

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

Instituto Superior de Economia e Gestão

MESTRADO EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

**O uso da Internet no local de trabalho para fins pessoais:
estudo de caso numa empresa de Consultoria**

Aluna: Joana Marques Esparteiro

Orientadora: Professora Doutora Helena Jerónimo

JÚRI

Presidente: Professor Doutor Paulo Lopes Henriques

Vogais: Professora Doutora Maria Eduarda Soares

Professora Doutora Natividade Helena Mateus Jerónimo

Setembro de 2011

Índice Geral

Resumo	3
Abstract	4
Agradecimentos	5
Introdução	6
Capítulo I – Organizações, Trabalho e Novas Tecnologias da Informação e Comunicação	8
1.1. O Impacto das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação nas Organizações	8
1.2. O Fenómeno do <i>Cyberloafing</i>	11
1.3. Tipos e Consequências do <i>Cyberloafing</i>	12
Capítulo II – Estudo de caso sobre Cyberloafing numa empresa de Consultoria	16
2.1. Caracterização do Universo e da Amostra	16
2.2. Orientações Metodológicas e Hipóteses de Investigação	17
2.3. Processo de Recolha e Tratamento de Dados	18
Capítulo III – Análise dos Dados	21
Capítulo IV – Conclusões	33
4.1. Limitações e Recomendações para Trabalhos Futuros	34
Bibliografia	36
Anexos	38

Resumo

O presente estudo aborda a temática do *Cyberloafing* procurando perceber este fenómeno social e organizacional num contexto específico da realidade portuguesa.

Com impactos crescentes, a Internet preenche cada vez mais momentos ao longo do dia das pessoas e se este preenchimento de tempo ocorrer durante o período de trabalho denomina-se *Cyberloafing*. Neste estudo, pretende verificar-se, num dado *locus* empírico, que tipo de impactos tem este fenómeno no dia-a-dia laboral bem como qual é a percepção dos inquiridos no que respeita ao *Cyberloafing*.

Com o objectivo de tentar responder às hipóteses pré-definidas foi desenvolvido um estudo de caso tendo como objecto de estudo uma empresa da área da Consultoria. A recolha de dados foi feita através de um inquérito *online* tendo-se obtido 136 respostas válidas.

Este trabalho pretende contribuir para um mais completo conhecimento do fenómeno do *Cyberloafing*, em geral, mas também para uma primeira análise deste fenómeno em contexto português.

Foi, neste âmbito, proeminente averiguar as percepções dos inquiridos no que respeita ao *Cyberloafing*, nomeadamente no que concerne à aceitação deste fenómeno, tendo sido expressa alguma benevolência por parte dos inquiridos aquando da aceitação deste comportamento como escape ou pausa no trabalho não prejudicando, na sua opinião, o cumprimento de obrigações ou a realização de tarefas.

Palavras-Chave: *Cyberloafing*, Internet, empresa de consultoria, estudo de caso.

Abstract

This study is an approach on a social and corporate phenomenon called *Cyberloafing* with the objective of understanding it in the specific context of the Portuguese reality. With a growing impact, the Internet fills an also growing number of moments throughout the day in people lives. If that happens during work hours it is called *Cyberloafing*. In this study I aim to understand the type of impact that this phenomenon has on a regular working day, in a specific empirical place, as well as what kind of perception people have on *Cyberloafing*. With the objective of answering the pre-set hypothesis we developed a case-study on a consulting firm. I collected data through an on-line survey, to which we obtained 136 valid answers.

With this work we aim to give a valid contribution to a better understanding of the *Cyberloafing* phenomenon in general and, on a more specific approach, do a first analysis of it the Portuguese context. It was, in this context, prominent to assess the perception those surveyed have on *Cyberloafing*, namely on its acceptance, having sensed a certain benevolence from those surveyed on the acceptance of this behaviour as an escape or break from work not harming, in their own judgment, the fulfillment of their obligations and completion of their tasks.

Key-Words: *Cyberloafing*, Internet, consulting company, case-study.

Agradecimentos

Aos meus irmãos, Diogo e Bernardo.

Um desmedido obrigada: Mãe e Pai.

Por todas as intermináveis alegrias: Joaninha, Francisco e Afonso.

À Professora Helena Jerónimo pela forma profissional e empenhada como me orientou e por todo o tempo que me dedicou transmitindo-me os mais úteis ensinamentos e sentimentos de confiança e motivação para findar este estudo.

Um agradecimento muito especial por todo o apoio nos momentos cruciais para o desenvolvimento deste projecto: Catarina Pereira, Vasco Cotovio, Luis Rocha dos Reis, João Pedro Tavares, Fernanda Barata de Carvalho, Filipa Sousa e Manuel Pombo.

Introdução

Ter acesso à Internet é ter uma porta aberta para o mundo. Hoje, a Internet está em todo o lado: em casa, no escritório, nos transportes públicos ou nos jardins. O contacto com o mundo da *world wide web* é constante e é, a cada dia que passa, mais acessível. O acesso à Internet foi-se generalizando e massificando ao longo dos anos e começou a fazer cada vez mais parte da vida das pessoas. A Internet foi também ganhando o seu espaço no seio das organizações proporcionando novas formas de trabalho e comunicação (quer interna, quer externa) e uma nova e diversificada gestão da informação. Hoje, já não se afigura possível um gestor sem Internet ou alguém sentado a uma secretária sem um e-mail.

No âmbito destas mudanças organizacionais, um dos fenómenos que tem vindo a ser estudado nos últimos anos é o que vulgarmente se designa por *Cyberloafing*, ou seja, o uso da Internet no contexto de trabalho para fins pessoais. Em termos gerais, a literatura sobre o tema focaliza-se em dois grandes ângulos de abordagem: (1) a visão de que a utilização da Internet é prejudicial ao trabalho desviando a atenção do indivíduo; e (2) o entendimento de que a utilização regrada da Internet para fins pessoais pode representar um momento de escape.

Analisar, portanto, este fenómeno de forma abrangente pressupõe mais do que a análise quantitativa no que respeita ao número de colaboradores que o praticam. É pertinente que se verifiquem as percepções dos colaboradores no que respeita à gravidade da prática do *Cyberloafing* e, não menos relevante, que se analise o que justifica um comportamento de desvio do trabalho através da Internet. É crucial também que se analisem os antecedentes deste fenómeno podendo, assim, melhor perceber a razão da sua existência bem como avaliar as suas consequências (Blanchard e Henle, 2008a: 384). O conhecimento aprofundado do fenómeno auxilia a controlar as desvantagens do uso da Internet – através da definição de políticas de utilização da Internet no local de trabalho – utilizando, em simultâneo, todas as valências da Internet que representam mais-valias para o trabalho.

O presente trabalho de investigação pretende contribuir para o estudo do fenómeno do *Cyberloafing*, pois, apesar da relevância do tema, não existem estudos sobre esta realidade em Portugal, uma lacuna para a qual é pertinente contribuir, dada a centralidade e transversalidade das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação nos contextos empresariais.

Em termos metodológicos, optou-se pela realização de um “estudo de caso” numa empresa multinacional de consultoria, presente em mais de uma centena de países, com cerca de 200.000 colaboradores tendo sido abordada apenas a realidade portuguesa.

Em Portugal, tem-se vindo a abordar a temática do *Cyberloafing* principalmente ao nível dos Media. O Jornal *Expresso* publica a 2 de Outubro de 2009, um artigo de Brent Coker, investigador australiano da Universidade de Melbourne, que concluiu que fazer uma pausa para consultar a Internet para fins pessoais aumenta a concentração dos colaboradores fazendo com que a sua produtividade aumente em 9%: “As pessoas precisam de espairecer um pouco para recuperar a concentração”, afirma Coker. Na óptica deste autor, utilizar a Internet por pequenos períodos de tempo ajuda a “descansar a cabeça, elevando a concentração durante a jornada de trabalho, o que se traduz num aumento global da produtividade”. No que respeita ao facto de os colaboradores assumirem que utilizam a Internet para fins pessoais durante o horário de expediente, 70% dos 300 colaboradores dizem fazer intervalos no trabalho para consultar informações sobre produtos, ler notícias, jogar ou ver vídeos no youtube. Este estudo vem contrariar a ideia de que o controlo e bloqueio das redes sociais ou sites de lojas *online*, por vezes, pode não ser a melhor solução (Abreu, 2009).

O trabalho que a seguir se apresenta encontra-se organizado em quatro capítulos. No capítulo 1 pretende-se compreender a extensão da bibliografia bem como as abordagens ao tema do *Cyberloafing* que têm vindo a ser desenvolvidas por vários autores. No capítulo 2, após caracterizar o universo e a amostra a analisar, serão especificadas as orientações metodológicas e desenhadas as hipóteses de investigação. Neste seguimento, o teste às hipóteses construídas na amostra definida será levado a cabo através de um processo de recolha e tratamento de dados especificado também nesse capítulo. O terceiro capítulo contemplará a análise estatística de dados bem como os testes às hipóteses construídas anteriormente. Numa quarta fase, serão descritas as conclusões da análise e, no mesmo passo, as limitações do presente estudo e recomendações para trabalhos futuros.

Capítulo I - Organizações, Trabalho e Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

1.1. O Impacto das Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Organizações

Responder activamente aos desafios internos e externos, em tempo real, é um dos objectivos primaciais das organizações actuais e a concretização desse objectivo depende da utilização dos recursos disponíveis procurando obter dos mesmos a máxima rentabilidade. As organizações têm vindo a adaptar-se às Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTICs), nomeadamente à Internet, e têm procurado alavancar os seus negócios através das valências tecnológicas disponíveis.

Assim, as empresas podem ser caracterizadas, no que respeita à utilização de tecnologia, pelas sinergias entre três factores-chave evidenciados pela denominação “Triplo A”: organização adaptável, processos adaptáveis e infra-estruturas adaptáveis (Dulk e Matbeson, 1994).

Uma organização adaptável é aquela que consegue moldar as novas tecnologias da informação ao seu negócio e aos seus colaboradores. Não é suficiente ter tecnologia à disposição dos colaboradores mas sim que se tenha uma noção clara da utilização e do poder da tecnologia no seio da empresa. Assim, a organização adaptável procura conhecer ao pormenor as valências de determinada tecnologia sendo assertiva na sua utilização. Assim, é relevante que se seleccione com precisão a tecnologia a usar escolhendo uma infraestrutura/plataforma suficientemente adaptável. Esta infraestrutura deve ser utilizada com o objectivo de representar uma alavanca para o negócio. Desta forma, os processos organizacionais (que definem o estado das várias acções no seio da organização) devem ser, também, adaptáveis. Este é o factor mais prático da utilização da tecnologia e é no desenrolar dos processos organizacionais de rotina que se percebe se a escolha da tecnologia foi a mais correcta ou se é necessário adaptá-la a mais algum pormenor intrínseco à organização.

Neste contexto de mudanças organizacionais ao nível mundial, a introdução de NTICs tem vindo a alterar o panorama organizacional quer no que respeita às tarefas do dia-a-dia, quer no que concerne às actividades organizacionais tais como o Marketing ou a Comunicação. A Internet veio criar mudanças organizacionais adquirindo uma importância crescente como ferramenta prática para as empresas em cinco âmbitos: informação, comunicação, visibilidade, colaboração e gestão.

No que à Informação respeita, a Internet possibilita o acesso a uma grande quantidade de informação num curto espaço de tempo e com custos reduzidos. Ao nível da comunicação, para além da velocidade no contacto através de chats quer internos quer externos à organização, a Internet vem facilitar a comunicação entre colaboradores que se encontrem distantes geograficamente. Fazendo uma ponte com a Comunicação, a visibilidade da empresa torna-se significativamente maior aquando da sua presença no mundo *world wide web* propiciando a divulgação de informações, o marketing bem como reforçando a presença no mercado. Ao nível da Colaboração, a Internet vem facilitar a discussão através de comunidades virtuais eliminando barreiras geográficas e proporcionando um trabalho colectivo. Por fim, no âmbito da Gestão, a diminuição de custos de comunicação e a agilidade dos processos são duas vantagens essenciais dada a conjectura tecnológica actual sendo, também, uma vantagem significativa o facto de se poder contribuir para a gestão de recursos humanos permitindo o acesso a programas de formação *online* (Lim e Teo, 2006).

