



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ADNNA MACÁRIO CABRAL

**DO PAPEL AO DIGITAL: A UTILIZAÇÃO DE APLICATIVO DE MENSAGENS
INSTANTÂNEAS – WHATSAPP COMO MECANISMO DE COMUNICAÇÃO
INTERNA E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A QUALIDADE DE VIDA NO
TRABALHO.**

**João Pessoa
2020**

ADNNA MACÁRIO CABRAL

**DO PAPEL AO DIGITAL: A UTILIZAÇÃO DE APLICATIVO DE MENSAGENS
INSTANTÂNEAS – WHATSAPP COMO MECANISMO DE COMUNICAÇÃO
INTERNA E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A QUALIDADE DE VIDA NO
TRABALHO.**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel (a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador (a): Ms. Fernanda de Araújo Nóbrega

**JOÃO PESSOA
2020**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha –IFPB, *Campus* João Pessoa

C117d Cabral, Adnna Macário.

Do papel ao digital : a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas – *Whatsapp* como mecanismo de comunicação interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho / Adnna Macário Cabral. – 2020.

81 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão - UAG.

Orientadora: Prof^a. Me. Fernanda de Araújo Nóbrega.

1. Comunicação organizacional. 2. Redes sociais - *Whatsapp*. 3. Mensagens instantâneas - Aplicativo. 4. Qualidade de vida no trabalho. I. Título.

CDU 005.57:004.773



PARECER 1/2021 - CCSBA/UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 2 de fevereiro de 2021.

PARECER

Adna Macário Cabral

DO PAPEL AO DIGITAL: a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas – whatsapp como mecanismo de comunicação interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **26 de janeiro de 2021** ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 26 de janeiro de 2021.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Ms. Fernanda de Araújo Nóbrega (IFPB)

Orientador (a)

Dra. Alice Inês Guimaraes Araujo (IFPB)

Examinador (a) interno (a)

Ms. Agnes Campêllo Araújo Braz (IFPB)

Examinador (a) interno (a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Alice Ines Guimaraes Araujo, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/02/2021 11:58:23.
- Fernanda de Araujo Nobrega, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/02/2021 09:33:35.
- Agnes Campello Araujo Braz, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/02/2021 09:15:54.
- Ceres GrehsBeck, PROFESSORENSBASICOTECNTECNOLOGICO, em 02/02/2021 09:42:55.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 02/02/2021. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 153947

Código de Autenticação: a4f768c3d9



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

Dedico esse trabalho a todos os meus familiares e amigos, os quais me apoiaram nessa jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Senhor Deus, primeiramente, por ter me dado à vida, sabedoria e força, me motivando a prosseguir em busca dos meus objetivos, não me permitindo desistir a cada obstáculo encontrado, me capacitando para enfrentar os desafios durante a minha vida e sempre me permitindo acreditar que tudo é possível ao que crê. Graças a Ele, apesar das dificuldades e obstáculos, pude chegar até aqui.

A toda minha família; aos meus pais, José Cabral da Silva Neto e Aldinete Macário Cabral, por todos os esforços e sacrifícios feitos para investir na minha educação, sobretudo, pelos exemplos de perseverança, fé, amor e dedicação, meus reais agradecimentos. Parte do que sou hoje devo aos meus pais. Eu os amo.

Ao meu irmão, Cadhimiel Macário Cabral, meu agradecimento por sempre me apoiar a prosseguir com meus estudos.

Ao meu noivo, João Marcos Silva dos Santos, meus agradecimentos por todo o apoio e estímulo desde o início do curso de Bacharelado em Administração, por ter suportado meus estresses, me fazendo enxergar o lado bom de tudo. Você tornou tudo mais especial. Obrigada, eu o amo muito.

A minha orientadora, Fernanda de Araújo Nóbrega, por ser uma professora por excelência, por sempre acreditar que tudo vai dar certo. Sua fé e confiança são imensuráveis. Obrigada por todo o ensino, compreensão e incentivo. Obrigada por transmitir tanta paz.

Por fim, a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu sincero obrigado.

“Tornou-se chocantemente óbvio que a
nossa tecnologia excedeu a nossa
humanidade. ”

(Albert Einstein)

RESUMO (em português)

A comunicação interna é caracterizada por sua capacidade de transmissão e compartilhamento de informações no ambiente corporativo, a fim de alinhar a interação e o convívio, entre a organização e os funcionários. Atualmente, essa comunicação tem se adaptado às novas tecnologias digitais, adquirindo as ferramentas virtuais, como redes sociais, para melhoria do relacionamento com o público interno e externo da organização. Neste sentido, este trabalho teve como objetivo conhecer a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas - *WhatsApp* como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho. Para fins de realização do estudo foram realizados levantamentos bibliográficos contemplando os temas comunicação organização, tecnologias de comunicação e qualidade de vida no trabalho. Metodologicamente, a pesquisa foi caracterizada básica, do tipo exploratório descritiva, bibliográfica de campo, e teve como universo 750 colaboradores de um hospital particular da cidade de João Pessoa, obtendo uma amostra de 82 (10,93%) colaboradores participantes do estudo. Os resultados demonstraram que a comunicação organizacional vem sendo impactada pelo uso contínuo do *WhatsApp* (pessoal) em substituição as outras ferramentas de comunicação interna, existentes na empresa. Essa informação é importante, pois demonstra a importância de conhecer a opinião dos colaboradores do hospital particular em João pessoa - PB, quanto ao uso dessa ferramenta como meio de comunicação interna da organização, identificando a necessidade de desenvolver condições de melhorias que visem solucionar os *gaps* presentes na empresa e criando estratégias que padronizem o uso deste aplicativo para fins de melhor qualidade de vida no trabalho.

Palavras-chave: Comunicação. Tecnologia. *WhatsApp*. Mensagens Instantâneas. Qualidade de vida.

ABSTRACT

Internal communication is characterized by its ability to transmit and share information in the corporate environment, in order to align the interaction and conviviality between the organization and employees. Currently, this communication has adapted to new digital technologies, acquiring virtual tools, such as social networks, to improve the relationship with the internal and external public of the organization. In this sense, this work aimed to know the use of instant messaging applications - WhatsApp as an internal organizational communication mechanism and its implications for quality of life at work. For the purpose of conducting the study, bibliographic surveys were carried out, including the themes of communication organization, communication technologies and quality of life at work. Methodologically, the research was characterized basic, descriptive exploratory type, field bibliographic, and had as universe 750 collaborators of a private hospital in the city of João Pessoa, obtaining a sample of 82 (10,93%) collaborators participating in the study. The results showed that organizational communication has been impacted by the continuous use of WhatsApp (personal) in place of other internal communication tools, existing in the company. This information is important because it demonstrates the importance of knowing the opinion of employees of the private hospital in João pessoa - PB, regarding the use of this tool as an internal means of communication of the organization, identifying the need to develop conditions for improvements aimed at solving the gaps present in the company and creating strategies that standardize the use of this application for better quality of life at work.

Keywords: Keywords: Communication. Technology. WhatsApp. Instant Messaging. Quality of life.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Popularidade de serviços de mensageria móvel no brasil	36
FIGURA 2: Frequência de uso de cada mensageiro	37

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Barreiras comunicacionais comuns nas organizações	26
QUADRO 2: Classificação dos veículos de comunicação	27
QUADRO 3: Modelo de Walton 1973	42
QUADRO 4: Resumo das variáveis e instrumentos conforme os objetivos estabelecidos pela pesquisa	45
QUADRO 5: Usabilidade dos mecanismos de comunicação	49
QUADRO 6: Quadro resumo dos achados da pesquisa.....	65

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Popularidade das ferramentas de comunicação	33
GRÁFICO 2: Classificação dos Respondentes por Gênero	47
GRÁFICO 3: Escolaridade	48
GRÁFICO 4: Escala de acesso à informação	51
GRÁFICO 5: Opinião dos colaboradores sobre os canais de comunicação	51
GRÁFICO 6: Uso de WhatsApp no trabalho	53
GRÁFICO 7: Uso de WhatsApp pessoal para funções do trabalho	54
GRÁFICO 8: Grupos de WhatsApp	55
GRÁFICO 9: Frequência das demandas de trabalho via WhatsApp	55
GRÁFICO 10: Classificação da comunicação via WhatsApp	56
GRÁFICO 11: Transmissão clara e eficiente	57
GRÁFICO 12: WhatsApp como facilitador da comunicação	58
GRÁFICO 13: Demandas do trabalho via WhatsApp	58
GRÁFICO 14: Tempo da jornada de trabalho destinada ao uso do WhatsApp	59
GRÁFICO 15: Uso do WhatsApp após horário de expediente	60
GRÁFICO 16: Escala de nível de estresse	61
GRÁFICO 17: Ciência dos direitos e deveres do uso do WhatsApp	62
GRÁFICO 18: Aplicações sobre o uso indevido do WhatsApp	63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBC – Instituto Brasileiro de Coaching

QVT – Qualidade de vida no trabalho

CIO – Chief Information Officer

TICs – Tecnologias de Informação e Comunicação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	OBJETIVOS.....	17
1.1.1	Objetivo geral.....	17
1.1.2	Objetivos Específicos.....	17
1.2	JUSTIFICATIVA.....	18
1.3	CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	20
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	22
2.1	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.....	22
2.2	FERRAMENTAS DA TECNOLOGIA.....	29
2.2.1	Aplicativos de Mensagens Instantâneas.....	31
2.3	QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO.....	38
3	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	43
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	43
3.2	UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA.....	44
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	45
3.4	ESTRATÉGIA DE ANÁLISE DE DADOS.....	46
4	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	46
4.1	IDENTIFICAÇÃO DOS MECANISMOS FORMAIS E INFORMAIS DE COMUNICAÇÃO EXISTENTES NA ORGANIZAÇÃO TRABALHADA.....	48
4.2	OPINIÃO DOS COLABORADORES QUANTO ÀS IMPLICAÇÕES QUE A UTILIZAÇÃO DE APLICATIVO DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS - WHATSAPP PROPORCIONAM A QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO DO COLABORADOR.....	52
4.3	SUGESTÕES DE MELHORIAS NO USO DE APLICATIVO DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS - WHATSAPP NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL ESTUDADO.....	63
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
	REFERÊNCIAS.....	68

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia está mudando o mundo e junto com ela a forma das pessoas se comunicarem. Inovação, praticidade e velocidade são expressões que vieram agregadas a essas mudanças. Hoje em dia, em plena era digital, é quase impossível não estar conectado, a ideia de poder se comunicar de forma quase que instantânea tem se tornado uma importante aliada na rotina diária das pessoas.

Nesse cenário, a tecnologia da informação tem possibilitado às pessoas o acesso a milhares de informações nos mais diversos contextos, de forma rápida e prática. Portanto, a era digital está em processo de expansão global e torna-se perceptível que o avanço tecnológico e a facilidade de informação mudaram de modo irreversível o método de vida das pessoas, tanto pessoal quanto profissionalmente.

Esta revolução alcançou a esfera organizacional e a influência da tecnologia nas organizações, atualmente, tem possibilitado a melhoria dos processos, dos resultados e da comunicação interna das empresas. Contudo, tem desencadeado desafios gerenciais capazes de interferir no processo de adaptação das organizações ao contexto digital, que chegou para permanecer na rotina administrativa das instituições.

Para Kunsch (2003), a comunicação interna pode ser considerada uma ferramenta estratégica, capaz de estimular a troca de informações, viabilizando completamente a interação entre a organização e seus funcionários, na busca da qualidade total em todos os níveis da empresa.

A comunicação interna é caracterizada por sua capacidade de transmissão e compartilhamento de informações no ambiente corporativo, a fim de alinhar a interação e o convívio, entre a organização e os funcionários. Atualmente, essa comunicação tem se adaptado às novas tecnologias digitais, adquirindo as ferramentas virtuais, como redes sociais, para melhoria do relacionamento com o público interno e externo da organização.

Segundo Sena (2014, p. 09), “Para as organizações, o uso das redes sociais é uma experiência relativamente nova, que ainda gera questionamentos e exige reflexão.” Tal afirmação permite compreender que a adoção de redes sociais como meio de comunicação interna, precisa atender às demandas da organização assim como as necessidades dos colaboradores, pois a má administração desses canais

pode acarretar ruídos na comunicação devido à falha na transmissão das informações.

Diante de todo o contexto atual da comunicação nas organizações, envolvida pelo uso de mecanismos digitais de comunicação, a presente pesquisa busca conhecer a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Conhecer a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas – *WhatsApp* como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho em um hospital particular do município de João Pessoa/PB.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar os mecanismos de comunicação formais e informais existentes na organização hospitalar;
- b) Identificar a opinião dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas - *WhatsApp* proporcionam sobre a qualidade de vida no trabalho;
- c) Sugerir melhorias para o uso de aplicativos de mensagens instantâneas - *WhatsApp* no ambiente organizacional estudado.

1.2 JUSTIFICATIVA

Segundo Blog do WhatsApp (2020), o aplicativo já ultrapassou a marca de dois bilhões de usuários em todo o mundo, famílias se comunicam cada vez mais, colegas de trabalho interagem com mais eficiência e as empresas estão crescendo ao conectarem-se com mais facilidade a seus clientes. O Correio Braziliense (2019), através da publicação de uma recente pesquisa, demonstrou que 79% das pessoas utilizam o *WhatsApp* como principal fonte de informação, sendo mais de 136 milhões de usuários no Brasil:

Os pesquisadores Thatiana Cappellano, Viviane Mansi e Bruno Carramenha realizaram o levantamento “WhatsApp, trabalho e comunicação”. A partir de questionários respondidos por 1194 pessoas de 19 Estados do país, eles mapearam o uso do app no ambiente corporativo. O dado mais expressivo levantado pela pesquisa aponta que 95,6% dos participantes utilizam o *WhatsApp* no horário de trabalho, e 83,8% deles usa em aparelhos particulares. Além disso, 29,1% disseram usar entre uma e três horas por dia, reduzindo as ligações telefônicas e o envio de SMS em 77,7% e 72,6%, respectivamente (SOLLITO, 2016).

Vale ressaltar, que no ano de 2019, o aplicativo *WhatsApp* completou 10 anos, demonstrando, assim, a importância desse tema para a sociedade, que atualmente, faz uso dessa tecnologia de maneira mais dinâmica e cotidiana, porém sem nenhum controle.

Considerando a atual era digital, onde o ambiente corporativo se moderniza junto com o mercado de trabalho e a aquisição de novas ferramentas tanto para melhorar a comunicação interna quanto o relacionamento com o público-alvo, torna-se um diferencial frente aos concorrentes. O presente Trabalho de Conclusão de Curso parte do cenário vivenciado, todos os dias, entre os colaboradores de um hospital particular localizado em João Pessoa/PB, onde se tornou comum o uso do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta de trabalho, mesmo sem a institucionalização oficial desse canal pela empresa, objeto de estudo.

A importância deste estudo para a empresa, está vinculada ao fato de que a comunicação interna é fundamental para que a organização desempenhe as suas

atribuições com qualidade, pois uma falha nessa comunicação pode gerar prejuízos no desempenho dos serviços administrativos e hospitalares. A pesquisa ainda é viável por ser capaz de apresentar informações sobre como se dá a comunicação no ambiente estudado e seus resultados poderão contribuir para a melhoria das estratégias de comunicação adotadas pela organização estudada.

Considerando que ainda são poucas as divulgações de resultados de pesquisas científicas envolvendo o WhatsApp, objeto desse estudo, pelo fato de ser um campo de estudo recente, sem muitos referenciais teóricos bibliográficos ou virtuais consolidados na área, esta pesquisa é de caráter inovador na investigação dessa nova forma de intercambiar informações, gerando novos conhecimentos e identificando inconsistências nos processos. Portanto, a pesquisa irá trazer subsídios para a gestão qualificada da administração hospitalar, contribuindo com novas perspectivas para o cenário da organização acerca da inserção das ferramentas de mensagens instantâneas no âmbito da comunicação organizacional.

De acordo com Lima (2017), é fundamental que toda empresa compreenda a importância da comunicação organizacional no cenário empresarial, pois é ela quem garante que os colaboradores estejam engajados com os objetivos da organização, evitando que os esforços desempenhados sigam caminhos diferentes do esperado. Portanto, a comunicação é capaz de influenciar diretamente no relacionamento entre a empresa e os colaboradores, solucionando problemas e otimizando processos para o sucesso da organização.

Um fundamento importante para esse estudo é a atual realidade da comunicação interna, sendo um assunto pouco abordado no contexto das organizações da área de saúde, assim como a extensão do uso do *WhatsApp* para esse fim. Logo, essa pesquisa se justifica pela relevância do tema que, ao ser aprofundado, apresenta uma diversidade de informações valiosas para os usuários do aplicativo *WhatsApp* e principalmente para a empresa em estudo, por conduzir a reflexão da organização quanto a temática exposta, contribuindo para a melhoria do serviço a partir do uso apropriado da comunicação interna no âmbito organizacional.

Através deste estudo é possível sugerir estratégias de melhorias para os *gaps* encontrados, fornecendo um *feedback* sobre o uso atual do aplicativo na organização, pois é importante para a empresa conhecer os limites da aceitação dessa comunicação por parte dos colaboradores e saber se tem gerado um impacto positivo ou negativo no comportamento profissional.

1.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

No contexto dos ambientes corporativos atuais é evidente o quanto os meios de comunicação instantâneos transformaram as relações de trabalho. Apesar de viabilizarem a execução de muitas atividades internas das empresas, esses meios começaram a invadir a vida pessoal dos colaboradores. O *WhatsApp*, por exemplo, é um recurso vigente no cotidiano das pessoas, porém é uma ferramenta contemporânea e muitas empresas ainda não conseguem estabelecer regras adequadas para o seu uso no âmbito organizacional.

