Você acredita que o digital possa mudar as relações de trabalho? Se sim, em quanto dimensionaria?</p> <p>– Você enxerga que isso mudará a relação de trabalho com mais qualidade de vida?</p> <p>– O uso desse digital, você acha que acarreta em problemas trabalhistas? Deve ser mais ou menos flexível essas questões?</p>

Quadro 2: Roteiro de pesquisa.

Ao realizar a entrevista manteve-se alguns critérios de cuidado sendo eles como agendou a entrevista com horário harmonioso entre o entrevistador e entrevistado; gravou todas as entrevistas feitas no computador e outro aparelho de confiança; registrou as informações, dados e evidências durante a entrevista; pegou autorização das empresas e pessoas entrevistadas para utilização dos dados.

3.4 PROCEDIMENTOS DE TRATAMENTO DE DADOS

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que tem como meta ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

Conforme relatos de Chizzotti (2006, p. 98), “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”.

Dentre as comunicações, Bauer e Gaskell (2008) indicam que os materiais textuais escritos são os mais tradicionais na análise de conteúdo, podendo ser manipulados pelo pesquisador na busca por respostas às questões de pesquisa. Da mesma forma, Flick (2009, p. 291) assegura que a análise de conteúdo “é um dos procedimentos clássicos para analisar o material textual, não importando qual a origem desse material”.

Existem várias formas de documentação do material coletado, geralmente constituindo-se de material textual: notas de campo, diário de pesquisa, fichas de documentação, transcrição etc. Todavia, o material também pode ser documentado por intermédio de fotos, filmes, áudios e outros, já que todas as formas de documentação têm importância no processo de pesquisa, possibilitando uma adequada análise (FLICK, 2009).

Como a análise de conteúdo constitui uma técnica que trabalha os dados coletados, visando a identificação do que está sendo dito a respeito de determinado tema, há a necessidade da descodificação do que está sendo comunicado (VERGARA, 2010).

Para a descodificação dos documentos, o pesquisador pode utilizar diversos procedimentos, procurando identificar o mais adequado para o material a ser analisado, como análise léxica, análise de categorias, análise da enunciação, análise de conotações (CHIZZOTTI, 2006, p. 98).

Na visão de Minayo (2011, p. 74), a análise de conteúdo é “compreendida muito mais como um conjunto de técnicas”. Consiste na análise de informações sobre o comportamento humano, possibilitando uma aplicação bastante variada, e tem duas funções: verificação de hipóteses e/ou questões e descoberta do que está por trás dos conteúdos manifestos.

Estas funções podem ser complementares, aplicadas tanto em pesquisas qualitativas como quantitativas. O processo de análise de dados em si envolve várias etapas para auferir significação aos dados coletados, o que não é diferente na análise de conteúdo. No que se refere às diferentes etapas inerentes à análise de conteúdo, autores utilizam diferentes terminologias, as quais são bastante semelhantes (TRIVIÑOS, 2007).

Diante dessa diversificação e também aproximação terminológica, optou-se por elencar as etapas da técnica segundo Bardin (2006), que as organiza em três fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A pré-análise é a fase em que se organiza o material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais. Trata-se da organização propriamente dita por meio de quatro etapas: (a) leitura flutuante, que é o estabelecimento de contato com os documentos da coleta de dados, momento em que se começa a conhecer o texto; (b) escolha dos documentos, que consiste na demarcação do que será analisado; (c) formulação das hipóteses e dos objetivos; (d) referenciação dos índices e elaboração de indicadores, que envolve a determinação de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise (BARDIN, 2006).

A exploração do material constitui a segunda fase, que consiste na exploração do material com a definição de categorias (sistemas de codificação) e a identificação das unidades de registro (unidade de significação a codificar corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade base, visando à categorização e à contagem frequencial) e das unidades de contexto nos documentos (unidade de compreensão para codificar a unidade de registro que corresponde ao segmento da mensagem, a fim de compreender a significação exata da unidade de registro). A exploração do material consiste numa etapa importante, porque vai possibilitar ou não a riqueza das interpretações e inferências. Esta é a fase da descrição analítica, a qual diz respeito ao corpus (qualquer material textual coletado) submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e referenciais teóricos. Dessa forma, a codificação, a classificação e a categorização são básicas nesta fase (BARDIN, 2006).

E finalmente, a terceira fase, que diz respeito ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação, destinada ao tratamento dos resultados; ocorre nela a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica (BARDIN, 2006).

4 ANÁLISE DOS DADOS

Adotando as predefinições estabelecidas nos capítulos anteriores, serão levados em considerações, os procedimentos metodológicos coletados na investigação desse estudo para responder os objetivos propostos.

Serviram como base para explanar este capítulo uma entrevista semiestruturada com 01 Analista de Projetos Digitais da empresa Porto Seguro (E1), 01 Designer Gráfico da empresa Meio&Mensagem (E2), 01 Repórter da empresa Meio&Mensagem (E3), 01 Estrategista de mídias sociais da empresa Meio&Mensagem (E4), 01 Gerente de Planejamento da agência Mint Digital (E5), 01 Analista de Informações Gerenciais da empresa Porto Seguro (E6) e 01 Retadora Publicitária da Base Propaganda (E7).

O capítulo está estruturado em três sessões, a saber: Identificando os efeitos do não-lugar virtual na realização do trabalho; Identificando como o não-lugar virtual afeta as relações de trabalho; Aspectos positivos e negativos do não-lugar virtual nas relações e realização do trabalho.

Cada seção está subdividida de acordo as 07 perguntas norteadoras explanada anteriormente, onde serão interpretadas e condensadas as respostas dos entrevistados, dando destaque as informações que possam possibilitar a análise dos resultados. Para tanto, ao longo do capítulo, os entrevistados serão denominados de E1, E2, E3, E4, E5, E6, e E7 e que se apresentam a seguir:

Trabalho com design e marketing digital desde 2011. Trabalhei em empresa, e em 2013 comecei a empreender, montei minha agência digital, e fiquei 3 anos trabalhando por conta, na sua maior parte do tempo *home office*, e alguns dias ia para o *coworking*. Em 2016 voltei a trabalhar em empresa...cuido do Portal do Corretor e APP Mobile do Corretor (E1).

...eu sou designer gráfico e essa profissão se adequaria muito bem, na verdade os freelancer que eu faço são todos remotos... ela passa o trabalho para mim via e-mail, via E-transfer, via Dropbox, eu faço o trabalho e devolvo para ela pelo mesmo canal que ela me passou, e eu também sou fotógrafa e esse trabalho não daria para ser remoto, mas a fotografia, eu tiro a foto e envio para a pessoa por e-mail, por exemplo, também não tem aquela necessidade de se encontrar, de ficar num lugar (E2).

...quando eu trabalho com jornalismo isso possibilita que eu escreva de casa, por exemplo, que me comunique com os meus colegas de trabalho de casa (E3).

Eu sou Jornalista de formação e trabalho numa redação de um Jornal, uma redação tradicional, só que eu trabalho cuidando de redes sociais desse Jornal, então todo o meu trabalho está envolvido com o digital, eu cuido da estratégia de conteúdo do que é produzido no site do Jornal e eu distribuo para as redes sociais e plataformas digitais como um todo (E4).

Eu trabalho com redes sociais, sou coordenadora de conteúdo de uma agência de “social” e a gente saiu de um prédio que a gente tinha com a “holding”, ...foi para um *coworking* (E5).

...atualmente trabalho com indicadores de informações gerenciais na Porto Seguro Seguros onde estou desde de 2011. A 7 meses comecei a atuar em *home office*, o que fez com que a minha rotina melhorasse quase 90% (E6).

Eu trabalho com redação, então já envolve criatividade. Antes, para a gente criar um portfólio e ter lá nossas melhores peças, o que de melhor eu já fiz, a gente tinha pastas impressas para ir apresentar, tanto para freelancer quanto para conseguir emprego (E7).

As características das atividades desenvolvidas pelo trabalhador variam de acordo as necessidades da empresa. E para facilitar a interpretação da análise do conteúdo das entrevistas foi utilizado o método de Bardin (1995, p.19), “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

Contudo, a mesma autora salienta que “Nem todo o material de análise é susceptível de dar lugar a uma amostragem, e, nesse caso, mais vale abstermos-nos e reduzir o próprio universo (e, portanto, o alcance da análise) se este for demasiado importante” (BARDIN, 2009, p.123).