Actualmente, o nível de utilização da Internet, bem como o aproveitamento das suas valências, varia de empresa para empresa sendo evidente que o nível de utilização mais básico inclui o uso do e-mail e que, num nível de utilização mais elevado, a Internet é utilizada como veículo de comunicação através de web sites e intranet sendo produzidos conteúdos específicos para estas páginas web que representam a comunicação não só com o cliente externo, mas também com o cliente interno.

Se, há algumas décadas, a adaptação à Internet no dia-a-dia laboral foi árdua, pelo menos para alguns trabalhadores menos familiarizados com as novas tecnologias, hoje, em muitas funções, a dificuldade estaria em trabalhar sem recorrer a este poderosíssimo meio de comunicação. Desta forma, a Internet não alterou apenas a forma de se fazer negócios, mas também, o local e a forma de o trabalho ser feito (Lim e Teo, 2005: 1081) tornando-se irrelevante se o colaborador se encontra no escritório ou fora dele e diminuindo, por exemplo, as distâncias geográficas entre sucursais da mesma empresa.

Um estudo sobre a utilização de computadores e de Internet, realizado nos EUA em Outubro de 2003 (News, United States Department of Labor, 2003), revela que 77 milhões de pessoas utilizam o computador no local de trabalho representando 55,5% do universo de trabalhadores. No mesmo contexto de análise, 2 em cada 5 colaboradores está conectado à Internet ou usa o e-mail no trabalho. Estes valores são significativamente mais elevados do

que os de Setembro de 2001 revelando que as empresas se têm vindo a informatizar cada vez mais dependendo estas, também cada vez mais, das valências da informática e da Internet. Ao nível do género, o número de mulheres a utilizar a Internet no local de trabalho é superior ao número de homens – 61,8% e 49,9% respectivamente – sendo que as probabilidades de ser uma mulher a utilizar a Internet são, também, superiores às de ser um homem uma vez que há mais mulheres, do que homens, a trabalhar nos quadros da base da hierarquia das empresas desempenhando funções administrativas e de secretariado – 45,1% e 38,7% respectivamente (Bureau of Labor Statistics, 2003).

No âmbito da Gestão de Recursos Humanos, tem vindo a ser cada vez mais pertinente analisar e avaliar os comportamentos dos colaboradores aquando da utilização da Internet, quer por questões de adaptação dos recursos humanos aos recursos tecnológicos, quer por necessidade de controlo da utilização da Internet enquanto rede social e de entretenimento *online*. Se, por um lado, a Internet é facilitadora do trabalho, por outro, pode ser uma porta aberta para o entretenimento no local de trabalho e, conseqüentemente, para o desvio da atenção das tarefas do colaborador que pode culminar na perda de produtividade.

Neste sentido, consideram-se benefícios da Internet a redução de custos de comunicação, diminuição dos ciclos dos produtos bem como a comunicação rápida e abrangente do negócio através do Marketing *online* alavancando não só as oportunidades de negócio mas também a criatividade e produtividade dos colaboradores (Lim e Teo, 2005: 1083). Mas, por outro lado, a Internet pode ter desvantagens no que respeita à privacidade dos utilizadores, perdas de produtividade devido à utilização da Internet para fins não profissionais e risco de colocação da empresa em ambientes *online* não seguros (Lim e Teo, 2005): em soma a ser uma eficiente ferramenta de trabalho, a Internet proporciona, aos colaboradores de uma empresa, o acesso a um “parque de diversões mundial” desviando a sua atenção das tarefas laborais (Anandanjan, 2002).

A análise destas vantagens e desvantagens da Internet faz com que se levantem questões pertinentes no âmbito da utilização deste meio de comunicação e informação, nomeadamente no que respeita à produtividade dos colaboradores que utilizam a Internet.

1.2. O fenómeno do *Cyberloafing*

A aliança entre as NTICs, nomeadamente a Internet, e a tendência para a procrastinação e/ou para o desvio da atenção do trabalho está na origem de um fenómeno caracterizado pela dispersão da concentração dos indivíduos utilizando a Internet - o *Cyberloafing*. Este é um dos fenómenos que, no âmbito dos impactos das Novas Tecnologias da Comunicação no local de trabalho, tem vindo a merecer a atenção dos investigadores.

A definição de *Cyberloafing* é abrangente no que respeita à concretização das actividades utilizando a Internet mas muito específica quanto à aplicação do termo: denomina-se, assim, por *Cyberloafing* ou Cyberlasking, o fenómeno de utilização voluntária da Internet, no local e durante o horário de trabalho, para fins pessoais (Lim e Teo, 2006: 3). O *Cyberloafing* é, assim, um fenómeno que causa um uso não produtivo do tempo podendo ser considerado um comportamento desviante no local de trabalho (Lim e Teo, 2005: 5).

A noção de comportamento desviante passa pelas consequências de um acto voluntário de um colaborador que, violando as normas da organização a que pertence, afecta o bem-estar da organização e dos restantes membros. Estes comportamentos desviantes são categorizados por: (1) comportamentos de desvio da produtividade, (2) comportamentos de desvio da propriedade e (3) agressões pessoais (Lim e Teo, 2005). O *Cyberloafing* insere-se na categoria dos comportamentos de desvio da produtividade podendo causar distúrbios no bem-estar da organização, desestabilizar o ambiente de trabalho e afectar a produtividade dos indivíduos. Já os comportamentos de desvio da propriedade representam roubos ou quaisquer comportamentos que constituam distúrbios financeiros e, por fim, as agressões pessoais abarcam atitudes hostis e agressivas (físicas ou verbais) entre os indivíduos.

É compreensível que os colaboradores façam pausas durante o dia de trabalho com o objectivo de melhor gerir o stress e o tempo. Se antes estas pausas se resumiam ao tempo dispendido a tomar um café ou a pequenas conversas com colegas, com a introdução da Internet, estas pausas podem passar a ser feitas no próprio posto de trabalho do colaborador com maior regularidade e controlo externo mais dificultado.

Atrasar ou comprometer o cumprimento de tarefas, é um fenómeno frequente, quer na vida laboral, quer no dia-a-dia, que causa prejuízos ao nível do indivíduo e ao nível das

organizações definindo-se, este comportamento, por Procrastinação. É também definida como uma tendência irracional para atrasar tarefas que deveriam ser terminadas (Lay, 1986) e é, ainda, explicada como sendo o adiamento daquilo que é necessário para atingir determinado objectivo (Lay, 1986). A procrastinação é ainda, segundo Milgram e Mowrer (1993), é essencialmente um mal moderno e a sua ocorrência é apenas relevante em países onde a tecnologia é avançada e a adesão ao horário são importantes. Quanto mais industrializada é uma sociedade, mais saliente se torna o fenómeno da procrastinação (Ferrari, Johnson e McCown, 1995).

A conjuntura actual, da sociedade e das organizações, caracteriza-se por um ritmo acelerado de inovação ao nível tecnológico tornando-se possível cruzar dois dos pontos que vigoram no “top 7 de perdas de tempo” (Grensing-Pophal, 2006): a procrastinação e a utilização da tecnologia. Outros exemplos são as multitarefas, as falhas na definição de prioridades, a má gestão de reuniões e a resposta a interrupções. Acresce que o acesso dos colaboradores à Internet tem vindo a tornar-se comum propiciando o uso deste meio de comunicação também para entretenimento ou quaisquer outras questões não relacionadas com o trabalho (Blanchard e Henle, 2008b).

1.3. Tipos e Consequências do *Cyberloafing*

Antes do aparecimento da Internet no local de trabalho, as actividades listadas como “*loafing*” resumiam-se, fundamentalmente, a longas conversas telefónicas, conversas nas zonas de estar ou de refeições e até o prolongamento do período de almoço. Com a introdução da Internet, o desvio das tarefas de trabalho tomou novas formas e tornou-se, por um lado, mais fácil para o colaborador “preguiçar”, uma vez que não tem de sair do seu posto de trabalho, mas, por outro lado, mais difícil para o responsável/superior hierárquico controlar esse desvio uma vez que o indivíduo se encontra no seu posto de trabalho – os *Cyberloafers* não precisam de estar ausentes do escritório como os “*long lunchers*”. Precisam, apenas, de ter resguardado o que se passa no ecrã do seu computador (Lim e Teo, 2005).

Mais do que contabilizar o número de indivíduos que fazem *Cyberloafing* é importante perceber o que justifica este comportamento. Anita L. Blanchard e Christine A. Henle (2008a)

consideram que as diferentes formas de *Cyberloafing* têm origem em diversos antecedentes e defendem que a caracterização das várias formas de *Cyberloafing* e o reconhecimento da sua origem são fundamentais para o desenvolvimento de uma política apropriada de controlo deste fenómeno.

Segundo as autoras, para gerir o *Cyberloafing* é importante identificar os tipos de *Cyberloafing* separadamente porque apenas desta forma, a organização consegue perceber que tipo de actividades são praticadas pelos colaboradores e com que frequência ocorrem. O controlo deste fenómeno tem, assim, por base o conhecimento das acções dos colaboradores estando a organização mais apta para perceber o que antecede cada tipo de *Cyberloafing* conseguindo desenvolver políticas apropriadas de controlo e intervenção para fazer decrescer, ou apenas para gerir, as actividades de procrastinação laboral.

Quanto ao controlo e à colocação de restrições na Internet, as opiniões dos investigadores divergem. Se alguns consideram que a tolerância zero para a utilização da Internet pode causar insatisfação no trabalho e diminuição da criatividade, outros defendem que a permissão para usar a Internet pode expor a organização a ambientes *online* ilegais e causar decréscimos na produtividade (Blanchard e Henle, 2008a). Nestas circunstâncias, as organizações devem ponderar as suas medidas de controlo de acordo com os tipos de *Cyberloafing* identificados (Blanchard e Henle, 2008b).

No que concerne ao ângulo de classificação da temática do *Cyberloafing*, ponderando se será um fenómeno gerador de valor – e, por isso, positivo – ou se será um comportamento desviante – por consequência, negativo – as opiniões dos investigadores divergem espelhando, a literatura, os diferentes pontos de vista. Se, por um lado, o *Cyberloafing* pode ser visto como uma perda de tempo que se reflecte num decréscimo da produtividade, por outro, este fenómeno pode ser encarado como um momento de descontração no trabalho gerador de criatividade, flexibilidade, camaradagem e novos conhecimentos (Anandarajan, 2002).

No âmbito do *Cyberloafing*, e confrontando este fenómeno com a gestão do stress, podem seguir-se dois caminhos: ou o *Cyberloafing* ajuda a gerir o stress ou prejudica de tal forma a gestão do tempo do indivíduo que gera ainda mais stress (Blanchard e Henle, 2008a). Vários dos autores referenciados nos estudos de Blanchard e Henle revelam que uma quantidade controlada de stress é fundamental para que se acelerem processos e se tomem decisões, não

podendo o stress ser sempre considerado um fenómeno negativo. Blanchard e Henle acreditam que os *cyberloafers* desviam a sua atenção do trabalho para aprenderem a lidar com situações de stress sendo uma atitude de escape do seu ambiente de trabalho.

O momento em que o colaborador pára de trabalhar e passa a utilizar a Internet é determinante sendo metaforizado por Blanchard e Henle como o momento em que se prime o gatilho partindo para uma situação que pode ser irreversível, ou seja, o retorno à concentração (Blanchard e Henle, 2008b).

A ambiguidade nas regras e normas de trabalho bem como a ambiguidade nos métodos de resolução de conflitos são listados como os principais agentes stressantes sendo fundamental, neste âmbito, que tudo seja claro para os colaboradores evitando que se gere insatisfação no trabalho, injúrias, rotatividade e ansiedade excessiva.

É, então, em ambientes stressantes que se gera a tendência para descontraír ou para fugir ao trabalho levando à procrastinação através da utilização da Internet. Os tipos de actividades de *Cyberloafing* que são praticadas pelos colaboradores de uma organização são muito díspares e exigem graus de atenção com durações temporais distintas. Como facilmente se compreende, consultar um e-mail pessoal durante o período de trabalho é diferente de navegar em sites de jogos *online* (Blanchard e Henle, 2008a). De entre os vários tipos de actividade, a navegação em sites orientados para adultos é a actividade menos evidenciada nos inquiridos que as autoras citadas realizaram (cerca de 5% dos inquiridos) ao passo que actividades como ler e-mails recebidos é uma actividade assumida por cerca de 85% dos inquiridos (Lim, Teo e Loo, 2002; Lim e Teo, 2005).