De acordo com o Blog Ocupacional (2018), é comum as pessoas estarem em casa, após o horário de trabalho, e receberem uma mensagem de outro colaborador da organização solicitando a execução de algum serviço. Acontece que, este não é o único hábito praticado hoje em dia, os próprios colaboradores estão se acostumando a estar sempre verificando se há alguma mensagem relacionada ao trabalho, com a ideia de que pode ser algo “urgente”.

Para o Blog Ocupacional (2018), a ansiedade criada pela espera de uma nova mensagem sobre algum assunto que envolva o trabalho, após o horário de expediente, pode gerar danos à saúde do funcionário, comprometendo até mesmo a sua vida familiar.

A expectativa de um mundo com barreiras flexíveis foi transposta para uma ausência total de barreiras. O conflito entre as demandas de trabalho e pessoais apresentam um dilema para os empregados, pois desencadeia o sentimento de ansiedade e os coloca em risco (BLOG OCUPACIONAL, 2018).

Isto posto, apesar de alguns países usarem leis para minimizar os impactos gerados ao trabalhador através dessa revolução trabalhista causada pela tecnologia, atualmente, no Brasil não há uma legislação sobre o uso desses meios de comunicação instantâneos fora da jornada de trabalho.

Ainda existem aspectos jurídicos relacionados ao uso de aplicativos de mensagens instantâneas no ambiente corporativo que merecem ser observados e que ainda não objetos não regulamentados por parte das organizações. Observa-se a

necessidade de estabelecimento de “mecanismos mínimos de conduta” no ambiente corporativo que oriente a utilização dos mecanismos de mensagens instantâneas em conformidade com condições éticas mínimas que respeitem os valores estratégicos das organizações e de seus colaboradores.

Recentemente, uma pesquisa realizada pela Guild, em dezembro de 2019, com 500 funcionários de uma organização, mostrou que mais de 50% dos trabalhadores usam aplicativos de mensagens para comunicação pessoal no ambiente corporativo, e 42,07% para assuntos relacionados ao trabalho. Ao comparar este último dado com a mesma pesquisa realizada em 2018, foi constatado que houve um aumento de 4% no uso do *WhatsApp* para atividades da empresa, e é provável que esse percentual continue a aumentar.

Todavia, constatou-se ainda que, à medida que cresce o uso do *WhatsApp* no meio profissional, o índice de insatisfação nos colaboradores também tende a aumentar. Acontece que, em 2018, cerca de 75% dos entrevistados que faziam o uso do *WhatsApp* profissionalmente, declararam que preferiam ter um instrumento de comunicação, específico, apenas para o trabalho. Em 2019 esse índice aumentou para 78,6%.

Não obstante, percebe-se um “cansaço” constante por parte dos colaboradores no uso de aplicativos de mensagens instantâneas. Percebe-se que os processos administrativos que envolvem a comunicação estão baseados no uso das ferramentas digitais, em especial os aplicativos de mensagens instantâneas, e há uma sobrecarga do uso dos aplicativos no exercício laboral. Além disso, nota-se que os colaboradores dispõem de seus próprios equipamentos de comunicação pessoais para o uso de trocas de mensagens, o que não permite uma separação entre os assuntos pessoais e profissionais gerenciados pelos aplicativos, causando fadiga, cansaço e sobrecarga de informações.

Sendo assim, o presente estudo busca responder ao seguinte questionamento: qual a influência da utilização de aplicativo de mensagens instantâneas – *WhatsApp* como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho em um hospital particular do município de João Pessoa/PB?

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo visa aprofundar os conhecimentos por meio da apresentação de conceitos de alguns autores quanto a assuntos relevantes ao estudo, tais como: comunicação organizacional, comunicação interna, formal e informal, canais e barreiras da comunicação, ferramentas da tecnologia, aplicativos de mensagens instantâneas e qualidade de vida no trabalho.

2.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

“A comunicação é conhecida como um dos fatores mais importante dentro de uma empresa, isso porque qualquer ação começa com comunicação” (AZEREDO, 2011, on-line). Segundo Azeredo (2011), com o passar do tempo, a comunicação começou a executar um papel determinante nas organizações, atuando como intermediadora principal nas relações entre a gestores e os demais funcionários, auxiliando no desenvolvimento da cultura das empresas e, mediando os processos incorporados na organização.

Na sociedade contemporânea, o termo “competitividade empresarial” é o que mantém as organizações motivadas a buscar não apenas a melhoria contínua, mas a superação de suas concorrentes e, para que consigam alavancar seu negócio, mediante tanta disputa, se faz necessário investir também em capital humano. A comunicação deixou de ser apenas uma ferramenta de gestão e passou a ser uma estratégia utilizada pela empresa para agregar valores dentro da corporação (LAGE *et al.*, 2014).

Cada vez mais, os colaboradores querem se sentir como parte da organização, sendo valorizados como integrantes fundamentais para o desenvolvimento do negócio. Baldissera (2008) afirma que a comunicação organizacional é o processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais. Afinal, ter uma equipe satisfeita e bem integrada são fatores essenciais à manutenção da alta produtividade e bom desempenho no mercado.

A comunicação dentro das empresas assume papel fundamental para atingimento dos objetivos estratégicos, e utiliza-se de diversos canais para, não só transmitir informações da empresa, como também fortalecer a identidade corporativa (SENA, 2014, p.04).

Entretanto, para isso, é necessário garantir uma boa comunicação interna, reduzindo ruídos e estimulando condutas que visam os objetivos da empresa. Segundo Kunsch (2003), a comunicação interna permite que os colaboradores sejam bem informados e que a organização preveja respostas para suas necessidades e expectativas. Isso auxiliará a medir os conflitos e a conquistar soluções preventivas.

A comunicação externa, por sua vez, será aquela que irá abranger desde os consumidores até as agências de notícias (BAHIA, 1995). “Ela é, em muitos casos, o resultado da interpretação das mensagens internas da organização” (SANTOS, 2018, p. 09).

Conforme Bahia (1995, p. 09), “a comunicação interna e a comunicação externa são os tipos de ações mais importantes na estratégia da organização. Podem ser exercidas simultânea ou paralelamente.”

Nessa perspectiva, subentende-se que tanto a comunicação interna quanto a comunicação externa são importantes para a organização, pois são capazes de disponibilizar, para o gestor, por exemplo, o pensamento atual dos colaboradores sobre a organização assim como a opinião do seu público externo sobre o desempenho da empresa.

A comunicação interna, conhecida como endocomunicação, embora seja vista dentro das organizações como um sistema de mão dupla, capaz de disseminar o fluxo de troca de informações de forma prática e criativa, sendo de fundamental importância para a sobrevivência das empresas, ainda não tem recebido o destaque que merece nas organizações.

É por meio dessa comunicação que os funcionários ficam mais influentes, integrados e informados do que ocorre dentro da organização, tornando-se parte dela. Dessa forma, é possível que os funcionários estabeleçam laços de amizade e aumente o seu sentimento de pertencimento. Com base nisso, fica mais fácil entenderem a importância de sua função dentro de sua equipe de trabalho (SANTOS, 2018, p.16).

É relevante compreender o alto nível de importância da comunicação nas organizações, independentemente de sua classificação, pois qualquer função ou atividade desenvolvida em uma empresa está, diretamente, associada à comunicação. “A comunicação é um meio de troca de informações que, mal interpretadas, poderão causar sérios prejuízos financeiros, assim como constrangimento pessoal e organizacional” (AZEREDO, 2011, on-line).

Portanto, cada erro cometido na transmissão da comunicação pode acarretar em danos, tanto para a corporação quanto para seus clientes e, por isso, se faz tão necessário desenvolver tanto a comunicação interna como externa, garantindo assim a otimização dos processos, confiabilidade e integridade das informações para a manutenção da empresa no mercado.

Todas as organizações, “independente de seus modelos administrativos e de outros atributos que lhe conferem identidade em relação a outras organizações, têm na comunicação um processo complexo, integrante de suas políticas, seus planejamentos e suas ações” (KUNSCH, 2009, p. 64).

Para Kunsch (2003), os métodos de comunicação das organizações se originam através de duas redes: a formal e a informal, as quais convivem simultaneamente, e delas as organizações não poderão prescindir. Kunsch ainda afirma que:

O sistema formal de comunicação de toda organização - o conjunto de canais e meios de comunicação estabelecidos de forma consciente e deliberada - é suplementado, no decorrer de pouco tempo, por uma rede informal de comunicações, igualmente importante, que se baseia nas relações sociais intra-organizativas e é uma forma mais rápida de atender a demandas mais urgentes e instáveis (2003, p. 82).

A comunicação faz parte do ser humano desde seu nascimento e, por isso, se faz tão presente em toda a sociedade. Capaz de atuar de modo direto nas relações sociais, é de suma importância, para todos, compreender o papel da comunicação como via de mão dupla nos relacionamentos, sejam eles pessoais ou interpessoais.

Por ter uma posição privilegiada a ponto de receber tanto a informação formal quanto a informal, o público interno pode ser considerado formador de opinião

por excelência. (...) algumas organizações já têm claro que a informação é o produto da comunicação interna e a principal estratégia de aproximação da empresa com os seus empregados (BRUM, 2017, p. 101).

A comunicação formal é a comunicação a qual a mensagem é disseminada por meio dos canais já existentes e definidos pela empresa na sua estrutura organizacional. É basicamente a comunicação transmitida pela estrutura formal da organização, sendo feita também por escrito, a qual é devidamente documentada através de correspondências ou formulários (CALDAS, 2010). Todavia, todo sistema formal é acrescentado pela rede informal de comunicação que é capaz de auxiliar e modificar os canais formais preexistentes.

Para Kunsch (2003), o sistema informal de comunicação surge através das relações sociais existentes entre as pessoas e, portanto, não é determinado e contratado pelas empresas, mas desempenham importante papel no âmbito da organização. Nesse sentido, Kunsch também cita Herbert Simon que diz:

A comunicação informal adquire maior importância ao se descobrir que o comportamento dos indivíduos se orienta não só para os objetivos propostos pela organização, mas para os objetivos pessoais que nem sempre são congruentes. Há diversas maneiras de encarar a comunicação informal. Pode-se tanto reconhecê-la como efetivamente presente quanto apenas ignorá-la ou até mesmo desestimulá-la (1970, p.169).

Caldas (2010) afirma que a comunicação informal é aquela que ocorre, espontaneamente, através da estrutura informal e fora dos canais de comunicação estabelecidos através do organograma, consistindo em todo tipo de relação social entre os colaboradores. Nesse sentido, Watanabe (2009) diz que a comunicação informal é toda e qualquer relação social entre as pessoas da organização, em que os colaboradores obtêm a informação através das formas mais conhecidas como rede informal “boatos e rumores”.

Isto posto, é notório que, atualmente, o processo da comunicação é algo imprescindível para a sobrevivência de uma organização. Logo, a utilização da comunicação é fundamental, seja ela formal ou informal, para que a empresa alcance sucesso (CALDAS, 2010).

Segundo o IBC (2018), ao contrário do que muitos pensam, a comunicação não é apenas conseguir falar algo a outras pessoas. Para que haja comunicação é necessário fazer com que o outro – neste contexto, o receptor – compreenda de forma clara aquilo que é proferido, sem que ocorra uma má interpretação. As más interpretações podem gerar consequências negativas para a organização, seja na disseminação incorreta ou incompleta das informações ou até mesmo nos conflitos interpessoais, resultados decorrentes das barreiras de comunicação.

Uma empresa que se comunica de maneira eficiente tem resultados extraordinários, pois a comunicação faz com que todos os departamentos trabalhem em unidade. Um estudo realizado pela Harvard Business School apontou que cerca de 70% dos problemas existentes nas empresas possuem ligação direta ou indireta com as falhas na comunicação (IBC, 2018).

De acordo com Santos (2018), as barreiras ou ruídos são um conjunto de fatores que desordenam, impossibilitam ou dificultam o entendimento da mensagem no processo comunicacional, como por exemplo, o barulho. Em conformidade com Santos (2018), existem diversas formas de denominar as barreiras comunicacionais, porém algumas são mais comuns no âmbito organizacional.

Quadro 1 – Barreiras comunicacionais comuns nas organizações.

Natureza da Comunicação	Descrição
Mecânica ou física	São relacionadas com os aparelhos de transmissão, com barulho, ambientes e equipamentos inadequados.
Fisiológica	Relaciona-se aos problemas genéticos ou de malformação dos órgãos vitais da fala. Exemplos: surdez, não articulação fonética, etc.
Semântica	Tem relação com o uso inadequado de uma linguagem não comum ao receptor/grupos. Exemplos: códigos e signos que não conhecidos em determinado ambiente.
Psicológica	Estão relacionadas às atitudes, crenças, valores e a cultura das pessoas. Exemplos: preconceitos e estereótipos.
Pessoal	É relativo a personalidade de cada indivíduo, ao estado de espírito, aos valores e a forma como cada um se comporta em dado contexto, o que pode facilitar ou dificultar a comunicação.
Administrativa ou burocrática	Está relacionada à forma como as organizações atuam e processam suas informações. Exemplos: especialização das funções, tarefas, relações de poder, autoridade e status, etc.

Excesso de informação	Refere-se a sobrecarga de informações de toda ordem e nas mais variadas formas. Exemplos: proliferação de papéis administrativos e institucionais, reuniões desnecessárias, etc.
Incompleta e parcial	São informações fragmentadas, distorcidas ou sujeitas a dúvidas, nas informações não transmitidas ou sonegadas.

Fonte: Adaptado de Santos (2018, p. 18).

Se a comunicação for recepcionada de forma errada ela poderá ser capaz de gerar conflitos entre os colaboradores, tornando o ambiente de trabalho instável, além de prejudicar o público externo com informações incorretas, logo é indispensável impedir equívocos comunicacionais (SANTOS, 2018). Portanto, a comunicação é primordial para a manutenção de toda organização, todavia para que esse sistema se desenvolva de forma correta as empresas precisam elaborar um processo de interação organizacional.

De acordo com Simon (1970), por mais minucioso que possa ser um sistema de comunicação formal implementado em qualquer organização, este sempre deverá ser complementado pelos canais informais, os quais poderiam permitir o surgimento de mais informações, orientações ou recomendações, e até mesmo ordens.

Os canais da comunicação interna são os veículos por onde as informações circulam. Haverá sucesso na ação dessa comunicação se a mensagem for transmitida pelo melhor veículo a ser utilizado, minimizando qualquer possibilidade de interferências. (SANTOS, 2018).

Os veículos de comunicação podem ser classificados de várias maneiras. Maximiano (2000), os distribuem em três grupos:

Quadro 2 – Classificação dos veículos de comunicação

VEÍCULOS	DESCRIÇÃO	EXEMPLOS
Comunicação pessoal	Tipo de comunicação mais espontânea.	Apresentações formais; Conferências; Reuniões; Conversação um a um; Etc.
Comunicação por meio de equipamento	Tipo de comunicação realizada através de um instrumento	Telefone fixo e móvel; Televisão; Fax; Correio eletrônico; Internet; Etc...
Comunicação escrita ou impressa	Comunicação efetuada através da interação de um código escrito ou impresso.	Memorandos; Circulares internos; Cartazes; Revistas e jornais internos; Relatórios; Atas de reuniões; Cartas;Etc.

Fonte: Adaptado de Maximiano (2000, p.283).

Cada canal de comunicação tem uma linguagem própria e é importante conhecer a funcionalidade de cada um, pois a eficiência da comunicação depende da escolha apropriada desses canais e da linguagem utilizada pelo comunicador (SANTOS, 2018, p.18)

A escolha adequada dos canais de comunicação é essencial para o alcance da eficiência e eficácia da mensagem a ser transmitida, pois é através dos canais da comunicação que uma organização pode disseminar e, até mesmo, modificar a cultura da sua empresa (SENA, 2014).

Cada empresa precisa pensar e pesquisar antecipadamente qual canal irá utilizar para conversar com aquele público. Existem empresas de alta tecnologia, por exemplo, que utilizam mural no chão de uma fábrica para divulgar as informações, porque naquele setor e naquela situação funciona melhor (OLIVEIRA, 2018).

Para Santos (2018), um canal é considerado adequado para uma organização se ele puder trazer benefícios como: rapidez, menor custo, redução de ruídos e transmissão eficaz da mensagem.

De acordo com Kunsch (2003), toda organização precisa manter uma linguagem comum entre todos os setores e um comportamento organizacional homogêneo em seus programas comunicacionais. Isto posto, é explícito que a ausência de um bom planejamento estratégico na comunicação organizacional acarretará na disseminação errada das informações e, conseqüentemente, ocasionará malefícios quase que irreversíveis para a empresa.

2.2 FERRAMENTAS DA TECNOLOGIA

Hoje, com o suporte digital, a transformação contínua dos meios de comunicação modificou o padrão de vida da sociedade. A distância, por exemplo, ultrapassou fronteiras. As transmissões de informações adquiriram uma capacidade inacreditável e o conhecimento tornou-se ainda mais acessível. Uma verdadeira revolução tecnológica se instalou no cenário comunicacional.

As inovações tecnológicas atuais que tomam conta do mundo, nos últimos anos, impuseram muitos desafios às empresas. Se antes o foco da maioria das empresas era apenas na qualidade do produto, hoje as atenções se inclinam para o relacionamento com os clientes. Por isso, cada vez mais, as organizações tendem a se adaptar à comunicação da nova era digital (TAKE BLIP, 2017).

As possíveis soluções para atender a empresa por busca de resultados e os funcionários por um ambiente mais colaborativo ainda representam uma incógnita, sendo que tirar melhor proveito das facilidades da Tecnologia de Informação e Comunicação, das mídias sociais e das formações em rede pode contribuir para melhor o fluxo de informações dentro da empresa em prol de resultados eficazes para o negócio (CARVALHO, 2015, p.32)

Sena (2014) afirma que o uso das novas tecnologias pode ser um forte aliado no aperfeiçoamento das formas comunicacionais já adotadas pelas organizações, atendendo assim às necessidades impostas pela massificação das novas tecnologias. Segundo o mesmo autor, algumas práticas já estão se consagrando pelos bons resultados, porém outras permanecem gerando muitos questionamentos acerca do impacto que podem produzir no desenvolvimento da organização, como é o caso das redes sociais.