Por tanto, o dado buscou identificar, dentro do universo delimitado, em quais perguntas ocorreram diferentes opiniões dos respondentes que atuam ou não em home-office, através do elemento de análise da pergunta e o termo chave das respostas.

4.1 IDENTIFICANDO OS EFEITOS DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NA REALIZAÇÃO DO TRABALHO

Com a expansão das redes de comunicações, os efeitos do não-lugar virtual na realização do trabalho, apresenta-se como alternativa para quem quer ganhar tempo, aumentar a motivação e reduzir interrupções e reuniões desnecessárias, permitindo que atividades sejam realizadas de qualquer lugar onde exista um sinal de internet disponível.

O Quadro 3 expõe os termos mais presentes nas respostas dos entrevistados.

Quadro 3: Trabalho *home office*

Elementos de Análise	Termos Chave
Trabalho <i>home office</i>	Aumento da produtividade
	<i>Freelance</i> (trabalho remoto)
	Conexão <i>wi-fi</i>
	Trabalhar de casa
	O espaço não influencia
	Acesso à internet
	Acaba retardando um pouco as coisas

Fonte: Respostas dos entrevistados (2017).

Percebe-se através no **Quadro 3** que as pessoas que trabalham em *home office* conseguem fazer parte do seu trabalho ou até mesmo, todo o seu trabalho em casa, bastando apenas ter acesso a internet. Porém, essas pessoas não ficam longe da empresa 100% do tempo, precisam comparecer ao espaço físico para reuniões e outros fins, sendo necessária ou até mesmo fundamental à sua presença no local físico de trabalho.

A seguir, os trechos das entrevistas em que são relatadas particularidades nas formas de definição do *Home office*.

90% *home office*, e só ia em reunião mesmo na empresa...quando não poderia fazer a reunião online... se pudesse, hoje trabalharia pelo menos 2 vezes na semana *home office* porque o trabalho rende muito mais. Como tenho muitas reuniões, mesmo com Google Hangouts é complicado. Trabalho com projetos ágeis, e neste caso muitas vezes preciso participar de encontros junto com as áreas de produto e desenvolvedores. Quando era *home office* eu adaptei algumas coisas, como equipamentos, cadeira mais confortável para trabalhar, estipulei horários, me arrumava, como se estivesse trabalhando na empresa mesmo (E1).

Eu faço bastante freela. Todos os freelas que eu faço são remotos, eu não posso fazer freela alocado por conta do Meio & Mensagem, porque em horário comercial, de segunda a sexta eu tenho que estar no Meio & Mensagem...O trabalho que eu faço no Meio & Mensagem é totalmente alocado, totalmente presencial, já os freelas que eu faço são todos remotos (E2).

...hoje eu acho que, nas multinacionais principalmente, muitas reuniões com pessoas de diferentes partes do mundo acontecem dessa forma, com cada um onde estiver, na sua casa ou algum café com conexão *wi-fi*, e as pessoas se juntam para fazer reuniões nas empresas, é algo que já é bastante comum... (E3).

Teoricamente, eu não preciso estar fisicamente no meu trabalho, eu posso fazer de onde quer que eu esteja se eu tiver conexão eu estou conectado e estou trabalhando [...] A troca no espaço da redação é muito mais dinâmica do que mandar no e-mail, ligar, etc, então eu acho que apesar de esse trabalho poder ser feito ainda é legal ir até lá por essa troca com as pessoas...o espaço físico está presente como um extra, que o extra é a troca de conhecimento físico que ainda acho que é muito importante, ainda é importante ter essa troca física de conhecimento porque não é a mesma coisa (E4).

...então essa coisa do espaço realmente, literalmente já não influencia tanto. A gente já está num espaço em que trabalhamos com outras pessoas de outras áreas (E5).

O acesso à internet me possibilita usar o telefone via software instalado no meu notebook sempre que preciso falar com alguém, além de e-mails, mensagens (Hangouts) e qualquer pesquisa ou acesso a informações que precise realizar [...] O plano de *home office* na minha empresa é 4x1. Ou seja, fico 4 dias em casa e tenho que ir 1 dia, "obrigatoriamente" para a empresa. Na prática, não funciona muito bem assim, pois em algumas semanas já cheguei a ir de 2 a 3 vezes. Acredito que isso acontece porque o meu departamento ainda não é bem estruturado quando as nossas funções e sempre surgem demandas "urgentes" onde temos que realizar uma reunião ou falar pessoalmente com alguém (E6).

...muita gente trabalha assim em *home office*, só que nesse caso de agência eu acho que o *home office* acaba retardando um pouco as coisas, se você já está lá no espaço físico, você manda uma coisa e a pessoa já está aqui do meu lado, eu mando algo, ou então nem mando, só falo "Olha, o que é que você acha disso?" Ele vem aqui no meu computador e já vê ou eu chamo o atendimento e ele vem ver (E7).

Nota-se também, que nem todo profissional ou empresa pode ou gosta de trabalhar *home office*, precisam estar alocados em algum espaço físico, ainda há aqueles que acham que atrapalha o trabalho, retarda, ou que não é útil todos os dias... "É prático, mas eu acho que não é válido para todos os dias porque tem algumas coisas que você só pode fazer pessoalmente, como reuniões com os colegas de trabalho" (E3).

...eles te dão a liberdade de fazer o seu trabalho em casa? Não, mas eles não me dão a liberdade justamente porque eles dizem que precisam estar lá para outras pessoas avaliarem..., mas eu acho que a principal justificativa é que em algumas coisas eles são meio receosos de mudança, eu acho que é possível que isso seja discutido e até aceito pela Diretoria, mas eu acho que é medo de mudança, talvez preguiça de tentar (E2).

Então o *home office* é algo que você atualmente vira e mexe está fazendo na sua empresa? Quase nunca, é que eles não têm uma política de dar um dia por semana de *home office* para os funcionários, por exemplo, isso não existe, mas caso a pessoa precise é possível fazer (E3).

O certo, é que de alguma maneira geral, que todos os entrevistados acreditam que no futuro as pessoas farão mais uso dessas novas tecnologias, em especial, o digital, afeta o trabalho de cada profissional, seja de forma negativa ou positiva, muito embora os pontos positivos se sobressaiam dos pontos negativos.

No futuro as pessoas farão mais uso da internet[...]O digital ajudou muito, economizei muito tempo em transito, qualidade de vida, pude desenvolver e criar mais rápido, pois estava focada em casa, sozinha, sem distrações e conversas paralelas. Às vezes me sentia sozinha, mas usar o Skype ajudava, conversava com outras pessoas *home office* (E1).

Não existiria, porque seria mais arcaico, se a gente tira o software, o sistema para envio para a gráfica, por exemplo, eu teria que gravar as páginas num CD e entregar na gráfica...então você é totalmente dependente dessas novidades virtuais que vêm surgindo, não é? Absolutamente dependente. Eu acho que eu nem percebo a presença do digital mais, é irônico, de tão presente eu não percebo a presença (E2).

...eu acho que a tendência é que cada vez mais as pessoas ocupem menos espaço de estruturas de organizações e passem a usar isso, as ferramentas que ela tem ao seu alcance para fazer um bom trabalho, especificamente falando da minha área a pessoa pode produzir uma coisa sem estar atrelada a nenhuma empresa, pode fazer o blog dela, fazer o canal no Youtube dela, eu acho que isso só tende a se fortalecer (E3).

...em por cento das ferramentas para realizar meu trabalho são digitais... e, o digital te permite muita agilidade... o essencial está no digital, não precisa de um espaço físico, o espaço físico está presente como um extra (E4).

Com certeza! Com o aumento da tecnologia, as pessoas e empresas irão fazer uso do digital cada vez mais ao seu favor (E6).