Daqui se depreende que existem formas de *Cyberloafing* mais inócuas, designadas por *minor Cyberloafing*, que se caracterizam por uma duração limitada e por actividades como ler ou enviar e-mails ou consultar as notícias do dia num site noticioso. Existem também formas mais problemáticas de *Cyberloafing* que consomem uma grande parte do tempo do utilizador tendo como consequência uma redução da produtividade bem como a colocação da Internet da empresa empregadora em meios *online* ilegais. Estas últimas acções inserem-se na categoria do *Serious Cyberloafing* (Blachard e Henle, 2008).

Vivien Lim e Thompson Teo (2005) complementam esta listagem de classificação do *Cyberloafing* tendo em conta a perspectiva dos indivíduos no que respeita às suas actividades

na utilização da Internet: *Cyberloafing disruptivo* caracterizado pela consulta de sites para adultos e jogos *online*; *Cyberloafing de entretenimento* que inclui actividades como fazer compras *online* e pesquisas de temas não relacionados com o trabalho em motores de busca e *Cyberloafing para aprendizagem pessoal* que se resume à pesquisa de temas relacionados com a área profissional.

A utilização indevida da Internet afecta dois níveis: o do indivíduo que gere mal o seu tempo no local de trabalho, e o da organização que é prejudicada com um decréscimo na produtividade do *Cyberloafer*. Ainda ao nível organizacional, podem também ser originados constrangimentos ao nível técnico decorrentes da sobrecarga dos servidores tornando o acesso à Internet mais moroso e degradando a *performance* geral do sistema. A colocação da organização em risco aquando da entrada em ambientes *online* ilegais é, como já foi explicitado, outras das suas consequências problemáticas (Lim e Teo, 2005).

Abordar o *Cyberloafing* como fenómeno no âmbito da Gestão de Recursos Humanos significa estar-se atento às mudanças suscitadas pelas NTICs nos locais de trabalho ao longo dos anos. O conhecimento aprofundado das vantagens, desvantagens, antecedentes e consequências do uso da Internet no local de trabalho para fins pessoais vai permitir gerir melhor o fenómeno do *Cyberloafing* sabendo-se lidar com a sua existência.

Capítulo II – Estudo de caso sobre Cyberloafing numa empresa de Consultoria

2.1. Caracterização do Universo e da Amostra

O *locus* empírico do presente estudo é uma empresa multinacional na área da Consultoria presente em mais de uma centena de países e com mais de 200.000 colaboradores, no total, sendo que, neste estudo, se abordou apenas a realidade portuguesa. Segundo dados estatísticos do INE, é pertinente referir que em 2009, 99,3% das empresas desta área de acção utilizavam a Internet sendo que, em 2010, a percentagem passou a perfazer 100% (Ver Anexo I).¹

Na empresa aqui em estudo, a grande parte dos colaboradores trabalha em *open spaces* sem um posto de trabalho fixo uma vez que muitas vezes, estes colaboradores, exercem funções fora da empresa mantendo sempre o contacto com esta através da Intranet e Internet. Os cargos de chefia ocupam gabinetes individuais. De acordo com as informações fornecidas pela própria empresa – e que é forçoso reconhecer aqui que não a permitem caracterizar apropriadamente em termos dos seus recursos humanos – a percentagem de mulheres é de cerca de 35% e a de homens é de 65%. A média de idades é de 31 anos. As habilitações literárias são “predominantemente universitárias” e o vínculo contratual entre a empresa e o colaborador é, na maior parte dos casos, contrato sem termo.²

Para a realização deste estudo, um dos critérios importantes a cumprir era que a empresa tivesse acesso ilimitado à Internet, ou seja, que não tivesse restrições ao nível do acesso a determinados sites nomeadamente redes sociais, *blogs*, servidores de *e-mail* ou *home banking*.

Tendo em conta que este estudo analisa a prática de um comportamento que pode ser considerado desviante, foi, naturalmente, moroso conseguir a autorização para a aplicação do inquérito, uma vez que a empresa em estudo prefere não abordar a questão internamente. Foi, deste modo, exigida a maior confidencialidade quanto à identificação da empresa, não sendo possível descrever mais pormenorizadamente a sua actividade ou área de acção.

¹ Instituto Nacional de Estatística (2009/2010)

² Informações transmitidas oralmente aquando de uma primeira reunião com a empresa. Não foi permitida a análise de dados internos.

2.2. Orientações Metodológicas e Hipóteses de Investigação

Em termos metodológicos, esta abordagem do *Cyberloafing* representa um estudo de caso que se caracteriza pelo estudo aprofundado de um caso singular. O objectivo principal desta metodologia é analisar os resultados obtidos a partir de uma realidade existente num determinado contexto temporal esperando-se que este exemplo seja reflexo da realidade. Assim, o enfoque do presente estudo incide sobre um grupo de pessoas que trabalha numa empresa de consultoria no contexto nacional, não se contemplando uma comparação com outras empresas e outros grupos de pessoas. Este método permite a recolha de particularidades holísticas que existem na realidade em análise, explorando-se os matizes, a riqueza e complexidade que dela fazem parte.

Após explicitar a metodologia de estudo, é necessário passar à construção de um corpo de hipóteses, baseadas na literatura, que orientam a evolução do estudo e que vão servir de métrica para aferir as realidades que se propõe a estudar. Assim, a primeira hipótese considerada é:

H1: A utilização da Internet para fins pessoais durante o período de trabalho é percebida como prejudicial para o cumprimento das obrigações profissionais roubando tempo útil de trabalho.

Após perceber se a utilização da Internet para fins pessoais durante o período de trabalho, prejudica, ou não, a realização de tarefas e o cumprimento de prazos é relevante validar se este desvio da atenção das tarefas representa um momento de descontração e escape para voltar ao trabalho ou se se revela apenas um momento de desvio.

H2: A utilização da Internet para fins pessoais durante o período de trabalho é um momento de escape pelo que os indivíduos não demoram mais de 15 minutos a concentrarem-se novamente no trabalho.

No que respeita à hierarquia da empresa em análise, é também importante relacionar a função desempenhada e o sexo com a utilização da Internet:

H3: A utilização da Internet para fins pessoais é mais frequente na base da hierarquia.

H4: Os homens utilizam a Internet para fins pessoais durante mais tempo que as mulheres.

É fundamental perceber, também, até que ponto é que este fenómeno é reconhecido pelos indivíduos. Ou seja, é importante perceber como é que os colaboradores da empresa em questão vêem o *Cyberloafing*.

H5: O *Cyberloafing* é visto como um comportamento negativo, embora a utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho se tenha tornado regra e não excepção no dia-a-dia laboral.

2.3. Processo de Recolha e Tratamento de Dados

A operacionalização adoptada para a recolha de dados que permitem a realização deste estudo foi, numa primeira fase, a revisão bibliográfica incidente em estudos com a mesma abordagem metodológica e, posteriormente, a aplicação de inquéritos por questionário *online*, através de uma plataforma *online*.

A opção pela utilização do método do inquérito *online* deveu-se a três grandes ordens de razões que permitiram: (1) contemplar o cruzamento de dados entre as perguntas colocadas aos inquiridos; (2) garantir o anonimato dos mesmos dada a sensibilidade do tema; e (3) ter acesso a uma amostra significativa da realidade. A utilização do inquérito *online* tem associadas, no entanto, algumas desvantagens, nomeadamente o facto de as perguntas serem de resposta fechada, a classificação individual dos inquiridos sem que se conheça, individualmente, o seu *background* social e cultural que pode influenciar a resposta às questões e, por fim, o facto de o ambiente *online* ainda criar desconfianças quanto à identificação dos inquiridos (Chen, Chen e Yang, 2007).

A aplicação de um inquérito de resposta fechada ao invés de outro de resposta livre – ou até de entrevistas – foi a opção escolhida para a análise da temática com o objectivo de uniformizar as respostas facilitando a análise estatística das mesmas. Por outro lado, os questionários que apenas permitem a escolha de uma opção são de resposta mais fácil e rápida para o inquirido situando-o no tema e auxiliando o entendimento das perguntas.

É importante referir que para além das vantagens apresentadas, a aplicação do inquérito por questionário *online* tem algumas desvantagens associadas nomeadamente, e ainda no âmbito

das hipóteses de resposta, o facto de resumir a expressão dos inquiridos limitando-os às opções de resposta disponíveis. Outra desvantagem deste tipo de análise é o facto de ser o investigador a criar um grupo de questões podendo falhar neste processo não incluindo todas as questões necessárias ou deixando que a sua sensibilidade e subjectividade influenciem a construção do questionário. Desta forma, o indivíduo inquirido não expressa a sua opinião abertamente sendo limitado a uma escala que permite identificar o seu grau de maior ou menor concordância com as afirmações cedidas pelo investigador.

Para evitar ou minimizar a subjectividade inerente a este processo bem como para ter uma base de sustentação do estudo mais fidedigna, recorreu-se a *inputs* metodológicos nos estudos realizados por Vivien Lim em conjunto com Thompson Teo (Lim e Teo, 2005) e, num segundo estudo, com Don Chen (Lim e Chen, 2009).

O inquérito aplicado divide-se, sinteticamente, em três partes. A primeira contempla questões que permitem uma caracterização pessoal, académica e profissional do inquirido. Na segunda parte, abordam-se as actividades na Internet utilizando uma escala de resposta (1: Nunca – 6: várias vezes por dia) que revela a frequência com que cada inquirido tem determinada acção. A terceira parte do questionário, mais do que verificar o que é que os indivíduos fazem na Internet, visa testar as percepções dos indivíduos quanto à utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho.

Os inquéritos foram aplicados através de uma plataforma *online* denominada *Quizsuit*. Esta plataforma garante o anonimato dos inquiridos, já que bloqueia a identificação dos colaboradores, e previne o enviesamento das respostas dada a sensibilidade do tema abordado.

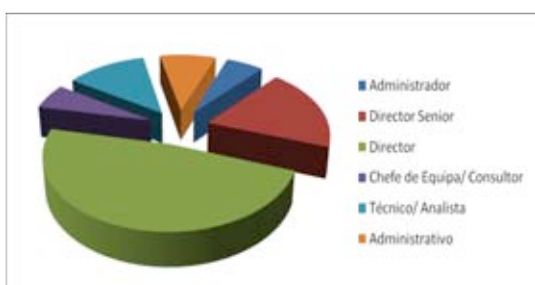
Após introdução do inquérito na plataforma *online*, é gerado um *link* de acesso ao questionário que, posteriormente, é disponibilizado na empresa em estudo. À data do fim da aplicação do inquérito, a plataforma fecha o acesso ao inquérito gerando um ficheiro com o conjunto de dados recolhidos. Este factor diferenciador foi fundamental na tomada de decisão entre aplicar um inquérito *online* ou em suporte de papel. A segunda hipótese é não só geradora de mais erros, nomeadamente na passagem das respostas dos inquiridos para uma base de dados, como também mais morosa e menos fiável, uma vez que os inquéritos podiam ser entregues sem estarem total e/ou correctamente preenchidos sendo que, através desta plataforma, só se consideram respondidos os inquéritos que têm todos os campos de resposta preenchidos.

Numa fase inicial, foram realizados 30 pré-testes com o objectivo de detectar lacunas e/ou gralhas bem como para melhorar pormenores relacionados com a clareza das perguntas e com o *layout* do questionário.