Segundo Santos (2018), o uso das redes sociais na comunicação, seja ela interna ou externa, é de suma importância nesse novo cenário digital pois pode facilitar a relação entre a sociedade e a organização.

Todo esse cenário, que é intensificado pelo papel das redes sociais no relacionamento com cliente e pelas tendências de tecnologias mobiles, obriga as empresas a mudarem a forma como constroem a comunicação na era digital e fazem negócios. A importância da comunicação de mão dupla aparece como vital para as empresas que desejam crescer e fidelizar clientes. (TAKE BLIP, 2016)

Conforme a Take Blip (2017), dependendo da natureza do negócio, é importante, para a organização, implantar uma política de monitorização das redes sociais e de outros canais digitais de comunicação, com o intuito de compreender o que os clientes dizem, o que precisam e o motivo da insatisfação com determinado produto ou serviço. Atualmente, as mudanças tecnológicas nas organizações permitem o acompanhamento e o controle, em todos os aspectos, do funcionamento da empresa, em tempo real (TAKE BLIP, 2018).

Embora as novas tecnologias pareçam ser a solução de muitos problemas, esses canais exigem maior análise de escolha. Um exemplo disso é o aumento da exposição das organizações no ambiente virtual. Particularidades das organizações como rotina e/ou descontentamentos são transportados para esse ambiente via funcionários, gerando consequências negativas à imagem e reputação das organizações (SANTOS, 2018, p.24)

De acordo com Carvalho (2015), ao mesmo tempo que se torna mais fácil a adoção e utilização de ferramentas tecnológicas no dia a dia das pessoas, como notebooks, tablets e smartphones, no meio corporativo esse uso cada vez mais intensivo ainda encontra algumas barreiras para atingir sua total disseminação, por exemplo, o receio dos gestores quanto à produtividade de seus colaboradores, ao ter acesso às ferramentas digitais, pois as consideram um convite à dispersão.

O anonimato também é um fator considerado como negativo, pois a rede pode dar visão a ofensas e denúncias infundadas, que, por mais que fiquem comprovadamente declaradas como falsas, alcançam repercussão que, dificilmente, seja atingida novamente para mostrar o contrário (SENA, 2014, p. 11).

Segundo a Agência Brasil (2020), uma recente pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, vinculado ao Comitê Gestor da Internet, apontou um considerável percentual de desigualdade no uso de tecnologias de informação por empresas. A pesquisa evidenciou que 54% das empresas afirmaram ter website e 78% contas em redes sociais. As redes sociais mais comuns foram *Facebook* (62%), mensageiros como *WhatsApp* ou *Telegram* (54%), *Instagram* ou *Snapchat* (44%) e *LinkedIn* (15%).

Através desse contexto, é notória a potencialidade da comunicação através dos mais diferentes dispositivos tecnológicos. Para Carvalho (2015), às tecnologias e a vida em sociedade coexistem e se modificam mutuamente e, atualmente, as pessoas estão em permanente conexão, com novos hábitos e costumes que até então não existiam, e até mesmo criando novas regras de trabalho que não eram necessárias antes da vida hiperconectada.

Portanto, o impacto do crescimento descontrolado das ferramentas tecnológicas proporciona a cada dia uma novidade à sociedade, interferindo não apenas na forma como as pessoas se relacionam, mas também no modo como o público interno das organizações se comunica.

2.2.1 Aplicativos de Mensagens Instantâneas

No atual cenário da tecnologia, “a “realidade virtual” e o “mundo externo” se confundem e as relações sociais, cada vez mais, baseiam-se na disseminação rápida e ampla de informação.” (SENA, 2014, p.05). Com a propagação da internet e das mídias digitais, o sentimento do poder centraliza-se nas mãos dos usuários dessas ferramentas, tornando-os, cada vez mais, exigentes em suas tomadas de decisões.

Isso pressupõe que, o consumidor atual sabe o que quer e precisa ter acesso rápido à informação. “Esse ‘poder’ do cidadão de agir com apenas um ‘click’, fez com que as empresas de forma geral e as empresas de comunicação passassem a agir de forma diferenciada, buscando conhecer e atuar nesse novo cenário digital” (SENA, 2014, p. 05).

Se antes o poder da comunicação estava apenas nas mãos das corporações, hoje o indivíduo passa a influenciar cada vez mais na reputação das marcas. Em questão de minutos, um post gerado no Facebook pode dar início a uma reação em cadeia, com milhares de pessoas aderindo à “causa” de um consumidor insatisfeito. Na era do Twitter, WhatsApp e muitas outras redes sociais, não é mais possível ignorar a voz de uma única pessoa, pois ela pode ganhar imensas proporções da noite para o dia. Essa é sem dúvida a maior mudança e o principal desafio da comunicação na era digital (TAKE BLIP, 2017).

Para Junior (2017), a forma prática e fácil de manusear essas ferramentas, além de sua rápida interatividade e troca de informações são alguns dos fatores que contribui ainda mais para que o público faça adesão dessas mídias, ainda que de forma não consensual por parte da empresa.

Cada vez mais o ser humano tem se tornado dependente da internet e dos dispositivos eletrônicos para manter uma “conexão” com o mundo. Ferramentas como e-mail, *ICQ*, *Messenger*, *Skype*, *WhatsApp*, e outras ferramentas de troca de mensagens pelas redes sociais, expõem não apenas a necessidade da troca de informação de forma instantânea, como também a sua evolução com o surgimento da internet e de novas formas de organização da sociedade (CARVALHO, 2015).

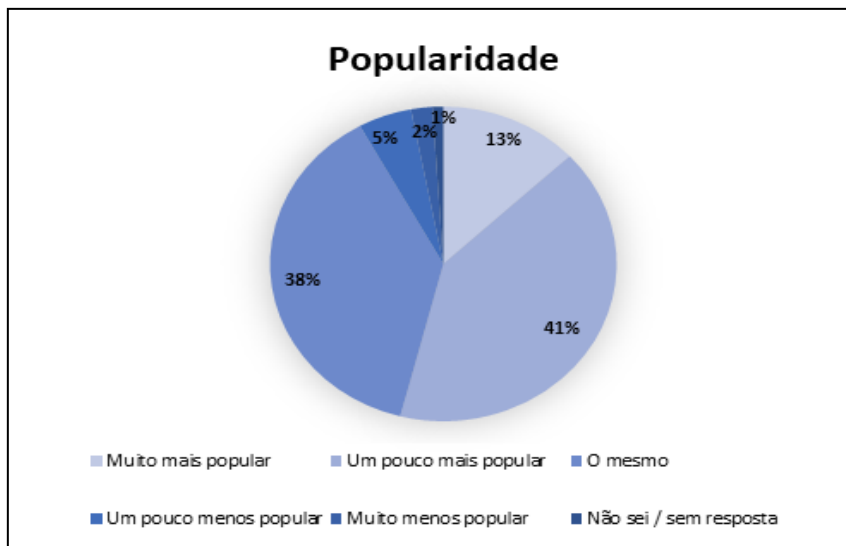
De acordo com Carvalho (2015), uma das primeiras ferramentas que trouxe o poder de se comunicar com outra pessoa de outro canto do mundo, alcançando utilidade para comunicações formais, como as empresariais, tanto para envio quanto para troca de arquivos e preservação de informações, foi o e-mail. Tal utilidade, na época e até os dias atuais, fez com que as organizações adotassem o e-mail como ferramenta de trabalho para troca de mensagens eletrônicas entre os colaboradores da organização.

Atualmente, inclusive, existe uma forte corrente no Direito que defende a aceitação do e-mail como prova documental desde que haja comprovação de sua autoria e autenticidade. Mesmo o e-mail sendo um documento eletrônico, ele ganha materialidade a partir do momento em que é impresso, ingressando no meio físico (CARVALHO, 2015, p. 34).

A Robert Half Technology, multinacional em TI especializada em consultoria, realizou uma pesquisa, em agosto de 2011, sobre as ferramentas de comunicação no trabalho, sendo coletadas opiniões de mais de 1.400 diretores em empresas nos EUA.

Segundo a Robert Half (2011), quando questionados se acreditavam que nos próximos 5 anos, as ferramentas de comunicação no trabalho em tempo real seriam mais ou menos populares que e-mails entre os funcionários, foi identificada uma tendência negativa na evolução do uso de e-mail, visto que os CIOs afirmaram que a comunicação no local de trabalho favorece as ferramentas em tempo real, conforme Gráfico 1:

Gráfico 1 – Popularidade das ferramentas de comunicação



Fonte: Adaptado de Robert Half (2011).

Em conformidade com o Gráfico 1, constata-se que mais da metade (54%) dos entrevistados declarou que as ferramentas de comunicação em tempo real irão superar o e-mail tradicional em popularidade nos próximos cinco anos no local de trabalho.

Em julho de 2017, uma nova pesquisa foi elaborada pela Robert Half, dessa vez, aplicada para os funcionários de escritório e para os CIOs, levantando o questionamento: qual canal de comunicação é mais eficaz para planejamento, estratégia e acompanhamento da organização? De acordo com a Robert Half (2017), os funcionários classificaram primeiro as reuniões presenciais (37%), seguido do e-mail (27%), mensagem instantânea (19%) e chamadas telefônicas (9%). Já os CIOs preferiam o e-mail (41%), seguido por reuniões pessoais (22%), mensagens instantâneas (13%) e chamadas telefônicas (9%).

Apesar dos escritórios estarem cada vez mais sem papel, as caixas de entrada dos e-mails ainda estão cheias, pois muitas empresas acreditam que o e-mail é uma

das formas mais comuns de se comunicar internamente. Na evolução dessas relações interpessoais no trabalho, há quem assegure que os aplicativos de mensagens instantâneas e as redes sociais devem selar o fim dos e-mails, isso porque as pessoas devem passar a utilizar muito mais os meios instantâneos de comunicação do que os e-mails (CARVALHO, 2015).

Para Robert Half (2017), embora o e-mail continue sendo uma ferramenta de comunicação importante, o aumento do uso de tecnologias em tempo real está afetando cada vez mais o ambiente corporativo. Ainda em consonância com a pesquisa, segundo Robert,

Embora se espere que o e-mail continue a ser a forma mais popular de comunicação no local de trabalho, mais de um em cada quatro profissionais (28%) entrevistados citaram as mensagens instantâneas como seu principal canal de comunicação com os colegas de trabalho. Um motivo pode ser o imediatismo: 76% dos funcionários entrevistados disseram que se sentem mais pressionados a responder imediatamente às mensagens instantâneas do que ao e-mail, e 90% esperam uma resposta imediata quando enviam uma mensagem instantânea (ROBERT HALF, 2017, on-line).

“Assim como o e-mail representou um avanço para a rápida troca de informação, a permuta de mensagens instantâneas pela internet também representou um movimento recente rumo à interação” (CARVALHO, 2015, p. 35).

Outro mecanismo conhecido e bastante utilizado no âmbito organizacional é a intranet, uma rede corporativa de uso restrito da organização. Para Sena (2014), as Intranets são utilizadas pelas empresas como alternativa à abertura exponencial da Web, procurando limitar aos colaboradores o acesso à internet, disponibilizando apenas o que é de interesse da organização. “É também conhecida como rede interna dos computadores, em contraposição à rede global que é a Internet.” (SENA, 2014, p.12).

Se há um impacto da tecnologia nas empresas é a comunicação. Atualmente, além das formas convencionais de contato, como e-mail e telefone, já é possível contatar clientes e fornecedores por aplicativos como *WhatsApp Business*, desenvolvido para atender às necessidades das pequenas empresas, o que assegura uma maior rapidez na comunicação e um melhor impacto da tecnologia nas organizações (TAKE BLIP, 2017).

O aplicativo WhatsApp como ferramenta de troca de mensagens, por exemplo, não só adentrou na vida da sociedade em geral, como atravessou barreiras corporativas e está modificando completamente a forma de se comunicar nas organizações, tornando-se algo cultural, independentemente de ser pessoal ou profissional (JUNIOR, 2017, p. 06).

De acordo com Carvalho (2015), o *WhatsApp* (um trocadilho entre what 's, expressão similar à “ e aí? ” e app, de aplicativo), foi desenvolvido no ano de 2009, por Brian Acton e Jan Koum, com a finalidade de fazer com que o Koum mantivesse contato com seus familiares na Rússia e na Ucrânia de forma barata. Todavia, o aplicativo alcançou um público inesperado, registrando 400 milhões de usuários em quatro anos de existência, marca nunca antes alcançada por nenhum outro concorrente como, por exemplo, o Facebook que atingiu 145 milhões de usuários em quatro anos de atuação.

Ele possibilitou a troca de mensagens entre smartphones gratuitamente pela internet. No entanto, o grande diferencial desse aplicativo foi realizar esse intercâmbio de mensagens de forma gratuita aos usuários, sem utilizar os serviços das operadoras de telefonia. Além de mensagens instantâneas, o aplicativo multiplataforma também faz atualmente chamadas de voz para smartphones e envio de imagens, vídeos e mensagens de áudio e mídia e, mais recentemente, ligações para qualquer contato da agenda que possua WhatsApp (CARVALHO, 2015, p. 37).

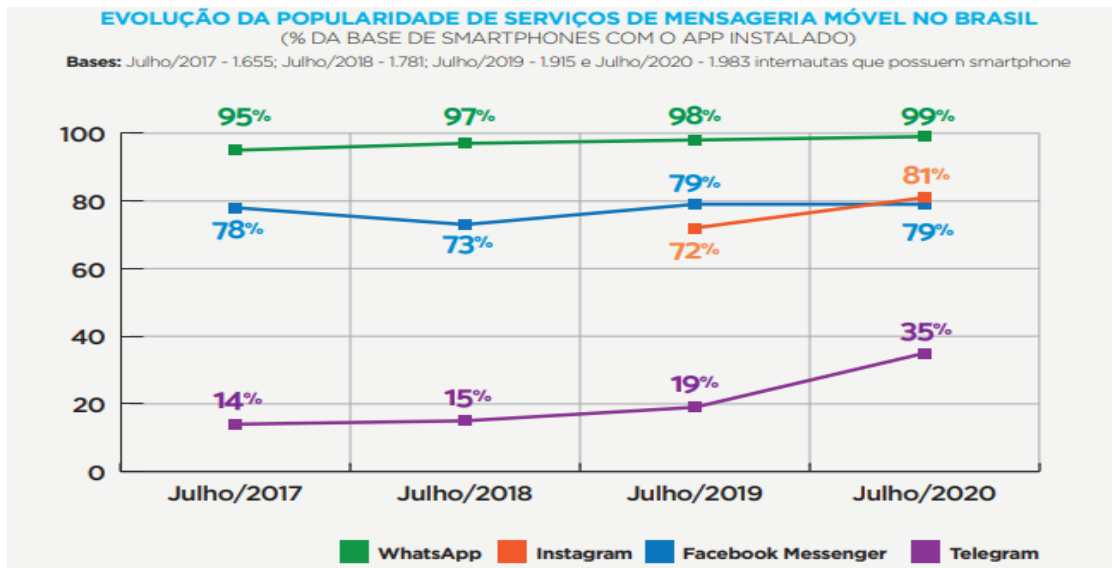
Segundo site oficial do *WhatsApp* (2020), o aplicativo ultrapassa a marca de dois bilhões de usuários por todo o mundo e, com isso, muitos meios utilizados antigamente para a comunicação das empresas e das pessoas já não são considerados tão eficazes, mas sim ultrapassados. À medida que muitas empresas aplicam bilhões, em dinheiro, para controlar as ligações telefônicas ou e-mails, os clientes, atualmente, se recusam a ficar na fila de espera de uma chamada telefônica, falar com vários atendentes ou permanecer sem um *feedback* rápido de sua solicitação.

O WhatsApp se tornou um recurso ainda mais simples e útil para todos, e mais de 175 milhões de pessoas enviam mensagens a contas do WhatsApp Business diariamente. Os resultados de uma de nossas pesquisas mostraram

que as pessoas preferem enviar mensagens a empresas para obter ajuda e que a probabilidade de fechar compras é muito maior quando a opção de enviar mensagens está disponível (BLOG DO WHATSAPP, 2020).

Uma recente pesquisa, publicada em fevereiro de 2020, sobre a popularidade dos principais mensageiros, realizada pela Panorama Mobile Time, constatou que pelo menos 99% dos brasileiros usam o aplicativo WhatsApp em seus smartphones. Além disso, a pesquisa mostra uma crescente evolução no uso do aplicativo nos últimos três anos, conforme Figura 1

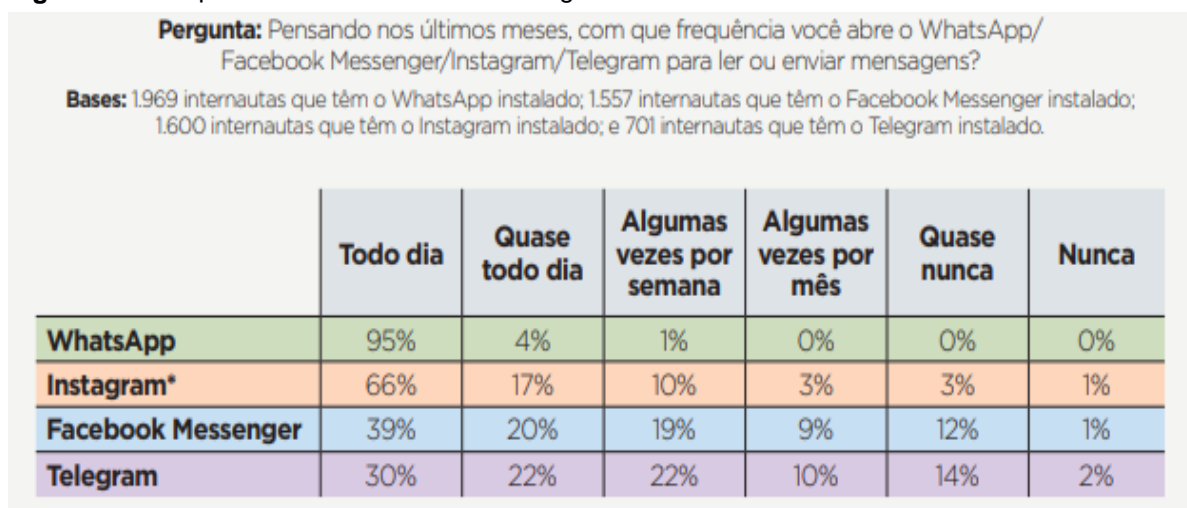
Figura 1 – Popularidade de serviços de mensageria móvel no Brasil



Fonte: Panorama Mobile Time (2020).