Eu vejo que cada vez menos vão ter os espaços físicos e cada vez mais as pessoas vão estar conectadas o tempo todo em qualquer lugar, cada vez mais vai ter a dificuldade em separar as coisas porque o digital está cada vez mais presente no nosso dia a dia e se a gente não se policiar a gente acaba misturando as coisas, mas a internet é muito positiva para as relações de trabalho, ela dinamiza, ela acaba criando mais pontos de contato entre as pessoas (E7).

É imperativo ressaltar, segundo Muraro (1969), que a tecnologia por si só não apresenta nem o bem nem o mal, ela faz parte do progresso e da transformação do ser humano, é neutra em si. Logo, quando os impactos são negativos, seria preciso

na verdade reorganizar o trabalho ou as relações de trabalho, da mesma forma, quando os impactos são positivos, evidentemente não é a tecnologia que é o responsável, mas sim aqueles que idealizaram e/ou executaram determinadas ferramentas (LÉVY, 1999).

Os avanços tecnológicos ampliaram os diversos campos em diferentes sociedades, difundiram diversos estilos de vida, cultura, ideologia, expandiram as relações comerciais de trabalho, seja *home office* ou *home work* e outros, as inovações virtuais apresentam uma perspectiva de aumento da produtividade das empresas, como também dos colaboradores, sejam eles *freelancer* ou empresário de uma empresa *home based*.

De certo, Santos (2007b) afirma que o empoderamento dos diversos meios tecnológicos, dentre ele o uso da internet e o digital, altera qualquer ambiente físicos de trabalho e as relações sociais, redefinindo cada lugar e cada relação, transformando e reorganizando o seu valor.

4.2 IDENTIFICANDO COMO O NÃO-LUGAR VIRTUAL AFETA AS RELAÇÕES DE TRABALHO

A influência da tecnologia na contemporaneidade visa dentre outros motivos o aumento do capital, fato típico do sistema capitalista, no intuito de atender as demandas que emergem no cotidiano de cada sociedade, principalmente, em relação a flexibilidade do horário (Quadro 4), afetando individualmente e/ou coletivamente as relações que se apresentam.

Quadro 4: Influencia da tecnologia

Elementos de Análise	Termos Chave
Influência da do não-lugar virtual na relação de trabalho	Flexibilidade no horário de trabalho
	Possibilidade de Implantar um <i>home office</i>
	Redução de custos
	Possibilita a realização do trabalho em casa
	Diminuir o espaço e distancia para

	transações
	Rapidez nos processos e tomadas de decisões
	Visualização em qualquer lugar

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Nota-se, através no **Quadro 4**, que as relações de trabalho que ocorrem no não lugar virtual, são caracterizados pela emergência do aproveitamento do tempo, pela praticidade do local de trabalho, pela flexibilidade de horário, pela obtenção de maior lucro, pela agilidade no atendimento e pela quebra de barreiras da distância.

Podendo ser percebido de acordo aos relatos dos entrevistados:

Mudou um pouco o horário, que eram flexíveis de acordo com os prazos para entregar os sites, lojas virtuais, e etc. Então eu percebi que era mais criativa a tarde e à noite, o trabalho era desenvolvido mais rápido nesse horário, e nos horários mais cedo, no início da tarde ou de manhã eu deixava para reuniões, tanto presenciais quanto conference (E1).

Eu acho que a gente poderia implantar um *home office* como já é para outros departamentos da Redação e de repente, no mínimo, no caso de uma necessidade... (E2).

Eu acho que o digital impacta sim as relações de trabalho porque isso pode, para alguma empresa, por exemplo, que investe em *Home office*, reduzir os custos de alguma forma. Muda porque você fica com os horários um pouco mais flexíveis e aí você pode adaptar o seu dia se você tem algum compromisso pessoal você pode conciliar melhor... (E3).

Sim, porque, por exemplo, no modelo clássico você chega dez da manhã e sai às sete, vamos dizer assim. É muito rígido isso, quando você só consegue fazer o seu trabalho ali. Eu posso, por exemplo, trabalhar de casa, fiquei o dia inteiro em casa, eu não estou ausente no trabalho, eu não perdi um dia de trabalho, eu estou trabalhando de casa ou de algum lugar, essa relação de trabalho continua (E4).

Eu acho que trouxe mais benefícios no final das contas, lógico que afeta, é indiscutível isso, porque é isso, você está vinte e quatro horas online e teoricamente você tem acesso à internet em qualquer lugar, 3G e tal, então você tem como ser alcançada, as pessoas têm como te alcançar, têm como se conectarem com você, mas ao mesmo tempo me trouxe muito mais oportunidade (E5).

Não só acredito como já está mudando. A partir do momento que podemos realizar o nosso trabalho em qualquer lugar e horário, sem qualquer limitação, os processos ficam muito mais rápidos, assim como a tomada de decisão. A comunicação e a entrega de informações são quase instantâneas. Isso possibilitou uma nova forma de atuação para as empresas (E6).

Se não tivesse, por exemplo, essa ferramenta que eu falei, se não tivesse o WhatsApp para a gente criar um grupo rápido e ir mandando as coisas e

todo mundo ver ao mesmo tempo ali e jogar opinião, se não tivesse internet a gente não poderia fazer essas coisas e nem teria essa possibilidade de, por ventura, um dia precisar ver em casa não teria isso, eu teria que ficar recebendo ligação, ele falando sobre os *jobs* e eu ter que falar, entendeu? Mas não, está lá o Trello e eu posso ver em qualquer lugar com meu celular, com meu notebook, com meu computador (E7).

Os entrevistados buscam identificar a influência da flexibilização nas relações de trabalho, atrelado ao processo de transformações tecnológicas, social e econômica que esse novo cenário apresenta nas relações, nos levando a reflexão do espaço e tempo.

As transformações que atualmente ocorrem na vida cotidiana de cada um de nós, e que resultam do processo de globalização, refletem-se na nossa relação com o espaço, o tempo e os outros. As duas noções analisadas por Marc Augé, “lugar /não lugar”, permitem-nos tomar consciência dessas transformações, que surgem de uma forma aparentemente “natural” e vão substituindo a cidade antiga pela emergência de uma “nova cidade” (SÁ, 2014).

Para Tietze (2005) a flexibilidade de horário dar ao indivíduo mais liberdade e autonomia para organizar suas atividades, podendo ser uma vantagem dependendo de cada caso, mas em contrapartida exige maior responsabilidade e autocontrole do teletrabalhador.

Nilles (1997) salienta que, a autodisciplina é uma característica fundamental do teletrabalhador já que o mesmo não é submetido a um controle rígido e constante e sugere que o trabalhador tenha o que chamou de “partida automática para o trabalho”.

Segundo Valentim (2000) diante do relevante cenário da globalização, a o teletrabalho é a modalidade de trabalho que possibilita à flexibilidade de horário e de jornada de trabalho, dando ao trabalhador certa dose de autonomia, podendo o mesmo trabalhar de acordo seu biorritmo, segundo seus métodos e preferências pessoais.

Essa liberdade de ação, de horário e de jornada é o que possibilita ao trabalhador sua autonomia, pois permiti ao mesmo programar suas atividades pessoais, possibilitando a articulação entre á vida privada e a atividade laboral.

Para Rodrigues (2011) a modalidade de trabalho *home office* atende a aspiração do trabalhador no controle de flexibilização do seu horário de trabalho e

propicia a interrupção do trabalho em caso de fadiga, principalmente quando o trabalho exige operações monótonas e repetitivas.

Porém, Barros (2010) adverte que o horário flexível, pode se revelar imensurável o seu custo, quando não se consegue definir os limites entre tempo e espaço de trabalho compartilhado com vida pessoal e por tornar o teletrabalhador individualista.

Logo para Moya *apud* Rodrigues (2011, p.71) o teletrabalho é o “resultado da evolução natural que supõe aplicar as novas tecnologias a certa atividade, e que incidem, de maneira geral, na maneira como organizar o trabalho.”

Sobratt, (2013) afirma que os casos observados no mercado e na bibliografia demonstram que essa modalidade de trabalho (teletrabalho), *home office*, vem atrelado às exigências de um mundo empresarial moderno e globalizado, voltado para o atual sistema econômico (capitalismo), traçado na eficiência e no lucro, incluindo responsabilidades sociais e ambientais.