Capítulo III - Análise dos Dados

O inquérito (Ver Anexo III) esteve “aberto” na plataforma *online* durante 8 dias. Obteve-se um total de 136 respostas válidas. Todos os questionários que foram iniciados foram completos, ou seja, nenhum inquirido desistiu de responder ao questionário e o tempo médio de resposta foi de 13 minutos e 58 segundos (Ver Anexo II).³

A análise sócio demográfica da amostra evidencia que das 136 respostas obtidas, 54 foram de mulheres (39,7%) e 82 de homens (60,3%). Com base em informações transmitidas pelo Departamento de Recursos Humanos da empresa em análise que revelam que a maioria dos colaboradores é do sexo masculino, posso considerar que a amostra tem uma correspondência próxima com a realidade. No que respeita à média de idades dos inquiridos, esta é de 37,2 anos. Existe uma evidente maioria de licenciados representando 77,2% dos inquiridos e quanto à antiguidade na organização, 76,5% dos inquiridos trabalha nesta empresa há mais de 5 anos com contrato efectivo/permanente (96,3%). Quanto às funções desempenhadas, e tendo em conta a estrutura hierárquica da organização estudada, 47,8% dos inquiridos são directores e 19,1% directores-sénior distribuindo-se os restantes inquiridos pelas demais funções consideradas no inquérito.



Resposta	Total (%)
Administrador	5,9
Director Senior	19,1
Director	47,8
Chefe de Equipa/ Consultor	5,9
Técnico/ Analista	12,5
Administrativo	8,8

Tabela I – Distribuição hierárquica da amostra e respectivo gráfico ilustrativo.

³ Apesar de não ser o enfoque do presente trabalho, é interessante assinalar a distribuição das respostas ao questionário aplicado. No que respeita à distribuição das respostas ao longo dos dias de aplicação do inquérito, destaca-se que os picos de respostas aconteceram por volta das 9h30 e às 20h00. Este resultado permite-me dizer que é provável que o inquérito tenha sido ou a primeira tarefa do dia de alguns trabalhadores ou a última. Ao nível da evolução semanal das respostas, o pico foi sexta-feira. Este dado pode ser justificado pelo facto de o inquérito ter sido aplicado numa semana em que muitos colaboradores regressavam de férias do período de Verão. Quanto ao tempo de resposta a cada uma das questões, as perguntas 2, 19, 36 e 38 foram as que exigiram mais tempo de resposta por parte dos inquiridos (Ver Anexo II)

No que concerne à utilização da Internet, apenas uma ínfima parte dos inquiridos (1,5%) não tem acesso à Internet em casa e uma fatia ainda mais ínfima (0,7%) não usa permanentemente a Internet no local de trabalho. Tendo em conta o período diário de trabalho, o tempo de utilização da Internet para fins profissionais é de 1 a 2 horas para 33% dos inquiridos e de 3 a 5 horas para 23,5%. No que respeita à utilização da Internet para fins pessoais, 56,6% dos inquiridos diz utilizar este meio de comunicação durante menos de 1 hora e 36,8% utilizam entre 1 e 2 horas. Depois da utilização da Internet para fins pessoais, o tempo de regresso ao trabalho é, em 50,7% dos casos, de menos de 5 minutos e para 27,2% dos inquiridos entre 5 e 15 minutos.⁴ A análise destes dados revela que os inquiridos começaram por responder ao questionário de forma porventura indiciadora da imagem “correcta” que querem fazer passar contrastando com as respostas dadas na segunda e terceira fases do questionário, como veremos mais adiante.

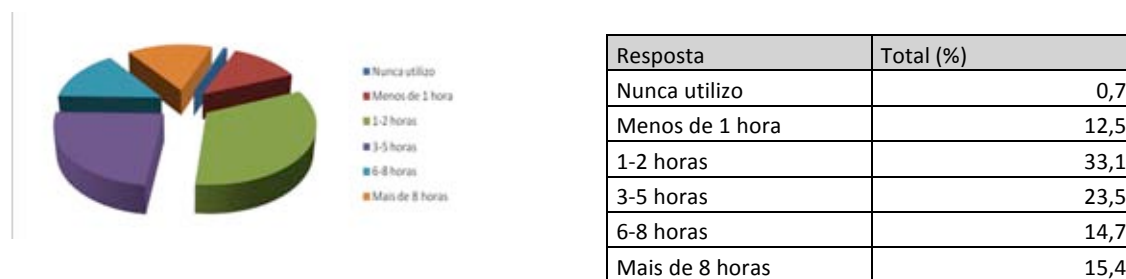


Tabela II – Tempo utilizado para utilização da Internet para fins profissionais, por dia e em média. Gráfico ilustrativo.

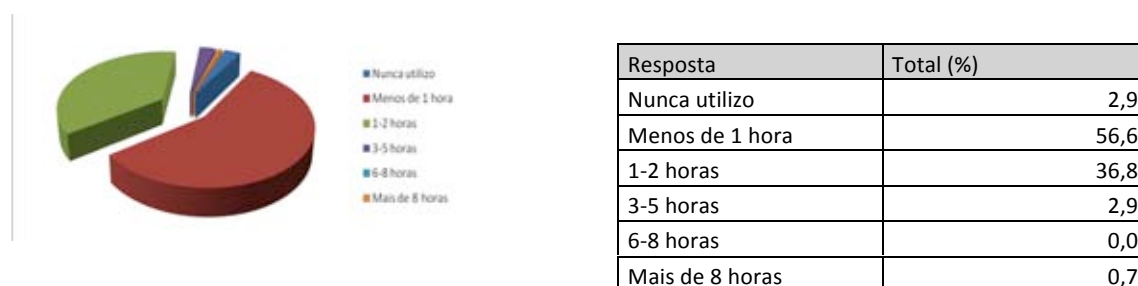
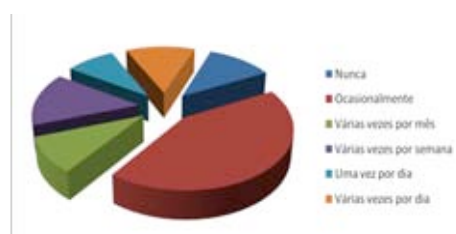


Tabela III – Tempo utilizado para utilização da Internet para fins pessoais, por dia e em média. Gráfico ilustrativo.

Esta segunda parte – Actividades na Internet - é inteiramente dedicada às actividades na Internet permitindo que se faça uma análise das tarefas mais levadas a cabo durante o período de trabalho e aquando de um comportamento de *Cyberloafing*. Assim, a actividade que mais

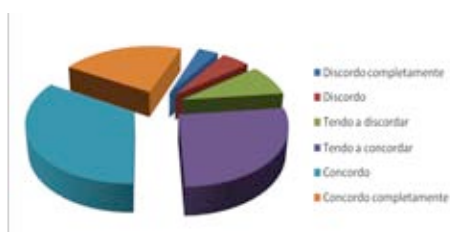
inquiridos assumem praticar durante o período de trabalho é a consulta do e-mail pessoal – 31,6% admite fazê-lo várias vezes por dia e 15,4% apenas uma vez por dia. Esta actividade acaba por englobar inúmeras outras actividades dado o panorama geral de marketing empresarial que hoje em dia se faz através do e-mail. Para além de consultar e-mails pessoais, os inquiridos podem considerar a leitura de *newsletters* dos mais variados temas incluindo resumos de publicações noticiosas, catálogos *online* ou promoções diárias de vários sectores empresariais. Esta consideração é notória uma vez que no que respeita à utilização do e-mail com uma postura activa – desempenhando actividades como enviar e-mails para além de apenas os ler – 42,6% dos inquiridos enviam e-mails pessoais ocasionalmente e 11,8% nunca enviam.



Resposta	Total (%)
Nunca	11,8
Ocasionalmente	42,6
Várias vezes por mês	9,6
Várias vezes por semana	14,7
Uma vez por dia	8,8
Várias vezes por dia	12,5

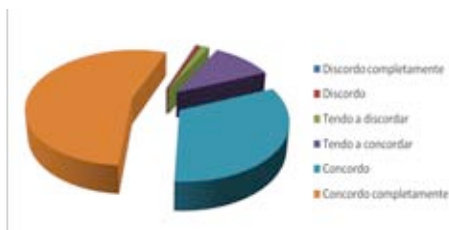
Tabela IV – Actividades na Internet – Enviar e-mails. Gráfico ilustrativo.

Numa terceira fase denominada por “Impactos da utilização da Internet no trabalho”, o questionário aplicado procura averiguar a opinião dos inquiridos sobre a utilização da Internet no local de trabalho bem como sobre o *Cyberloafing*. Neste âmbito, e considerando os valores mais significativos, para os inquiridos, é unânime que a Internet torna o trabalho mais interessante, que ajuda a resolver questões práticas relacionadas com o trabalho, que torna os trabalhadores mais eficientes e que ajuda a lidar com problemas de trabalho.



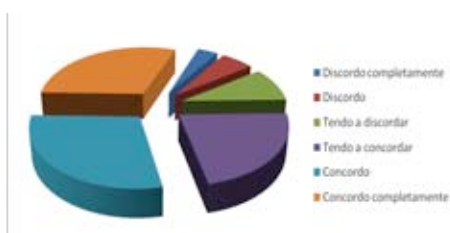
Resposta	Total (%)
Discordo completamente	3,7
Discordo	5,1
Tendo a discordar	8,8
Tendo a concordar	26,5
Concordo	33,8
Concordo completamente	22,1

Tabela V – A Internet torna o trabalho mais interessante. Gráfico ilustrativo.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	0,0
Discordo	0,7
Tendo a discordar	1,5
Tendo a concordar	11,0
Concordo	32,4
Concordo completamente	54,4

Tabela VI – A Internet ajuda-me a resolver questões práticas relacionadas com o trabalho. Gráfico ilustrativo.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	3,7
Discordo	5,9
Tendo a discordar	9,6
Tendo a concordar	22,1
Concordo	28,7
Concordo completamente	30,1

Tabela VII – A Internet ajuda-me a lidar com os problemas de trabalho. Gráfico ilustrativo.

Quando, no decorrer do inquérito, são colocadas questões mais evidentes sobre a utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho, é notória uma aproximação da média de respostas para os campos correspondentes às opções de resposta “tendo a discordar” e “tendo a concordar”. Este fenómeno pode dever-se ao facto de a pergunta ser demasiado abrangente mas também ao refúgio da opinião dos inquiridos não assumindo uma posição clara/de extremos.

O mesmo acontece nas respostas à questão de saber se o *Cyberloafing* se encaixa ou não num comportamento desviante. Aqui, há novamente um refúgio na escala aplicada centrando-se a maior parte das respostas entre as hipóteses de resposta “tendo a discordar” - 25,7% dos inquiridos – e “tendo a concordar” - 30,1% dos inquiridos. Estes valores são consistentes com os resultados obtidos no estudo de Lim e Teo (2005), nomeadamente no que respeita ao recurso ao *Cyberloafing* para reduzir o stress e ao facto de não se considerar o *Cyberloafing* um comportamento disruptivo.

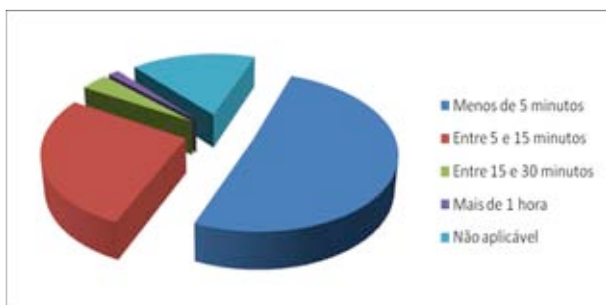
Neste seguimento, é fundamental recorrer às hipóteses inicialmente definidas com o objectivo de encontrar nos dados recolhidos respostas para as mesmas.

A primeira hipótese colocada tinha como objectivo perceber se, na opinião dos inquiridos, o *Cyberloafing* é, ou não, percebida como prejudicial para si próprio fazendo com que deixe de cumprir as suas obrigações. A análise dos dados revela que, a maioria dos inquiridos (91,2%), acha que a Internet não tira tempo que deviam estar a utilizar para trabalhar e que não prejudica o cumprimento de obrigações. O cruzamento de dados entre as respostas que correspondiam às permissas “A Internet tira-me tempo que devia utilizar para trabalhar” e “A Internet prejudica o meu trabalho tornando-me incapaz de cumprir as minhas obrigações” que constavam no inquérito aplicado permite perceber que os inquiridos consideram que a Internet não prejudica o seu trabalho no que respeita à gestão do tempo. Deste modo e com base nos dados recolhidos e evidenciados na Tabela VIII, a hipótese parece ser validada.