Segundo a Panorama Mobile Time (2020), além de estar instalado em quase todos os smartphones brasileiros, o *WhatsApp* é o mensageiro instantâneo usado com mais frequência no país, como ilustrado na Figura 2.

Figura 2 – Frequência de uso de cada mensageiro



Fonte: Panorama Mobile Time (2020).

A evolução dos demais meios de comunicação, além do *WhatsApp*, tem criado novas possibilidades de interação, fornecendo oportunidades únicas a organizações flexíveis com capacidade de rápida adaptação à realidade atual (Carvalho, 2015).

Todavia, apesar do *WhatsApp* ter sido criado com o objetivo de facilitar a comunicação de modo informal, e no decorrer dos tempos ter alcançado o meio empresarial ainda que de forma positiva, infelizmente, carrega consigo pontos negativos que afetam não apenas as relações interpessoais como também o ambiente corporativo. Visto que, apesar de ser um ótimo meio de comunicação, sua utilização para demandas profissionais fora do horário de trabalho podem gerar desconforto para os funcionários.

Além disso, como os limites entre as relações pessoais e profissionais estão cada vez mais excedidos, “uma nova realidade se impõe às organizações, uma vez que o uso do *WhatsApp* fora do horário regular de expediente, ao mesmo tempo que representa agilidade na troca de informações, pode caracterizar como hora extra.” (CARVALHO, 2015, p.11).

A legislação sobre esse tema é polêmica e ainda deixa brechas. De acordo com a Lei 12.551, sancionada em 2011, ficaram definidos os mesmos direitos trabalhistas previstos na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), como hora extra, adicional noturno e assistência em caso de acidente de trabalho, para quem exerce trabalho remoto. Isso inclui quem está em casa ou a distância, usando computadores, telefones, 12 celulares e smartphones (CARVALHO, 2015, p. 11).

De acordo com o site Saúde Plena (2016), recentemente, a suspensão do aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp* por 72 horas em todo o Brasil – impetrada pela Justiça, com o intuito de desorganizar uma quadrilha –, levou milhares de brasileiros à histeria, onde a grande maioria precisou buscar alternativas gratuitas, através de outros meios de comunicação, para conversar de forma ágil.

Um mundo hiperconectado, imediatista, com um volume de informações cada vez maior parece justificar esse boom de ansiedade na população. Chegamos a culpar a tecnologia pela sensação de falta de tempo e estresse, mesmo sem podermos negar a facilidade e o conforto que os novos recursos nos oferecem (SAÚDE PLENA, 2016).

É indiscutível a agilidade e a praticidade que dão à rotina, porém o uso exagerado dessas ferramentas tecnológicas podem causar danos no trabalho e na vida pessoal e, infelizmente, cada vez menos as pessoas estão sabendo discernir o uso abusivo por lazer do uso abusivo por trabalho.

2.3 QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Segundo Da Silva (2012), atualmente, estamos vivendo a era das mudanças tecnológicas, onde os indivíduos se sentem pressionados a adequar-se ao ambiente moderno. Todavia, para que essas mudanças de paradigmas ocorram da melhor forma, é necessário conscientizar cada indivíduo sobre a maneira mais prudente de manusear os novos recursos, com a finalidade de proporcionar uma qualidade de vida satisfatória.

A qualidade de vida no trabalho, geralmente, é associada apenas à prevenção de acidentes, o que gerou uma ideia limitada sobre a real intenção da QVT. Porém, ao contrário do que a maioria das pessoas acreditam, a sua atuação é capaz de englobar todo o âmbito organizacional. Para Dos Santos (2015), os trabalhadores, normalmente, passam a maior parte do dia no ambiente de trabalho, se esse ambiente não promove condições adequadas há uma tendência à formação de problemas de saúde, além da desmotivação e da insatisfação do trabalho.

Segundo Dados Publicados no site do G1 (2017), apesar da nova legislação, os trabalhadores afirmam que o salário não é a única forma de motivação capaz de gerar satisfação aos funcionários, 87% dos entrevistados pelo Locomotiva, disseram que as premiações em produtos e serviços também são uma de se sentirem valorizados. Já 80% consideram que programas de reconhecimento podem estimular a melhoria do bem-estar dos colaboradores, da produtividade e do ambiente de trabalho, além da satisfação de modo geral.

A incessante busca por um local de trabalho humanizado é uma no meio de tantas vantagens da Qualidade de Vida no Trabalho. Afinal, a “ QVT é a preocupação da organização em promover um ambiente que alinhe os objetivos organizacionais com os individuais. ” (DOS SANTOS, 2015, p. 06). Logo, é possível compreender que o objetivo da QVT é buscar um equilíbrio entre os colaboradores, as novas tecnologias, as atividades desempenhadas e o ambiente de trabalho como um todo.

Segundo Dos Santos (2015), quanto às políticas de QV nas organizações, é preciso assegurar que as condições biopsicossociais dos colaboradores estejam em sintonia. De acordo com Limongi-França (2004, p. 28, *apud* DOS SANTOS, 2015, p. 05), “ toda a pessoa é um complexo biopsicossocial, isto é, tem potencialidades biológicas, psicológicas e sociais que respondem simultaneamente às condições de vida. ”

Com isso, é essencial que as empresas busquem, primordialmente, garantir que a saúde e segurança de cada funcionário estejam preservadas no ambiente laboral, pois investir na qualidade de vida no trabalho pode trazer benefícios não apenas para os colaboradores, mas também para a organização. “A condição humana no trabalho torna-se uma das preocupações dos gestores, e a qualidade de vida do trabalhador passa a ser tratada com maior zelo nas organizações.” (DA SILVA, 2012, p. 07).

Uma pesquisa feita pelo Instituto Locomotiva revela que 56% dos trabalhadores com carteira assinada estão insatisfeitos com seu emprego. Isto significa que 18,7 milhões de pessoas trocariam de lugar na busca de mais alegria no trabalho. Apenas um terço dos entrevistados pela entidade se declarou satisfeito de modo geral. Numa economia que tem 33,3 milhões de trabalhadores formais (G1, 2017).

A pesquisa constatou que, infelizmente, um bom salário não é o suficiente para manter os colaboradores motivados, e, portanto, as empresas precisam repensar o modo como atuam nesse quesito, já que mais da metade de trabalhadores formais sentem o desejo de mudar de emprego em busca de um bem-estar organizacional. Segundo Ferreira (2011), o trabalhador do século 21 é cobrado para ser proativo, mas sem interferir no processo decisório; para ser comprometido, mas sem questionar as regras impostas; para ter desempenho, mesmo sem ter condições adequadas de trabalho.

Outro ponto interessante é que 96% das pessoas entrevistadas declararam ser importante que as empresas reconheçam seus colaboradores por meio de recompensas materiais como dinheiro, presentes, viagens, entre outros. Já 90% acreditam que este reconhecimento pode ser através de homenagens, elogios ou qualquer atitude que valorize a entrega do funcionário (G1, 2017).

É por meio da voz, dada ao trabalhador, e da consideração dos seus gestos, das suas opiniões, sentimentos e vivências que se compreende o seu trabalho real, ou seja, a sua atividade. Compreende-se, sobretudo, em que circunstâncias as exigências das situações de trabalho colocam em risco o bem-estar no trabalho. Esse pressuposto da centralidade da fala se contrapõe à visão clássica das ciências do trabalho de que, por meio da tarefa ou do trabalho prescrito, é possível planejar e executar um trabalho (FERREIRA, 2011, p. 22).

Segundo Bagtasos (2011), entre os princípios que constituem as características da QVT se incluem: ambiente físico satisfatório, nível de estresse, segurança no trabalho, jornada de trabalho, grau de autonomia, estilo de gerenciamento e supervisão, oportunidades, questões financeiras, entre outros.

A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) engloba duas perspectivas interdependentes. Sob a ótica das organizações, ela é um preceito de gestão organizacional que se expressa por um conjunto de normas, diretrizes e práticas no âmbito das condições, da organização e das relações socioprofissionais de trabalho que visa à promoção do bem-estar individual e coletivo, o desenvolvimento pessoal dos trabalhadores e o exercício da cidadania organizacional nos ambientes de trabalho. Sob a ótica dos sujeitos, ela se expressa por meio das representações globais que estes constroem sobre o contexto de produção no qual estão inseridos, indicando o predomínio de vivências de bem-estar no trabalho, de reconhecimento institucional e

coletivo, de possibilidade de crescimento profissional e de respeito às características individuais (FERREIRA, 2011, p. 219).

Para Dos Santos (2015), através dos programas de incentivo a QVT, as organizações buscam por intermédio das teorias e modelos motivacionais, como o modelo de Walton, por exemplo, promover ações favoráveis para o alcance da satisfação no trabalho que, por conseguinte, pode proporcionar um retorno positivo, tais como: a comunicação eficiente, a satisfação dos clientes, o aumento da produtividade, a diminuição do absenteísmo, além do melhoria do clima organizacional.

De acordo com Ferreira (2011), se de fato quisermos tornar o trabalho um ambiente de crescimento, tornando a organização eficiente e justa, pretendendo que as condições de trabalho, verdadeiramente, atendam aos trabalhadores e que haja relações socioprofissionais humanas e saudáveis, logo, é preciso compreender o que os colaboradores pensam.

Um modelo conceitual, composto por oito categorias, com o objetivo de avaliar a QVT, proposto por Walton (1973), é considerado o mais utilizado para fins de investigação e análise da qualidade de vida nas organizações. Conforme Goulart & Sampaio (2004, p. 34 *apud* DA SILVA 2012, p. 09):

O modelo proposto por WALTON cobre, portanto, desde as necessidades básicas do ser humano até condições da organização, passando pelas necessidades secundárias do homem, com realce para a autorrealização. É provavelmente esse o motivo de a teoria de Walton ser utilizada pelos pesquisadores brasileiros com frequência maior que as demais.

De Oliveira *et al.* (2015), menciona o modelo de Walton (1973) como um dos modelos mais abordado na literatura (FERREIRA *et al.*, 2009), para a avaliação da qualidade de vida no trabalho assim como a satisfação do colaborador, conforme exposto no Quadro 3:

Quadro 3 – Modelo de Walton (1973)

FATORES DA QVT	DIMENSÕES
Compensação justa e adequada Remuneração	Remuneração e benefícios; equidade salarial interna e externa.
Condições de trabalho	Condições físicas seguras e salubres, jornada de trabalho.
Oportunidade de uso e desenvolvimento das Capacidades	Autonomia e possibilidade de autocontrole, aplicação de habilidades variadas, controle sobre o processo total do trabalho.
Carreira e segurança	Autonomia e possibilidade de autocontrole, aplicação de habilidades variadas, controle sobre o processo total do trabalho.
Integração Social na Organização	Igualitarismo e ausência de preconceitos.
Garantias Constitucionais	Normas e regras, respeito à privacidade, adesão a padrões de igualdade.
Trabalho e espaço total da vida	Relação entre trabalho e outros níveis de vida do empregado.
Relevância social	Relevância da organização no ambiente.

Fonte: Adaptado de Oliveira (2015, p. 165)

É perceptível que, a condição para se medir a qualidade de vida no trabalho vai além dos benefícios oferecidos pelas organizações, à empresa que busca a qualidade vida dos seus colaboradores tem a preocupação com todo seu contexto. A QVT não diz respeito apenas à qualidade no âmbito profissional, mas sim da qualidade total, dentro e fora da organização (DOS SANTOS, 2015).

Com as transformações na economia, nas novas tecnologias e na globalização do mercado, houveram mudanças consideráveis com relação às organizações a aos seus possíveis concorrentes. Diante disso, é necessário que se desenvolva, como diferencial competitivo, melhores condições de trabalho e políticas que visem a satisfação e a motivação dos colaboradores, no intuito de unir, cada vez mais, os seus clientes internos, tornando-os parceiros da organização. (TRINDADE, 2017, p.10).

Portanto, diante de todo o contexto do estudo proposto, é indiscutível que mesmo que por um lado as TICs estejam mudando a forma como as pessoas trabalham e conduzem seu dia a dia, por outro lado, todos estes utensílios

tecnológicos têm gerado ansiedade, frustração e insegurança, impactando diretamente na qualidade de vida dos funcionários, fatores significativos para o ambiente organizacional, já que a QVT está se tornando, cada vez mais, parte integrante e fundamental dentro da organização, fazendo com que os colaboradores se sintam mais satisfeitos e motivados em relação ao trabalho desenvolvido.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo apresentam-se as escolhas metodológicas realizadas para realização do estudo.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo tem por objetivo conhecer a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas – *WhatsApp* como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho em um hospital particular do município de João Pessoa/PB.

Portanto, para que esse objetivo seja alcançado com êxito, foram determinados os métodos mais congruentes a serem utilizados na pesquisa.

Para tal fim, esta pesquisa é de natureza básica, que segundo Barbosa et al. (2012), procura produzir conhecimentos direcionados a novas pesquisas, fornecendo conhecimentos novos e úteis para o avanço da ciência e da tecnologia.

No que se refere aos seus objetivos, o presente estudo é caracterizado como uma pesquisa descritiva e exploratória. Para Gil (2008), é exploratória porque visa caracterizar e definir determinado problema de modo a aprofundar o conhecimento sobre o tema, permitindo direcionar a novos caminhos e entendimentos, e é descritiva pois busca descrever as características de determinada população ou fenômeno, a fim estabelecer uma relação entre às variáveis.

No que concerne aos métodos, adotou-se o método indutivo, que é baseado na experiência e nas observações de casos de fato real, construindo generalizações capazes de responder ao problema de pesquisa. (BARBOSA et al., 2012).

A metodologia engloba vários métodos e perspectivas que corroboram na elaboração da pesquisa e apresentação dos resultados obtidos. Logo, quanto ao tipo da pesquisa essa se caracteriza como quantitativa, a qual, conforme Barbosa et al. (2012), prioriza a utilização de números como quantificadores de informações.

Quanto aos procedimentos técnicos, o estudo é caracterizado como pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e estudo de caso. Para Gil (2008), é bibliográfica pois constitui-se a partir de publicações de livros ou pesquisas, fazendo uso de levantamentos conceituais relevantes para fundamentar o percurso do estudo. Caracteriza-se também como pesquisa de campo pois resulta no levantamento de dados, fatos e fenômenos, exatamente como ocorre no real, possibilitando conhecer o conteúdo em estudo e executá-lo com maior embasamento (BARBOSA *et al.*, 2012).

Além disso, qualifica-se como estudo de caso pois busca a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2007).

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

A pesquisa tem como o seu universo os colaboradores do hospital particular de João Pessoa – PB, o qual, para fins de preservação da imagem organizacional, não terá seu nome divulgado. Em atividade há quase 4 anos na cidade, atualmente, considerado um dos mais modernos e completos da região, o hospital conta com uma estrutura completa para alcançar a eficiência, são mais de 700 colaboradores, entre equipes de enfermagem, farmácia, hotelaria, limpeza, nutrição, assistência social, médicos, psicologia e administrativa, oferecendo uma experiência única aos pacientes.

Considerando uma população de 750 colaboradores, a pesquisa fez uso da técnica de amostragem por acessibilidade, uma vez que para Massukado e Nakatani (2009), se procede da seleção dos elementos aos quais se tem acesso para que a

realização da pesquisa se torne possível. Logo, o estudo conseguiu contemplar 82 respondentes, colaboradores da organização estudada, o que corresponde a 10,93% do universo da pesquisa.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento, formado por 20 questões, foi elaborado com três sessões: a primeira delas, composta por três questões, que abordou os dados do participante da pesquisa. A segunda sessão foi estruturada com três questões voltadas para a identificação dos mecanismos formais e informais de comunicação existentes na organização trabalhada. A terceira sessão, constituída por quatorze questões, contemplou a opinião dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas - WhatsApp proporcionam à qualidade de vida no trabalho do colaborador.

O instrumento percorreu sob um questionário com questões objetivas. Segundo Coelho (2020), um questionário fechado pode nos fornecer dados numéricos, cujas análises estatísticas, descritivas ou para teste de hipóteses, por exemplo, seriam as mais viáveis para a pesquisa. Com foco em obter resultados acerca do problema observado no estudo, obteve-se um volume de 82 respondentes, o equivalente a 10,93% do universo da pesquisa.

No Quadro 4 apresenta-se um resumo das variáveis e instrumento de pesquisa relacionados com os objetivos específicos traçados pela pesquisa:

Quadro 4: resumo das variáveis e instrumentos conforme os objetivos estabelecidos pela pesquisa:

Sessões do instrumento de pesquisa:	Objetivo específico correspondente	Questões do instrumento
Primeira Sessão do instrumento de pesquisa	Conhecer o perfil dos respondentes da pesquisa	Questões 01, 02, e 03
Segunda Sessão do instrumento de pesquisa	Identificar os mecanismos de comunicação formais e informais existentes na organização;	Questões 04, 05, e 06
Terceira Sessão do instrumento de pesquisa	Identificar a opinião dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas - WhatsApp proporcionam a qualidade de vida no trabalho	Questões 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 e 20.

Fonte: elaboração própria (2020).