A evolução tecnológica presente na atualidade apresenta aspectos positivos e negativos nas relações de trabalho e nas realizações do indivíduo com a evolução da tecnologia, aliada à satisfação do cliente e ao rápido caminho em busca do sucesso profissional, como também de obstáculos e desafios. Diante do atual cenário, se faz necessário o entendimento das implicações do trabalho *home-office* para o indivíduo e para as organizações.

4.3 ASPECTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DO NÃO-LUGAR VIRTUAL NAS RELAÇÕES E REALIZAÇÃO DO TRABALHO

Com a possibilidade de comunicar-se e agir quase que instantaneamente com pessoas e lugares cada vez mais diferentes e distantes, em momentos simultâneos faz com que o peso da distância pareça irrelevante nas relações sociais e/ou comerciais do não-lugar. Obviamente, os não lugares emergem da internet, que ocupa o mesmo lugar no mesmo espaço de tempo, mas sem ocupar nenhum espaço, proporcionando não só otimização e agilidade no trabalho como também, alguns questionamentos e obstáculos.

Numa visão geral, acredito que a influência do digital está mudando a forma de interação entre empresa e funcionário. Isto abre uma flexibilização de horários, lugares, entregas e processos (E6).

Alguns autores, como Kugelmass (2006) e Mello (2009) afirmam que a relação de trabalho home-office produz benefícios recíprocos, quando há cumprimento de contratos trabalhistas por ambas as partes.

Quadro 5: Aspectos positivos da realização do trabalho home-office para as empresas

Elementos de Análise	Termos Chave
Aspectos positivos para as empresas com home office	Economia no espaço físico.
	Economia de energia.
	Disponibilidade dos profissionais 24 horas.
	Maior produtividade
	Menos custo com transporte

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

No **Quadro 5**, percebe-se que as organizações que fazem uso dessas inovações tecnológicas, oportunizando a seus colaboradores o trabalhos home-office alcançam redução de custos de suas despesas, ganha produtividade e disponibilidade dos profissionais 24 horas.

Você **economiza estrutura**, você **economiza energia**. Então, são as empresas mudando esse pensamento, tanto do ponto de vista financeiro quanto do ponto de vista estratégico, como cada produção no trabalho (E4).

Acredito que pode melhorar muito, e esse é o futuro, onde empresas **podem cortar custos com transportes**...Os ganhos são excelentes para todos (E1).

Rodrigues (2011) aponta a redução de custo de infraestrutura da organização do trabalho home office, como grande incentivo para as empresas. Já que essa modalidade de trabalho proporciona a redução do espaço físico do escritório e estacionamento, pois o empresário não tem, necessariamente de dispor de material, energia elétrica, alimentação, transporte e local apropriado para a realização do trabalho.

Mello (2009) aponta que as organizações que adotam o home-office o tem ganhos com o corte de despesas dos espaços físicos, a redução das faltas dos trabalhadores, atração captação e retenção de talentos.

Quadro 6: Aspectos positivos da realização do trabalho *Home-office* para o indivíduo.

Elementos de Análise	Termos Chave
Aspectos positivos para o indivíduo	Qualidade de vida.
	Tempo para resolução de assuntos pessoais.
	Mais tempo para atividades esportivas.
	Flexibilidade de horário.
	Ambiente de trabalho familiar
	Liberdade para definição de horário.
	Aumento da renda
	Economia financeira

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Observa-se no **Quadro 6**, que os benefícios proporcionados aos indivíduos pelo trabalho home-office possibilitam uma melhor qualidade de vida, bem como liberdade para realização do horário de trabalho e cuidados pessoais.

...com o *home office* eu poderia **resolver assuntos pessoais no almoço, e ter uma alimentação saudável, fora treinar de manhã**. Com isso conseguia dormir mais também (E1).

Mais a oportunidade e a **flexibilização do horário**, de eu poder trabalhar no final de semana, de eu poder trabalhar de madrugada, permitiu que eu pegasse mais trabalho ainda, no meu caso (E2).

Você pode **produzir mais em um espaço menor de tempo e você tem mais janelas no dia para conseguir fazer suas tarefas pessoais**, ir no médico ou ir ao banco, esse tipo de coisa (E3).

Mas eu entendo também que vem com os benefícios, digamos assim, que é **a liberdade de horário** mesmo (E5).

...**economizei dinheiro** pois não gasto tanto com gasolina ou transporte público, e principalmente **melhorei minha qualidade de vida** (E6).

Eu acho que a tecnologia em todos os âmbitos vem para trazer **facilidade para a vida** (E7).

Conforme Rodrigues (2011), o teletrabalhador, principalmente aquele que trabalha em domicílio, home office, gasta menos tempo para produzir em casa, quando comparada a sua produção em um escritório, além de economizar no tempo perdido com deslocamento, ele deixa de sofrer com a tensão dos congestionamentos e foge da poluição nos trafego de trânsito. Isto impacta não

somente no aumento da produtividade, mas também na diminuição do estresse e dos gastos com transporte, alimentação e vestuário.

Assim, a maior autonomia para organizar o trabalho, a flexibilidade para gerir o próprio tempo de trabalho é percebida pelos trabalhadores como oportuno para uma maior qualidade de vida, principalmente, quando essa qualidade de vida inclui relações sociais e tempo para praticar atividades físicas.

Kugelmass (2006) salienta que o tempo para o lazer, prática de esportes e os cuidados pessoais, proporcionados pelo home-office possibilita para o indivíduo a integração familiar. Para Barros (2010) os indivíduos ganham maior autonomia com o home-office para organizar o trabalho no seu cotidiano, com a flexibilidade de horário eles podem administrar seu próprio tempo, ganhando com isso maior qualidade de vida.

Quadro 7: Aspectos Positivos na Relação do Trabalho *Home-office*.

Elementos de Análise	Termos Chave
Aspectos positivos na relação dos trabalhos	Menos custos
	Maior produtividade
	Comunicação instantânea
	Facilitação dos processos
	Crescimento profissional
	Maior rentabilidade
	Liberdade de horário
	Impulsiona o empreendedorismo

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Nota-se no **Quadro 7** com a relação do trabalho home-office os benefícios apresentados proporcionam tanto para a organização como para os colaboradores redução de custos, maior produtividade e consequentemente maior rentabilidade, bem como comunicação instantânea entre os envolvidos.

Eu acho que os pontos são só positivos porque com essa flexibilização você pode ter **mais liberdade**, eu acho que, no caso da maioria das pessoas, você pode **produzir mais em um espaço menor de tempo e você tem mais janelas no dia para conseguir fazer suas tarefas pessoais**, ir no médico ou ir ao banco, esse tipo de coisa (E3).

...então eu não quero mais ficar dez anos numa empresa, **eu quero aprender, eu quero crescer**, o aprendizado é melhor, mais importante do que o dinheiro, do que a carreira (E4).

...me **trouxe oportunidade de outros tipos de trabalho, de crescer, de ganhar dinheiro** (E5).

...os **processos ficam muito mais rápidos**, assim como a tomada de decisão. **A comunicação e a entrega de informações são quase instantâneas**. Isso possibilitou uma nova forma de atuação para as empresas (E6).

Aparece com uma vantagem para a empresa que adota o *home-office* o corte de despesas com espaço no escritório, a redução das faltas dos trabalhadores, atração, captação e retenção de talentos (MELLO, 2012).

Embora não haja dúvida de que as novas tendências tecnológicas estão mudando as maneiras que as pessoas trabalham e vivem, ainda não foi percebido mudanças econômicas significativas, mas, notadamente, é percebido nas grandes cidades, a necessidade de trabalhar implementando o *home-office* (SOBRATT, 2013).

A implantação do trabalho *home-office* nas organizações modifica, expressivamente, a maneira como as organizações planejam, executam e controlam suas atividades, assim como produz alterações na dinâmica das relações dos colaboradores, apresentam também obstáculos e desafios que precisam ser superados tanto pelos colaboradores como pelas empresas.

Quadro 8: Aspectos negativos das relações do trabalho *Home-office* para as organizações.