	A Internet tira-me tempo que devia utilizar para trabalhar		
A Internet prejudica o cumprimento de obrigações	Discordam em geral (%)	Concordam em geral (%)	Total Geral (%)
Discordam em geral (%)	91,2	5,9	97,1
Concordam em geral (%)		2,9	2,9
Total Geral (%)	91,2	8,8	100

Tabela VIII – Cruzamento das respostas às questões “A Internet tira-me tempo que devia utilizar para trabalhar” e “A Internet prejudica o meu trabalho tornando-me incapaz de cumprir as minhas obrigações”.

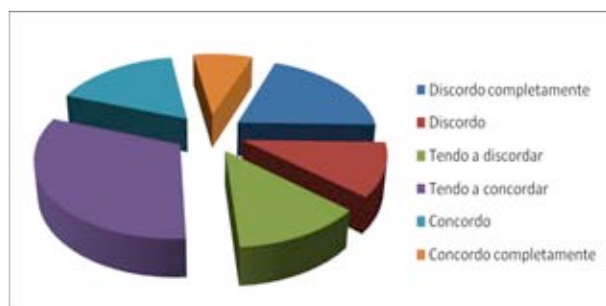
No que respeita à segunda hipótese, pretendia verificar-se se o *Cyberloafing* é visto como um momento de escape pelo que os indivíduos não demoram mais de 15 minutos a voltar ao trabalho. Neste sentido, e considerando que existe um “tempo de latência” durante o qual os indivíduos transitam do *Cyberloafing* para as tarefas de trabalho, é relevante focar que esse tempo representativo do re-alcance da concentração para trabalhar é, na grande parte dos casos, menos de 15 minutos como é evidenciado na Tabela IX.



Resposta	Total (%)
Menos de 5 minutos	50,7
Entre 5 e 15 minutos	27,2
Entre 15 e 30 minutos	3,7
Mais de 1 hora	1,5
Não aplicável	16,9

Tabela IX – Distribuição das respostas à questão “Quando utiliza a Internet para fins pessoais, quanto tempo demora a voltar ao trabalho?” e respectivo gráfico ilustrativo.

No mesmo âmbito de análise, é relevante verificar se os indivíduos consideram se a Internet é um momento de escape/descontração. Quase 50% das respostas se encontram num polo positivo na validação da premissa estão evidentes na Tabela X.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	19,9
Discordo	11
Tendo a discordar	12,5
Tendo a concordar	31,6
Concordo	16,9
Concordo completamente	8,1

Tabela X – Distribuição das respostas à questão “A Internet descontrai-me proporcionando-me uma pausa para, depois, voltar ao trabalho” e respectivo gráfico ilustrativo.

Recorrendo à estatística descritiva dos dados, verifica-se que, em geral (78%) dos inquiridos demoram menos de 15 minutos a voltar ao trabalho depois de uma pausa para utilizar a Internet para fins pessoais.⁵ Destes inquiridos, 50%⁶ concordam que uma pausa no trabalho utilizando a Internet é um momento de descontração pelo que a hipótese desenhada inicialmente é verificada na realidade em análise.

⁵ 78% é igual à soma dos inquiridos que fazem Cyberloafing durante “menos de 5 minutos” e dos que fazem durante “5 e 15 minutos” independentemente de concordarem ou discordarem da premissa “O Cyberloafing é uma pausa para, depois, voltar ao trabalho”.

⁶ 50% é igual à soma dos inquiridos que demoram menos de 15 minutos a voltar ao trabalho depois de Cyberloafing e que consideram que o Cyberloafing é uma pausa para voltar ao trabalho (30,9+19,1=50%).

Tempo que demora a voltar ao trabalho depois de fazer <i>Cyberloafing</i>	O <i>Cyberloafing</i> é uma pausa para voltar ao trabalho		
	Discordam em geral (%)	Concordam em geral (%)	Total Geral (%)
1) Menos de 5 minutos	19,9	30,9	50,7
2) Entre 5 e 15 minutos	8,1	19,1	27,2
3) Entre 15 e 30 minutos	1,5	2,2	3,7
4) Mais de 1 hora	0,7	0,7	1,5
5) Não aplicável	13,2	3,7	16,9
Total Geral	43,3	56,6	100

Tabela XI – Cruzamento de dados relativos ao tempo de *Cyberloafing* e à concordância de que o *Cyberloafing* é uma pausa para depois voltar ao trabalho

A terceira hipótese pressupunha que o *Cyberloafing* é mais frequente em pessoas que se encontram na base da pirâmide hierárquica das organizações. Recorrendo aos dados obtidos através do inquérito aplicados evidentes na Tabela XII, verifica-se que a amostra é maioritariamente representada por quadros superiores não tendo uma distribuição equivalente à realidade da empresa. Neste sentido, esta hipótese não poderá ser testada uma vez que as respostas são maioritariamente dadas por colaboradores dos quadros superiores, não me permitindo analisar esta hipótese uma vez que a amostra não é uniforme na sua distribuição por cargos hierárquicos.

<u>Cargo</u>	Total (%)
Administrador	5,9
Director Senior	19,1
Director	47,8
Chefe de Equipa/ Consultor	5,9
Técnico/ Analista	12,5
Administrativo	8,8

Tabela XIII – Cargo hierárquico ocupado pelos inquiridos.

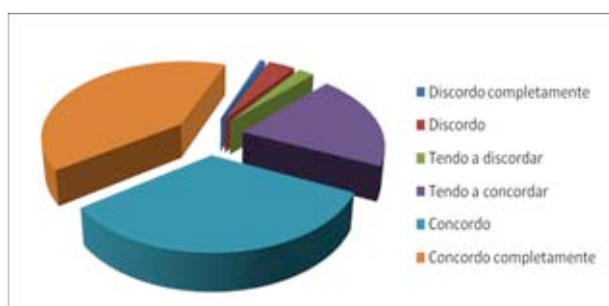
No que respeita ao teste da quarta hipótese, procura-se perceber se existem diferenças ao nível do género no que respeita ao tempo de utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho. Esta quarta hipótese sugere que os homens são mais *Cyberloafers* que as mulheres. A tabela XIV evidencia que, não especificando o tempo de *Cyberloafing*, os homens utilizam mais a Internet para fins pessoais do que as mulheres – 60,3% e 40,0% respectivamente. Pode verificar-se, na mesma tabela, que a maioria dos inquiridos não faz *Cyberloafing* mais de 2 horas por dia (56,6% praticam *Cyberloafing* menos de 1 hora por dia e 36,8% utilizam a Internet para fins pessoais entre 1 a 2 horas).

	Tempo de <i>Cyberloafing</i> (%)					
Sexo (%)	1) Nunca Utilizo	2) Menos de 1 hora	3) 1-2 horas	4)3-5 horas	6) Mais de 8h	Total Geral
Feminino	1,5	27,2	10,3	0	0,7	39,7
Masculino	1,5	29,4	26,5	2,9	0	60,3
Total Geral	3	56,6	36,8	2,9	0,7	100

Tabela XIV – Cruzamento de dados relativos ao sexo dos indivíduos e ao tempo de *Cyberloafing*.

A quinta, e última, hipótese prevê que o *Cyberloafing* é visto como um comportamento negativo mas que, mesmo assim, todos os colaboradores utilizam a Internet para fins pessoais. Numa primeira fase, e com base em *inputs* metodológicos testados pelos autores referenciados anteriormente (Lim e Teo, 2005; Lim e Chen, 2009), questionaram-se os inquiridos com o intuito de perceber se estes encaram o *Cyberloafing* com benevolência considerando-o um comportamento enriquecedor ou se, pelo contrário, consideram ser um comportamento nefasto.

Neste sentido, foi considerado relevante questionar aos inquiridos quanto à relação entre a sua eficiência e a utilização da Internet. Os resultados abaixo descritos revelam que, no geral⁷, 93,4% dos inquiridos concorda que a Internet os torna mais eficientes no trabalho.

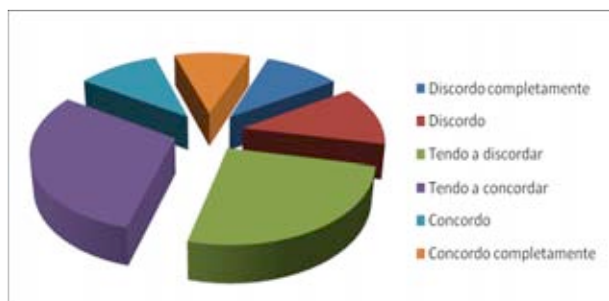


Resposta	Total (%)
Discordo completamente	0,7
Discordo	3,7
Tendo a discordar	2,2
Tendo a concordar	19,9
Concordo	33,1
Concordo completamente	40,4

Tabela XV - Distribuição das respostas à questão “A Internet torna-me um trabalhador mais eficiente” e respectivo gráfico ilustrativo.

⁷ A referência geral aos inquiridos que concordam resulta da soma dos inquiridos que “tendem a concordar”, “concordam” ou “concordam completamente” com a afirmação.

No mesmo âmbito de teste da quinta hipótese, é também relevante verificar os dados resultantes da estatística descritiva da premissa “A utilização para fins pessoais no local de trabalho tornou-se regra e não excepção”.

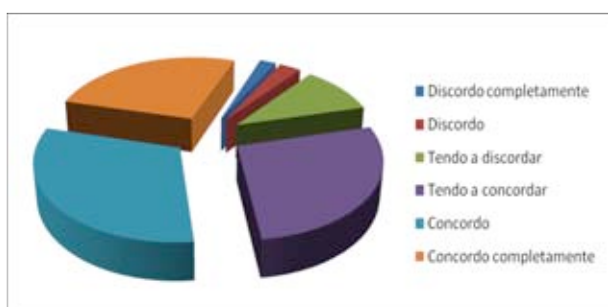


Resposta	Total (%)
Discordo completamente	14,7
Discordo	16,9
Tendo a discordar	16,9
Tendo a concordar	25,7
Concordo	19,1
Concordo completamente	6,6

Tabela XVI - Distribuição das respostas à questão “A utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho tornou-se regra e não excepção” e respectivo gráfico ilustrativo.

Com base nos dados acima mencionados, conclui-se a maioria dos inquiridos considera que a utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho é, hoje, uma regra e não uma excepção – 51%.⁸

Por conseguinte, é relevante considerar se, na opinião dos inquiridos quanto ao facto hipotético de a Internet prejudicar alguém, seja o próprio ou a empresa onde trabalha. Para tal, revelam-se abaixo os dados resultantes da análise à pergunta correspondente.



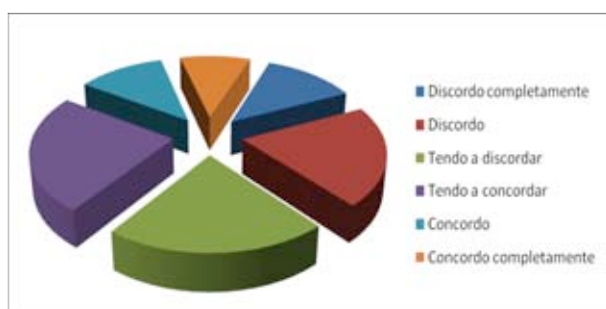
Resposta	Total (%)
Discordo completamente	2,2
Discordo	2,9
Tendo a discordar	10,3
Tendo a concordar	27,2
Concordo	30,9
Concordo completamente	26,5

Tabela XVII - Distribuição das respostas à questão “Utilizar a Internet no local de trabalho, para fins pessoais, durante poucos minutos não prejudica ninguém.” e respectivo gráfico ilustrativo.

⁸ Idem

No que concerne à questão acima descrita, pode considerar-se que, no geral⁹, 84,6% dos inquiridos concorda que fazer *Cyberloafing* durante um curto período de tempo não prejudica ninguém. As respostas a esta questão revelam uma significativa benevolência no que respeita à percepção do *Cyberloafing* e esta consideração é tanto mais relevante por se verificar uma predominância de quadros superiores na amostra em análise.

Neste sentido, é pertinente entender as percepções dos inquiridos no que respeita ao *Cyberloafing* pelo que é fundamental aproximar este fenómeno da linguagem corrente dos inquiridos. No caso que se segue, associa-se a expressão da língua portuguesa “não fazer mal” ao fenómeno do *Cyberloafing* tentando simplificar a questão e procurando uma percepção mais evidente por parte da amostra. Os resultados estão evidenciados na tabela abaixo (Tabela XVIII).