3.4 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE DE DADOS

No que concerne a coleta de dados, a tabulação da pesquisa se deu através do uso da estatística descritiva simples com o auxílio da ferramenta Google Forms. A análise dos dados constitui-se na investigação dos dados após serem coletados na pesquisa de campo. Essa apresentação será resultante de análise estatística descritiva. “Este método se fundamenta na aplicação da teoria estatística da probabilidade e constitui importante auxílio para a investigação em ciências sociais” (GIL, 2008, p. 17).

Com base na utilização da análise estatística, possibilita-se determinar, em termos numéricos, a probabilidade de acerto de determinada conclusão, bem como a margem de erro de um valor obtido (GIL, 2008). Nesse sentido, os procedimentos estatísticos fornecem considerável reforço às conclusões obtidas.

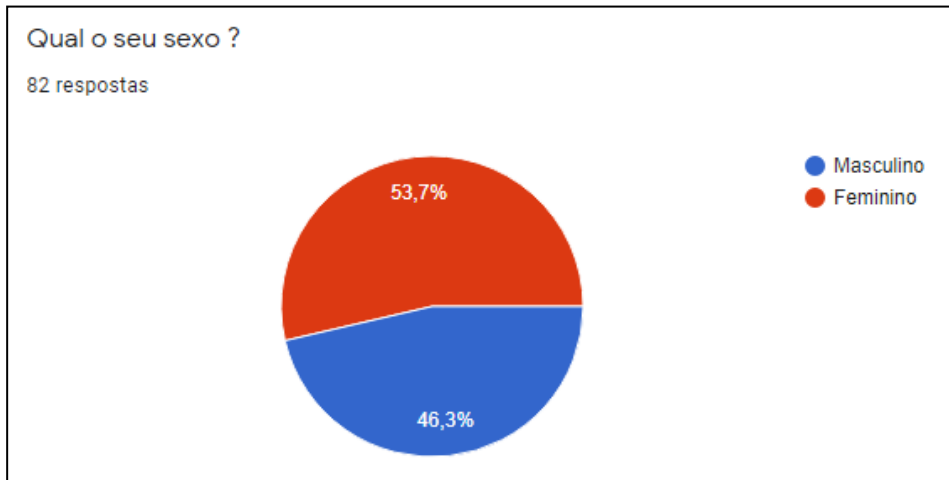
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A organização apresentação dos resultados da pesquisa foi dividida, didaticamente, em três partes, a fim de apresentar os resultados identificados pelo estudo. A primeira etapa se destinou a identificar os mecanismos de comunicação formais e informais existentes na organização. Em seguida, são apresentados os dados relacionados a Identificação da opinião dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas - *WhatsApp* proporcionam a qualidade de vida no trabalho. Por fim, na última sessão, são apresentadas propostas de melhorias no uso de aplicativos de mensagens instantâneas - *WhatsApp* no ambiente organizacional estudado.

A coleta de dados foi realizada mediante pesquisa de campo, utilizando o instrumento de formulário do Google Forms com objetivo de alcançar os funcionários do hospital particular de João Pessoa/PB. No Gráfico 2 é apresentada a classificação dos respondentes por gênero, esta pesquisa obteve um total de 82 respondentes, o que

corresponde a 10,93% do universo da pesquisa, contando com a participação de um público de 53,7% pertencente ao sexo feminino e 46,3% ao sexo masculino.

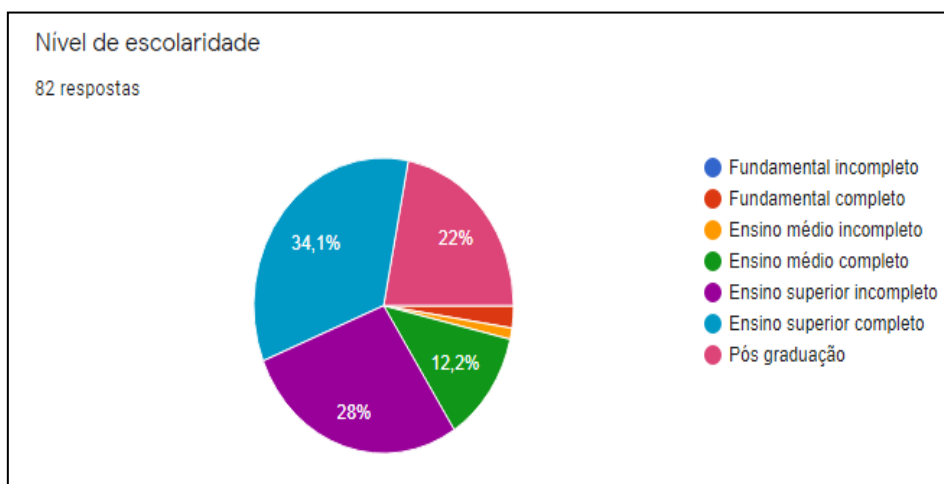
Gráfico 2: Classificação dos Respondentes por Gênero



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Conforme levantamento dos resultados da pesquisa, a maioria dos pesquisados nasceram entre os anos 1989 e 1999, apresentando uma faixa etária dos 31 aos 21 anos de idade 54,9%, seguidos de um público com idade entre 32 e 42 anos 33,3%, nascidos entre os anos 1977 e 1988. Quanto ao nível de escolaridade, 34,6% dos entrevistados possuem ensino superior completo, seguidos de 28,4% universitários em formação, enquanto 22,2% são pós-graduados. Esses dados sinalizam que existem, entre os entrevistados, um público jovem de funcionários, muitos profissionais que estão em uma curva de ascensão e outros que possivelmente, atuam como gestores na organização.

Gráfico 3: Escolaridade



Fonte: dados da pesquisa (2020).

4.1 IDENTIFICAÇÃO DOS MECANISMOS FORMAIS E INFORMAIS DE COMUNICAÇÃO EXISTENTES NA ORGANIZAÇÃO TRABALHADA.

Segundo Kunsch (2003), o sistema formal de comunicação de toda organização, os canais e meios de comunicação estabelecidos de forma deliberada, é suplementado por uma rede informal de comunicações, igualmente importante, e é uma forma mais rápida de atender a demandas mais urgentes e instáveis.

No que concerne aos mecanismos formais e informais de comunicação, no Quadro 5 são identificados os meios de comunicação de uso diário e, conseqüentemente, os mais utilizados na realização do trabalho, estão divididos em três diferentes grupos de comunicação, sendo eles: pessoal (conversa entre os colegas de trabalho), virtual (mensagens instantâneas - *WhatsApp*) e por meio de equipamentos (smartphones e celulares), alcançando os percentuais de 80,48%, 81,70% e 82,93% do total de respondentes, respectivamente.

Entre os mecanismo menos utilizados na organização, também ganharam destaque três métodos de execução, são elas: a impressa (ofícios e memorandos), a virtual (plataformas de empresas parceiras), e, mais uma vez, a impressa (panfletos e cartazes), seguindo à ordem, essas opiniões foram equivalentes a 21,95%, 25,61% e 46,34% das respostas para os meios classificados como pouco usados pelos funcionários.

Logo, com base no estudo realizado, é possível certificar que os meios de comunicação informais são os mais utilizados pelos colaboradores da empresa, uma vez que são considerados os mais práticos, o que facilita na resolução imediata das pendências. Portanto, os mecanismos informais são os mais usados no dia a dia da organização.

Quadro 5: Usabilidade dos mecanismos de comunicação

Escala de Mecanismo de Comunicação	Nunca uso	Uso esporadicamente, uma vez por mês	Uso frequentemente, uma vez por semana	Uso diariamente
Comunicação pessoal: Reuniões, conferências	09 (10,97%)	18 (21,95%)	22 (26,83%)	33 (40,25%)
Comunicação pessoal: Eventos internos	07 (8,53%)	33 (40,25%)	14 (17,07%)	28 (34,15%)
Comunicação pessoal: Conversas entre os colegas de trabalho	(0%)	10 (12,20%)	06 (7,32%)	66 (80,48%)
Comunicação impressa: Elaboração de documentos como ofícios, memorandos	18 (21,95%)	20 (24,39%)	22 (26,83%)	22 (26,83%)
Comunicação impressa: Materiais de comunicação como panfletos, cartazes	38 (46,34%)	24 (29,27%)	12 (14,63%)	08 (9,76%)
Comunicação por meio de equipamento: como computadores, impressoras	04 (4,88%)	11 (13,42%)	12 (14,63%)	55 (67,07%)
Comunicação por meio de equipamento: aparelhos celulares, smartphones	(0%)	09 (10,97%)	05 (6,10%)	68 (82,93%)
Por meio de equipamento: fones de ouvido, câmeras	14 (17,07%)	11 (13,42%)	12 (14,63%)	45 (54,88%)
Comunicação virtual: e-mail	02 (2,44%)	10 (12,20%)	09 (10,97%)	61 (74,40%)
Comunicação virtual: vídeos	15 (18,30%)	16 (19,51%)	16 (19,51%)	35 (42,68%)
Comunicação virtual: Mensagens instantâneas, como o WhatsApp	01 (1,22%)	08 (9,76%)	06 (7,32%)	67 (81,70%)

Comunicação virtual: uso de plataformas da própria empresa (intranet)	12 (14,63%)	13 (15,85%)	18 (21,95%)	39 (47,57%)
Comunicação virtual: uso de plataformas de empresas parceiras	21 (25,61%)	14 (17,07%)	17 (20,73%)	30 (36,59%)

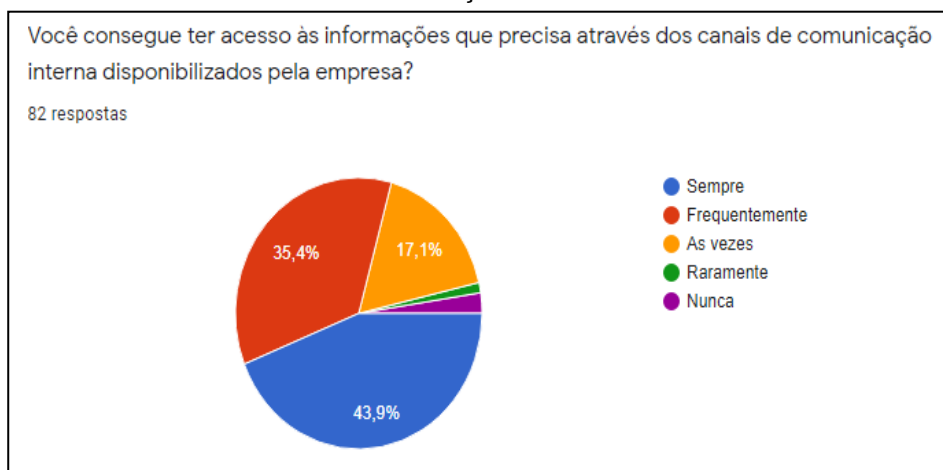
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Os dados do Quadro 5 apresentaram que a organização possui um leque de ferramentas que podem facilitar, sim, a comunicação organizacional da empresa objeto de estudo, o que está em paralelo com a visão dos colaboradores sobre ter acesso às informações que precisam através dos canais de comunicação interna disponibilizados pelo hospital.

Ocorre que é perceptível que a comunicação tem sido uma das áreas mais afetadas pela evolução das tecnologias, e isso também tem ocorrido dentro das organizações. No gráfico 4 é exposto que um grupo majoritário, correspondente a 79% dos respondentes, afirmaram que conseguem as informações que necessitam através dos canais de comunicação disponibilizados pela empresa. Logo, considerando que os canais mais usados, diariamente, se caracterizam como os de meio informal, é possível compreender que para os colaboradores é mais prático obter os dados que precisam de modo pragmático e instantâneo do que de forma padrão e documentada.

Nesse quesito, apenas 17,3% declararam que “às vezes” alcançam à informação necessária. Para Santos (2018), um canal é considerado adequado para uma organização se ele puder trazer benefícios como: rapidez, menor custo, redução de ruídos e transmissão eficaz da mensagem.

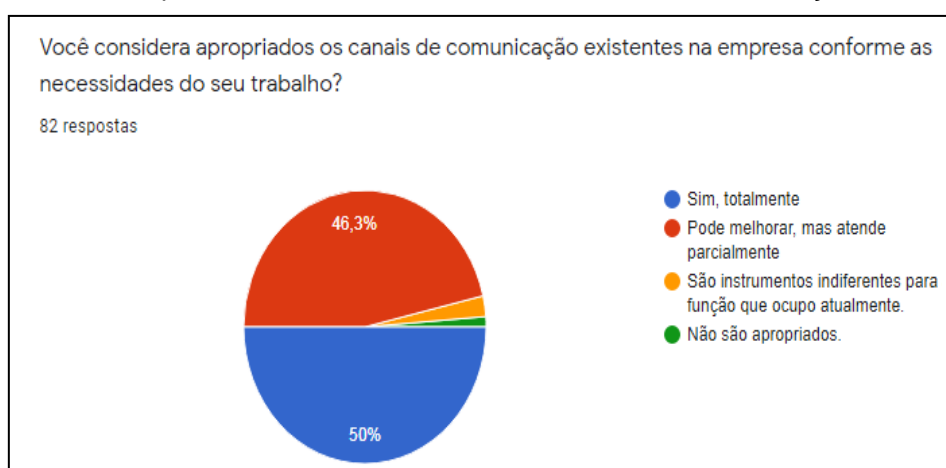
Gráfico 4: Escala de acesso à informação



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Um aspecto interessante durante essa pesquisa foi percebido conforme exposto no Gráfico 5, em que apesar da maioria dos pesquisados alcançar às informações que precisam com as comunicações existentes na organização, o que se encontra em conformidade com os 50% que acreditam que os canais existentes são, totalmente, apropriados para suas necessidades de trabalho, grande parte dos entrevistados (46,9%) acredita que esses canais ainda precisam melhorar, pois auxiliam apenas de modo parcial.

Gráfico 5: Opinião dos colaboradores sobre os canais de comunicação



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Além disso, 2,4% informaram que os instrumentos são indiferentes para a função que ocupam atualmente. Isto é, 96,3% dos colaboradores, de certa forma, enxergam um lado positivo nos métodos comunicacionais atuais da organização e,

por isso, consideram apropriados os canais presentes na empresa, apesar da necessidade de melhoria da comunicação interna.

Isto posto, no que diz respeito aos canais de comunicação interna utilizados no hospital privado de João Pessoa, se constatou que os pesquisados desfrutavam de um mix de veículos de comunicação sendo o aplicativo *WhatsApp* um dos canais mais utilizado por eles, conforme mencionado 67 vezes pelos entrevistados. Logo, o *WhatsApp*, atualmente, está muito presente na comunicação interna da empresa porque apresenta-se como uma ferramenta mais acessível aos funcionários, mesmo não havendo nenhuma definição institucional que regulasse seu uso.

Para Kunsch (2007), não adianta uma organização aderir a ferramentas da nova tecnologia por modismo, sem saber o porquê da escolha daquele canal e como será útil na transmissão da informação. Portanto, com base no estudo realizado e nos resultados obtidos, pode-se concluir que esse aplicativo está sendo utilizado informalmente no hospital em estudo e, por isso, propõe-se à organização que se estabeleçam regras e limites a esse recurso a favor da empresa, para que o *WhatsApp* não substitua os demais meios de comunicação, mas para que ele seja complementar as ferramentas existentes na instituição.

4.2 OPINIÃO DOS COLABORADORES QUANTO ÀS IMPLICAÇÕES QUE A UTILIZAÇÃO DE APLICATIVO DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS - WHATSAPP PROPORCIONAM A QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO DO COLABORADOR.

No que diz respeito à percepção dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas - *WhatsApp* proporcionam a qualidade de vida no trabalho, alguns dados significativos para a pesquisa foram identificados. Decorre que, quando indagados sobre o uso do *WhatsApp* em seu telefone pessoal, conforme Gráfico 6, 98,8% dos pesquisados informaram que usavam o aplicativo em seu smartphone, e quando questionados sobre possuir um número de *WhatsApp* específico para o trabalho, 85,4% afirmaram que não tinham um número à parte para as atividades da empresa. Logo, conseqüentemente, apenas

14,6 % dos entrevistados informaram que possuíam um número de WhatsApp próprio para ser utilizado nas incumbências do seu trabalho.

Gráfico 6: Uso de WhatsApp no trabalho



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Portanto, é evidente que grande parte dos colaboradores não possuem um número de *WhatsApp* exclusivo para atender às necessidades da organização, mesmo sendo essa ferramenta um dos meios de comunicação interna mais utilizados na empresa, como já foi visto, anteriormente, no Quadro 5. Essa perspectiva nos faz chegar aos seguintes questionamentos: Os colaboradores da empresa em estudo fazem uso do seu *WhatsApp* pessoal para fins trabalhistas? Esses colaboradores recebem algum suporte ou auxílio financeiro da empresa para o uso dessa ferramenta pessoal como meio de comunicação interna da organização? A organização não tem controle sobre uma das ferramentas de comunicação mais consumida na empresa?

No Gráfico 7 é possível ter uma melhor percepção sobre o uso do número de *WhatsApp* pessoal como instrumento de comunicação organizacional. De acordo com o gráfico, 95,1% dos respondentes declaram que sim, utilizam seu número pessoal como ferramenta de comunicação interna da empresa. Se comparados os dados obtidos nesse quesito com o Gráfico 6, é possível perceber que até mesmo os funcionários que afirmaram ter um número de *WhatsApp* específico, para utilizar no seu trabalho, ainda assim, fazem o uso do seu número pessoal para resolver as demandas da organização.