Elementos de Análise	Termos Chave
Aspectos negativos das relações do trabalho <i>Home-office</i> para as organizações	Monitoramento dos funcionários
	Problemas trabalhistas.
Aspectos negativos das realizações do trabalho <i>Home-office</i> para as organizações	Aceitação e mudança

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Frente à indagação retirada das observações colocadas pelos entrevistados, sobre os aspectos que acarreta em problemas trabalhistas, foi possível apontar alguns aspectos negativos do trabalho *home-office*, Quadro 8, expostas nas respostas os entrevistados.

O problema é monitorar o funcionário. Pois existem pessoas que não tem bom desempenho se não ficar em cima, mesmo batendo o ponto... (E1).

Sim, eu acredito que **possa acarretar problemas trabalhistas** (E6).

Notei nesses 3 anos, que as pessoas **têm dificuldade em mudar e aceitar essa realidade virtual** (E1).

Mas eu acho que a principal justificativa é que em algumas coisas eles são **meio receosos de mudança**, eu acho que é possível que isso seja discutido e até aceito pela Diretoria, mas eu acho que é **medo de mudança**, talvez preguiça de tentar (E2).

Quase nunca, é que eles **não têm uma política** de dar um dia por semana de *home Office* para os funcionários (E3).

Costa (2004) levando em consideração as partes e suas inter-relações aponta a ausência de propostas com inovações contratuais que atendam e satisfaçam tanto o teletrabalhador e a legislação trabalhista brasileira como um aspecto negativo. Barros (2010) corrobora considerando uma desvantagem para as organizações, a dificuldade de manter monitoramento do trabalho profissional e de estabelecer limites para cobrança.

Questionamentos, absolutamente legítimos, incluem a garantia da plenitude da comunicação interpessoal horizontal e vertical e da produtividade, os riscos de interrupções dos serviços em áreas essenciais, os custos de implementação para as empresas, o controle sobre eventuais desvios de conduta, a disposição e capacidade do corpo gerencial de adaptação ao novo modelo, responsabilidades de natureza legal trabalhista, segurança e saúde ocupacional, o receio do administrador quanto à imagem pública da instituição e diversas questões de ordem psicossocial, como a expectativa de se trabalhar menos (SOBRATT, 2013, p.14).

Para Rodrigues (2011) os principais riscos para a corporação provêm do fato de que o desenvolvimento do trabalho é fortemente dependente das tecnologias de informação (TCI), existindo perigo quanto a segurança de dados por pessoas não autorizadas.

Para Barros (2010) a dificuldade de manter a visibilidade profissional, controle e monitoramento do horário de trabalho do funcionário, de estabelecer limites para a auto cobrança é apontada como principal desvantagem.

A relação entre empregador e empregado vai bem além, de leis trabalhistas, considerando os infinitos conflitos que há entre essas duas categorias, mesmo essa sendo regida por leis trabalhistas, é uma relação complexa.

Quadro 9: Aspectos negativos das relações e das realizações do trabalho *Home-office* para o indivíduo.

Elementos de Análise	Termos Chave
Aspectos negativos das relações do trabalho para indivíduo	Atraso no pagamento
	Problemas trabalhistas.
Aspectos negativos das realizações do trabalho para indivíduo	Solidão
	Sobrecarga de horário de trabalho
	Falta de leis trabalhistas

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Percebe-se, **Quadro 9** que mesmo o indivíduo com a flexibilidade de horário e a autonomia para gerenciar seu cotidiano no trabalho home-office, apresenta sentimento de solidão e sobrecarga de horário de trabalho, **Quadro 9**, essa última, podendo ser relacionada, a falta de leis trabalhistas, assim como os atrasos dos pagamentos, demonstrada na fala dos entrevistados.

Aí você entrega e **geralmente o pagamento eles fazem trinta dias depois da entrega**, isso que eu acho ruim...raramente eles pagam na hora (E2).

...eu acredito que **possa acarretar problemas trabalhistas** (E6).

Quando você está fazendo home office **sente falta de ver pessoas, ambientes, andar na rua, então pode ficar entediado** (E1).

Precisa ser regulamentado porque você acaba perdendo a noção do valor do seu trabalho. Eu acho que é uma **via e de mão dupla**, mas que, logicamente, precisam ser estabelecidas melhor essas regras de relação, sabe? Alguns clientes têm crise constante e aí você tem que ficar **vinte e quatro horas acordada** pensando nessas coisas (E5).

... **eu não tenho hora extra**, eu combino informalmente com meu chefe uma folga, ele entende que eu trabalhei mais e tipo "Posso pegar aquele dia? "... **as leis trabalhistas não estão preparadas para julgar um processo né** (E4).

Segundo Barros (2010) é sinalizado por esses trabalhadores, que o sentimento de solidão, a falta de comunicação pessoal, face a face, com outro trabalhador ocasiona desvantagem para a vida pessoal do trabalhador. Causa perda de vínculo com o grupo de colegas, problemas psicológicos e desmotivação afirma MELLO (2009).

Boonen (2003) corrobora, o teletrabalhador sente falta de ter com quem discutir, tirar dúvidas sobre os assuntos profissionais, sente a necessidade de conversar e ter colegas de trabalho, até por conta da sociabilidade e relação interpessoal.

Outro ponto apresentado como desvantagem para o trabalhador, é a falta de Leis trabalhista que regularizem a prática dessa modalidade de trabalho, principalmente no que tange as horas extras. Para Valentim (2000), as horas extras dificilmente poderão ser reconhecidas, já que encontra-se fora do poder do controle do empregador, mesmo ela podendo ser estimada, considerando a produção média do trabalhador, mas segundo Valentim essa hipótese é difícil de ser verificada na prática.

Percebe-se que mesmo com inúmeros benefícios, flexibilidade de horário, autonomia, menos custos, melhor qualidade de vida e outros, citados acima, o trabalho home-office também traz alguns problemas, principalmente, trabalhista, como qualquer outro trabalho regulamentado em lei.

A desterritorialização (*dimensão da virtualização*) nos sugere um processo concomitante de destemporalização. É esse tempo intemporal, presenteísta e quase instantâneo, que é favorecido pelo processo de virtualização dos espaços – e da sociedade. Esta concepção de tempo não é nem histórica nem cíclica. Não é histórica porque não se refere mais a um futuro, e não é encarado como projeção. Também não é cíclico porque não se relaciona diretamente nem a um passado que retorna, nem a um ciclo natural que se repete. (MOCELLIM, 2009, p. 96. Grifo nosso)

A reciprocidade entre está em um não-lugar, que permita a aceleração do tempo e um lugar físico, propriamente dito, é notória na fala dos entrevistados, fazendo do *home office* a integração desse “espaço”, onde possibilita a realização do trabalho em um não-lugar para que se tenha melhor flexibilidade do tempo para ir algum lugar e/ou ter uma melhor qualidade de vida.

Minha qualidade de vida muda, vamos dizer assim, eu preciso ir ao banco hoje, você vai, ou preciso ir ao médico hoje, em vez de você perder aquele tempo de trabalho, se eu vou ao médico e é aqui do lado de casa então eu vou aproveitar e trabalhar de casa porque eu vou muito menos tempo do que se eu for para o meu trabalho, voltar para o médico, voltar para o meu trabalho, então lá felizmente tem um ambiente que permite isso, que eu chegue um pouco mais tarde, que eu comece a trabalhar de casa e chegue um pouco mais tarde, permite que eu saia um pouco mais tarde se eu precisar chegar mais tarde no meu trabalho... não importa onde eu vou fazer esse trabalho, o importante é que no dia do prazo ele esteja entregue, então precisa haver uma flexibilização (E4).

...eu acho que trouxe mais qualidade de vida porque ficou uma coisa mais dinâmica, a conversa flui melhor, a discussão flui melhor, as ideias foram surgindo de um jeito mais natural, mais orgânico e com uma qualidade melhor, então eu acho que trouxe mais qualidade de vida, mas eu entendo também que em alguns aspectos, em alguns certos tipos de trabalho pode afetar. É liberdade, no final das contas, tanto para o bem quanto para o mal. Do mesmo jeito que a gente tem liberdade para trabalhar de uma certa maneira, a gente também é cobrado em cima dessa liberdade (E5).

Mais oportunidade e a flexibilização do horário, de eu poder trabalhar no final de semana, de eu poder trabalhar de madrugada, permitiu que eu pegasse mais trabalho ainda, no meu caso. Eu não sei responder se isso melhorou ou piorou minha qualidade de vida porque é uma escolha minha (E2).