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	12,5
Discordo	20,6
Tendo a discordar	21,3
Tendo a concordar	24,3
Concordo	11,8
Concordo completamente	9,6

Tabela XVIII - Distribuição das respostas à questão “Utilizar a Internet para fins pessoais durante as horas de trabalho não faz mal.” e respectivo gráfico ilustrativo.

A análise das respostas à questão descrita na Tabela XI vem balançar a benevolência mais evidente na questão “Utilizar a Internet no local de trabalho, para fins pessoais, durante poucos minutos não prejudica ninguém” e, deste modo, pode concluir-se que o factor tempo, ou seja, o tempo em que o indivíduo faz *Cyberloafing* é importante para a caracterização da percepção dos inquiridos no que respeita a este fenómeno. Quando não é mencionado o factor tempo, como acontece nesta questão, as opiniões vão-se dividindo entre as opções de resposta “tendo a discordar”, “tendo a concordar” e “concordo”. Noutro ângulo de análise, pode também considerar-se uma desvantagem a abrangência da questão aplicada sendo consequência do tipo de pergunta uma utilização abrangente de toda a escala com refúgio no centro da mesma.

⁹ Ibidem

Passando a análise da quinta hipótese recorrendo ao cruzamento de dados obtidos através de uma pergunta constituída pela permissa “O *Cyberloafing* não faz mal” e por outra que procurava saber se “O *Cyberloafing* é regra e não excepção” construiu-se a seguinte tabela.

	O <i>Cyberloafing</i> não faz mal		
O <i>Cyberloafing</i> é uma regra e não uma excepção	Discordam em geral (%)	Concordam em geral (%)	Total Geral (%)
Discordam em geral (%)	33,8	14,7	48,5
Concordam em geral (%)	20,6	30,9	51,5
Total Geral (%)	54	45,6	100

Tabela XIX – Cruzamento de dados das respostas a duas questões do questionário aplicado no âmbito do teste da quinta hipótese.

Com base na tabela XIX pode verificar-se que, mesmo não representando uma maioria significativa, é mais comum que os inquiridos vejam o *Cyberloafing* como regra no dia-a-dia de trabalho (e não como excepção) achando, também, num sentido abrangente que o *Cyberloafing* não é entendido como prejudicial (54%). A restante percentagem de inquiridos (45,6%) considera que o *Cyberloafing* é um comportamento excepcional e que as pessoas o utilizam ocasionalmente e não regularmente bem como consideram que este fenómeno é nefasto para o dia-a-dia de trabalho.

Capítulo IV - Conclusões

Estudar o *Cyberloafing* não é apenas analisar a utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho. Estudar o *Cyberloafing* é mais do que saber o que as pessoas fazem em frente ao computador durante o período de trabalho.

Para muitas empresas, quer em Portugal e nos países onde o *Cyberloafing* foi estudado e aqui revisitado através da revisão bibliográfica, os comportamentos dos seus colaboradores no que respeita à utilização da Internet para fins pessoais durante o período de trabalho representa uma área cinzenta por onde tendem a não entrar mesmo quando se trata da Gestão de Recursos Humanos.

A análise da realidade portuguesa, no que respeita ao fenómeno estudado, é uma mais valia para as organizações que pretendem melhor rentabilizar os seus recursos humanos. Quanto às percepções relativamente ao *Cyberloafing*, por parte dos inquiridos, conclui-se que este fenómeno é visto como um comportamento habitual no local de trabalho sendo que os inquiridos não o consideram como prejudicial ao seu próprio trabalho.

A presente análise desviou-se, propositadamente, do controlo das actividades levadas a cabo pelos *Cyberloafers*, tendo-se focalizado nos impactos deste fenómeno, bem como nas percepções dos indivíduos sobre o mesmo.

Neste sentido, concluo que os resultados obtidos revelam uma significativa benevolência na abordagem ao *Cyberloafing* sendo que, numa primeira fase, uma parte representativa dos inquiridos desconsidera a hipótese de a utilização da Internet ser prejudicial para si próprios no sentido de que não compromete o cumprimento das suas obrigações e/ou tarefas. Desta forma, o *Cyberloafing* é considerado um fenómeno frequente e aceitável como um momento de pausa desde que o período de latência entre o *Cyberloafing* e o regresso ao trabalho com a devida concentração não seja superior a 15 minutos.

Estes resultados não são consistentes com a generalidade da bibliografia consultada e a justificação para a discrepância no que respeita às opiniões dos inquiridos pode dever-se a factores como as diferenças culturais ou mesmo com uma percepção eventual de falta de confidencialidade aquando do preenchimento do inquérito.

O conhecimento no que respeita à frequência e às características das actividades de *Cyberloafing* bem como, no extremo do contexto, o conhecimento do uso abusivo da Internet da entidade patronal, permitem que se leve a cabo uma melhor Gestão de Recursos Humanos conseguindo um equilíbrio entre o trabalho e o *minor Cyberloafing* e um afastamento do *serious Cyberloafing* (Blachard e Henle, 2008).

Os dias de hoje são marcados por profissões stressantes com altos níveis de responsabilidade e com a necessidade de responder a necessidades e objectivos em *timings* exigentes. Neste contexto de trabalho, a Internet, materializada na visualização de um vídeo no *Youtube* ou a leitura de uma notícia *online*, pode representar uma pausa importante para a gestão do stress dos indivíduos, fazendo com que se desliguem momentaneamente do trabalho, e a ele regressem depois dessa pausa sem ter de sair do seu lugar.

4.1. Limitações e Recomendações para Trabalhos Futuros

O *Cyberloafing* é tido como um tema de abordagem sensível no âmbito organizacional mas se, por um lado, as entidades patronais não pretendem abordar esta temática não chamando a atenção dos colaboradores para o tema, por outro, é deveras importante que conheçam as actividades dos seus colaboradores garantindo a conservação dos níveis de produtividade dos mesmos. Dada esta questão, na grande parte dos casos, as empresas optam por bloquear o acesso a sites de entretenimento ou que sejam passíveis de *Cyberloafing*.

Neste contexto, foi deveras moroso obter uma autorização para a aplicação do inquérito uma vez que, em muitos dos casos, é política da Gestão de Recursos Humanos não abordar os colaboradores com este tema temendo que se banalize a utilização da Internet para fins pessoais ou, apenas, que se aborde o assunto gerando conversas internas.

Assim, encontrar uma empresa com utilização plena da Internet (sem restrições) e que autorizasse a aplicação do inquérito foi um processo exigente e de persistência, que acabou por afectar o tempo útil para a análise dos dados. Neste âmbito, e no que respeita à aplicação do inquérito, algumas questões aplicadas em estudos realizados por autores referenciados, como Vivien Lim, foram excluídas do inquérito inicialmente construído, a pedido da própria empresa que não via como positivo abordar os colaboradores para determinadas questões. Todo este processo fez com que se prorrogasse, num tempo consideravelmente penalizador, a

aplicação do questionário não tendo sido possível ter o inquérito *online* mais de 8 dias e, por conseguinte, tendo recebido apenas 136 respostas.

No que concerne à bibliografia, esta é uma temática relativamente recente no panorama científico e, tendo em conta a pesquisa bibliográfica elaborada, nenhum estudo foi realizado em Portugal sobre esta temática. Assim, inviabiliza-se a consideração de um termo de comparação numa realidade culturalmente semelhante à realidade portuguesa realçando que uma parte significativa da revisão bibliográfica tem os países asiáticos como objecto de estudo países asiáticos.

Em termos metodológicos, o presente estudo representa um estudo de caso não sendo, por isso, possível fazer generalizações no que respeita ao fenómeno do *Cyberloafing*. Assim, este estudo visa contribuir para um maior conhecimento de uma realidade ainda não estudada em Portugal.

A análise do *Cyberloafing* tem um impacto directo na produtividade dos colaboradores e representava um tópico de análise valorativo neste contexto. Não foi levada a cabo uma abordagem ao nível da produtividade dada a complexidade em conseguirmos avaliá-la correctamente bem como devido à limitação temporal subjacente. Assim, é uma recomendação para futuros trabalhos de investigação a relação entre o fenómeno do *Cyberloafing* e a produtividade.

Bibliografia

ABREU, C.; Pausas para surfar na Net aumentam a produtividade. Jornal Expresso, 2 de Abril de 2009. Disponível em: <http://aeiou.espresso.pt/pausas-para-surfar-na-net-aumentam-produtividade=f506856#ixzz1ZHoOJ6h5>, 16 de Setembro

ANANDARAJAN, M. (2002). *Internet abuse in the workplace*, Communications of the ACM 45 (1): 53-54.

BELANGER, FRANCE (2002). *Abuse or learning?*, Communications of the ACM (0001-0782), 45(1): 64.

Bureau of Labor Statistics (2003); Computer and Internet Use At Work In 2003. News United States Department of Labor. Washington, D.C. 20212. Disponível em <http://www.bls.gov/news.release/ciuaw.toc.htm>, acessado em 15/09/2011.

BLANCHARD, A.; HENLE, C. (2008a). *Correlates of different forms of Cyberloafing: The role of norms and external locus of control*. Computers and Human Behaviour 24: 1067-1084.

BLANCHARD, A.; HENLE, C. (2008b). *The Interaction of Work Stressors and Organizational Sanctions on Cyberloafing*. Journal of Managerial Issues; 2008: 383-400.

CHEN, V. J.; CHEN, C. C.; YANG, Hsiao-Han (2007). *An Empirical Evaluation of Key Factors Contributing to Internet Abuse in the Workplace*. Emerald Group Publishing Limited: 94.

CHOU, Chen-Huei; SINHA, Atish P.; ZHAO, Huimin (2008). *A text Mining Approach to Internet Abuse Detection*. Inf Syst E-Bus Manage 6: 419-439.

DULK, J.; MATBESON, Ken (1994). *The Need for Flexible Technologies*. CMA Magazine, October: 9-12.

FERRARI, J., JOHNSON, J., & McCOWN, W. (1995). *Procrastination and task avoidance: Theory, research and practice*. New York: Plenum Press.

GRENSING-POPHAL, L. (2006), Glad to see you go: the benefits of employee turnover. p. 28. In: <http://library.athabasca.ca/drr/download.php?filename=mais/Final%20Project%20-%20July%2019.pdf>

Instituto Nacional de Estatística (2009/2010); Base de dados – Proporção de empresas com 10 e mais pessoas ao serviço com presença na Internet (%) por Actividade económica (Secção - CAE Rev. 3); Disponível em: www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgig=ine_indicadores&indOcorrCod=0002979&contexto=bd&selTab=tab2, acessado a 28/10/2011.

- KNAUS, W. (1973). *Overcoming Procrastination*. Rational Living. 8: 2-7.
- LAY, C. (1986). *At last, my research article on procrastination*. Journal of Research in Personality. 20: 474-495.
- Lim, V.K.G., Teo, T.S.H., & Loo, G.L. (2002). *How do I loaf here? Let me count the ways*. *Communications of the ACM*, 45, 66-70
- LIM, V. K. G. and Chen, Don J. Q. (2009) *Cyberloafing at the workplace: gain or drain on work?*, Behaviour & Information Technology, first published on: 11 November 2009.
- LIM, V. K. G. & Teo, T. S. H. (2006) *Cyberloafing and organizational justice: The moderating role of neutralization technique in The Internet and Workplace transformation*. A.Murugan, T. S. H. Teo, C. Simmers (Eds.). pp 241-258. Sharpe Inc. Armonk: New York.
- LIM, V. K. G. & Teo, T. S. H. (2005). *Prevalence, perceived seriousness, justification and regulation of Cyberloafing in Singapore. An exploratory study*. Information and Management 42: 1081-1093.
- MILGRAM, N., & Mowrer, G. (1993). *Correlates of academic procrastination*. Journal of School Psychology. 31: 487-500.
- NEWS (2003), United States Department of Labor.