Gráfico 7: Uso de WhatsApp pessoal para funções do trabalho

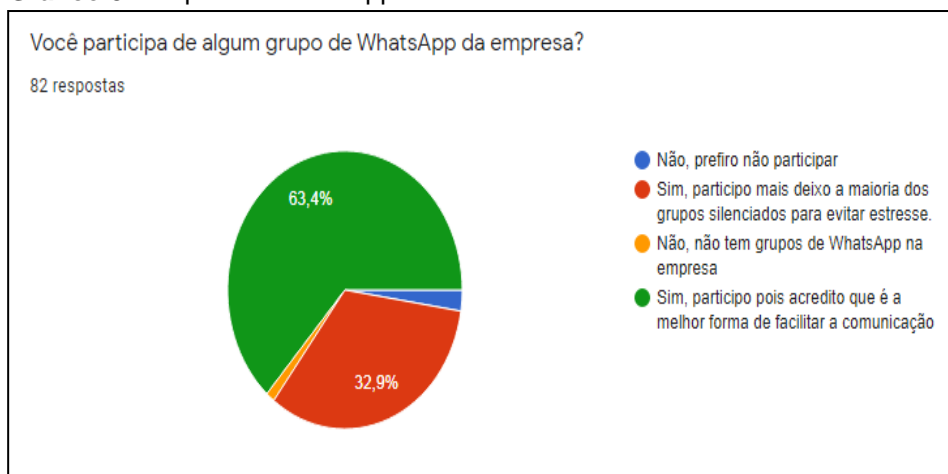


Fonte: dados da pesquisa (2020).

No Gráfico 8 é apontado os colaboradores participam ou não de algum grupo de *WhatsApp* na organização, e os motivos pelos quais eles participam. O motivo mais relevante foi a participação por acreditarem ser a melhor forma de facilitar a comunicação interna, correspondendo a 63% dos pesquisados. Logo em seguida, se destaca a participação por determinação, pois 33,3% dos respondentes compartilham dos grupos de *WhatsApp* da empresa, mas preferem deixar a maioria deles silenciados para evitar estresse, ou seja, é compreensível que participam por consequência de uma decisão superior, não por opção pessoal.

Enquanto isso, 2,5% informaram que preferem não participar dos grupos de *WhatsApp* da organização. Diante disso, em conformidade com o estudo realizado, é indiscutível a praticidade que a ferramenta disponibiliza à rotina dos colaboradores da organização, mas o uso exagerado desse canal de comunicação pode causar, sim, danos à saúde profissional desses funcionários.

Gráfico 8: Grupos de WhatsApp



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quanto à frequência pela qual os funcionários recebem as demandas de trabalho via *WhatsApp*, 65,9% dos entrevistados afirmaram que isso ocorre sempre, seguidos de 25,6% que frequentemente recebem e 8,5% que “às vezes” recebem solicitação de alguma atividade laboral através do aplicativo. Nesse quesito, foi possível perceber que não houve sequer, entre os colaboradores entrevistados, um que afirmasse nunca receber nenhuma demanda da organização pelo *WhatsApp*. Logo, conforme percentual apresentado no Gráfico 9, torna-se notório que na organização o *WhatsApp* deixou de ter sua funcionalidade pessoal e passou a ser uma ferramenta complementar da comunicação interna da empresa.

Gráfico 9: Frequência das demandas de trabalho via WhatsApp



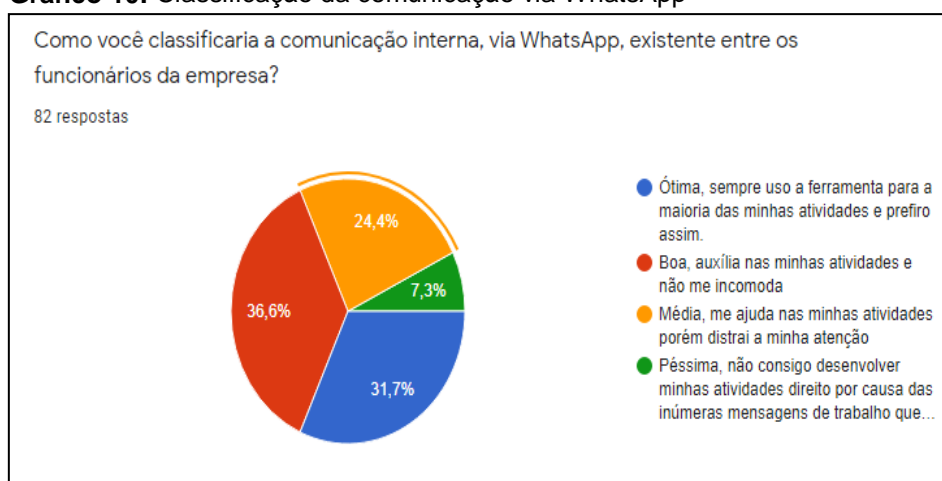
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Uma evidência contundente, a qual corrobora diretamente com os dados anteriores, é o indício apresentado no Gráfico 10. De acordo com as informações coletadas, a maioria dos respondentes acreditam que a ferramenta *WhatsApp* representa um aspecto positivo para a comunicação interna da organização, visto que 68,3% dos entrevistados sempre utilizam a ferramenta para a maioria de suas atividades, e preferem assim, já que o uso dessa ferramenta não os incomoda na realização de seu trabalho.

Portanto, o uso desse aplicativo como um meio de comunicação interna da organização em estudo se tornou algo comum e funcional para os colaboradores, onde apenas 7,3% da amostra da pesquisa expôs que não consegue desenvolver bem as suas atividades laborais por causa das inúmeras mensagens de “trabalho” que recebem em seu celular. Isto posto, é inegável que mesmo apresentando aspectos negativos para a resolução das atividades, a ferramenta *WhatsApp* permanece, continuamente, sendo manuseada como instrumento de trabalho.

Esses dados reforçam o que declara Junior (2017), o aplicativo *WhatsApp* como ferramenta de troca de mensagens, por exemplo, não só adentrou na vida da sociedade em geral, como atravessou barreiras corporativas e está modificando completamente a forma de se comunicar nas organizações, tornando-se algo cultural, independentemente de ser pessoal ou profissional.

Gráfico 10: Classificação da comunicação via WhatsApp



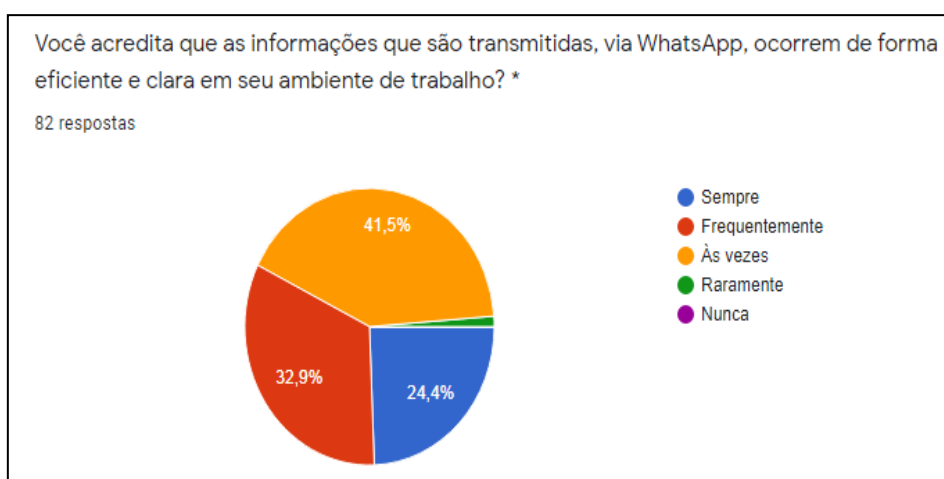
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Segundo os dados obtidos até o presente momento da pesquisa, foi constatado que, apesar das manifestações contrárias, parte majoritária dos colaboradores veem

o *WhatsApp* como uma ótima ferramenta de comunicação interna, a qual não gera nenhum desconforto. Um outro dado que se encontra em conformidade com essa informação é identificado no Gráfico 11, onde cerca de 57,3 % dos respondentes acreditam que as informações transmitidas via *WhatsApp* ocorrem de forma eficiente e clara no ambiente de trabalho, as quais discorrem em uma média entre frequente e sempre.

Por outro lado, 41,5 % dos entrevistados informaram que apenas “as vezes” que essas transmissões eram eficientes, seguidos de 1,2% que declarou que raramente isso ocorre.

Gráfico 11: Transmissão clara e eficiente

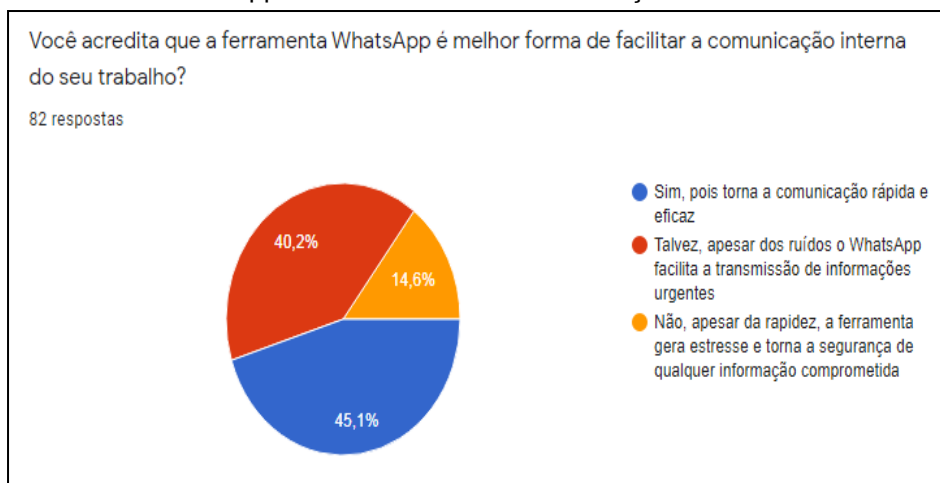


Fonte: dados da pesquisa (2020).

Uma consequência da veracidade dessas informações foi identificada no Gráfico 12, quando a maioria dos pesquisados 45,1% afirmou que a ferramenta *WhatsApp* é a melhor forma de facilitar a comunicação interna na empresa, pois torna a comunicação rápida e eficaz.

Paralelo a isso, 40,2 % dos entrevistados declaram que talvez o *WhatsApp* melhore essa comunicação, pois apesar dos ruídos a ferramenta facilita a transmissão de informações mais urgentes. Logo, mais uma vez, na opinião dos funcionários, o *WhatsApp* é uma ferramenta útil para a manutenção da comunicação interna da empresa.

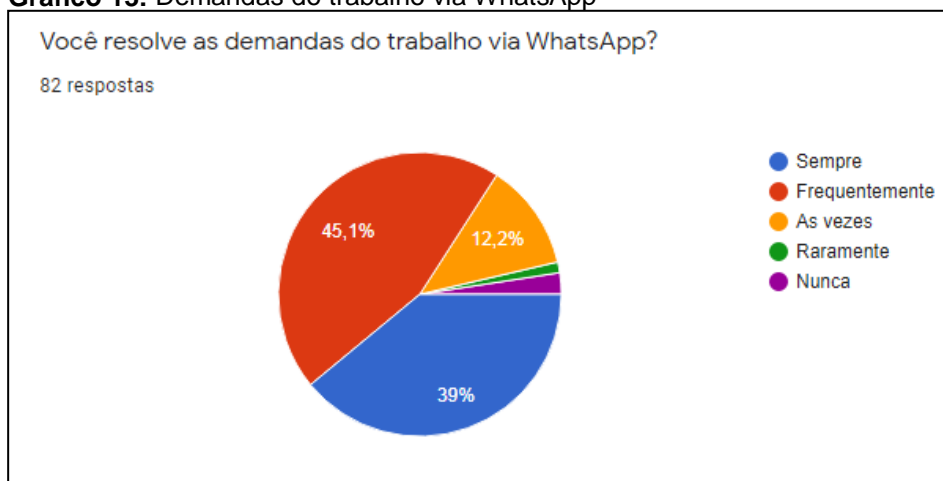
Gráfico 12: WhatsApp como facilitador da comunicação



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quanto às demandas de trabalho resolvidas via *WhatsApp*, o Gráfico 13 apresenta que 45,1% dos pesquisados confirmaram que frequentemente resolvem os problemas através do aplicativo, e 39% falaram que sempre resolvem via *WhatsApp*, ou seja, 84,1% dos colaboradores solucionam os problemas da empresa através da ferramenta. Com isso, é possível perceber que as ferramentas de comunicação interna da organização já não estão tão presentes quanto o *WhatsApp* se tornou no dia a dia dos funcionários.

Gráfico 13: Demandas do trabalho via WhatsApp



Fonte: dados da pesquisa (2020).

No que se refere ao período gasto para a realização das atividades da empresa através do *WhatsApp*, os maiores percentuais foram concentrados nos extremos de maior e menor período, o que nos faz acreditar que a demanda para o uso varia conforme a especificidade da natureza do trabalho, pois assim como alguns dos

pesquisados, cerca de 29,3 %, afirmaram passar mais de 5 horas da sua jornada de trabalho sob o uso do aplicativo para a realização de suas atividades laborais, aproximadamente 28% utilizam em média um período entre 1 e 2 horas, uma diferença de apenas 1,3% do total de respondentes entre ambos extremos.

Apesar dessas extremidades, os 42 respondentes restantes apresentaram períodos diferentes, porém, significativos para a pesquisa, 09 deles, cerca de 11%, afirmaram gastar em média entre 4 e 5 horas, 11 colaboradores, 13,4%, consomem entre 3 e 4 horas e 15 dos entrevistados 18,3% entre 2 e 3 horas, conforme ilustrado no Gráfico 14.

Gráfico 14: Tempo da jornada de trabalho destinada ao uso do WhatsApp



Fonte: dados da pesquisa (2020)

Segundo a Panorama Mobile Time (2020), além de estar instalado em quase todos os smartphones brasileiros, o *WhatsApp* é o mensageiro instantâneo usado com mais frequência no país. Mas, será que a facilidade desse aplicativo não tem excedido o limite do uso abusivo por trabalho?

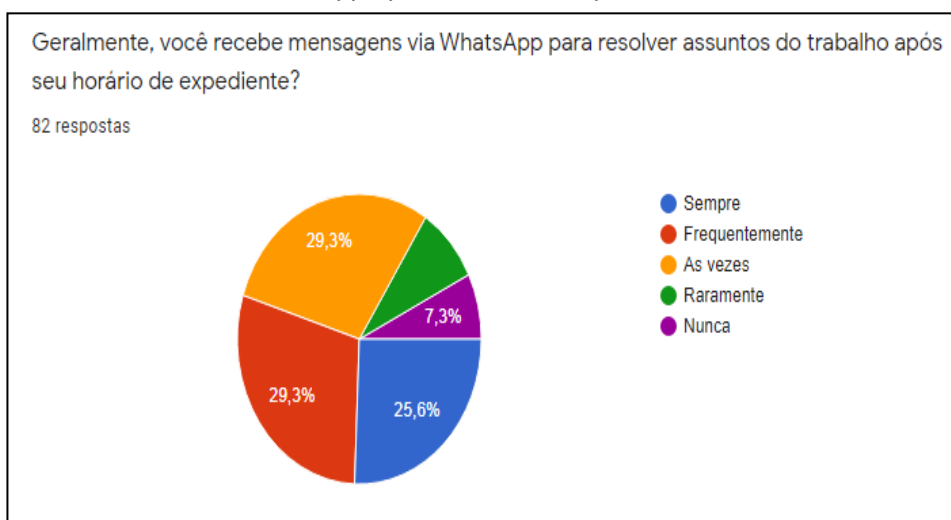
Durante a aplicação do questionário, um dos quesitos apresentados questionava aos funcionários se geralmente eles recebiam mensagens via *WhatsApp* para resolver assuntos do trabalho após seu horário de expediente, e um dado interessante foi que apenas 06 pesquisados, 7,3% dos entrevistados, afirmaram que nunca recebem demanda posterior ao horário de expediente via *WhatsApp*. Em contrapartida, 54,9% dos pesquisados geralmente recebem problemas da empresa para resolver após sua jornada de trabalho, o que totalizou 45 respondentes.

Enquanto isso, é mostrado no Gráfico 15 que 29,3% desses entrevistados afirmaram que apenas “as vezes” recebem alguma demanda após seu expediente.

Isto posto, é perceptível que assim como a ferramenta pessoal se tornou comum para o uso diário dentro da organização, facilitando a realização da comunicação no ambiente de trabalho, a utilização desse aplicativo pessoal, para fins trabalhistas, tem ido além do ambiente corporativo.

Ocorre que, apesar de ser um ótimo meio de comunicação, a utilização do *WhatsApp* para demandas profissionais fora do horário de trabalho pode gerar desconforto para esses funcionários, pois o uso generalizado desse aplicativo promoveu, ao mesmo tempo, uma solução e um problema para seus usuários. Para Dos Santos (2015), a QVT não diz respeito apenas à qualidade no âmbito profissional, mas sim da qualidade total, dentro e fora da organização.

Gráfico 15: Uso do WhatsApp após horário de expediente



Fonte: dados da pesquisa (2020)

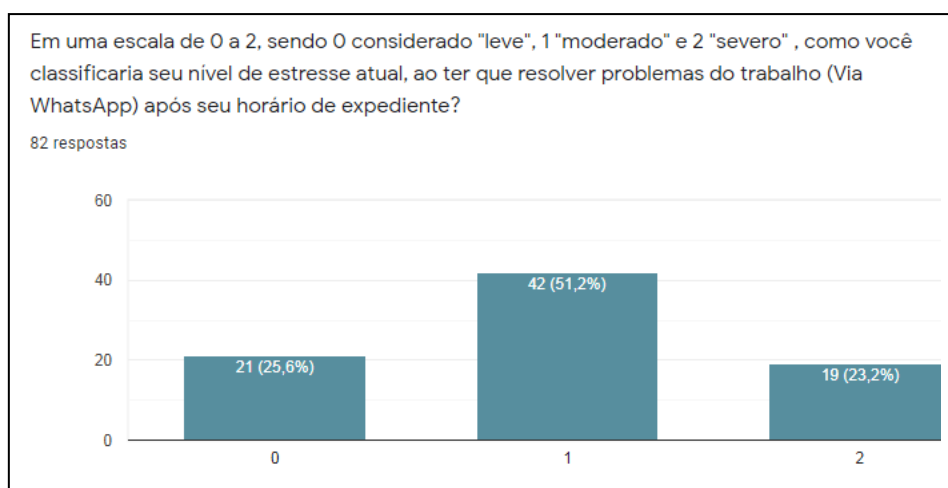
É esperado que a empresa que busca a qualidade vida dos seus colaboradores tenha a preocupação com todo seu contexto, buscando a satisfação e a motivação dos seus colaboradores. Conforme já mencionado no decorrer do estudo, apesar do *WhatsApp* ter sido criado com o objetivo de facilitar a comunicação de modo informal, e no decorrer dos tempos ter alcançado o meio empresarial ainda que de forma positiva, infelizmente, carrega consigo pontos negativos que afetam não apenas as relações interpessoais como também o ambiente corporativo.