...o essencial está no digital, não precisa de um espaço físico, o espaço físico está presente como um extra, que o extra é a troca de conhecimento físico que ainda acho que é muito importante, ainda é importante ter essa troca física de conhecimento porque não é a mesma coisa (E4).

Fica evidente concluir, que atrelados ao desenvolvimento tecnológico presente na atualidade decorrem grandes transformações na economia, na cultura, na vida social e nas relações trabalhistas, e, principalmente, nos meios de comunicações, através das tecnologias de informações, ampliando novos campos de trabalho, otimização de tempo e custo não só para o empregador, como também para o empregado e o cliente.

4.4 CONSOLIDANDO OS DADOS

As questões foram agrupadas em 2 categorias, Não-lugar Virtual e Relação de Trabalho, como demonstrado no procedimento da coleta de dados, em concordância as respostas dos entrevistados em relação as perguntas pré-estabelecidas, formando 7 quadros de elementos de análise, atrelado as palavras chaves dos entrevistados, conforme buscou-se responder o objetivo geral e específico da pesquisa.

Verifica-se que todos os entrevistados fazem uso constante das novas tecnologias, principalmente, digital, mas, nem todos os profissionais realizam trabalhos home-office pela empresa (E1, E2, E3 e E7), já que existe a restrição de algumas atividades, devido as ferramentas que eles utilizam para executar seu trabalho, que não podem ser retiradas da empresa, ou, por ser preciso a interação do grupo de forma presencial, ou, até mesmo por haver certa resistência a mudanças.

Nota-se, contudo, dentre os que realizam trabalhos *home office* (E4, E5 e E6) pela empresa, à necessidade de comparecer a um local físico, duas ou três vezes por semana, principalmente, para fazer ou participar de reuniões.

Através da pesquisa, é possível observar que é notório os efeitos da realização do trabalho Home-office tanto para a organização como para o trabalhador:

- **Empresa:** Economia no espaço físico, economia de energia. Disponibilidade dos profissionais 24 horas, maior produtividade e menos custo com transporte

- **Trabalhador:** Qualidade de vida, tempo para resolução de assuntos pessoais, mais tempo para atividades esportivas, flexibilidade de horário, ambiente de trabalho familiar, liberdade para definição de horário, aumento da renda, economia financeira.

Assim, como também, são nítidos, os aspectos positivos da relação do trabalho Home-office para as organizações como também para os trabalhadores: Menos custos, maior produtividade, comunicação instantânea, facilitação dos processos, crescimento profissional, maior rentabilidade, liberdade de horário, impulsiona o empreendedorismo.

No entanto, assim como as realizações e relações de trabalho home office apresentam seus aspectos positivos, essa interação entre o realizar e se relacionar também, demonstram que há pontos negativos, como qualquer outro trabalho.

- **Negativos:** Atraso no pagamento, problemas trabalhistas, monitoramento dos funcionários, sobrecarga de horário de trabalho, falta de leis trabalhistas, solidão, sobrecarga de horário de trabalho.

Percebe-se, através das falas dos entrevistados, que a falta de leis trabalhistas que regulem os trabalhos *home-office* é uma das principais preocupações para esses profissionais. Num entanto, os profissionais que realizam trabalhos *home-office*, em sua maioria, sentem vantagens em ter horário flexível, liberdade e autonomia para gerir seu dia a dia, bem como uma melhor qualidade de vida, já que os mesmos, terá tempo para cuidados pessoais. E simultânea a essas vantagens, sentem como desvantagens a distância dos colegas, a falta de discutir assuntos de trabalho face a face, bem como a insegurança dos aparatos legais que regularizem a profissão.

Logo, é inevitável ao trabalhador *home office* ser organizado, de forma que os dispositivos a sua disponibilidade lhe proporcionem conjuntura a si mesmo e a empresa a que desempenha algum *freela, job* ou atividade remunerada.

Contudo, é notório que se faça necessário que as organizações estabeleçam os contratos de trabalho, pois essa ausência contratual acarreta incertezas e riscos

tanto para o empregador como também para os empregados, devendo esse contrato dispor os direitos, deveres e as obrigações pertinentes às partes.

A temática abordada nesse estudo teve o propósito identificar os impactos do advento do não-lugar virtual nas relações de trabalho, bem como as suas vantagens e desvantagens, com o intuito de compreender como se dão as relações entre empregado e empregador nas realizações de trabalhos home office.

Para solidificar uma melhor compreensão desse estudo serão apresentados os resultados alcançados, que respondem as questões da pesquisa, bem como o problema da pesquisa e sugestão para futuros trabalhos.

5 CONCLUSÃO

O estudo teve como objetivo proposto identificar de que forma o advento do não-lugar virtual afeta nas relações de trabalho, buscando responder através de entrevista semiestruturada as questões norteadoras para atingir o objetivo geral e específico desse estudo.

Este capítulo segue a seguinte estrutura: a primeira seção irá responder as questões da pesquisa, a segunda seção responderá ao problema de pesquisa. Em seguida serão apresentadas sugestões para trabalhos futuros. Logo em seguida serão abordadas as limitações da pesquisa, e por último, na quinta seção, estão as considerações finais.

5.1 RESPONDENDO AS QUESTÕES DE PESQUISA

Foi possível observar, por meio deste estudo, que todos os entrevistados utilizam a internet como ferramenta facilitadora para o seu trabalho, bem como realizam trabalhos *home office*. Acreditam que, futuramente, um número maior de pessoas fará uso dessa ferramenta e desse novo estilo de trabalho, visto que os benefícios proporcionados pelo uso do digital são inúmeros, principalmente na flexibilidade de horário, menor custo e mais ganhos, além de oportunizar uma melhor qualidade de vida, mesmo ciente que, ainda, não há lei trabalhista que possam garantir-lhes alguns direitos.

- Você pode fazer *home office* ou consegue fazer parte de seu trabalho fora da empresa, por meio da internet como facilitação? Foi possível observar, através deste estudo, que todos os entrevistados utilizam a internet como ferramenta facilitadora para o seu trabalho, porém nem todos realizam trabalhos *home office*, devido a política da própria empresa.

- Acredita que para o futuro as pessoas farão mais uso desse meio? Todos, acreditam que, futuramente, um número maior de pessoas fará uso dessa ferramenta e desse novo estilo de trabalho, visto que os benefícios proporcionados pelo uso do digital são inúmeros, principalmente na flexibilidade de horário.

- Como o digital afetou ou não seu trabalho? Com a flexibilização do horário, na agilidade do processo e disponibilidade de tempo. O uso das novas

tecnologias digitais afetou positivamente a realizações e as relações de trabalhos de todos os entrevistados.

- Como essa flexibilização do trabalho mudou as relações de trabalho dentro da empresa? Menor custo e mais ganhos, além de oportunizar uma melhor qualidade de vida, mesmo ciente que, ainda, não há lei trabalhista que possam garantir-lhes alguns direitos.

- Você acredita que o digital possa mudar as relações de trabalho? Se sim, em quanto dimensionaria? Sim. Mais qualidade de vida.

- Você enxerga que isso mudará a relação de trabalho com mais qualidade de vida? Sim. Redução do estresse, mais tempo para a família e filhos, mais tempo para atividades esportivas,

- O uso desse digital, você acha que acarreta em problemas trabalhistas? Deve ser mais ou menos flexível essas questões? Sim.

Nesse contexto as Leis Trabalhistas devem se firmar, precisando modernizar-se para ser capaz de regular esta e outras situações que surgem, frutos da modernidade e das novas tecnologias do mundo globalizado.

Nesse sentido, saliento que o governo brasileiro assinou a lei 12.551/11 que estabelece quem trabalha em *home office* deve ter os mesmos direitos trabalhistas de quem trabalha internamente. Ou seja, deve estar amparado legalmente pela Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, porém ainda não é a regularização da atividade *home office*, mas é o reconhecimento legal dos direitos desse tipo de trabalho.