Anexos

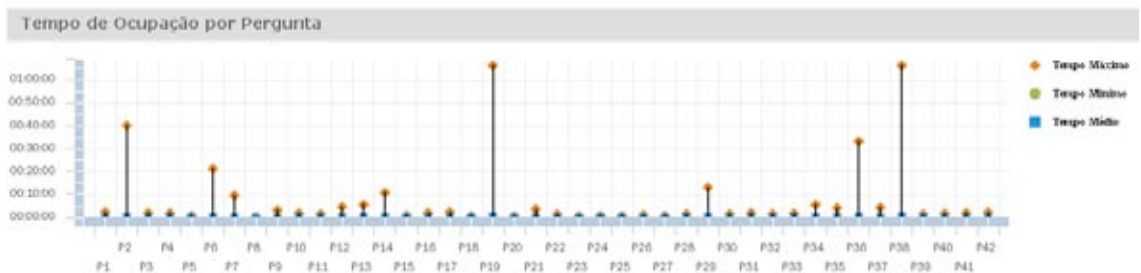
Anexo I

Dados do Instituto Nacional de Estatística (2009 e 2010) - Proporção de empresas com 10 e mais pessoas ao serviço com presença na Internet (%) por Actividade económica (Secção - CAE Rev. 3); Anual - INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas.

Período de referência dos dados	Actividade económica (Secção - CAE Rev. 3)	Proporção de empresas com 10 e mais pessoas ao serviço com presença na Internet (%) por Actividade económica (Secção - CAE Rev. 3); Anual	
		Localização geográfica	
		Portugal	
		%	
2010	Total		52,1
	Indústrias transformadoras		48,3
	Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio. Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição		77,9
	Construção		36,7
	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos		60,5
	Transportes e armazenagem		53,2
	Alojamento, restauração e similares		44,9
	Actividades de informação e de comunicação		93,7
	Actividades financeiras e de seguros (grupos/classes 64.19, 64.92, 65.1, 65.2, 66.12, 66.19)		95,7
	Actividades imobiliárias		73,2
	Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (divisão 69-74)		70,3
	Actividades administrativas e dos serviços de apoio		72,7
Outras actividades de serviços (grupo 95.1)		87,0	
2009	Total		47,3
	Indústrias transformadoras		41,8
	Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio. Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição		65,3
	Construção		29,4
	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos		56,7
	Transportes e armazenagem		56,6
	Alojamento, restauração e similares		41,7
	Actividades de informação e de comunicação		94,8
	Actividades financeiras e de seguros (grupos/classes 64.19, 64.92, 65.1, 65.2, 66.12, 66.19)		100,0
	Actividades imobiliárias		74,9
	Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (divisão 69-74)		77,2
	Actividades administrativas e dos serviços de apoio		63,2
Outras actividades de serviços (grupo 95.1)		x	

Anexo II

Monitorização de respostas ao inquérito aplicado no contexto do presente estudo.



Anexo III

Inquérito aplicado no âmbito do presente estudo e respectivos gráficos de análise por pergunta.

Enquadramento

P1 – Sexo

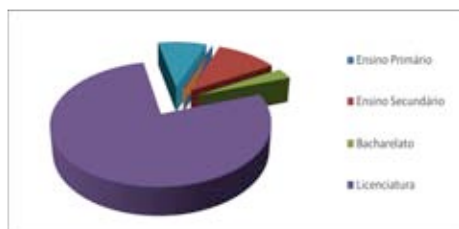


Resposta	Total (%)
F	40
M	60

P2 – Idade

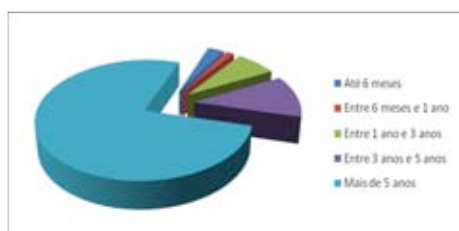
Idade mínima	24 anos
Idade máxima	50 anos
Média de Idades	37,20 anos

P3 - Habilitações Literárias



Resposta	Total (%)
Ensino Primário	0
Ensino Secundário	11,0
Bacharelato	2,9
Licenciatura	77,2
Mestrado	8,9
Doutoramento/Pós Doutoramento	0

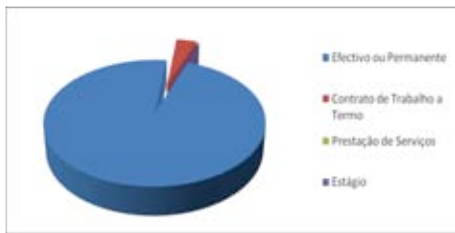
P4 - Há quanto tempo trabalha nesta organização?



Resposta	Total (%)
Até 6 meses	2,9
Entre 6 meses e 1 ano	1,5
Entre 1 ano e 3 anos	7,4
Entre 3 anos e 5 anos	11,8
Mais de 5 anos	76,5

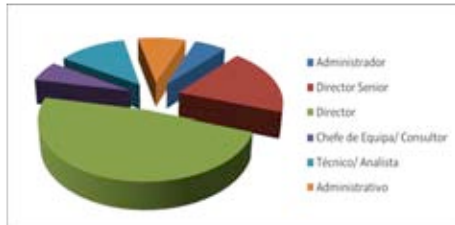
P5 - Que tipo de vínculo tem com a organização onde trabalha?

Resposta	Total (%)
Efectivo ou Permanente	96,3



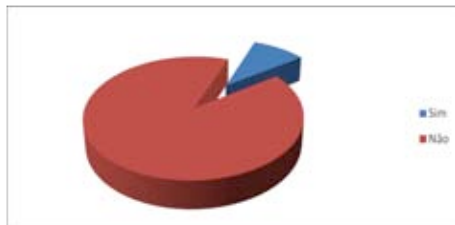
Contrato de Trabalho a Termo	3,7
Prestação de Serviços	0
Estágio	0

P6 - Que cargo ocupa na organização onde trabalha?



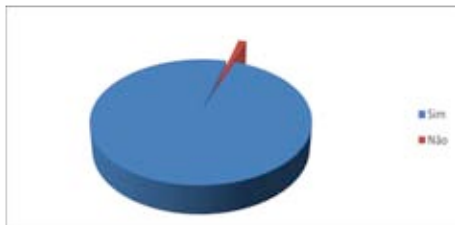
Resposta	Total (%)
Administrador	5,9
Director Senior	19,1
Director	47,8
Chefe de Equipa/ Consultor	5,9
Técnico/ Analista	12,5
Administrativo	8,8

P7 - Neste momento está a estudar ou a realizar algum tipo de formação?



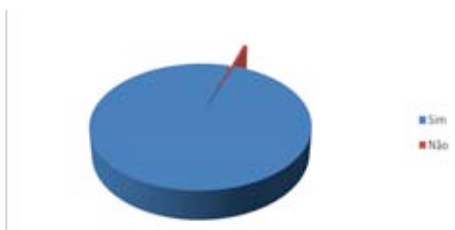
Resposta	Total (%)
Sim	9,6
Não	90,4

P8 - Tem acesso à Internet em casa?



Resposta	Total (%)
Sim	98,5
Não	1,5

P9 – Tem acesso permanente à Internet no seu local de trabalho?



Resposta	Total (%)
Sim	99,3
Não	0,7

P10 – Quanto tempo, por dia e em média, utiliza a Internet para fins de trabalho?

Resposta	Total (%)
Nunca utilizo	0,7
Menos de 1 hora	12,5



1-2 horas	33,1
3-5 horas	23,5
6-8 horas	14,7
Mais de 8 horas	15,4

P11 - Quanto tempo, por dia e em média, utiliza a Internet para fins pessoais?



Resposta	Total (%)
Nunca utilizo	2,9
Menos de 1 hora	56,6
1-2 horas	36,8
3-5 horas	2,9
6-8 horas	0,0
Mais de 8 horas	0,7

P12 – Quando utiliza a Internet para fins pessoais, quanto tempo demora a voltar ao trabalho?



Resposta	Total (%)
Menos de 5 minutos	50,7
Entre 5 e 15 minutos	27,2
Entre 15 e 30 minutos	3,7
Mais de 1 hora	1,5
Não aplicável	16,9

Actividades na Internet

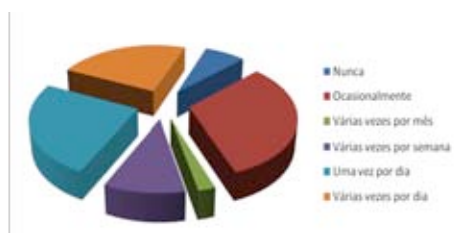
P13 - Consultar (ler) o e-mail pessoal



Resposta	Total (%)
Nunca	12,5
Ocasionalmente	31,6
Várias vezes por mês	4,4
Várias vezes por semana	4,4
Uma vez por dia	15,4
Várias vezes por dia	31,6

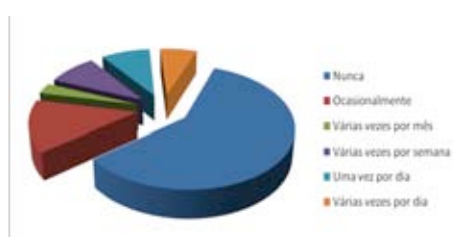
Resposta	Total (%)
Nunca	7,4

P14 - Consulta de Sites noticiosos



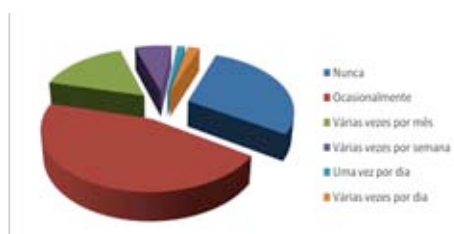
Ocasionalmente	31,6
Várias vezes por mês	2,2
Várias vezes por semana	10,3
Uma vez por dia	25,0
Várias vezes por dia	23,5

P15 - Atividades na Internet



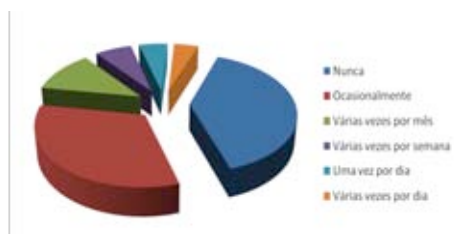
Resposta	Total (%)
Nunca	58,8
Ocasionalmente	14,0
Várias vezes por mês	2,9
Várias vezes por semana	8,8
Uma vez por dia	8,8
Várias vezes por dia	6,6

P16 - Consulta de sites de entretenimento (viagens, blogs, etc)



Resposta	Total (%)
Nunca	28,7
Ocasionalmente	44,9
Várias vezes por mês	16,2
Várias vezes por semana	6,6
Uma vez por dia	1,5
Várias vezes por dia	2,2

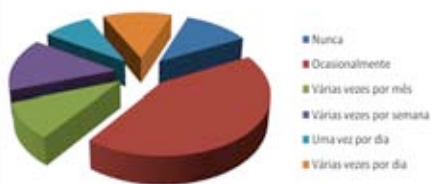
P17 – Interagir nas redes sociais (Youtube, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc)



Resposta	Total (%)
Nunca	39,7
Ocasionalmente	32,4
Várias vezes por mês	11,8
Várias vezes por semana	6,6
Uma vez por dia	5,1
Várias vezes por dia	4,4

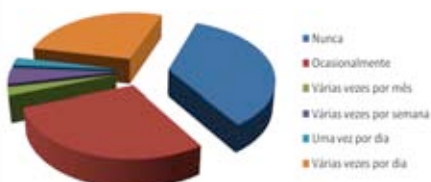
P18 – Enviar e-mails pessoais

Resposta	Total (%)
Nunca	11,8



Ocasionalmente	42,6
Várias vezes por mês	9,6
Várias vezes por semana	14,7
Uma vez por dia	8,8
Várias vezes por dia	12,5

P19 – Chat/ Mensagens Instantâneas



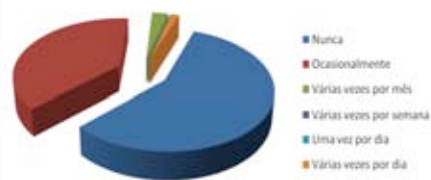
Resposta	Total (%)
Nunca	35,3
Ocasionalmente	28,7
Várias vezes por mês	2,2
Várias vezes por semana	4,4
Uma vez por dia	2,2
Várias vezes por dia	2,2

P20 – Home banking



Resposta	Total (%)
Nunca	8,8
Ocasionalmente	35,7
Várias vezes por mês	21,3
Várias vezes por semana	16,2
Uma vez por dia	14,0
Várias vezes por dia	2,2

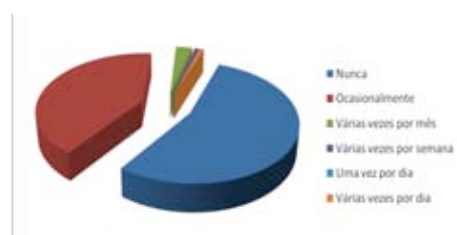
P21 – Fazer downloads de informação não relacionada com o trabalho



Resposta	Total (%)
Nunca	57,4
Ocasionalmente	38,2
Várias vezes por mês	2,9
Várias vezes por semana	0,0
Uma vez por dia	0,0
Várias vezes por dia	1,5

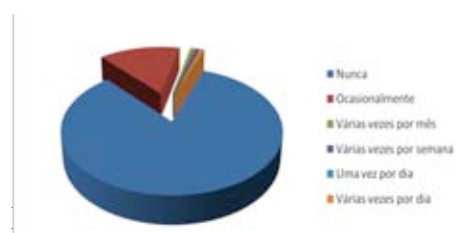
Resposta	Total

P22 – Fazer compras *online*



Nunca	54,4
Ocasionalmente	41,6
Várias vezes por mês	2,9
Várias vezes por semana	0,7
Uma vez por dia	0,0
Várias vezes por dia	0,7

P23 – Procurar emprego



Resposta	Total (%)
Nunca	83,1
Ocasionalmente	14,7
Várias vezes por mês	0,7
Várias vezes por semana	0,7
Uma vez por dia	0,0
Várias vezes por dia	0,7

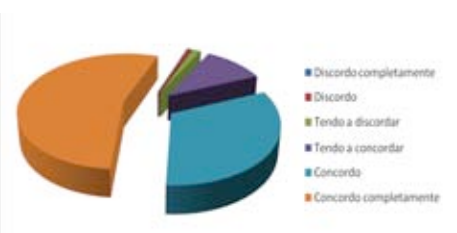
et no trabalho

P24 – A Internet torna o trabalho mais interessante



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	3,7
Discordo	5,1
Tendo a discordar	8,8
Tendo a concordar	26,5
Concordo	33,8
Concordo completamente	22,1

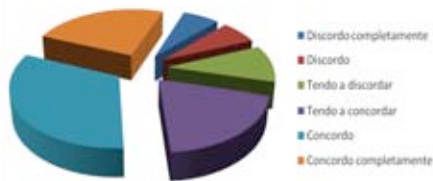
P25 - A Internet ajuda-me a resolver questões práticas relacionadas com o trabalho



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	0,0
Discordo	0,7
Tendo a discordar	1,5
Tendo a concordar	11,0
Concordo	32,4
Concordo completamente	54,4

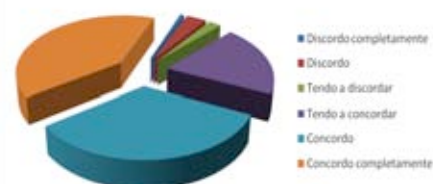
P26 - A Internet ajuda-me a resolver questões pessoais durante o trabalho

Resposta	Total (%)
Discordo completamente	6,6
Discordo	6,6
Tendo a discordar	10,3
Tendo a concordar	19,9
Concordo	32,4



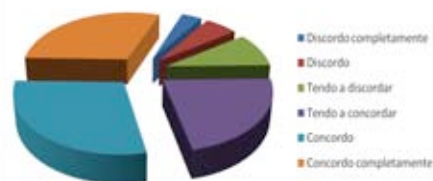
Concordo completamente	24,3
------------------------	------

P27 - A Internet torna-me um trabalhador mais eficiente



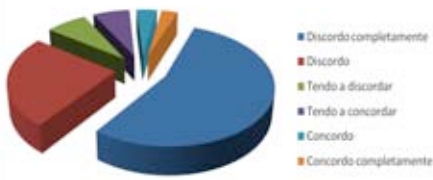
Resposta	Total
Discordo completamente	0,7
Discordo	3,7
Tendo a discordar	2,2
Tendo a concordar	19,9
Concordo	33,1
Concordo completamente	40,4

P28 - A Internet ajuda-me a lidar com os problemas de trabalho



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	3,7
Discordo	5,9
Tendo a discordar	9,6
Tendo a concordar	22,1
Concordo	28,7
Concordo completamente	30,1

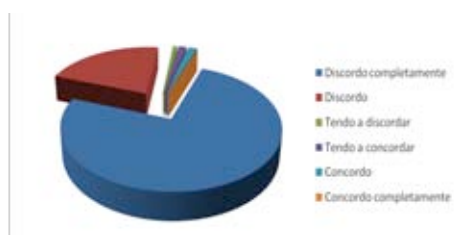
P29 - A Internet faz com que eu prorogue os prazos de entrega dos meus trabalhos ou tarefas



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	54,4
Discordo	25,0
Tendo a discordar	7,4
Tendo a concordar	6,6
Concordo	3,7
Concordo completamente	2,9

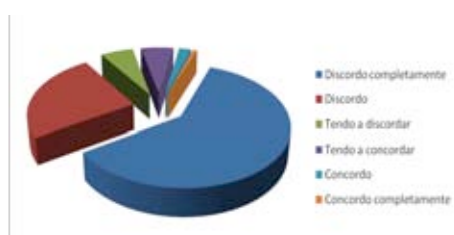
Resposta	Total (%)
----------	-----------

P30 - A Internet prejudica o meu trabalho tornando-me incapaz de cumprir as minhas obrigações



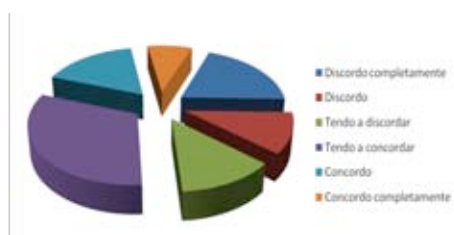
Discordo completamente	75,0
Discordo	21,3
Tendo a discordar	0,7
Tendo a concordar	1,5
Concordo	1,5
Concordo completamente	0,0

P31 - A Internet tira-me tempo que eu devia utilizar para trabalhar



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	60,3
Discordo	25,0
Tendo a discordar	5,9
Tendo a concordar	5,9
Concordo	2,2
Concordo completamente	0,7

P32 - A Internet descontraí-me proporcionando-me uma pausa para, depois, voltar ao trabalho



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	19,9
Discordo	11,0
Tendo a discordar	12,5
Tendo a concordar	31,6
Concordo	16,9
Concordo completamente	8,1

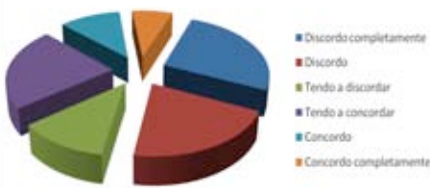
P33 - No mundo do trabalho, todas as pessoas utilizam a Internet para fins pessoais no local de trabalho. Não vejo mal nenhum nisso.

Resposta	Total (%)
Discordo completamente	10,3
Discordo	12,5
Tendo a discordar	25,7
Tendo a concordar	30,1
Concordo	11,0



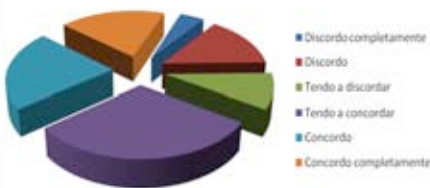
Concordo completamente	10,3
------------------------	------

P34 - Quando faço trabalho suplementar é normal que use a Internet para fins pessoais para reduzir o stress.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	26,5
Discordo	20,6
Tendo a discordar	11,8
Tendo a concordar	22,8
Concordo	11,0
Concordo completamente	7,4

P35 - O e-mail é parte essencial das nossas vidas e, por isso, é normal que toda a gente use o e-mail quer para propósitos de trabalho quer por motivos pessoais durante as horas de trabalho.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	4,4
Discordo	14,7
Tendo a discordar	9,6
Tendo a concordar	30,1
Concordo	22,1
Concordo completamente	19,1

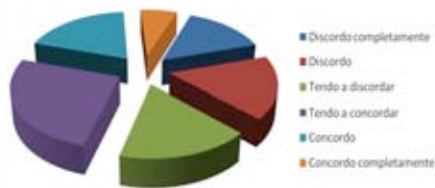
P36 - Tenho excesso de trabalho, por isso, utilizar a Internet para fins pessoais no local de trabalho não é uma hipótese que considere.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	16,9
Discordo	26,5
Tendo a discordar	22,8
Tendo a concordar	16,9
Concordo	11,8
Concordo completamente	5,1

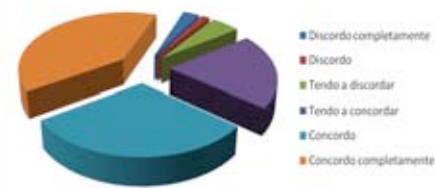
P37 - A utilização da Internet para fins pessoais no local de trabalho tornou-se regra e não excepção.

Resposta	Total (%)
----------	-----------



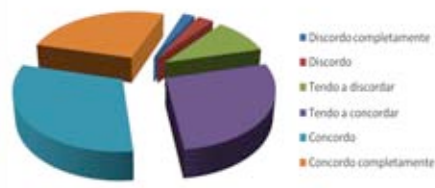
Discordo completamente	14,7
Discordo	16,9
Tendo a discordar	16,9
Tendo a concordar	25,7
Concordo	19,1
Concordo completamente	6,6

P38 - Não considero que utilizar a Internet para fins pessoais possa prejudicar a empresa desde que a utilização dure poucos minutos e não influencie a qualidade e a entrega do meu trabalho.



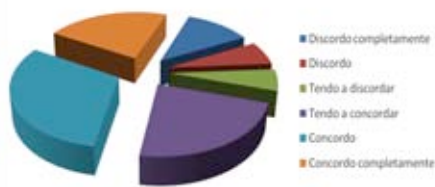
Resposta	Total (%)
Discordo completamente	2,9
Discordo	1,5
Tendo a discordar	5,1
Tendo a concordar	20,6
Concordo	30,1
Concordo completamente	39,7

P39 - Utilizar a Internet no local de trabalho, para fins pessoais, durante poucos minutos não prejudica ninguém.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	2,2
Discordo	2,9
Tendo a discordar	10,3
Tendo a concordar	27,2
Concordo	30,9
Concordo completamente	26,5

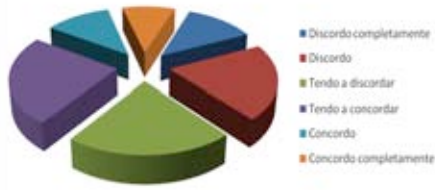
P40 - A empresa onde trabalho tem Internet por banda larga e, por isso, não perco muito tempo quando faço pesquisas pessoais.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	11,8
Discordo	6,6
Tendo a discordar	5,9
Tendo a concordar	22,8
Concordo	30,9
Concordo completamente	22,1

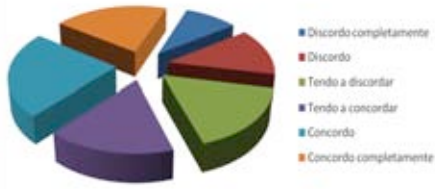
P41 - Utilizar a Internet para fins pessoais durante as horas de trabalho não faz mal.

Resposta	Total (%)
----------	-----------



Discordo completamente	12,5
Discordo	20,6
Tendo a discordar	21,3
Tendo a concordar	24,3
Concordo	11,8
Concordo completamente	9,6

P42 - Estou sempre *online*, quer no local de trabalho quer depois de sair, por isso estou habituado a tratar de assuntos pessoais e de trabalho em simultâneo, quer na empresa quer em casa.



Resposta	Total (%)
Discordo completamente	9,6
Discordo	13,2
Tendo a discordar	16,9
Tendo a concordar	16,2
Concordo	23,5
Concordo completamente	20,6