No Gráfico 16 é apresentada uma escala quanto ao nível de estresse dos pesquisados ao ter que resolver questões do trabalho, via *WhatsApp*, após seu horário de expediente. De acordo com os dados obtidos, em uma escala de 0 a 2, sendo 0 considerado “leve”, 01 “moderado” e 02 “severo”, 51,2% dos respondentes afirmaram

ter um estresse moderado quando precisam resolver essas demandas, e 25,6% demonstraram não sentir incômodo ao ter que resolver os problemas, através do aplicativo, após sua jornada de trabalho, totalizando 21 respondentes com nível de estresse considerado leve.

Por outro lado, 23,2 % desses entrevistados, o que correspondeu a 19 colaboradores, declararam possuir um nível severo de estresse ao ter que trabalhar (via WhatsApp) após seu expediente. Com isso, se conclui que a maioria dos colaboradores, 74,4% dos entrevistados, se sente, sim, irritado com solicitações ou demandas de trabalho após a conclusão da sua jornada de trabalho. E, considerando o uso acentuado dessa ferramenta na empresa em estudo, é notório que esse tipo de requisito se tornou comum, o que está em conformidade com os dados apresentados, anteriormente, no Gráfico 15.

Gráfico 16: Escala de nível de estresse

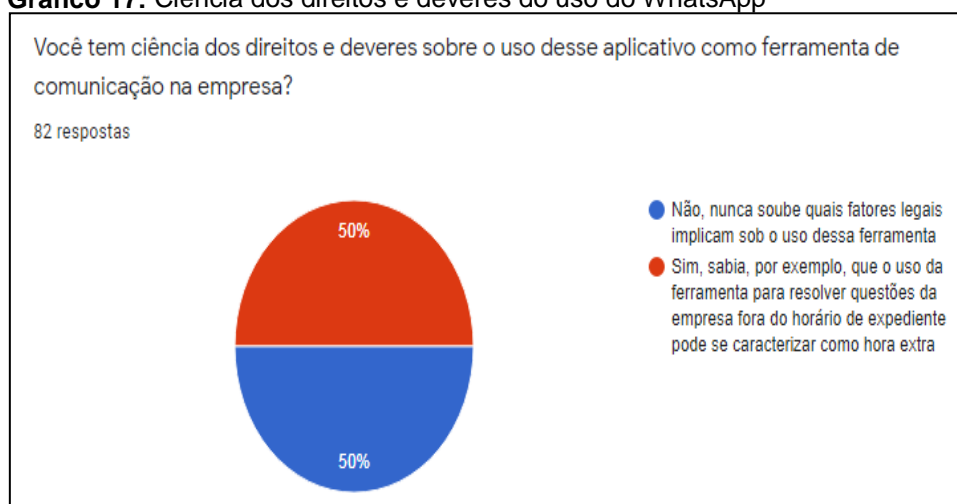


Fonte: dados da pesquisa (2020)

No Gráfico 17 é determinado o atual conhecimento dos pesquisados sobre os direitos e deveres quanto ao uso do *WhatsApp* como ferramenta de comunicação interna da organização. Nesse quesito é perceptível a divisão de conceito quanto a ciência das informações investigadas, onde 50 % dos respondentes, o equivalente a 41 entrevistados, afirmaram não ter conhecimento dos fatores legais que implicam sobre o uso da ferramenta *WhatsApp*. Enquanto isso, os outros 50% dos pesquisados demonstraram deter a ciência dessas informações, inclusive a que manifesta que o uso da ferramenta para resolver questões da empresa, fora do horário de expediente, pode se caracterizar como hora extra.

De acordo com a legislação, ficaram definidos os mesmos direitos trabalhistas previstos na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), como hora extra, adicional noturno e assistência em caso de acidente de trabalho, para quem exerce trabalho remoto. Isso inclui quem está em casa ou a distância, usando computadores, telefones, celulares e smartphones. Portanto, a legislação prevê que todo empregador deve pagar hora extra para as atividades que o funcionário executa fora da jornada de trabalho. Entretanto, para configurar a jornada extraordinária, no caso do *WhatsApp*, por exemplo, é preciso que as mensagens levem o colaborador a realizar alguma tarefa durante alguns minutos e, assim, pode receber pelas horas trabalhadas.

Gráfico 17: Ciência dos direitos e deveres do uso do WhatsApp



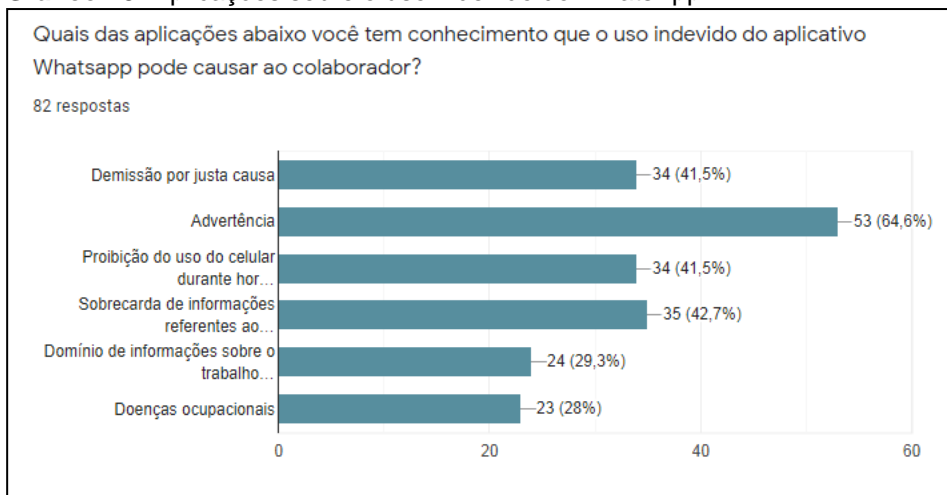
Fonte: dados da pesquisa (2020)

No que concerne ao Gráfico 18, quanto as possíveis implicações que os pesquisados detêm conhecimento que o uso indevido do aplicativo *WhatsApp* pode causar ao colaborador, o item advertência foi identificado como o mais conhecido entre os respondentes, o que correspondeu a 64,6%, seguido de sobrecarga de informações referentes ao trabalho com 42,7%, além de demissão por justa causa e proibição do uso do celular com 41,5 %, respectivamente.

O tópico de menor conhecimento foram as doenças ocupacionais, com entendimento de apenas 28 % dos pesquisados. Conforme declaram muitos médicos e outros profissionais da área de saúde, o uso de celulares, computadores e outras ferramentas tecnológicas, podem acarretar em diversos tipos de doenças ocupacionais, como ler, tendinites, entre outras, as quais podem chegar a um estado crônico e, até mesmo, irreversível. Além disso, muitas vezes, a negligência com os

cuidados devidos e repouso necessário, inclusive, em razão do trabalho exercido através desses meios virtuais, podem gerar ao colaborador patologias psicológicas, estresse, disfunções, transtornos, depressão, dentre outros.

Gráfico 18: Aplicações sobre o uso indevido do WhatsApp



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Para Carvalho (2015), às tecnologias e a vida em sociedade estão ligadas e se modificam diariamente. Atualmente, as pessoas estão em permanente conexão, com novos hábitos e costumes que até então não existiam, criando novas regras de trabalho que não eram necessárias antes da vida hiperconectada.

4.3 SUGESTÕES DE MELHORIAS NO USO DE APLICATIVO DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS - WHATSAPP NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL ESTUDADO

Desta forma, mediante resultados obtidos na terceira etapa da pesquisa, é sugerido à organização como método de melhoria para a comunicação interna da empresa, a implantação de uma estratégia de investimento no relacionamento interno da instituição, para que a comunicação ocorra de forma horizontal e ascendente, investindo, por exemplo, na implantação de uma rede social corporativa. Assim sendo, é relevante para a empresa adequar-se às necessidades da comunicação interna, fornecendo aos colaboradores um mecanismo interativo, com características similares as redes sociais mais usadas no país, ampliando tanto o acesso às informações quanto a integração entre os colaboradores e a organização.

Quanto a utilização do *WhatsApp*, seria importante destacar aos colaboradores que para o uso do aplicativo em função do trabalho se recomenda uma norma de comportamento, onde tanto os grupos de trabalho quanto os conteúdos compartilhados no *WhatsApp* deverão ter finalidades, estritamente, profissionais. Além disto, também será necessário existir o respeito ao direito de imagem quanto ao uso de imagens pessoais dos colaboradores, para mais, essas e outras questões poderão ser desenvolvidas no material de boas práticas.

Outro fator interessante de se desenvolver um projeto de melhoria é identificado no conteúdo jornada de trabalho, visto que tem sido mais um item corroborativo para o uso irregular do *WhatsApp* como ferramenta de comunicação interna do hospital. Com fundamento no estudo realizado e nos resultados alcançados, é imprescindível para a empresa definir os horários para utilização do *WhatsApp* em conformidade tanto com a jornada quanto com a natureza de trabalho de cada colaborador, para que ocorra o alinhamento do tempo médio gasto em função da utilização do aplicativo.

Além do mais, é preciso instruir os colaboradores de cima para baixo, na hierarquia empresarial, acerca das consequências pessoais e profissionais sobre o uso exagerado dessa ferramenta, a fim de promover a qualidade de vida dos colaboradores, reduzindo assim a percepção dos funcionários que declararam ter um nível de estresse severo em função do uso do aplicativo *WhatsApp*, no ambiente corporativo, ao mesmo tempo que possibilita condições propícias de trabalho, para que os funcionários apresentem um bom desempenho e satisfação profissional.

Para Dos Santos (2015), os funcionários, normalmente, passam a maior parte do dia no ambiente de trabalho, se esse ambiente não promove condições adequadas há uma tendência à formação de problemas de saúde, além da desmotivação e da insatisfação com a organização.

Com isso, permanece sendo irrefutável a presteza que o *WhatsApp* fornece ao cotidiano desses colaboradores, porém o uso descontrolado dessa ferramenta invadiu o ambiente profissional e, talvez, tenha substituído outros meios de comunicação muito mais apropriados para a organização.

Quadro 6: Quadro resumo dos achados da pesquisa

Objetivos pretendidos	Resultados alcançados
Identificar os mecanismos de comunicação formais e informais existentes na organização hospitalar;	Formais: reuniões, e-mail, plataformas da própria empresa (intranet), por meio de computadores, eventos internos. Informais: conversas com colegas de trabalho, vídeos, aplicativos de mensagens instantâneas, <i>WhatsApp</i> .
Identificar a opinião dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas - <i>WhatsApp</i> proporcionam sobre a qualidade de vida no trabalho;	O aplicativo <i>WhatsApp</i> , apesar da praticidade que proporciona no compartilhamento das informações entre os colaboradores, confunde ainda mais os limites entre a casa e à organização e isso tem gerado desconforto aos colaboradores devido à falta de controle quanto ao uso da ferramenta.
Sugerir melhorias para o uso de aplicativo de mensagens instantâneas - <i>WhatsApp</i> no ambiente organizacional estudado.	A implantação de rede corporativa; A implementação das normas de uso do aplicativo <i>WhatsApp</i> no ambiente corporativo; Definição de horário de uso da ferramenta em função do trabalho, em conformidade tanto com a jornada quanto com a natureza de trabalho de cada colaborador; A comunicação efetiva e a instrução à todos colaboradores acerca das consequências pessoais e profissionais sobre o uso exagerado dessa ferramenta, a fim de promover a qualidade de vida.

Fonte: Elaboração própria (2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a utilização de aplicativo de mensagens instantâneas – *WhatsApp* como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida num hospital particular no município de João Pessoa/PB, por meio de um estudo de natureza básica. Assim, o conteúdo foi produzido para auxiliar os consumidores, profissionais e empresas sobre o tema usabilidade do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta de comunicação interna, uma vez que são poucos os estudos científicos envolvendo esse mecanismo, bem como literaturas sobre o tema, fornecendo, desse modo, informações que possam contribuir para as áreas.

Este estudo é relevante para analisar essa nova forma de troca de informações com ênfase no âmbito corporativo. Após pesquisa e aplicação do questionário, a partir das informações coletadas através dos 82 respondentes, foi possível alcançar algumas constatações quanto ao uso dessa ferramenta na comunicação interna do hospital particular em João Pessoa – PB, as quais podem gerar novos estudos ou pesquisas futuras capazes de consolidar ou refutar os poucos resultados encontrados até hoje.

A pesquisa apontou algumas condições a serem consideradas pela organização quanto as práticas comunicacionais na área de comunicação interna, como o nível de influência ocupado pelo *WhatsApp*, entre os diversos canais de comunicação formais e informais existentes na empresa, uma vez que foi identificado como o segundo canal de comunicação mais utilizado na organização, por aproximadamente 82% dos pesquisados, demonstrando assim que essa forma de se comunicar deve se consolidar na empresa.

Segundo Carvalho (2015), um dos primeiros canais que trouxe o poder de se comunicar com outra pessoa de outro canto do mundo, alcançando utilidade para comunicações formais, como as empresariais, foi o e-mail. Tal utilidade, na época e até os dias atuais, fez com que as organizações adotassem o e-mail como ferramenta de trabalho para troca de mensagens eletrônicas entre os colaboradores da organização. A percepção de que o *WhatsApp* pode se tornar um veículo de comunicação interna formal tem seguido um percurso parecido com o do e-mail.

Conforme observado neste estudo, o *WhatsApp* já tem se tornado um dispositivo de comunicação organizacional interna da empresa, até mesmo sem estar oficializado para tal. Além disso, constatou-se por meio das respostas dos entrevistados que o *WhatsApp* é um aplicativo utilizado por cerca de 98,8% dos pesquisados.

Porém, quando aprofundado ainda mais esse assunto, foi possível perceber que apenas 14,6 % da amostra da pesquisa possui um número específico para o uso no seu trabalho, e que 95,1% dos pesquisados utilizam do seu aplicativo de uso pessoal para o desenvolvimento das atividades internas da organização. Isto posto, é notório que o uso dessa ferramenta para manutenção da comunicação organizacional se tornou comum e, isso independe do uso do aplicativo *WhatsApp* ser pessoal ou não, já que até mesmo os que possuem um número à parte, para desempenho de suas tarefas laborais, utilizam seu canal de comunicação pessoal em função do trabalho.

Ao aprofundar as questões sobre o uso do *WhatsApp* como ferramenta de comunicação interna, os entrevistados concordaram que esta comunicação é conveniente, pois sempre os auxiliam na resolução de suas atividades e não os gera incômodos. Esse dado assegura que os colaboradores estão abertos à adoção de formas de comunicação mais inovadoras como o *WhatsApp*, especialmente pela modernidade e funcionalidade desse tipo de ferramenta.

Os resultados apresentados nessa pesquisa também demonstraram que a maneira dos colaboradores se comunicarem através do aplicativo, em algumas circunstâncias, tem gerado desconforto aos funcionários, pois a praticidade da ferramenta *WhatsApp* tem feito com que as demandas de trabalho se estendam além do horário de expediente acordado para cada trabalhador. Segundo dados da pesquisa, apenas 7,3% dos pesquisados afirmaram nunca precisar resolver algum problema da empresa após sua jornada de trabalho.

Assim, é possível declarar, com base na fundamentação apresentada durante o estudo, que as mudanças na comunicação proporcionadas por esse aplicativo não só impactaram os conceitos individuais e sociais, mas também os organizacionais, pois as estratégias, as ações, as informações, tudo depende de uma boa comunicação. Com isso, tornou-se notório, durante o estudo, que a falta de controle da organização sobre o uso desse aplicativo, considerando a incontestável força dessa ferramenta devido à rapidez com que a informação é disseminada, transforma completamente os processos de relacionamento e comunicação na organização, uma

vez que não há um investimento significativo por parte da empresa na atual comunicação interna.

Deste modo, é imprescindível que desenvolvam condições que busquem compreender e solucionar as insatisfações dos colaboradores, aprimorando os relacionamentos existentes através dos processos de comunicação interna da empresa. É cabível à organização contribuir com a capacitação e qualificação de seus profissionais tanto para a gestão das ferramentas de mensagens instantâneas quanto para a manutenção da comunicação no âmbito organizacional, introduzindo de forma crítica, construtiva e criativa, limites relevantes quanto ao uso desses mecanismos, garantindo a eficiência da comunicação organizacional.

Conclui-se que a empresa, de maneira geral, tem a necessidade de realizar um acompanhamento mais profundo com os colaboradores, buscando entender às necessidades dos funcionários para a realização de uma comunicação eficaz, a fim de identificar as possíveis lacunas em relação ao uso do *WhatsApp* em função do trabalho, contribuindo assim para novas possibilidades de aprimoramento da comunicação interna, transformando o ambiente laboral em um local colaborativo para fomentar novos padrões de comunicação de dentro para fora da empresa.

No entanto, o presente estudo enfrentou algumas limitações, como o atual contexto de pandemia que a sociedade enfrenta assim como o tempo para adaptação a essa problemática, a aplicação do questionário online, e até mesmo a falta de bibliografia específica sobre o *WhatsApp* como ferramenta de comunicação interna das empresas, pois se trata de um fenômeno recente e que agora que está adentrando às organizações.