5.2 RESPONDENDO AO PROBLEMA DE PESQUISA

Percebe-se que os impactos do advento do não-lugar virtual nas relações e realizações de trabalho são marcados por mudanças de paradigmas que possibilita a reciprocidade de vantagens e desvantagens tanto para a organização como também para o trabalhador.

Flexibilização de horário e de estratégias, que possibilita o reajuste dos diferentes elementos dos processos, bem como os desafios da falta de legislação trabalhistas e as mudanças do local física de trabalho exigem tanto do empregador

como do empregado ajustes que venha proporcionar um bom relacionamento entre as partes.

Desse modo essa pesquisa, busca entender como se dão as relações de trabalho num ambiente onde a estrutura do não-lugar virtual impera e quais os impactos do advento do não-lugar virtual nas relações de trabalho?

5.3 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Acredito que esse trabalho poderá ter continuidade com a finalidade de adquirir mais conhecimento com o tema:

- O reconhecimento dos direitos trabalhista dos trabalhos *home office*; A flexibilização das relações de trabalho;
- A importância do trabalho *home office* na vida do trabalhador autônomo;
- O advento do não-lugar virtual dentro na visão das empresas;

Logo ficando como intenção e sugestão para continuidade desta pesquisa uma exploração que vise um maior conhecimento sobre a temática.

5.4 LIMITAÇÕES (DELIMITAÇÕES) DA SUA PESQUISA

As limitações da pesquisa foram focar nos profissionais nos quais realizam suas tarefas do trabalho utilizando a ferramenta virtual, podendo os mesmos fazê-las de suas casas em algum período do tempo, sendo ele integral ou parcial, assim como também no espaço físico da empresa. Verificando assim os impactos deles para com a empresa. A delimitação da pesquisa fica em não ser realizada pesquisa no âmbito da empresa com o funcionário, somente do funcionário para com a empresa.

5.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se, dentro das organizações estudadas aqui, que os impactos da nova tecnologia foram verificados na maneira de executar o trabalho, na criatividade das pessoas envolvidas, na maneira de se realizar o trabalho, nos aspectos psicológicos das pessoas envolvidas, proporcionando-lhes praticidade, lucro e uma melhor qualidade de vida, oportunizando mudanças significativas tanto para empresa tanto para os colaboradores, muito embora, também, sejam apontados alguns obstáculos que advém dessas novas tecnologias.

É nítido, que a falta de leis trabalhistas que regulem os trabalhos *home office* é uma preocupação para esses profissionais, num entanto os pontos positivos do não lugar-virtual nas relações e realização do trabalho se sobressaem sobre esse ponto negativo, principalmente na flexibilidade do horário e economia financeira.

Logo, é imprescindível para quem trabalha *home office* que se organize, de maneira que essas ferramentas possam propiciar novas oportunidades e desenvolvimento profissionais tanto para empresa tanto para si próprio.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L. **Comércio eletrônico: Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação**, 5 ed., São Paulo: Atlas, 2014.

ALDRIDGE, A.; FORCHT, K.; PIERSON, J. **Get linked or get lost: marketing strategy for the internet**, 2010. Disponível <http://www.mcb.co.uk>. Acesso em jun 2016.

AMATO NETO, J.; **Redes de cooperação produtiva: antecedentes, panorama atual e contribuições para uma política industrial**, Tese de Livre Docência apresentada ao Departamento de Engenharia de Produção da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2010.

ANDERNSON, A. **Business office transformation cases**, 2007. Internet -julho/97 www.hbs.edu/mis/reengineer/procts/team8/1bo.htm

ANDRADE, R. **Guia prático de e-commerce**. São Paulo: Angra, 2011.

ARAUJO, J. B.; ZILBER, S.N. Adoção de E-Business e mudanças no modelo de negócio: inovação organizacional em pequenas empresas dos setores de comércio e serviços. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 20, n. 1, p. 147-61, mar 2013.

ARETI, M. Non-Place and placelessness as narratives of loss: rethinking the notion of place. **Journal of Urban Design**, v. 4, n 2, p. 179-93, jun 2009.

AUGÉ, M. **Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**, 7 ed., Campinas: Papirus, 2004.

AZEVEDO, A, L. A Emergência da Empresa Virtual e os Requisitos para os sistemas de informação. **Gestão & Produção**, Porto, v. 7, n. 3. p. 208-25, 2010. Disponível em:

<http://scholar.google.com.br/scholarq=Azevedo+26+Souza+empresa+virtual+ou+es+tendida&btnG=&hl=pt-PT&as_sdt=0%2C5>. Acesso em jun 2016.

_____ Emergência da Empresa Virtual e os Requisitos para os sistemas de informação. **Gestão & Produção**, Porto, v. 7, n. 3. p. 208-25, 2011.

Disponível em:

<http://scholar.google.com.br/scholarq=Azevedo+26+Souza+empresa+virtual+ou+es+tendida&btnG=&hl=pt-PT&as_sdt=0%2C5>. Acesso em jun 2016.

BARROS, G. M. **Estabelecimento virtual**: Necessidade de Normatização, p. 1-47. Monografia (Especialização em Direito Empresarial e dos Negócios), Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em:

<http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k21441.pdf> Acesso em jun 2016.

BAUER, R.; KOSZEGI, S. T.; WOLKERSTORFER, M. Measuring the degree of virtualization: an empirical analysis in two Austrian industries. In: **Annual Hawaii International Conference**, 2008.

BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. **Contemporary marketing**, 10th ed., Orlando: Harcourt, 2008.

BULTJE, R.; VAN WIJKT, J. Taxonomy of Virtual Organizations, based on Definitions, Characteristics and Typology, **VoNET Newsletter**, v. 2, n. 3, p. 7-20, 1998.

CARVALHOSA, M. **Comentários ao código civil** (coord. Antônio Junqueira de Azevedo). São Paulo: Saraiva, 13 v, 2005.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano 1**: artes de fazer, Petrópolis: Vozes, 2004.

CHESBROUG, H. W.; TEECE, D. J. In: KLEIN, D. A. **A gestão estratégico do capital intelectual**: recursos para a economia baseada em conhecimento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

CHIAVENATO, I. **Administração**: teoria, processo e prática. São Paulo: ed. Makron Books, 3ª ed., 2009.

COELHO, F. U. **Curso de direito comercial**: Direito de Empresa. São Paulo: Saraiva, 2012.

_____. **Manual de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 2012.

COSTA, I. S. A. **Poder/Saber e subjetividades na construção do sentido do teletrabalho**. 2013. Tese. (Doutorado em Administração). Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2013.

COYLE, J.; SCHNARR, N. **Journal human resource planning**, USA, 2005.

DE MASI, D. **Il futuro del lavoro**: fatica e ozio nella società postindustriale. Milano: Rizzoli, 2009.

EUROPEAN TELEWORK ONLINE (ETO), 2008. Disponível na Internet. Acessado em jun 2016 <http://www.weto.org.uk>

EVERSHEIM, W.; BREMER, C.; KAMPMEYER, J.: Requirements for Virtual Enterprise Management In Developing Countries, International Conference on Engineering and Technology Management, Vancouver, Canada, p. 84-8, 2006.

FELIPINI, D. **ABC do e-commerce**, mar 2010.

www.abccommerce.com.br.

FLICK, U. Entrevistas semi-estruturadas. In: FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**, 2 ed., Porto Alegre: Bookman, p. 89-108, 2009.

FRANCO FILHO, G. S. O teletrabalho e suas peculiaridades nas relações laborais, **Reepertório IOB de Jurisprudência**, São Paulo, n. 6-97, caderno 2, p. 117, 2007.

FREITAS, H., et. al. O método de pesquisa survey, **Revista de Administração da USP – RAUSP**, v. 35, n. 3, p. 105-112, jul-set, 2010.

GALLARDO MOYA, R. **El viejo e El nuevo trabajo a domicilio**: de la maquina de hilar al ordenador, Madrid: Ibidem Edições, 2008.

GBEZO, B. E. Outro modo de trabalhar: La revolución del trabajo, in Trabajo. **Revista da Organização Internacional do Trabalho**, n. 14, Genebra: OIT, 2005.

GILADI, K.; FRIEDMAN, H. H. **Direct marketing, database marketing and relationship marketing for the accounting practitioner**. The National Public Accountant. Washington, mai 2010.

GOLDMAN, S. L; NAGEL, R. N.; PREISS, K. **Agile competitors**: Concorrência e Organizações Virtuais e estratégias para valorizar o cliente. São Paulo: Érica, 2005.

GORANSON, H. T. **Agile virtual enterprise**: Best Agile Practice Reference Base, <http://snap.org>, 2005.

GORDON, I. **Marketing de relacionamento**: Estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre. São Paulo: Futura, 2009.

HANASHIRO, D. M. M.; DIAS, W. F. O sistema de teletrabalho: algumas implicações de um ambiente virtual. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26. 2012, Salvador. **Anais...** Salvador: ENANPAD, 2012.

HERBST, D. Kommunikation wird zum Schlüsselfaktor. **PC Magazin**, n. 25, p. 36-7, 2006.

HUWS, U. Remote possibilities: some difficulties in the analysis and quantification of Telework the U.K. in: KORTE. W. B. (Ed.) **Telework**: present situation and future development of a new form of work organization. Amsterdam: Elsevier Science, p. 61-76, 2008.

KIM, J. H. **Cibernética, ciborgues e ciberespaço**: notas sobre as origens da cibernética e sua reinvenção cultural. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 199-219, jan/jun 2004.

KOTLER, P. **Administração de marketing**, 12 ed., São Paulo: Prentice Hall, 2008.

KUGELMASS, J. **Teletrabalho**: Novas Oportunidades para o trabalho Flexível, 1 Ed., SP. Ed. Atlas, 225 p, 2006.

LANDI, F. **Novas tecnologias e a duração do trabalho**. 2009. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade de São Paulo, 2009.

LAS CASAS, A. L. **Administração de marketing**: Conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2011.

LEMOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2012.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, p. 17, 2011.

LOHSE, G.; SPILLER, P. **Electronic shopping communications of the ACM**, v. 41, n. 7, p. 81-7, jul 2008.

MACIEL, E. **As várias faces do tele trabalho**: lar doce escritório? Dissertação (Mestrado em Administração). 2012. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**: da escola científica à competitividade na economia globalizada, 2 ed., São Paulo: Atlas, 2010.

MCCARTHY, E. J. **Marketing básico**: uma visão gerencial, v. 1, Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

MELLO, A. **Teletrabalho (telework)**: o trabalho em qualquer lugar e a qualquer hora... Rio de Janeiro: Qualitymark, 2009.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade, 14 ed., Petrópolis: Vozes, 2011.

MOCELLIM, A. Lugares, Não-Lugares, Lugares Virtuais. **Em Tese**, Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 77-101, ago 2010.

MONROD, E. Telecommuting: a new work, but still the same old story. In: OLERUP, A., et. al. (ed.) **Women, work and computerization**. Amsterdam: Elsevier Science, p. 135-47, 2005.

MONTEAGUDO, R. **O E-Commerce e a I-Empresa**. 2006. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/membros.jsp?pagina=membros_espaco_aberto_corpo&idColuna=2481&idColunista=10838>. Acesso em jun 2016.

NILLES, J. **Making telecommuting happen**. Interntional Thomson Publishing Inc., 2007.

PICOT, A.; REICHWALD, R.; WIGAND R. **Die grenzenlose unternehmung**, Gabler Verlag, 579p, 2006.

POLZER, J. T. **Creating teams with an edge**. Boston: Harvard Business School Press, 2004.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Strategy and society. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard Business Review**, December, p. 1-15, 2006.

PUMA, M.; WETZEL, U. Trabalho em transformação: dimensões de espaço e tempo no trabalho em casa. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ENANPAD, 2007.

RELPH, E. **Place and placelessness**, Londres: Pion, 2010.

REYES, P. E. B. A cidade afetada pela cultura digital, **Caderno IHU Ideias**, n. 28, p. 1-27, 2004.

ROSA, J. M. Cibercultura “em construção”. **Revista de Comunicação e Linguagens**, n. 28, Tendências da cultura contemporânea, Lisboa: Relógio d’água, p. 319-32, 2011.

SAABEEL, W.; VERDUIJIN, T. M.; HAGDORN, L.; KUMER, K. A Model of Virtual Organization: A Structure and Process Perspective, **Electronic Journal of Organizational Virtualness**, 2012.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**, São Paulo: Hucitec, 2007b.

SEBRAE, DIEESE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario-do%20trabalho-na%20micro-e-pequena%20empresa-2014.pdf>>.

Acesso em jun 2016.

_____. **Análise do CAGED:** Dezembro/2015 e acumulado de 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/caged_dez%202015.pdf>. Acesso em jun 2016.

_____. **Análise do CAGED:** Janeiro/2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/CAGED%20jan%202015.pdf>>. Acesso em jun 2016.

_____. **Faturamento mensal das MPEs no Brasil (Fev/16).** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/estudo_faturamento%20mensal_mpe_fevereiro%202016.pdf>. Acesso em jun 2016.

_____. **Faturamento mensal das MPEs no Brasil (Mar/16).** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/estudo_faturamento%20mensal_mpe_mar%202016.pdf>. Acesso em jun 2016.

_____. **Faturamento mensal das MPEs no Brasil (Abr/16).** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/faturamento-mensal-mpe-abril2016.pdf>>. Acesso em jun 2016.

_____. **Faturamento mensal das MPEs no Brasil (Mai/16).** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/faturamento-mensal-mpe-maio2016.pdf>>. Acesso em jun 2016.

SERRA, P. **O teletrabalho.** Estudo. Um mercado em crescimento. Disponível em: <http://www.zdnet.pt>. Acesso em jun 2016.

STRADER, T. J.; LIN, F. R.; SHAW, M. J.; Information infrastructure for electronic virtual organization management, **Decision Support Systems**, v. 23, p. 75-94, 2008.

TOFFLER, A. **A terceira onda.** Rio de Janeiro: ed. Record, 15ª ed., 2010.

TURKLE, S. **Fronteiras do real e do virtual**. Entrevista concedida a Federico Casalegno, Pesquisador do Centro de Estudos do Atual e do Quotidiano (CEAQ/Sorbonne - Paris V) e associado ao Núcleo de Tecnologias do Imaginário (NTI-FAMECOS/PUCRS), Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 11, p. 117-23, dez 2011. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/11/sherry.pdf>. Acesso em jun 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**, 8 ed., São Paulo: Atlas, 2010.

WEBBER, M. M. The Urban place and the nonplace urban realm. In: WEBBER, M. M., et. al. (Orgs.). **Explorations into urban structure**, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1964.

WIGAND R;; PICOT, A.; REICHWALD, R. **Information, organization and Management**. Chinchester, John Willey & Sons, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 264p.

MOCELLIM, Alan. **Lugares, não-lugares, lugares virtuais**. Em Tese. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC Vol. 6, n. 3, janeiro/julho 2009, p. 77-101

MURARO, Rose Marie. **A automação e o futuro do homem**. Petrópolis: Editora Vozes, 1969. 151 p.

SÁ, Teresa. "**Lugares e não lugares em Marc Augé**." *Tempo Social* 26.2 (2014): 209-229.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**, São Paulo: Hucitec, 2007b.

7 APÊNDICE

Questionário

1 – Como o digital afetou ou não seu trabalho? Diante do seu trabalho, da sua função, do que você faz no seu dia a dia como o digital afetou? Se ele afetou, se ele não afetou, mas como que você o sente no seu dia a dia?

2 – Existe uma flexibilização do seu horário e modo de trabalho? Como essa flexibilização do trabalho mudou as relações de trabalho dentro da empresa?

3 – Você pode fazer *home office* ou consegue fazer parte de seu trabalho fora da empresa, através da internet com facilidade?

4 – Você acredita que o digital possa mudar as relações de trabalho? Se sim, em quanto dimensionaria?

5 – Acredita que para o futuro as pessoas farão mais uso desse meio? Se passaram a usar, acredita que estão trabalhando mais ou menos? Fora do horário de trabalho entram em contato com você?

6 – Você enxerga que o uso do digital mudará a relação de trabalho com mais qualidade de vida?

7 – O uso desse digital, você acha que acarreta em problemas trabalhistas? Deve ser mais ou menos flexível essas questões?