Para pesquisas futuras, há possibilidades de investigação de várias questões sobre o tema, em diversos aspectos, como o desenvolvimento de um estudo sobre o tempo de uso do *WhatsApp* em relação ao perfil do cargo dos colaboradores, uma vez que na atual pesquisa realizada identificou-se uma disparidade de informações quanto ao tempo médio gasto para realização do trabalho em função da utilização do aplicativo, o que nos faz acreditar que a demanda para o uso varia conforme a especificidade da natureza do trabalho do respondente. Essa e outras especulações podem derivar a partir das constatações colhidas pela pesquisa.

REFERÊNCIAS

AZEREDO, Tiago Antonio Cundari. **O processo de comunicação dentro da empresa.** 07 jul. 2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-processo-decomunicacao-dentro-da-empresa/56412/>> Acesso em: 03 de abr 2020.

BAHIA, Benedito Juarez. **Introdução à Comunicação Empresarial.** Rio de Janeiro: Mauad, 1995. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=z4IQBAAQBAJ&pg=PT11&lpg=PT11&dq=%E2%80%9CA+comunica%C3%A7%C3%A3o+interna+e+a+comunica%C3%A7%C3%A3o+externa+s%C3%A3o+os+tipos+de+a%C3%A7%C3%B5es+mais+importantes+na+estrat%C3%A9gia+da+organiza%C3%A7%C3%A3o.+Podem+ser+exercidas+simult%C3%A2nea+ou+paralelamente,&source=bl&ots=LtYMDqHk-E&sig=ACfU3U1XSsmMPHFW8QQNcmJ_ihvvaPmY3g&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiU2ZPC3MPoAhUaK7kGHRDxBz8Q6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 28 de mar. 2020

BARBOSA, J. E. M. et al. **Prática de Pesquisa em Administração de Sistema de Informação.** João Pessoa: IFPB, 2012.

BAGTASOS, Maynard Rival. **Quality of Work Life: A Review of Literature.** DLSU Business & Economics Review, v. 20, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://ejournals.ph/article.php?id=6424>> Acesso em: 06 de nov 2020.

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade.** Porto Alegre: EDIPUCRS, p. 31-50, 2008.

E-mail e WhatsApp: riscos para a saúde do trabalhador. **BLOG OCUPACIONAL.** 15 out. 2018. Disponível em: <<https://www.ocupacional.com.br/ocupacional/e-mail-e-whatsapp-riscos-para-a-saude-do-trabalhador/>>. Acesso em 29 de fev. 2020

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa.** – São Paulo, Editora Integreare, 2017.

CALDAS, P. **Comunicação formal e informal.** 2010. Disponível em: <<http://www.priscylacaldas.com.br/comunicacao-formal-e-informal/>>. Acesso em: 16 de abr 2020

CALDAS, Priscila. Comunicação formal e informal. **Portal Administradores**, 2010. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/comunicacao-formal-e-informal>> Acesso em: 03 de mai 2020.

CARVALHO, Ana Paula Pinto de. A integração das novas mídias sociais à comunicação interna das organizações. 2015

COELHO, J. A. P. M.; SOUZA, Gustavo HS; ALBUQUERQUE, Josmário. Desenvolvimento de questionários e aplicação na pesquisa em Informática na

Educação. **Metodologia de Pesquisa Científica em Informática na Educação: Concepção de Pesquisa**. Porto Alegre: SBC. Recuperado em, v. 6, 2020.

Comunicação na era digital: 6 desafios e os impactos na gestão empresarial. Take Blip, 2017. Disponível em: <<https://take.net/blog/inovacao/comunicacao-na-era-digital>>. Acesso em: 26 de out. 2020

Comunicação de mão dupla para as empresas: o que é, importância e aplicação. Take Blip, 2016 Disponível em: <<https://take.net/blog/inovacao/comunicacao-de-mao-dupla-nas-empresas>>. Acesso em: 26 de out. 2020

DA SILVA, Maria Elisângela Fagundes; FONSECA, Eduardo. Mudanças tecnológicas e qualidade de vida no trabalho: até que ponto o avanço tecnológico contribui para a vivência da qualidade de vida no trabalho?. In: **XVIII Congresso Nacional De Secretariado**. Belo Horizonte. 2012.

DE OLIVEIRA, Lucia Barbosa et al. Os Efeitos da Tecnologia Móvel sobre a Qualidade de Vida no Trabalho. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 15, n. 2, p. 161-185, 2015.

DOS SANTOS, Luciane Cristina Ribeiro; DE ANDRADE, Evandro Lau; WOEHLE, Sidele. A correlação das teorias de Maslow e Walton aplicada na análise de qualidade de vida no trabalho de profissionais de uma empresa do comércio calçadista/The correlation of Maslow and Walton theories applied in life quality analysis in professional work. **Brazilian Journal of Development**, v. 1, n. 1, p. 24-42, 2015.

EQUIPE IBC. A importância da comunicação eficaz nas organizações. **Instituto Brasileiro de Coaching**, Goiânia, 14. dez. 2018. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/importancia-comunicacao-eficaz-organizacoes/>> Acesso em: 04 de abr. 2020.

FERREIRA, Mário César. **Qualidade de Vida no Trabalho. Uma abordagem centrada no olhar dos trabalhadores**. Brasília, DF : Edições Ler, Pensar, Agir, 2011. Disponível em: <<http://ergopublic.com.br/arquivos/1359392512.36-arquivo.pdf>> Acesso em 02 de nov. 2020

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUILD. **O uso profissional do WhatsApp aumenta, mas também a insatisfação**. 17 de dez de 2019. Disponível em: <<https://guild.co/blog/whatsapp-professional-use-increases-in-line-with/>> Acesso em: 30 de dez de 2020.

HERÉDIA, Thais. 56% dos trabalhadores formais estão insatisfeitos com o trabalho, revela pesquisa. **G1**. 11 dez. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/blog/thais-heredia/post/56-dos-trabalhadores->

formais-estao-insatisfeitos-com-o-trabalho-revela-pesquisa.htm > Acesso em: 01 de nov. 2020

JUNIOR, L. F. A.; DOS SANTOS, C. M. R. G. A comunicação reticular e o WhatsApp como tendência no ambiente corporativo. In: **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2017, Curitiba. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0101-1.pdf>> Acesso em: 20 de out. 2020

KUNSCH, Margarida. Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão editora, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LAGE, G. P.; TEIXEIRA, D.; CALIJORNE, N. P.; MELGAÇO, I. O desenvolvimento da comunicação no setor público. **Convibra**, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://silo.tips/download/o-desenvolvimento-da-comunicacao-no-setor-publico>> Acesso em: 03 de abr 2020.

Lima, H. **A importância da comunicação nas organizações**. 2017. Disponível em: < <https://endomarketing.tv/importancia-da-comunicacao-nas-organizacoes/>> Acesso em: 31 de dez 2020.

MASSUKADO-NAKATANI, M. S. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo: Amostragem**. 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.ufpr.br/drupal5/files/Aula%2022%20-%20Amostragem.pdf>>. Acesso em: 29 de dez 2020.

MARQUES, José Roberto. Conheça as principais barreiras da comunicação empresarial e como superá-las. **Instituto Brasileiro de Coaching**, Goiânia, 10. set. 2019. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-as-principais-barreiras-da-comunicacao-empresarial-e-como-supera-las/#:~:text=Uma%20empresa%20que%20se%20comunica,os%20departamentos%20trabalhem%20em%20unidade.&text=Com%20base%20nesta%20an%C3%A1lise%20%C3%A9,o%2C%20assim%2C%20mais%20eficiente.>>> Acesso em: 04 de abr 2020.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à administração. 5ª edição. **Revista e Ampliada**. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Rodrigo. **Comunicação interna**: conheça 10 ferramentas úteis. Blog Comunique-se. 8 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.comunique-se.com.br/blog/comunicacao-interna-ferramentas/>>. Acesso em: 27 de out. 2020.

PERUCCI, G. Especialistas alertam para a ansiedade e o estresse gerados pela tecnologia. **Saúde Plena**. 03 mai. 2016. Disponível em: <<https://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2016/05/03/noticias->

saude,190249/especialistas-alertam-para-a-ansiedade-e-o-estresse-gerados-pela-tecno.shtml> Acesso em: 27 de out. 2020

Qual é o verdadeiro impacto da tecnologia nas empresas? Entenda. Take Blip, 2018. Disponível em: <<https://take.net/blog/inovacao/impacto-da-tecnologia-nas-empresas>> Acesso em: 27 de out. 2020.

SANTOS, Valdelice da Conceição. **Uso do WhatsApp como uma ferramenta de comunicação interna:** Um estudo de caso na Prefeitura de São Félix-BA, 58 páginas. 2018. Trabalho de Conclusão do Curso (Tecnologia em Gestão Pública) – Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, 2018. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/gestaopublica/images/phocadownload/20181TCCconcluidos/SANTOS_Uso_Whatsapp_ferramenta_comunicacao_interna.pdf> Acesso em: 05 de abril 2020.

SENA, Kárita Emanuelle Ribeiro. O uso das novas tecnologias na comunicação interna: fatalismo inarredável. In: **SIMPÓSIO INTERNACIONAL**. 2014. Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor5/files/2014/07/Karita-Sena_Artigo-5%C2%BA-Simp%C3%B3sio-Internacional-de-Ciberjornalismo.pdf> Acesso em: 27 de fev. 2020.

SIMON, Herbert Alexander. **Comportamento administrativo:** estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getulio Vargas, 1970.

SOLLITTO, André. **O WhatsApp como ferramenta de comunicação.** Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/revista/o-whatsapp-como-ferramenta-de-comunicacao/>>. Acesso em: 28 de fev. 2020.

TRINDADE, Patrícia Alves. **Qualidade de vida no trabalho segundo o modelo de Walton:** um estudo de caso ligado à percepção dos servidores efetivos da Câmara dos Deputados. Brasília. 2017. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13915/1/21450867.pdf>> Acesso em: 03 de nov. 2020.

VALENTE, Jonas. Pesquisa aponta desigualdade no uso de tecnologias por empresas. **Agência Brasil**, Brasília, 07. jul. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-07/pesquisa-aponta-desigualdade-no-uso-de-tecnologias-por-empresas>> Acesso em: 27 de out 2020.

WATANABE, Camilla. **Comunicação formal e informal.** 2009. Disponível em: <<http://verbalizando-corg.blogspot.com.br/2009/05/comunicacao-formal-e-informal.html>>

WHATSAPP. **Blog do WhatsApp.** 2020 Disponível em: <<https://blog.whatsapp.com>> Acesso em: 28 de fev. 2020.

WhatsApp é a principal fonte de informação dos brasileiros. **Correio Braziliense**. 10 dez. 2019. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/12/10/interna_tecnologia,812946/whatsapp-e-a-principal-fonte-de-informacao-dos-brasileiros-indica-pes.shtml>. Acesso em: 29 de fev. 2020

Você tem (menos) e-mail: CIOs pesquisados dizem que a comunicação no local de trabalho favorecerá as ferramentas em tempo real **Robert Half Technology**. Califórnia, 25 ago. 2011. Disponível em: <<http://rh-us.mediaroom.com/2011-08-25-YOUBE-GOT-LESS-MAIL>> Acesso em: 28 de out. 2020

Mensagem para você: e-mail ainda é a melhor opção para comunicação no local de trabalho. **Robert Half Technology**. Califórnia, 27 jul. 2017. Disponível em: <<http://rh-us.mediaroom.com/2017-07-27-Youve-Got-Mail-Email-Still-Top-Choice-For-Workplace-Communication>> Acesso em: 30 de out. 2020

APÊNDICES

Instrumento de pesquisa

Estimado participante desta pesquisa!

É com imensa satisfação que inicio agradecendo a sua participação neste estudo. Com fins acadêmicos para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Curso Superior Bacharelado em Administração do IFPB Campus João Pessoa, este estudo tem por objetivo "Analisar a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas – whatsapp como mecanismo de comunicação organizacional interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho".

A tecnologia está mudando o mundo e junto com ele a forma das pessoas se comunicarem. Inovação, praticidade e velocidade são expressões que vieram agregadas a essas mudanças. Hoje em dia, em plena era digital, é quase impossível não estar conectado, a ideia de poder se comunicar de forma quase que instantânea tem se tornado uma importante aliada na rotina diária das pessoas. O uso de aplicativos de mensagens instantâneas como o Whatsapp é um exemplo claro dessa mudança.

Esta pesquisa tem caráter acadêmico e não publicará os dados de privacidade dos respondentes. Demandará pouco tempo para ser respondida. Agradecemos a sua participação através de respostas bem analisadas e que retrate a sua percepção sobre o objetivo proposto!

Agradecemos a sua disponibilidade!

*Obrigatório

*Obrigatório

Dados do pesquisado:

x

1. Qual o seu sexo ? *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

2. Qual seu ano de nascimento? *

Marcar apenas uma oval.

- Entre 1952 a 1963
- Entre 1964 a 1976
- Entre 1977 a 1988
- Entre 1989 a 1999
- Ano 2000 em diante

3. Nível de escolaridade *

Marcar apenas uma oval.

- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós graduação

Identificação dos mecanismos formais e informais de comunicação existentes na organização trabalhada.

4. Conforme lista abaixo, qual o nível de frequência com o qual você utiliza os seguintes mecanismos de comunicação na realização do seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca uso	Uso esporadicamente, uma vez por mês	Uso frequentemente, uma vez por semana	Uso diariamente
Comunicação pessoal: Reuniões, conferências	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação pessoal: Eventos internos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação pessoal: Conversas entre os colegas de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação impressa: Elaboração de documentos como ofícios, memorandos, relatórios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação impressa: Materiais de comunicação como panfletos, cartazes, cartões de visita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação por meio de equipamento: uso de equipamentos como computadores, impressoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação por meio de equipamento: uso de aparelhos celulares, smarthphones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

por meio de equipamento: uso de fones de ouvido, câmeras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação virtual: e-mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação virtual: vídeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação virtual: Mensagens instantâneas, como o whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação virtual: uso de plataformas da própria empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação virtual: uso de plataformas de empresas parceiras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Você consegue ter acesso às informações que precisa através dos canais de comunicação interna disponibilizados pela empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Frequentemente
- As vezes
- Raramente
- Nunca

6. Você considera apropriados os canais de comunicação existentes na empresa conforme as necessidades do seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, totalmente
- Pode melhorar, mas atende parcialmente
- São instrumentos indiferentes para a função que ocupo atualmente.
- Não são apropriados.

Opinião dos colaboradores quanto às implicações que a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas - Whatsapp proporcionam a qualidade de vida no trabalho do colaborador.

7. Você utiliza o Whatsapp no seu telefone pessoal? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

8. Você possui algum número de Whatsapp específico para o uso no seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

9. Você utiliza o seu número de Whatsapp pessoal para ser utilizado como instrumento de comunicação interno no seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

10. Você participa de algum grupo de WhatsApp da empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Não, prefiro não participar
 Sim, participo mais deixo a maioria dos grupos silenciados para evitar estresse.
 Não, não tem grupos de WhatsApp na empresa
 Sim, participo pois acredito que é a melhor forma de facilitar a comunicação

11. Com qual frequência você recebe as demandas de trabalho via WhatsApp? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
 Frequentemente
 As vezes
 Raramente
 Nunca

12. Como você classificaria a comunicação interna, via WhatsApp, existente entre os funcionários da empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Ótima, sempre uso a ferramenta para a maioria das minhas atividades e prefiro assim.
 Boa, auxilia nas minhas atividades e não me incomoda
 Média, me ajuda nas minhas atividades porém distrai a minha atenção
 Péssima, não consigo desenvolver minhas atividades direito por causa das inúmeras mensagens de trabalho que recebo

13. Você acredita que as informações que são transmitidas, via WhatsApp, ocorrem de forma eficiente e clara em seu ambiente de trabalho? * *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Frequentemente
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

14. Você acredita que a ferramenta WhatsApp é melhor forma de facilitar a comunicação interna do seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, pois torna a comunicação rápida e eficaz
- Talvez, apesar dos ruídos o WhatsApp facilita a transmissão de informações urgentes
- Não, apesar da rapidez, a ferramenta gera estresse e torna a segurança de qualquer informação comprometida

15. Você resolve as demandas do trabalho via WhatsApp? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Frequentemente
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

16. Em média, quanto tempo da sua jornada de trabalho diária é destinada ao uso do WhatsApp para realização do seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Entre 1 e 2 horas
- Entre 2 e 3 horas
- Entre 3 e 4 horas
- Entre 4 e 5 horas
- Acima de 5 horas

17. Geralmente, você recebe mensagens via WhatsApp para resolver assuntos do trabalho após seu horário de expediente? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Frequentemente
- As vezes
- Raramente
- Nunca

18. Em uma escala de 0 a 2, sendo 0 considerado "leve", 1 "moderado" e 2 "severo" , como você classificaria seu nível de estresse atual, ao ter que resolver problemas do trabalho (Via WhatsApp) após seu horário de expediente? *

Marcar apenas uma oval.

	0	1	2	
leve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	severo

19. Você tem ciência dos direitos e deveres sobre o uso desse aplicativo como ferramenta de comunicação na empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Não, nunca soube quais fatores legais implicam sob o uso dessa ferramenta
- Sim, sabia, por exemplo, que o uso da ferramenta para resolver questões da empresa fora do horário de expediente pode se caracterizar como hora extra

20. Quais das aplicações abaixo você tem conhecimento que o uso indevido do aplicativo Whatsapp pode causar ao colaborador? *

Marque todas que se aplicam.

- Demissão por justa causa
- Advertência
- Proibição do uso do celular durante horário de trabalho
- Sobrecarga de informações referentes ao trabalho, influenciando a vida pessoal
- Domínio de informações sobre o trabalho que ficam registradas no seu aparelho pessoal.
- Doenças ocupacionais

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários