

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO  
CONHECIMENTO**

**O USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA NA  
COMUNICAÇÃO INTERNA DE UMA INSTITUIÇÃO: UM ESTUDO NA UFRN**

**MARIANA COSTA TORRES GALVÃO**

**NATAL - RN**

**2023**

MARIANA COSTA TORRES GALVÃO

**O USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA NA  
COMUNICAÇÃO INTERNA DE UMA INSTITUIÇÃO: UM ESTUDO NA UFRN**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação e do Conhecimento da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito para obtenção do título de mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento.

Linha de Pesquisa 1: Uso, Comunicação e Gestão da Informação e do Conhecimento

**ORIENTADOR: Prof. Dr. Daniel de Araújo  
Martins**

**NATAL - RN**

**2023**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Galvão, Mariana Costa Torres.

O uso das ferramentas de comunicação instantânea na comunicação interna de uma instituição: um estudo na UFRN / Mariana Costa Torres Galvao. - Natal, 2023.

104f.: il.

Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação e do Conhecimento. Natal, RN, 2023.

Orientação: Prof. Dr. Daniel de Araújo Martins.

1. Gestão da Informação e do Conhecimento - Dissertação. 2. Ferramentas de comunicação instantânea - Dissertação. 3. Comunicação interna - Dissertação. 4. Aceitação de tecnologia - Dissertação. 5. Technology Acceptance Model (TAM3) - Dissertação. 6. WhatsApp - Dissertação. I. Martins, Daniel de Araújo. II. Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 005.94:004

**MARIANA COSTA TORRES GALVÃO**

**O USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA NA  
COMUNICAÇÃO INTERNA DE UMA INSTITUIÇÃO: UM ESTUDO NA UFRN**

**Data da Defesa: 20/12/2023**

**Aprovada pela seguinte Comissão Examinadora:**

---

**Prof. Dr. Daniel de Araújo Martins**

**Universidade Federal do Rio Grande do Norte**

**(Presidente)**

---

**Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Andrea Vasconcelos Carvalho**

**Universidade Federal do Rio Grande do Norte**

**(Membro interno)**

---

**Prof. Dr. Roosevelt Bezerra da Silva Filho**

**Unifacex**

**(Membro externo)**

**NATAL/RN**

**2023**

## AGRADECIMENTOS

Em um momento de inquietação, decidi que queria e precisa fazer mais. Mais por mim, mais pelo meu lado profissional e mais um desafio a superar. Então, decidi o mestrado. E por isso, agradeço, primeiramente a Deus, pois em tudo que faço e em todos os caminhos que decido seguir, tenho certeza que existe Ele abrindo portas e me guiando.

Optei por não escrever uma dedicatória, não porque não acredite que não deva dedicar este trabalho, o qual é sinônimo de dedicação e crescimento, para alguém. Pelo contrário. É por acreditar que ele merece ser dedicado a tantas pessoas, que julguei mais justo agradecer a todos que me apoiaram nesta caminhada.

Agradeço a minha família, em especial ao meu pai e a maioria dos meus avós, os quais não estão mais presentes fisicamente neste plano. Sei que fui muito abençoada por tê-los e ter crescido recebendo tanto amor, dedicação e suporte. E saber que eles se orgulham (ou o se orgulhariam) do caminho trilhado, é um incentivo para minha dedicação e vontade de buscar crescimento.

Agradeço ao meu orientador, Daniel Martins, o qual sempre esteve prontamente disponível para me ajudar, quase mesmo até que instantaneamente, e sempre me mostrava uma luz quando eu achava que estava sem norte. Não teria como não agradecer por toda a paciência e compreensão pois, sem ele, esse trabalho não teria sido possível.

Agradeço ao meu namorado, que me apoia e me incentiva no crescimento em todas as áreas e me mostra, com exemplos diários, como a dedicação e a constância nos traz frutos que fazem com que a gente se orgulhe de nós mesmos,

Agradeço aos meus amigos, em especial a Sabrina, que estiveram comigo durante essa caminhada e, muitas vezes, ajudando e aconselhando nos momentos que pareciam ser mais difíceis e eu achava que não iria conseguir.

Por fim, agradeço a UFRN por oferecer, com qualidade, oportunidades de crescimento aos seus servidores e dar o suporte que precisamos para realizar esta jornada.

Diante disso, ressalto que estas palavras não são suficientes para agradecer a todos aqueles que estiveram ao meu lado, mesmo antes do início do mestrado. Meu sentimento é de gratidão por poder compartilhar esta conquista com pessoas tão especiais.

## RESUMO

O avanço das tecnologias nos últimos anos permitiu que a sociedade alterasse a forma de se relacionar e uma das áreas afetadas foi a comunicação. Com o surgimento das ferramentas de comunicação instantânea é possível estabelecer uma comunicação em tempo real e, há alguns anos, esse impacto também atingiu as atividades laborais dos indivíduos, uma vez que tais ferramentas foram incluídas nas rotinas organizacionais. Este estudo tem, portanto, a finalidade de compreender como se dá a aceitação e o uso das ferramentas de comunicação instantânea na comunicação interna de uma organização, a partir da percepção dos servidores assistentes administrativos da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Para atingir o objetivo, foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa, utilizando-se de procedimentos como pesquisa bibliográfica e levantamento (*survey*). Para a obtenção de dados, foi aplicado um questionário, baseado no Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM 3) de Venkatesh e Bala (2008), com os servidores Assistentes em Administração da UFRN. A análise dos dados foi realizada utilizando a estatística descritiva e escala Likert de sete pontos para avaliar os constructos do TAM3. Como resultados, obteve-se que existe um grande uso da ferramenta WhatsApp no cotidiano laboral da amostra pesquisa, e de acordo com a análise, essa ferramenta apresenta uma boa aceitação dentre esses servidores, para o desenvolvimento das suas atividades laborais. No entanto, vale ressaltar, também, que houveram algumas fraquezas diagnosticadas através da pesquisa, a exemplos da falta de orientação desse uso para fins laborais por parte da instituição, atendimentos através das ferramentas não satisfatórios e falta de reconhecimento dessa utilidade pela instituição, Além disso, para atenuar algumas fraquezas relatadas a esse uso, foi elaborado um Planejamento Estratégico Situacional (PES), baseado no modelo de Carlos Matus, contendo algumas ações que podem ser benéficas, como a institucionalização de uma ferramenta, elaboração de manual de uso das ferramentas com a finalidade laboral e oferecimento de minicurso sobre atendimento em meios digitais. A presente pesquisa traz um fortalecimento acadêmico a respeito do tema, além de contribuições na promoção e institucionalização das ferramentas na UFRN, ajudando a fortalecer sua imagem ao promover melhorias em sua comunicação interna.

**Palavras chave:** Ferramentas de Comunicação Instantânea; Comunicação Interna; Aceitação de Tecnologia; TAM 3; WhatsApp

## ABSTRACT

The advancement of technologies in recent years has allowed society to change the way it relates and one of the areas affected has been communication. With the emergence of instant communication tools, it is possible to establish real-time communication and, a few years ago, this impact also affected individuals' work activities, since such tools were included in organizational routines. This study therefore aims to understand how the acceptance and use of instant communication tools occurs in the internal communication of an organization, based on the perception of administrative assistants at the Federal University of Rio Grande do Norte (UFRN). To achieve the objective, a quantitative research was carried out, using procedures such as bibliographical research and survey. To obtain data, a questionnaire was applied, based on the Technology Acceptance Model (TAM 3) by Venkatesh and Bala (2008), with UFRN Administration Assistants. Data analysis was performed using descriptive statistics and a seven-point Likert scale to evaluate the TAM3 constructs. As a result, it was obtained that there is a great use of the WhatsApp tool in the daily work of the research sample, and according to the analysis, this tool is well accepted among these employees, for the development of their work activities. However, it is also worth highlighting that there were some weaknesses diagnosed through the research, such as the lack of guidance on this use for work purposes by the institution, unsatisfactory service through the tools and lack of recognition of this usefulness by the institution. , to mitigate some weaknesses reported in this use, a Situational Strategic Planning (PES) was prepared, based on the Carlos Matus model, containing some actions that can be beneficial, such as the institutionalization of a tool, preparation of a tool use manual with the work purpose and offering a mini-course on customer service in digital media. This research brings academic strengthening on the topic, as well as contributions to the promotion and institutionalization of tools at UFRN, helping to strengthen its image by promoting improvements in its internal communication.

**Keywords:** Instant Communication Tools; Internal communication; Technology Acceptance; TAM 3; WhatsApp

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Modelo Processual de Administração da Informação .....	21
Figura 2 - Ciclo SECI .....	23
Figura 3 - Modelo de processo comunicacional .....	26
Figura 4 - Comunicação Organizacional Integrada .....	28
Figura 5 - Teoria da Ação Raciocinada (TRA) .....	41
Figura 6 - Teoria do Comportamento Planejado (TPB) .....	42
Figura 7 – Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM) .....	42
Figura 8 – TAM 2 .....	44
Figura 9 - TAM 3 .....	44
Figura 10 - Modelo Conceitual da Pesquisa .....	46
Gráfico 1 - Ferramentas de comunicação instantânea utilizadas .....	55
Gráfico 2 - Finalidade do uso das ferramentas de comunicação instantânea .....	56
Gráfico 3 - Divulgação e qualidade de atendimento .....	57
Gráfico 4 - Orientações a respeito do uso das ferramentas de comunicação instantânea .....	58
Gráfico 5 - Utilidade Percebida .....	61
Gráfico 6 - Facilidade de Uso Percebida .....	63
Gráfico 7 - Auto eficácia do computador .....	64
Gráfico 8 – Percepção de Controle Externo .....	65
Gráfico 9 - Ludicidade .....	67
Gráfico 10 - Ansiedade em utilizar o computador .....	68
Gráfico 11 - Prazer Percebido .....	69
Gráfico 12 - Norma Subjetiva .....	71
Gráfico 13 - Voluntariedade .....	72
Gráfico 14 - Imagem .....	74
Gráfico 15 - Relevância do Trabalho .....	76
Gráfico 16 - Qualidade dos Resultados .....	77
Gráfico 17 - Demonstrabilidade dos Resultados .....	79
Gráfico 18 – Intenção Comportamental .....	81
Figura 11 – Fluxograma situacional dos pontos fracos da pesquisa do uso das ferramentas de comunicação instantânea .....	86
Figura 12 – Fluxograma contendo as fraquezas e ações sugeridas .....	89

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Pesquisa em base de dados sobre Comunicação Instantânea e Comunicação Organizacional .....	16
Quadro 2 – Gestão da Informação x Gestão do Conhecimento .....	23
Quadro 3 – Constructos Adicionais ao TAM 2 .....	43
Quadro 4 - Constructos Adicionais ao TAM 3 .....	45
Tabela 1 – Caracterização da população .....	53
Tabela 2 – Caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral .....	54
Tabela 3 - Análise Geral do TAM .....	59
Tabela 4 - Análise da Utilidade Percebida .....	61
Tabela 5 - Análise da Facilidade de Uso Percebida da Ferramenta .....	62
Tabela 6 - Análise da Auto eficácia do Computador .....	64
Tabela 7 - Análise da Percepção de Controle Externo .....	65
Tabela 8 - Análise da Ludicidade .....	66
Tabela 9 – Análise da Ansiedade em utilizar o computador .....	68
Tabela 10 - Análise do Prazer Percebido .....	69
Tabela 11 - Análise da Norma Subjetiva .....	70
Tabela 12 - Análise da Voluntariedade .....	72
Tabela 13 - Análise da Imagem .....	74
Tabela 14 - Análise da Relevância do Trabalho .....	75
Tabela 15 - Análise da Qualidade dos Resultados .....	77
Tabela 16 - Análise da Demonstrabilidade dos Resultados .....	78
Tabela 17 - Análise da Intenção Comportamental .....	80
Quadro 5 - Pontos fortes encontrados a partir da análise da pesquisa .....	83
Quadro 6 – Pontos fracos encontrados a partir da análise da pesquisa .....	84
Quadro 7 – Plano Estratégico Situacional .....	87

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

A - Argumento

BI – Intenção Comportamental

CANX – Ansiedade em Utilizar o Computador

CSE – Auto eficácia do Computador

CPLAY – Ludicidade

D - Descritor

ENJ – Prazer Percebido

GIC – Gestão da Informação e do Conhecimento

IMG – Imagem

OUT – Qualidade dos Resultados

PEC – Percepção de Controle Externo

PEOU – Facilidade de Uso Percebida

PES – Planejamento Estratégico Situacional

PF – Ponto Forte

PFR – Ponto Fraco

PGD – Programa de Gestão de Desempenho

PU – Utilidade Percebida

REL – Relevância para o Trabalho

RES – Demonstrabilidade dos Resultados

SIPAC – Sistema Integrado de Patrimônio, Administração e Contratos

SN – Norma Subjetiva

TAM – Technology Acceptance Model (Modelo de Aceitação de Tecnologia)

TCI – Tecnologia de Comunicação Instantânea

TI – Tecnologia da Informação

TIC – Tecnologia da Informação e da Comunicação

TPB – Theory of Planner Behavior

TRA – Theory of Reasoned Action

UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

VOL – Voluntariedade

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	12
1.1 OBJETIVOS .....	14
1.1.1 Objetivo Geral .....	14
1.1.2 Objetivos Específicos .....	14
1.2 JUSTIFICATIVA .....	14
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	19
2.1 GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO .....	19
2.2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL .....	25
2.2.1 Comunicação Interna .....	29
2.3 TECNOLOGIAS NAS ORGANIZAÇÕES .....	31
2.3.1 Tecnologia da Informação .....	31
2.3.2 Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC) .....	33
2.4 TECNOLOGIA DA COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA .....	34
2.4.1 Meios de Comunicação Instantânea .....	37
2.4.1.1 <i>WhatsApp</i> .....	37
2.4.1.2 <i>Facebook Messenger</i> .....	38
2.4.1.3 <i>Instagram Direct</i> .....	39
2.4.1.4 <i>Telegram</i> .....	39
2.5 MODELOS DE ACEITAÇÃO DE TECNOLOGIA .....	40
2.6 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA .....	46
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	49
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	49
3.2 COLETA DE DADOS .....	50
3.2.1 População e Amostra .....	50
3.2.2 Instrumento de coleta de dados .....	51
3.3 ANÁLISE DE DADOS .....	52
<b>4 ANÁLISE E RESULTADOS</b> .....	53
4.1 ANÁLISE DEMOGRÁFICA DA AMOSTRA .....	53

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEAS .....	54
4.3 AVALIAÇÃO DA ACEITAÇÃO E USO DAS FERRAMENTAS BASEADO NO MODELO TAM 3 .....	58
4.3.1 Análise geral dos constructos TAM .....	59
4.3.2 Análise detalhada dos constructos TAM .....	61
<b>5 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO PARA MELHOR USO DO WHATSAPP COMO FERRAMENTA LABORAL NA UFRN .....</b>	<b>83</b>
5.1 ANÁLISE DOS PONTOS FORTES E FRACOS DA PESQUISA .....	83
5.2 PLANO DE MELHORIA .....	85
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>91</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>93</b>
APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE PESQUISA .....	100

## 1 INTRODUÇÃO

A informação está presente na vida das pessoas em todo momento, desde os tempos primórdios. A cada minuto contado, milhões de dados são codificados, repassados e, assim, as informações são disseminadas pelo mundo. Para a sociedade do conhecimento, ela é um fator primordial, uma vez que sem a mesma seria impossível gerar o conhecimento.

Não somente para a sociedade, a informação também cumpre um papel importantíssimo dentro de uma organização, podendo ser vista, portanto, como um recurso para as mesmas (ARAÚJO E FACHIN, 2010). Saber realizar uma efetiva gestão da informação torna-se uma atividade essencial para as organizações que desejam alcançar o sucesso.

Com o avanço da tecnologia e o aperfeiçoamento dos *softwares*, a forma como essas informações são consumidas e repassadas sofreu drásticas mudanças. Antes, tinham-se como principais fontes de informações os livros, pinturas e jornais, por exemplo. Hoje, deve-se considerar também, as fontes informacionais eletrônicas incluindo os *e-books*, repositórios e até mesmo as redes sociais.

Um grande ponto a ser considerado com o avanço tecnológico e, principalmente devido ao aperfeiçoamento da *Internet*, é que essa informação passou a ter um alcance a nível global e instantâneo, mudando completamente a forma como as pessoas se relacionam entre si e acessam essas informações.

Além das relações interpessoais, esse novo formato de consumir informações também afetou a relação das pessoas com a forma como elas desempenham os seus trabalhos. A tecnologia permitiu que alguns tipos de trabalhos pudessem ser realizados à distância, sem que houvesse prejuízo da qualidade de trabalho. E uma das principais ferramentas tecnológicas que permitiu a eficácia do trabalho à distância (teletrabalho) foram os meios de comunicação instantâneos.

As redes sociais, que também são meios de comunicação instantânea, a exemplo do *WhatsApp*, *Telegram* e o Instagram, fazem parte da vida da sociedade e são os principais canais de comunicação entre as pessoas. Para Lobo *et. al.* (2018), essas tecnologias fazem parte das Tecnologias de Comunicação Instantânea (TCIs), que podem ser vistas como um tipo particular das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), pelas quais a comunicação acontece de forma instantânea.

No entanto, há alguns poucos anos elas vêm se tornando também meios de trabalho e sua utilidade vai mais além do que a comunicação: são canais de trocas de informações,

documentos, entre outros recursos. Gaviolli (2017), revela que o WhatsApp, por exemplo, possui um elevado índice de uso para atividades que dizem respeito ao trabalho.

Este fenômeno pode ser relacionado ao termo de governança digital, cujo conceito pode ser entendido como:

a utilização, pelo setor público, de tecnologias da informação e comunicação com o objetivo de melhorar a informação e a prestação de serviços, incentivando a participação dos cidadãos no processo de tomada de decisão e tornando o governo mais responsável, transparente e eficaz (GOVERNO ELETRÔNICO, 2017).

Durante a pandemia do COVID 19 e a necessidade de realização do distanciamento social, uma boa parte da sociedade foi obrigada a permanecer em teletrabalho. De acordo com Bartik *et al.* (2020), pesquisas mostram que, em algumas áreas de trabalho, a exemplo da educação, cerca de 64% das empresas possuíam empregados atuando de forma remota.

Nesse período, grande parte dos servidores da UFRN esteve em trabalho remoto, e, principalmente os Assistentes em Administração, devido ao tipo de atividades desempenhadas, utilizaram-se fortemente dos meios de comunicação instantânea para a realização das suas atividades, estando em contato com sua equipe de trabalho, trocando informações, documentações e participando de reuniões virtuais.

Mesmo após o retorno às atividades presenciais, foi possível notar que esses meios de comunicação instantânea se incorporaram ao dia-a-dia dos servidores, tal qual mostrado anteriormente, como também da própria instituição, uma vez que muitos setores passaram a ter seus próprios canais de comunicação.

Além disso, eles possibilitaram a implementação do Programa de Gestão e Desempenho (PGD) na UFRN para servidores técnico-administrativos, formato de trabalho que enquadra a modalidade presencial e remota e a gestão do trabalho é realizada por entregas (PROGESP, 2023). A implantação do PGD vem sendo analisada, aprimorada e testada desde 2022, sendo oficialmente implantada em 2023, para aquelas unidades que já quiseram aderir.

Visto que os meios de comunicação instantânea para fins institucionais já seja uma realidade, ainda não é possível caracterizar como se dá a adoção e o uso desses tipos de ferramentas no contexto da UFRN. Este fato pode ser reflexo do baixo índice de exploração do tema em um contexto universitário administrativo, sendo importante haver, portanto, um fortalecimento do mesmo em um âmbito acadêmico.

Nota-se, na instituição, que não existe alguma orientação de como esses meios devem ser utilizados para fins institucionais, sendo assim, não é possível definir se existem canais de

comunicação instantâneos oficiais, ou até mesmo, como deve ser a relação dos servidores com os mesmos.

Tal fato abre margem para uma possível dificuldade de comunicação entre os setores e até mesmo com o público, já que não é possível identificar claramente como essa comunicação deve ser estabelecida. Além disso, também é possível abrir uma margem de vulnerabilidade, por possíveis divulgações de informações internas que não deveriam ser expostas, podendo refletir em alguma consequência para a instituição, uma vez que os limites entre o que é público, pessoal ou institucional vem se estreitando cada dia mais. (NASSIF E RESENDE, 2016, p. 114)

Dessa maneira, este estudo pretende responder ao seguinte questionamento: como se dá a aceitação e o uso das ferramentas de comunicação instantânea na comunicação interna, na percepção dos assistentes administrativos da UFRN?

Para isso, foi realizado um estudo com esses servidores da UFRN a fim de obter um entendimento acerca da aceitação e uso desses canais de comunicação. Além disso, também buscou uma compreensão de como esses canais são usados para a realização das atividades laborais dos assistentes em administração.

Sendo assim, este trabalho está estruturado nos seguintes capítulos: Referencial Teórico, o qual aborda temas importantes que subsidiam o entendimento das ferramentas de comunicação instantânea em um contexto organizacional, incluindo o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3), que serviu de base para elaboração do instrumento de pesquisa; Metodologia, no qual é descrito os caminhos metodológicos percorridos para se alcançar os objetivos; Análise e Resultados, no qual são expostos os resultados obtidos através da pesquisa realizada com os assistentes em administração; Proposta de Intervenção, em que foi sugerido ações para que o uso do WhatsApp seja melhor aproveitado no contexto laboral dos servidores da UFRN e, por fim, a conclusão.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a aceitação e o uso das ferramentas de comunicação instantânea na comunicação interna na percepção dos assistentes administrativos da UFRN.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar quais ferramentas de comunicação instantânea são mais utilizadas pelos assistentes administrativos da UFRN no desenvolvimento das suas atividades laborais,
- Analisar o grau de aceitação e uso dessas ferramentas para o desenvolvimento das atividades laborais.
- Propor um plano de melhoria para aceitação e uso das ferramentas de comunicação instantânea na UFRN.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

As mudanças nas formas de comunicação e repasse de informações é uma realidade já presenciada por diversos setores da sociedade, tanto de forma pessoal, como também de forma corporativa, em que os integrantes de uma empresa trocam informações a respeito de suas atividades.

Hoje, já é possível encontrar ferramentas de comunicação instantânea, as quais são consideradas meios informais, sendo utilizadas por empresas como principais, e oficiais, meios de comunicação. Um exemplo dessas ferramentas são as redes sociais, como *WhatsApp* e *Instagram*, que são comumente utilizadas como formas comunicação e repasse de informações. É possível perceber que elas vêm substituindo outras formas de comunicação como o *email* e telefone.

Para Silva *et al.* (2020), "as tecnologias digitais estabelecem um novo modo de comportamento, seja entre pessoas físicas ou jurídicas, contribuindo para a determinação de uma tecnocultura onde as relações tendem a ser mais virtuais".

De acordo com Gavioli (2017), em sua pesquisa realizada com mais de 1000 pessoas, intitulada "Comunicação no trabalho: e por falar em *WhatsApp*", relatou-se que 99,15% dos participantes utilizam a rede de troca de mensagens para comunicar-se a respeito de trabalho, através, principalmente, de seus *smartphones* pessoais, seguido pelos *laptops* pessoais ou computadores da empresa.

Ao que acontece, por exemplo, na UFRN, em que o uso desses meios de comunicação pôde ser notado mais veementemente após a pandemia da COVID 19, sendo utilizados, hoje, como umas das principais formas de comunicação entre seus setores. Dessa maneira, este estudo buscou externar como se dá esse processo de comunicação entre os usuários, verificar se há a possibilidade de melhorias, ao analisar quais as vantagens e desvantagens que a prática implica e, até mesmo, a institucionalização dessas ferramentas de comunicação instantânea.

Pensar na institucionalização dessas ferramentas para o âmbito organizacional da universidade, pode influenciar até mesmo em questões de segurança de informação, uma vez que não existem, oficialmente, orientações de como essas redes devem ser utilizadas para fins institucionais. Sabe-se que, por meio dessas ferramentas, é possível compartilhar documentos restritos, informações sigilosas, geolocalizações, imagens, entre outros, e, com isso, é necessário ter o acesso de orientações de como essas informações devem ser compartilhadas, a fim de tentar evitar ao máximo que não haja possíveis consequências para a instituição.

A partir deste estudo, existe, portanto, a possibilidade da promoção e orientação da institucionalização dessas ferramentas na instituição, acarretando em uma vantagem para a UFRN, visto que a institucionalização das ferramentas promove uma melhoria na comunicação, tanto interna quanto externa da instituição, em razão de implementar as ferramentas como canais oficiais de comunicação, facilitando o contato entre seus servidores e o público externo que, porventura, necessite estabelecer algum contato.

Além da promoção da institucionalização das ferramentas de comunicação instantânea, também se propõe, com este estudo, apresentar estratégias para uma melhor adoção e fortalecimento da utilização dessas ferramentas no contexto de trabalho, a partir da análise do resultado da pesquisa realizada com os próprios servidores sobre o uso das ferramentas em suas atividades laborais, facilitando, dessa forma, o fluxo de trabalho e de informação dentro da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, .

Apesar de serem ferramentas já implementadas no dia-a-dia das organizações, ainda não é possível observar muitos estudos a respeito delas nesse ambiente organizacional, Para ilustrar esse fato, tem-se que ao ser pesquisado o termo “comunicação instantânea”, associado à “comunicação organizacional”, em bases de dados como: *Scielo*, *Dimensions e Scopus*, Periódico Capes, não é possível obter resultados para a busca, reiterando a questão da necessidade da pesquisa como contribuição na área.

Ao serem pesquisados os mesmos termos em um buscador mais abrangente, o Google Acadêmico, e aplicando o filtro do período de 2013 a 2023, obteve-se 281 resultados. Alguns exemplos desses resultados, apresentados como ordem de relevância pelo próprio Google Acadêmico, podem ser listados abaixo:

**Quadro 1** – Pesquisa em base de dados sobre Comunicação Instantânea e Comunicação Organizacional

<b>TÍTULO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>ANO</b>
A comunicação organizacional: conceitos e perspectivas contemporâneas	Adilson Vagner de Oliveira	2019
BlitzChat - Sistema de comunicação instantânea intraempresa	João Carlos da Rocha Paiva	2019

O profissional secretário como agente facilitador na comunicação organizacional	Rebeca Bueno de Oliveira e Viviana Cristina Gianini	2014
Redes Sociais Digitais: apontamentos e reflexões quanto sua interação com a cultura e comunicação organizacional	Fábio Fernandes e Marco Antônio Cirillo	2013
Eventos e sua importância para a gestão da comunicação organizacional na pós-modernidade	Luiz Alberto de Farias e Carolina Gancho	2014
A comunicação organizacional sob a perspectiva da mídiatização social: novos processos de visibilidade e interação na era da cibercultura	Daiana Stasiak	2013
Visibilidade e interação na era da cibercultura: novas propostas comunicacionais para as organizações	Daiana Stasiak	2014
A importância da comunicação interna para a gestão das organizações contemporâneas: um estudo de caso em uma empresa de serviços de terceirização de mão de obra	Leonardo Maturino Solon e José Luiz da Silva	2017
Comunicação organizacional em contexto em mídiatização: a ótica dos gestores de comunicação de empresas de TI da cidade de Bauru/SP	Marina Goulart Dorigo	2019
O processo de inovação da comunicação organizacional: o uso de sites de redes sociais em uma instituição federal de ensino superior	Joatã Mathias Atanázio Júnior	2018

Fonte: autoria própria, 2023.

Diante do quadro exposto, nota-se que, apesar de existir uma quantidade considerável de resultados a respeito da comunicação organizacional, há uma escassez desses estudos apresentados, e também aqueles encontrados, atrelados à utilização das ferramentas de comunicação instantânea, a qual é objeto deste trabalho. Pode-se dizer que o estudo encontrado mais próximo a este foi o de Ramly (2022), intitulado de “*The usage of WhatsApp application as an internal communication medium using Technology Acceptance Model (TAM) at Alam Maritim Sendirian Berhad (AMSB)*”, o qual analisava o uso do *WhatsApp* na comunicação interna de uma organização. Além disso, dificilmente os estudos na área de comunicação organizacional são realizados em um ambiente universitário.

Essas questões reforçam, portanto: a importância de um fortalecimento acadêmico a respeito do tema em questão; a importância de trazer o tema para um contexto de universidade, que ainda é pouco explorado; e a importância de inserir o panorama da comunicação instantânea para junto da comunicação organizacional.

Além disso, para a autora deste trabalho, servidora assistente administrativa da UFRN, o uso dessas ferramentas de comunicação instantânea está presente na rotina da realização das suas atividades laborais. Dessa maneira, este estudo também é uma oportunidade de aprimorar

seu desempenho de uma forma pessoal, como também, poder utilizar os conhecimentos adquiridos para ajudar no desenvolvimento da comunicação organizacional do seu setor de trabalho.

Diante do exposto, destaca-se que a realização da pesquisa contou com a autorização da Pró-Reitora de Gestão de Pessoas da UFRN, viabilizando, dessa maneira a aplicação do questionário com os servidores assistentes em administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são encontrados alguns temas que corroboram na compreensão a respeito das ferramentas de comunicação instantânea em um contexto de atividade laboral. Aqui, é possível um breve entendimento a respeito da Gestão da Informação e do Conhecimento (GIC), Comunicação Organizacional, Tecnologia nas Organizações, Tecnologia da Comunicação Instantânea e do Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3).

### 2.1 GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

A crescente evolução das Tecnologias de Informação (TI) e Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) colocou ainda mais em evidência a importância da Gestão da Informação e do Conhecimento (GIC), pois as redes de comunicação são artefatos indissociáveis ao cotidiano da sociedade e permitem a disseminação da informação de forma imensurável.

Inicialmente, cabe aqui entender o conceito de informação e o de conhecimento, os quais, para o seu completo entendimento, também se faz necessário saber o conceito de dado. Sendo assim, tem-se que:

dados são simples observações sobre o estado do mundo, são facilmente estruturados, obtidos por máquinas, frequentemente quantificados e facilmente transferidos; informação são dados dotados de relevância e propósito, requer unidade de análise, exige consenso em relação ao significado e necessariamente exige a mediação humana; conhecimento é a informação valiosa da mente humana, inclui reflexão, síntese e contexto, além disso é de difícil estruturação, transferência e captura em máquinas, bem como é frequentemente tácito (DAVENPORT, 1998, p. 18).

Lemos e Barbosa (2021, p. 268) concluem, portanto, que “um dado pode ser observado enquanto uma informação é resultado cognitivo de uma interpretação ou reflexão e o conhecimento construído subsidia uma ação, uma decisão”.

Em um contexto organizacional, à medida que os ambientes se tornam mais complexos e mutantes, a informação passa a ser vista como uma forte arma, uma vez que permite uma análise de tendência antecipada, além de garantir que a organização seja capaz de se adaptar, aprender e inovar (BARBOSA, 2008).

Segundo Barbosa (2008), a GIC pode ser relacionada com diversos termos, os quais é possível destacar: documentação, biblioteconomia, gestão de recursos informacionais, gestão

de documentos, arquivologia, ciência da informação, conhecimento tácito e explícito, aprendizagem organizacional, dentre outros.

A gestão da informação, como conhecemos hoje, tem suas origens na disciplina conhecida como “documentação”, a qual pode ser observada no trabalho de Paul Otlet, *Traité de documentation* (1934), que mostrava o documento como sendo o centro do processo de comunicação complexo, do acúmulo e repasse do conhecimento. Além de Otlet, Vannevar Bush, publicou, em 1945, um trabalho chamado *As we may think*, no qual planejava uma máquina, a Memex, em que pudesse ser armazenado diversos tipos de documentos e a consulta a eles fosse rápida e flexível. Tal máquina, apesar de nunca ter sido construída, é considerada precursora da Web e da gestão eletrônica de documentos. Por fim, também em 1945, o economista Frederick Hayek, tratou o conhecimento como um fator do problema econômico enfrentado na sociedade, uma vez que o mesmo é encontrado fragmentado entre os indivíduos e ninguém o possui em sua totalidade (BARBOSA, 2008).

Observa-se, portanto, que mesmo antes do surgimento das tecnologias, as quais facilitaram a utilização das ferramentas da GIC, os temas sobre informação e conhecimento já vinham chamando a atenção de alguns autores pela sua importância dentro de um contexto acadêmico, social e econômico.

De acordo com Araújo (2014), as primeiras ponderações a respeito da gestão da informação ocorreram quanto à sua natureza física, pensando-se em como poderia ser feito para diminuir seu excesso, melhorar a circulação e identificar aqueles documentos necessários, possibilitando o descarte daqueles que não tinham necessidade.

Para Valentim (2004), a gestão da informação pode ser entendida como um conjunto de atividades adotadas em ambientes organizacionais que propõe-se a mapear fluxos formais de informações nos diversos setores da organização; alcançar um diagnóstico das necessidades informacionais; identificar, coletar, filtrar, observar e repassar informações de diferentes naturezas; desenvolver serviços e produtos informacionais, objetivando dar suporte ao desenvolvimento das atividades e tarefas diárias e às tomadas de decisões das organizações.

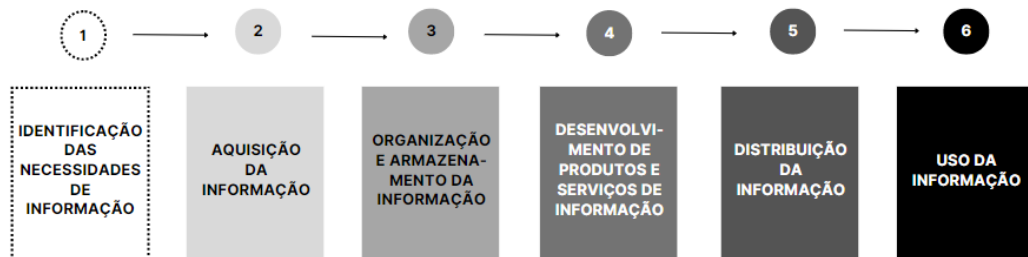
Braga (2000) aponta que os objetivos da gestão da informação são:

apoiar a política global da empresa, na medida em que torna mais eficiente o conhecimento e a articulação entre os vários subsistemas que a constituem; apoiar os gestores na tomada de decisões; torna mais eficaz o conhecimento do meio envolvente; apoiar de forma interactiva a evolução da estrutura organizacional, a qual se encontra em permanente adequação às exigências concorrenciais; e ajuda a formar uma imagem da organização, do seu projecto e dos seus produtos, através da implantação duma estratégia de comunicação interna e externa (BRAGA, 2000, p. 4).

Choo (2003) mostra que desenvolveu um modelo de administração da informação, a partir de sua análise, como sendo um ciclo contínuo de seis processos correlatos:

**Figura 1** – Modelo Processual de Administração da Informação

## MODELO PROCESSUAL DE ADMINISTRAÇÃO DA INFORMAÇÃO DE CHOO (2003)



Fonte: adaptado de Choo, 2003.

Para este modelo apresentado, o autor explica cada um de seus processos, como sendo:

- Identificação das necessidades de informação: é a determinação das informações que nascem dos problemas e incertezas encontradas em situações e experiências, as quais são as interações entre fatores relacionados à questão subjetiva, cultura organizacional, clareza dos objetivos e do consenso etc. Para essa identificação, algumas perguntas são exigidas como, por exemplo, “o que você deseja saber?”, “qual o seu problema?”, “o que você já sabe?” e “como isso vai ajudar você?”;
- Aquisição da informação: nesse ponto, é importante que haja variedade de informação de diversas fontes, a fim de monitorar o ambiente externo, no entanto, essa variedade deve ser monitorada e controlada para evitar a saturação de informações;
- Organização e armazenamento da informação: utilização de arquivos, banco de dados computadorizados e sistemas de informação facilitam o compartilhamento da informação e a sua recuperação;
- Desenvolvimento de produtos e serviços de informação: tem como objetivo possibilitar uma melhor percepção de situações, gerar ações mais eficazes para a resolução de problemas e tomada de decisões mais conscientes;
- Distribuição da informação: é o processo pelo qual a informação se difunde dentro da organização, promovendo e facilitando, dessa maneira, o compartilhamento de informações, o qual é necessário para a criação de significado, construção do conhecimento e tomada de decisões.
- Uso da informação: “é o processo social dinâmico de pesquisa e construção que resulta na criação de significado, construção do conhecimento e na seleção de padrões de ação” (CHOO, 2003, p. 415).

Para Barbosa (2008), a gestão da informação presta sua contribuição através da identificação das necessidades organizacionais, da recuperação, organização e compartilhamento e uso da informação sob a forma de documentos. E, assim, após essa

informação ser obtida, organizada e compartilhada, ela se transforma no conhecimento necessário para a tomada de decisões, aprendizagem, inovação e, até mesmo, competitividade.

Dessa forma, em relação à gestão do conhecimento, tem-se a seguinte definição:

é um conjunto de atividades que visa trabalhar a cultura organizacional/informacional e a comunicação organizacional/informacional em ambientes organizacionais, no intuito de propiciar um ambiente positivo em relação à criação/geração, aquisição/apreensão, compartilhamento/socialização e uso/utilização de conhecimento, bem como mapear os fluxos informais (redes) existentes nesses espaços, com o objetivo de formalizá-los, na medida do possível, a fim de transformar o conhecimento gerado pelos indivíduos (tácito) em informação (explícito), de modo a subsidiar a geração de ideias, a solução de problemas e o processo decisório em âmbito organizacional (VALENTIM, 2008, p. 4).

Para Choo (2006), a gestão do conhecimento é uma estrutura que tem o objetivo de coordenar os processos e as metas da organização, na intenção de que o conhecimento possa ser um auxílio na sua criação de valor e no seu aprendizado. Essa estrutura deve ser constituída por categorias de conhecimento organizacional (tácito, explícito e cultural), pelos processos de conhecimento (criação, compartilhamento e utilização) e pelo ambiente organizacional.

De acordo com Choo (2003), a construção do conhecimento ocorre ao se reconhecer o relacionamento de cooperação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito e quando são desenvolvidos processos sociais em que são criados novos conhecimentos através da transformação do conhecimento tácito em conhecimento explícito.

Para realizar a conversão dos conhecimentos, Takeuchi e Nonaka (2009) apontam quatro maneiras, as quais são conhecidas como ciclo SECI:

1) Socialização (tácito --> tácito): nesse processo, o conhecimento tácito é convertido em conhecimento tácito, através de experiências; 2) Exteriorização (tácito --> explícito): processo que converte conhecimento tácito em conhecimento explícito, através da utilização de metáforas, analogias e modelos. Ela é considerada uma importante atividade na concepção do conhecimento e é provocada pelo diálogo ou por uma reflexão coletiva; 3) Combinação (explícito --> explícito): aqui o conhecimento explícito é construído pela junção de conhecimentos explícitos oriundos de diversas fontes, como reuniões, memorandos, em que os indivíduos combinam seus conhecimentos. A informação presente em bancos de dados pode ser classificada e organizada de diversas maneiras, visando a produção de novos conhecimentos explícitos; 4) Internalização (explícito --> tácito): nesse processo, o conhecimento explícito é incorporado ao conhecimento tácito. Acontece quando as experiências que foram adquiridas através de outros modos de construção do conhecimento são internalizadas na forma de modelos mentais ou rotina de trabalhos comuns (TAKEUCHI E NONAKA, 2009).

Figura 2 – Ciclo SECI



Fonte: Takeuchi e Nonaka, 2009.

É importante que as organizações aprendam a transformar o conhecimento tácito, que é o pessoal, em conhecimento explícito, uma vez que é este capaz de garantir inovação e desenvolvimento de novos produtos. No entanto, vale salientar que os dois tipos de conhecimento são complementares, uma vez que o conhecimento explícito surge a partir do compartilhamento do conhecimento tácito. (CHOO, 2003)

Barbosa (2008) expôs algumas diferenças entre a gestão da informação e gestão do conhecimento, as quais é possível observar, de acordo com os critérios especificados no Quadro 2, que trata de fenômenos centrais, visibilidade dos fenômenos, processos críticos, nível de centralidade para a gestão estratégica, influência da cultura organizacional sobre processos e resultados, possibilidade de gerenciamento, outros conceitos relacionados e principais campos disciplinares envolvidos:

Quadro 2 – Gestão da Informação x Gestão do Conhecimento

<b>Critério</b>	<b>Gestão da Informação</b>	<b>Gestão do Conhecimento</b>
Fenômenos centrais	Informação ou conhecimento explícito	Conhecimento tácito, competências pessoais
Visibilidade dos fenômenos	Baixa	Muito baixa
Processos críticos	Organização e tratamento da informação	Descoberta e compartilhamento do conhecimento
Nível de centralidade para a gestão estratégica	Mediana	Alta
Influência da cultura organizacional sobre processos e resultados	Mediana	Alta
Possibilidade de gerenciamento	Baixa ou mediana	Baixa ou muito baixa

Outros conceitos relacionados	Sistemas de informação, gestão eletrônica de documentos	Capital intelectual, ativos intangíveis, aprendizagem organizacional
Principais campos disciplinares envolvidos	Ciência da computação, ciência da informação, biblioteconomia, arquivologia	Administração, ciência da informação

Fonte: Barbosa, 2008, p. 14.

A gestão da informação atua, portanto, no âmbito dos fluxos formais (aquilo que está formalizado, explicitado em qualquer tipo de suporte, seja ele eletrônico, papel, digital etc.) da organização e tem como objeto o conhecimento explícito. Enquanto isso, o foco da gestão do conhecimento são os fluxos informais (aquilo que não está explicitado, como a cultura, comportamento, valores, práticas etc.) e possui como objeto o conhecimento tácito. Destaca-se, ainda, que a gestão da informação e a gestão do conhecimento funcionam em um sistema de retroalimentação, em que uma alimenta a outra (VALENTIM, 2008).

Tanto a informação quanto o conhecimento, hoje, são importantes recursos dentro de uma organização, uma vez que, com eles, ela consegue artifícios para se tornar mais visível e competitiva no mercado. Dessa maneira, a gestão destes recursos se torna algo essencial para as organizações.

Para Valentim (2008), dentro de um ambiente organizacional, a gestão da informação e do conhecimento colabora para atenuar alguns aspectos, os quais possam influenciar diariamente no desenvolvimento das organizações, a exemplo da aprendizagem e das práticas organizacionais, a realização de atividades e tarefas, criatividade para inovação, e até mesmo o grau de incerteza nos processos de decisões.

De acordo com a autora, esses dois recursos são compreendidos como uma base do fazer organizacional e sua atuação visa amenizar possíveis situações ambíguas e com graus de incerteza, assegurando que os colaboradores da organização tenham acesso, possam compartilhar e usar as informações que terão efeito sob essas situações. Ela afirma, ainda, que o ambiente da organização precisa de condições que suavizem a complexidade dos seus processos e, nesse contexto, a gestão da informação e do conhecimento são fundamentais, uma vez que transcorre todo esse ambiente organizacional (VALENTIM, 2008).

Para Lemos e Barbosa (2021), esse compartilhamento de informações e a concepção de conhecimento organizacional são promovidos ou auxiliados pelas práticas da comunicação organizacional, principalmente em relação à comunicação interna, uma vez que ela engloba a promoção de compromisso do colaborador com a organização, a consciência dos membros

internos sobre as mudanças de ambiente, a compreensão da evolução dos objetivos da organização e promoção da sensação de pertencimento.

Os autores destacam a importância que tem uma comunicação organizacional sólida para o fortalecimento das diretrizes internas e no apoio e/ou promoção conjunta com outras áreas para expandir a formação de contextos capacitantes e, dessa maneira, fomentar o compartilhamento da informação e desenvolvimento do conhecimento organizacional.

## 2.2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A comunicação está presente no cotidiano da sociedade desde os tempos primórdios. Nós, seres humanos, por sermos altamente sociáveis, sempre buscamos por uma maneira de estabelecer relações, desde o princípio, quando ainda nem existia o conhecimento do que se tratava a comunicação. Gestos, pinturas e outras manifestações de interações, constituíam o início das relações sociais e foram o ponto de partida inicial que possibilitou o surgimento das sociedades. Tudo que somos, pensamos, realizamos e vivemos é reflexo de um processo comunicacional. Perles (2007), entende a comunicação como algo fundamental à sociabilidade humana, uma vez que permite a transmissão, entre pessoas, de experiências, conhecimentos e apelos.

Segundo Martins (2017), no início do século XX, as mídias começaram, notadamente, a tomar conta do cotidiano das pessoas e passaram a influenciar diretamente nas dinâmicas sociais em vários âmbitos, desde o político ao social. A massificação dos meios de comunicação, como jornais, rádio e cinema permitiam que uma mesma mensagem fosse repassada a milhares de pessoas. Isso começou a chamar atenção de cientistas sociais, psicólogos e filósofos e, a partir desse momento, houve a necessidade de entender realmente a comunicação.

De acordo com o autor, as pesquisas sobre mídia, intituladas *Mass Communication Research*, tiveram início em um cenário norte-americano. Ainda que a maioria dos meios de comunicação não tenham surgido nos Estados Unidos – como os jornais que desde o século XVII circulavam na Europa –, foi lá que houve uma maior massificação e consumo desses meios. Isso gerou, dessa maneira, uma inquietação a respeito de como tais canais influenciavam a sociedade e a opinião pública e haviam se tornado uma forte arma política. Tais questionamentos levaram ao surgimento, no início do século XX, de diversas formulações de modelos do processo comunicacional.

Um dos primeiros modelos propostos foi o de Harold D. Lasswell, em 1948, o qual teve como base o modelo de comunicação de Aristóteles (Emissor – Mensagem – Receptor). Nesse modelo de Lasswell, a comunicação é mostrada como algo linear entre alguns elementos de uma interação e o entendimento dela baseia-se em responder às seguintes perguntas: “quem?”, “diz o que?”, “em que canal?”, “para quem?” e “com que efeito?”. (MARTINS, 2017)

**Figura 3** – Modelo de processo comunicacional



Fonte: adaptado de Lasswell, 1948.

Por influência de Lasswell, Jakobson (2008) explica o processo da comunicação como:

o REMETENTE envia uma MENSAGEM ao DESTINATÁRIO. Para ser eficaz, a mensagem requer um CONTEXTO a que se refere (Ou "referente", em outra nomenclatura algo ambígua), apreensível pelo destinatário, e que seja verbal ou suscetível de verbalização; um CÓDIGO total ou parcialmente comum ao remetente e ao destinatário (ou, em outras palavras, ao codificador e ao decodificador da mensagem); e, finalmente, um CONTACTO, um canal físico e uma conexão psicológica entre o remetente e o destinatário, que os capacite a ambos a entrarem e permanecerem em comunicação. (JAKOBSON, 2008, p. 122)

De acordo com Braga e Marques (2008), a comunicação é, portanto, uma atividade caracterizada pela transmissão e recepção de informação entre pessoas. No entanto, só é possível afirmar que de fato houve um processo de comunicação quando o receptor envia uma mensagem de efeito para o emissor, o que é chamado de *feedback*.

Para Freire (2009), foi com a Revolução Industrial que a comunicação passou a ser entendida, também, como um campo econômico e social, e não apenas como uma forma mecânica de repasse de mensagem entre um locutor e um receptor. Segundo Kunsch (2006), foi ainda na Revolução Industrial, período no qual observou-se rápidas e grandiosas

transformações em todo o mundo, que surgiram os frutos do que seria a comunicação organizacional, da forma como é entendida nos dias de hoje. Para a autora:

Com a conseqüente expansão das empresas a partir do século XIX, propiciou o surgimento de mudanças radicais nas relações de trabalho, nas maneiras de produzir e nos processos de comercialização. Nesse contexto é que se devem buscar as causas do surgimento da propaganda, do jornalismo empresarial, das relações públicas e da própria comunicação organizacional como um todo (KUNSCH, 2006, p. 171).

Em uma visão de Lemos e Barbosa (2021), tem-se que a organização pode ser analisada como sendo um sistema complexo e orgânico e, assim, sendo constituída por pessoas, fluxos, redes, meios, instrumentos e níveis de comunicação. Diante disso, torna-se mais compreensível o grau de importância que a comunicação tem para o pleno funcionamento das organizações. Os processos comunicacionais são fundamentais dentro da organização, já que contribuem para o desenvolvimento das pessoas e também instigam novas relações interpessoais, no âmbito de contribuir para o “desenvolvimento de negociações, produtos, orientação e avaliação de desempenho, o que, para a administração exige um alto nível de capacidade de comunicação” (MARCHIORI, 2010, p. 4). Sendo assim, a comunicação pode ser vista como condição indispensável a qualquer organização.

A Comunicação Organizacional possui um caráter estratégico dentro de uma empresa, posto que uma comunicação bem elaborada, seja ela para o público interno (com um viés mais administrativo) ou externo (com um viés mais mercadológico), garante uma vantagem competitiva para as organizações.

De acordo com Kunsch (2003), a comunicação organizacional, enquanto objeto de estudo e investigação, em suas diferentes modalidades comunicacionais, pode ser entendida da seguinte maneira:

Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos. “Comunicação organizacional”, “comunicação empresarial” e “comunicação corporativa” são terminologias usadas indistintamente no Brasil para designar todo o trabalho de comunicação levado a efeito pelas organizações em geral. Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade. Compreende, dessa forma, a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa (Kunsch, 2003, p. 149).

**Figura 4** – Comunicação Organizacional Integrada



Fonte: adaptado de Kunsch, 2006.

Em relação à comunicação institucional, entende-se que ela é a responsável direta pela formatação de uma imagem e identidade corporativa fortes e positivas de uma organização, através da gestão estratégica das relações públicas (KUNSCH, 2003). De acordo com Sousa (2006), com a Comunicação Institucional, as empresas passaram a ser um elemento participativo na sociedade, e não apenas eram vistas como fabricantes de um determinado produto.

Para Galindo (1986), a comunicação mercadológica é uma produção simbólica, que foi resultado do plano de mercado de uma empresa, e consiste em uma mensagem persuasiva, pensada a partir do quadro sociocultural do público-alvo, como também dos canais de comunicação aos quais ele possui acesso. De acordo com Kotler e Keller (2006), ela é a forma como as organizações buscam convencer e lembrar o seu público-alvo sobre seus produtos e/ou serviços e pode ser vista como a porta que possibilita o diálogo entre o consumidor e a organização.

De acordo com Curvello (2002, p.22), a comunicação interna trata-se de “um conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de uma boa imagem pública”.

Essa comunicação interna possui forte relação com a comunicação administrativa, a qual, segundo Freire (2009), pode ser tomada como um instrumento de gestão para a organização, sendo vista como um processo de transmissão e recepção de informações e decisões entre os integrantes da organização, visando a provocação de estímulos e indução de alguns comportamentos. Nota-se, portanto, que a comunicação interna e a comunicação administrativa influenciam diretamente a Cultura Organizacional de uma organização.

### 2.2.1 Comunicação Interna

A comunicação interna de uma organização pode ser entendida como aquela que mais possui pontos de contato com seu público interno e, assim, promove tanto a criação de áreas de compartilhamento de informações quanto sentimentos motivacionais, de confiança, pertencimento, engajamento e credibilidade (LEMOS E BARBOSA, 2021, p. 272).

Para Kunsch (2007), essa comunicação interna foi a primeira expressão da comunicação nas organizações e possuía um formato mais de ordem administrativa e de informações, assumindo, dessa maneira, um caráter instrumental e funcional.

Segundo Curvello (2002), geralmente ela engloba a comunicação administrativa (realizada através de memorandos, cartas-circulares, instruções), a comunicação social (a qual utiliza meios como boletins, jornais internos, revistas, intranet) e a comunicação interpessoal (representada pela comunicação face-a-face, funcionários/funcionários, chefias/subordinados).

Em relação à comunicação administrativa, Freire (2009), mostra a sua necessidade não apenas para o funcionamento do sistema, mas também para as transformações, já que elas exigem novas políticas, novas decisões e novos procedimentos – os quais requerem novos processos de comunicação. O autor mostra que é ela quem viabiliza o sistema organizacional; serve às atividades de gestão, planejamento, coordenação, implementação e controle, além de promover relacionamentos que envolvem pessoas e posições por meio de fluxos e redes.

Dentro de uma organização, a comunicação pode ser analisada na perspectiva de seus fluxos, sendo eles ascendentes, descendentes e horizontais (MARCHIORI, 2010; CURVELLO, 2002). Assim, tem-se que o fluxo descendente é aquele em que a informação se origina no alto escalão e segue para o quadro de funcionários; o fluxo ascendente diz respeito aquele em que as informações são originárias dos funcionários e são dirigidas à direção; o fluxo horizontal seria aquele entre pares e entre setores, mantendo o funcionamento diário da organização (CURVELLO, 2002). O autor mostra, também, a existência de um quarto fluxo: o transversal, possibilitado com o advento de tecnologias como intranet e e-mail, e que teria o poder de

subverter as hierarquias, ao permitir transmissão de mensagens de diferentes setores/departamentos/níveis hierárquicos.

Curvello (2002) destaca ainda que as redes de comunicação podem ser entendidas como formais ou informais, em que se observa que a primeira é estabelecida em canais formais da empresa, como os jornais e, a segunda, é estabelecida nas manifestações comunicativas naturais do relacionamento das pessoas e grupos que compõem a organização.

De acordo com Marchiori (2008), a comunicação interna:

oportuniza a troca de informações via comunicação, contribuindo para a construção do conhecimento, o qual é expresso nas atitudes das pessoas. É fundamentalmente um processo que engloba a comunicação administrativa, fluxos, barreiras, veículos, redes formais e informais. Promove, portanto, a interação social e fomenta a credibilidade, agindo no sentido de manter viva a identidade de uma organização (MARCHIORI, 2008, p. 213 – 214).

Para Lemos e Barbosa (2021), a comunicação interna pode corroborar com a construção do compromisso pessoal e confiança na gestão, ao oferecer aos funcionários meios para apontar preocupações ou sugestões. Essa prática da comunicação direta entre gerentes e funcionários potencializa o compartilhamento da informação e diminui o risco de ruídos no processo comunicativo. Dessa maneira, cria-se um ambiente oportuno para o fluxo da informação e a troca de experiências.

Marchiori (2006) aponta alguns pontos positivos que podem ser resultado da comunicação interna: 1) sobrevivência da organização e fortalecimento de suas redes de relacionamento; 2) valorização interna de suas relações; 3) ambiente de trabalho humanizado, colaborativo e participativo; fortalecimento de diferentes lideranças em diversos níveis, o que permite maior flexibilidade, criatividade e inovação organizacional; 4) equilíbrio entre as necessidades de informação da empresa e expectativas dos funcionários; 5) credibilidade e legitimidade organizacional interna.

Percebe-se, portanto, que a comunicação interna possui papel fundamental dentro de uma organização, sendo ela responsável por uma comunicação transparente, humanizada e buscando minimizar os ruídos que sejam encontrados durante os processos comunicacionais, em qualquer que seja o fluxo pelo qual a informação está caminhando. Dessa maneira, quando se tem uma visão clara e coerente a respeito das necessidades institucionais, administrativas e relacionais da organização, é mais provável atingir a satisfação do seu público interno e, conseqüentemente, obter melhores resultados do objetivo proposto pela organização.

Para aprimorar o desenvolvimento da comunicação interna de uma instituição, hoje, é possível destacar o importante papel que a tecnologia exerce nesse âmbito, ao oferecer recursos que facilitam a troca e o fluxo de informações entre os indivíduos e setores da organização.

## 2.3 TECNOLOGIAS NAS ORGANIZAÇÕES

É notório as inúmeras mudanças que os avanços tecnológicos trouxeram, tanto a nível social quanto a nível organizacional, nas últimas décadas, em uma escala global. Para Silva (2003), a tecnologia é um sistema pelo qual a sociedade consegue satisfazer as suas necessidades e desejos e esse sistema é composto por equipamentos, programas, pessoas, processos, organizações e finalidade de propósito.

Para as organizações, a tecnologia passa a ser vista como vantagem competitiva e é uma aliada à Gestão da Informação e do Conhecimento, já tratados anteriormente. Nesse contexto organizacional, destacam-se a Tecnologia da Informação (TI) e Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), as quais são imprescindíveis dentro de uma organização.

### 2.3.1 Tecnologia da Informação

A área de Tecnologia da Informação (TI) vem ganhando cada vez mais espaço nas organizações, tanto privadas quanto públicas. Tal fato reflete em diversos aspectos como os grandes investimentos nessa área e aumento da valorização do seu profissional, que pode ser percebido como uma tendência dos últimos anos.

De acordo com Laurindo *et al.* (2001), a TI deixou de ser apenas um suporte administrativo e alcançou um papel estratégico dentro das organizações, uma vez que sua visão, além de sustentar as operações de negócios que já existem, também possibilita que sejam viabilizadas novas estratégias empresariais.

Ferreira e Ramos (2005) relatam que a TI está inserida em, praticamente, todas as atividades organizacionais, oferecendo o suporte necessário à melhoria na qualidade dos produtos e serviços. Seu uso pode ser encontrado a níveis operacional, gerencial, estratégico e de conhecimento

Por ser a junção os termos “tecnologia” e “informação”, o conceito de Tecnologia da Informação “engloba *hardware*, *software*, telecomunicações, automação, recursos multimídia, recursos de organização de dados, sistemas de informação, serviços, negócios, usuários e as

relações complexas envolvidas na coleta, uso, análise e utilização da informação”. (FERREIRA E RAMOS, 2005, p. 70)

Para Luftman *et al.* (1993), o conceito de Tecnologia de Informação é algo mais amplo, incluindo os Sistemas de Informação, a utilização de *hardware* e *software*, telecomunicações, automação e recursos multimídia, dos quais as organizações se utilizam para o fornecimento de dados, informações e conhecimentos. Nesse sentido, percebe-se como a Gestão da Informação e do Conhecimento está diretamente ligada à TI. Luftman (1996), diz ainda que ela pode ser dividida em dois segmentos: o primeiro abarca a infraestrutura, na qual estão o *hardware*, *software*, redes, Internet e banco de dados, e, o segundo, a estratégia e informação.

Nesse sentido, entende-se os Sistemas de Informação como um conjunto de partes, compostos por software, hardware, recursos humanos e procedimentos, os quais geram informações e possuem como objetivo apoiar os processos de tomada de decisões em uma empresa, focando no principal negócio da organização. Eles podem ser classificados em nível operacional, gerencial e estratégico e são importantes aliados nas decisões estratégicas das organizações (LAUDON E LAUDON, 2004).

De acordo com Rodrigues e Pinheiro (2005), a TI pode ser vista como um importante mecanismo para a promoção da aproximação entre empresas, além de melhorar o processo de difusão da informação e do conhecimento dentro da rede.

A Tecnologia da Informação muda a forma de conceber e realizar negócios e as atividades organizacionais, ligando pessoas, ativos, e ideias para criar e distribuir produtos e serviços, automatizar transações de negócios e fluxos de trabalho a custos menores. A TI une fornecedores, parceiros, clientes e outras organizações, sem considerar os limites das fronteiras tradicionais da organização ou sua localização física, como ocorre nos sistemas de distribuição tradicionais (RODRIGUES E PINHEIRO, 2005, p. 110).

Para Alfred e Vanti (2009), é interessante que, dentro da organização, exista um alinhamento estratégico da TI, ou seja, um contínuo processo de adequações que elas se utilizam a fim de obter a interligação entre os objetivos e estratégias de negócios com os objetivos e estratégias da TI, visando, com isso, obter vantagem competitiva. Sob essa ótica, percebe-se que a TI não deve ser vista como uma área para solucionar problemas da organização, mas sim, deve atuar junto com as outras áreas da organização, inserindo novas ideias e pensando em reengenharia de processos.

Laurindo *et al.* (2001) corrobora com esse pensamento ao afirmar que essa integração da estratégia da TI com a estratégia do negócio está além da ideia de ferramenta de produtividade, mas pode ser entendida como um fator para o sucesso. Para eles (p.161), esse

sucesso “não está mais relacionado somente com o hardware e o software utilizados, ou ainda com metodologias de desenvolvimento, mas com o alinhamento da TI com a estratégia e as características da empresa e de sua estrutura organizacional”

Além da Tecnologia da Informação, outro recurso também dá suporte às organizações em diversos aspectos, tanto interno quanto externo, sendo um importante aliado o pleno funcionamento delas: trata-se das Tecnologias de Informação e Comunicação

### 2.3.2 Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC)

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) são responsáveis por grandes mudanças na sociedade em diversos aspectos. Conforme elas foram evoluindo ao longo dos anos, notava-se mudanças na sociedade que passou a cultivar novos hábitos, novas formas de se relacionar, de trabalhar e de se comunicar.

Segundo Molina (2008), as TICs surgiram como consequência das Revoluções Industrial e Tecnológica, pela necessidade de que fossem desenvolvidas estruturas que possibilitassem a facilitação das formas de trabalho e, com isso, as organizações se desenvolveram, tornando-se cada vez mais complexas.

A evolução das TICs não provocou mudanças apenas nas áreas de tecnologia e comunicação, mas em diversas áreas do conhecimento humano. As TICs foram responsáveis por alterações de conduta, de costumes, de consumo, no lazer, nas relações entre os indivíduos e nas formas como eles se comunicam. Novos hábitos sociais foram adquiridos, surgiram novas formas de interação, enfim, uma nova sociedade – A Sociedade da Informação (PEREIRA E SILVA, 2010, p. 171).

De acordo com Takahashi (2000, p. 176), as TICs são “tecnologias utilizadas para tratamento, organização e disseminação de informações”. Esses recursos podem ser, por exemplo, dispositivos de *hardwares* ou *softwares*, aplicativos ou sistemas de inteligência artificial (ROZA, 2019, p. 178)

Em um contexto organizacional, é possível perceber que essas tecnologias desempenham importantes papéis. Pinto *et al.* (2022) afirmam que as TICs transformaram como a informação e o conhecimento são utilizados nas organizações, sendo essenciais para mantê-las ativas e competitivas no mercado, visto que fundamentam o planejamento e as tomadas de decisões. De acordo com os autores, essas tecnologias são responsáveis pelas principais mudanças nas atividades da organização, possibilitando o rápido e intenso fluxo de dados e informações nesses ambientes. Eles, ressaltam, ainda, a grande importância que as TICs têm no

desenvolvimento das organizações, atuando como suporte para a execução das atividades estratégicas:

As atividades que até então exigiam a presença dos indivíduos envolvidos em um mesmo ambiente para acontecerem passaram a ser facilitadas pelas TICs, onde ferramentas de videoconferência, de colaboração e de registro, por exemplo, foram implementadas. Além disso, as TIC também se mostraram efetivas no compartilhamento e na disseminação da informação e do conhecimento, possibilitando o acesso a diversas bases de dados e tipos de materiais, tais como, documentos de texto, áudio e vídeo. (PINTO *et al.*, 2022, p. 91)

Além disso, como aponta Roza (2020), as TICs também estão presentes na conversão do conhecimento, já citado anteriormente, mediando seus processos de socialização, ao utilizar algumas ferramentas que possibilitem o compartilhamento das experiências individuais, como nas reuniões por videoconferência; de externalização, com ferramentas que permitem a expressão das pessoas sob a forma escrita, oral ou audiovisual; de combinação, ao serem utilizados recursos como planilhas e sistemas de informação e de internalização, ao permitir que as pessoas acessem conhecimento explícito e o incorpore ao seu conhecimento tácito.

Em uma análise de uma pesquisa da TIC Domicílios (2017), realizada por Da Silva *et al.* (2019), constatou-se que o uso das TICs pelas pessoas está relacionado aos aspectos cognitivos delas (como o conhecimento sobre seu uso, nível de instrução, de escolaridade, acesso à linguagem letrada etc.). A partir disso, observou-se que aqueles indivíduos que detém mais recursos cognitivos são os que mais acessam a rede e que mais acumulam práticas relacionadas, demonstrando uma maior compreensão e disposição para o mundo digital.

Percebe-se, portanto, que as TICs estão intensamente presentes tanto na vida pessoal dos indivíduos, como também nas atividades das organizações, facilitando, agilizando e permitindo diversos processos. E uma das principais contribuições dessas tecnologias, sem dúvida, é a possibilidade da realização da comunicação instantânea, capaz de entregar diversos recursos facilitadores da rotina administrativa de uma instituição, ao permitir conversação em tempo real.

## 2.4 TECNOLOGIA DA COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA

O avanço tecnológico que o mundo vem vivendo nos últimos anos alterou o formato como as pessoas se relacionam com o cotidiano e, também, com as outras pessoas. A tecnologia permite, hoje, que se esteja presente mesmo quando se está distante, uma vez que as barreiras de tempo e espaço físico foram praticamente quebradas. Para Morais e Nercolini (2014), o

processo de globalização ajudou a aumentar as conexões, tanto aquelas que visam buscar informações e entretenimento quanto aquelas que almejam contato entre pessoas de qualquer local do mundo.

De acordo com Lobo *et al.* (2018), foi a partir da década de 80 que as mídias começaram a entrar em ascensão e, com isso, surgiram equipamentos que permitiam um acesso maior à interatividade e diferentes formas de conteúdo. Entre eles, o autor cita o videocassete, *walkmans* e canais de TV a cabo. É a partir desse momento, também, que surgem as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), como uma junção da informática e das telecomunicações.

Essas novas tecnologias passaram a ocupar mais espaço no cotidiano das pessoas e alteraram o seu formato em alguns aspectos. Foi imprescindível uma adaptação às novas dinâmicas das redes e atividades rotineiras como compras de jornais ou revistas, passaram a não fazer mais sentido e não ter mais necessidade (LOBO *et al.*, 2018).

Nesse contexto, uma das principais áreas afetadas por essa dinâmica foi a forma como as pessoas se comunicam, uma vez que, ao longo dos anos, essa comunicação foi ganhando mais fluidez e passando a ser mais imediata, devido aos avanços tecnológicos. Na ótica de Fernandes *et al.* (2016), durante o processo de evolução da comunicação quatro recursos foram responsáveis por essa revolução: o cinema, a televisão, o computador e o celular.

Essas quatro telas são exemplos de comunicação de massa, seja pela abrangência do público que pode simultaneamente ter acesso às mesmas informações, seja pela mobilidade da própria tela, que passa a acompanhar os interlocutores aonde quer que eles possam ir. Essas inovações proporcionam uma mudança significativa no processo de comunicação, afinal, os usuários passam a ter o poder de escolher o conteúdo, o local e o horário de acesso às informações, mudando também, muitas vezes, de espectador para produtor das informações. (FERNANDES *et al.*, 2016, p. 94)

Além desses recursos, é imprescindível citar aquele que talvez seja o mais importante para que essa evolução acontecesse: a Web. Lobo *et al.* (2018, p. 19 e 20) aponta que o início do uso da Web, no Brasil, aconteceu por volta de meados dos anos 90, e indica 3 fases de seu desenvolvimento:

- Web 1.0: caracterizada por informações estáticas, voltada mais para a leitura e com pouca interação e durou até o início dos anos 2000;
- Web 2.0: fase em que início a interatividade, atuando como um meio facilitador de colaboração e comunicação entre os usuários. É nessa fase, também, que surgiram as redes sociais, como a pioneira Orkut, Facebook e Twitter, as quais foram responsáveis por grandes mudanças na comunicação entre as pessoas, possibilitando a interação instantânea e em tempo real;

- Web 3.0: é a fase atual, caracterizada por um processo de individualização dos usuários, os quais são responsáveis pela curadoria dos conteúdos acessados e disponibilizados em seus perfis nas diversas plataformas digitais. Além disso, também é caracterizada pela possibilidade de “segmentação” e compra de usuários, que se diz respeito ao “rastreamento” do comportamento dos usuários – em relação às suas buscas, interesses etc. –, através de algoritmos, com a finalidade de gerar banco de dados para a promoção de vendas, seja para bens ou serviços.

De acordo com Moraes e Nercolini (2014), esse processo foi ainda mais acentuado com a recente popularização das tecnologias móveis, as quais, junto com a Internet, criou novas formas virtuais de comunicação, principalmente os *smartphones*, além de outros dispositivos como os *tablets*, que são dotados de aplicativos, *softwares* e algumas funcionalidades (como GPS, câmeras de alta resolução, NFC etc), os quais possibilitam que as pessoas continuem conectadas à rede em tempo integral, sem ter a necessidade de se desligarem do mundo virtual.

Com a chegada dos *smartphones*, a sociedade mudou o comportamento, posto que esse novo meio de comunicação permitiu que as pessoas o transportassem consigo para os mais diversos tipos ambientes e transformassem suas experiências em momentos. Esse novo formato passou a fazer parte do cotidiano das pessoas. Além disso, ele também se tornou um formato de mídia, fazendo com que as empresas passassem sua comunicação do formato *offline* para o digital (FERNANDES *et al.*, 2016).

Em uma pesquisa realizada em 2021, pelo Centro Regional para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), foi constatado que os usuários de Internet acessam a rede principalmente através do telefone celular (94%), seguido de televisão (50,2%) e, em terceiro, o computador (35,7%). O dado reflete como os celulares estão presentes na vida da sociedade, sendo o principal meio de acesso à Internet, e, por consequência, possibilitando que uma enorme quantidade de pessoas tenha acesso às ferramentas de comunicação instantânea.

Para Corrêa (2005, p. 102), a comunicação digital pode ser entendida como o “uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TICs), e de todas as ferramentas delas decorrentes, para facilitar e dinamizar a construção de qualquer processo de Comunicação Integrada nas organizações”.

Nesse sentido, Lobo *et al.* (2018) apresenta o conceito de Tecnologias de Comunicação Instantânea (TCIs), as quais são como

um tipo particular de TICs, onde a construção, promoção e circulação da comunicação se dá de forma instantânea entre os usuários da rede através ou a partir da mediação

tecnológica, como acontece, por exemplo, nos aplicativos de *instant messenger* como *WhatsApp*, *ICQ*, *MSN Messenger*, ou mesmo nas Mensagens Diretas (DM) das redes *Facebook* e *Twitter* (LOBO *et al.*, 2018, p. 29).

Dentro das organizações, o uso dessas ferramentas instantâneas como opção de comunicação já é uma realidade. De acordo com Carvalho (2015), em pesquisa realizada por empresa prestadora de serviços de suporte ao trabalho remoto, foi apontado que 95% das pessoas entrevistadas utilizam corporativamente o *WhatsApp*, e 81% também utilizam o *Skype*.

A utilização dessas ferramentas contribui, também, para facilitar o trabalho remoto em organizações, uma vez que permite a comunicação entre seus integrantes. A prática, que já vem sendo adotada por algumas empresas de instituições no mundo, requer uma disponibilidade de comunicação remota, a qual é suprida por diversas ferramentas que permitem a disponibilidade das pessoas independentemente do local que estejam.

Diante do exposto, é possível, a seguir, conhecer algumas das principais ferramentas de comunicação instantânea citadas na literatura, que são utilizadas pelas pessoas e por organizações.

#### 2.4.1 Meios de Comunicação Instantânea

##### 2.4.1.1 *WhatsApp*

O *WhatsApp*, de acordo com seu *site*, é um *software* gratuito que surgiu em 2009, com foco no serviço de mensagens rápidas. Ele foi fundado por Jan Koum e Brian Acton, os quais já haviam sido parceiros de trabalho no Yahoo, durante 20 anos, e seu nome é um trocadilho da expressão em inglês “*what’s up*”, que significa “e aí?”. Estima-se que, no mundo, mais de dois bilhões de pessoas sejam usuárias, estando presente em mais de 180 países. Por isso, vale ressaltar que, em 2014, o *WhatsApp* se juntou ao Facebook, embora continue a operar separadamente.

O aplicativo surgiu como uma alternativa ao SMS, mas hoje, mais de dez anos depois, conta com diversos outros tipos de funções, além de mensagens de texto. Desse modo, é possível enviar fotos, vídeos, documentos, localizações em tempo real ou de um ponto preciso, realizar chamadas de voz e vídeos, tanto em conversas individuais quanto em grupos. Além disso, o aplicativo conta com a funcionalidade de enviar ou solicitar pagamentos.

Em 2018, a empresa lançou uma versão do *software* voltada para empresas: o *WhatsApp Business*. Com ele, é possível criar um perfil comercial para a empresa, inserindo informações

sobre ela, como descrição, endereço e horário de atendimento e link de Instagram ou Facebook. Além disso, também tem a opção de criar mensagens automáticas de saudação, mensagens de ausência (quando a mensagem for recebida fora do horário de atendimento, uma mensagem automática será enviada ao cliente informando quando a empresa irá atender novamente) e respostas rápidas através de atalhos.

De acordo com Guilherme Horn, chefe do *WhatsApp* na América Latina, mais de 5 milhões de PMEs estão ativas no *WhatsApp Business* e mais de 60% das grandes marcas mais valiosas também estão presentes no aplicativo.

Sua popularidade também faz com que muitas organizações utilizem essa ferramenta para a sua comunicação interna, e, em uma pesquisa, foi constatado que:

O WhatsApp efetivamente modifica hábitos na forma de agir e de trabalhar, interfere na interação, promove a integração das pessoas no âmbito laboral, incentiva o trabalho colaborativo e a disseminação de informações, agiliza a comunicação interna, horizontaliza as relações, contribui para reforçar valores e princípios, bem como se constitui em um espaço de comunicação capaz de revelar contradições e conflitos da vida laboral, e, ao mesmo tempo ser um lugar de discussão (ETCHEVERRY *et al.* (2019, p. 191).

Em relação à proteção de conteúdo, o site da empresa informa que as mensagens e chamadas dos usuários são criptografadas, significando que ninguém além dos envolvidos terão acesso, nem mesmo o *WhatsApp*.

#### 2.4.1.2 Facebook Messenger

O *Facebook Messenger* é um *software* vinculado à rede social *Facebook* que foi lançado em 2011, e desenvolvido por Mark Zuckerberg. Ele também pertence à empresa Meta, antiga Facebook, do proprietário Mark Zuckerberg.

De acordo com seu site, ele é um aplicativo de bate-papo no qual é possível enviar mensagens de texto, áudios, realizar chamadas de voz e de vídeo, compartilhar localização em tempo real, conta com um serviço que possibilita assistir filmes, vídeos de música e programas de TV juntos com outros usuários através do bate-papo de vídeo e possibilita o contato com empresas. Assim como no *WhatsApp*, ele também permite o envio e recebimento de pagamentos.

Segundo o site Tech Tudo, recentemente o *Messenger* ganhou um aplicativo próprio, não estando mais vinculado ao Facebook, e assim, é possível iniciar conversas com contatos da

lista telefônica, mesmo que os usuários não sejam amigos no Facebook. Sendo assim, um concorrente maior para o *WhatsApp*.

O Data Reportal aponta que, no começo de 2023, no Brasil, existem 62,05 milhões de usuários do Messenger, o que representa 28,8% da população do país. Ele é considerado a 7ª rede social mais utilizada pelos brasileiros.

Em se tratando de comunicação organizacional, de acordo com Martins (2018), uma pesquisa realizada em 2015 revelou que o Facebook Messenger era utilizado por 68% dos entrevistados como uma ferramenta corporativa.

#### 2.4.1.3 *Instagram Direct Messenger*

O Direct Messenger é um recurso do Instagram, lançado no final do ano de 2013 e que, hoje, também pertence à empresa Meta, uma vez que o Instagram foi adquirido por ela em 2012.

De acordo com o site do Instagram, o recurso permite o compartilhamento de textos e fotos, além de também ser possível compartilhar diretamente publicações e *Reels* para uma pessoa ou um grupo específico, desde que estejam participando da rede social. A partir do Direct Messenger existe a possibilidade de realizar chamadas de voz e de vídeos, também.

Segundo aponta o Data Reportal, no começo de 2023, havia 113,5 milhões de usuários do Instagram no Brasil, representando 52,6% da população do país. Sendo, dessa maneira, a 3ª rede social mais utilizada dentro do território brasileiro.

Em 2020, como mostrado no site da Meta, o Direct Messenger passou por algumas modificações, passando a ter uma conectividade com Messenger do Facebook, em que os usuários do Direct Messenger poderão se comunicar com os usuários do Messenger e vice-versa, dessa forma, o usuário consegue estar conectado nos dois aplicativos ao mesmo tempo.

Por estar atrelado ao Instagram, essa ferramenta tornou-se bastante utilizada por empresas, uma vez que é possível a interação com as publicações realizadas no feed do aplicativo, a exemplo do que foi retratado por Candea, dos Santos e Silva (2022), ao mostrar que o Instagram foi a ferramenta de comunicação mais utilizada pelos servidores e estudantes de uma instituição de ensino superior (Instituto Federal de Mato Grosso).

#### 2.4.1.4 *Telegram*

O Telegram é um aplicativo gratuito de mensagens, baseado em nuvem e com sincronização contínua que foi lançado desde 2013 e desenvolvido e financiado por Nikolai e

Pavel Durov, respectivamente. Sua sede está localizada em Dubai, embora a maioria de seus desenvolvedores sejam de São Petersburgo. De acordo com seu site, ele possui mais de 700 milhões de usuários ativos no mundo e está na lista dos 10 aplicativos mais baixados.

O aplicativo possibilita o envio de mensagens, fotos, vídeos e arquivos de qualquer tipo, além de possuir o diferencial de se poder criar grupos com até 200.000 pessoas ou canais que permite a inscrição de um número ilimitado de pessoas. Assim como nos outros aplicativos, também realiza chamadas de voz e de vídeo.

Em razão da estrutura com múltiplos data centers e criptografia, ele se diz ser o mais rápido e seguro entre os aplicativos de mensagens. Além disso, possui o API e código-fonte abertos. Sutikno *et al.* (2016), corrobora com essa informação, afirmando que o Telegram oferece mais segurança de comunicação que o WhatsApp, uma vez que possui *backup* mais confiável e melhores recursos de segurança. Tal fator torna-se importante dentro de uma organização, uma vez que a segurança da informação é algo indispensável quando se trata de informações institucionais.

As ferramentas de comunicação instantâneas ganham, a cada dia, destaque no cotidiano das pessoas e das organizações e, em razão disso, é de extrema importância o entendimento da aceitação e uso delas por parte dos indivíduos. Em se tratando das organizações, em particular, esse entendimento permite identificar fatores que possam ser melhorados ou corrigidos, refletindo positivamente na dinâmica da organização. Sendo assim, é possível observar, a seguir, alguns modelos de aceitação e uso dessas tecnologias.

## 2.5 MODELOS DE ACEITAÇÃO DE TECNOLOGIA

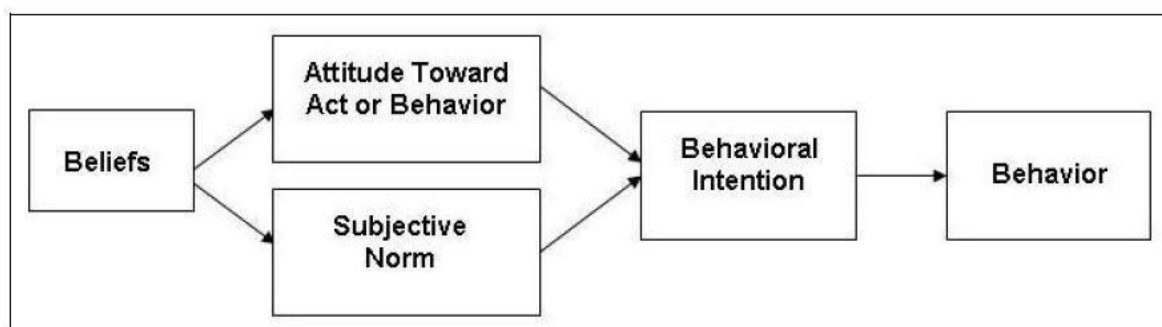
Nos últimos tempos, tem crescido o número de estudos a respeito da aceitação das tecnologias por diversos indivíduos, devido ao fato de a cada dia o uso dos sistemas de informação ficam mais intensos em diversos tipos de atividade (SILVA; DIAS, 2007). Esses estudos tem como objetivo buscar melhorias e conseguir identificar alguns fatores intrínsecos e extrínsecos que estão envolvidos nas decisões e satisfação dos indivíduos em relação à aceitação e o uso da tecnologia da informação, utilizando-se, para isso, alguns testes e procedimentos e avaliação (DIAS, 2006).

De acordo com Silva e Dias (2007), existem na literatura algumas teorias discutidas nas ciências sociais e comportamentais que buscam prever essa influência da tecnologia no comportamento humano, as quais, frequentemente aparecem como destaque: a *Theory of Reasoned Action* (TRA), a *Theory of Planned Behavior* (TPB) e o *Technology Acceptance*

*Model* (TAM). Segundo Lai (2017), o modelo TAM conta com duas vertentes: o TAM 2 e o TAM 3.

A Teoria da Ação Raciocinada (TRA), de Fishbein e Ajzen (1975), prevê relações entre as seguintes variáveis: crenças, atitudes, normas, intenções e comportamentos. Tem-se, nessa teoria, que o comportamento é gerado por uma intenção em realizar tal comportamento e esta, por sua vez, sofre influência das atitudes do indivíduo, as quais são determinadas pelas crenças e normas em relação ao comportamento intencido. (QUINTELLA; PELLICIONE, 2006)

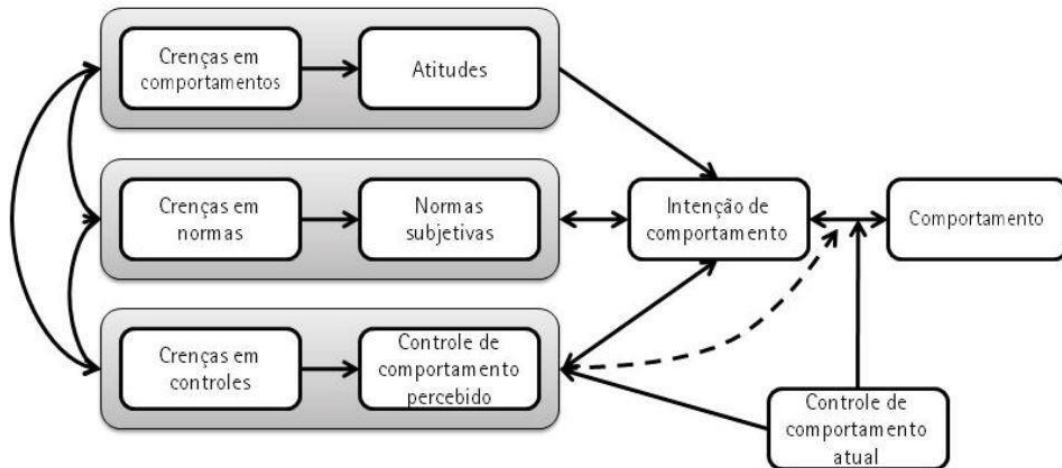
**Figura 5** - Teoria da Ação Raciocinada (TRA)



Fonte: Fishbein; Ajzen, 1975.

Em relação à Teoria do Comportamento Planejado (TPB), de Ajzen (1985), Hoppe *et al.* (2012) diz que ela é uma extensão da Teoria da Ação Raciocinada, sendo acrescida, além das variáveis existentes, a variável "controle comportamental". Para essa teoria, o comportamento humano é baseado em três pontos: nas crenças comportamentais, crenças normativas e crenças sobre o controle. De acordo com os autores "as crenças comportamentais tratam das possíveis consequências do comportamento humano. Já as crenças normativas referem-se às expectativas de comportamento percebido referentes às outras pessoas, como familiares e amigos (pressão social)" (HOPPE *et al.*, 2012, p. 177).

**Figura 6 - Teoria do Comportamento Planejado (TPB)**

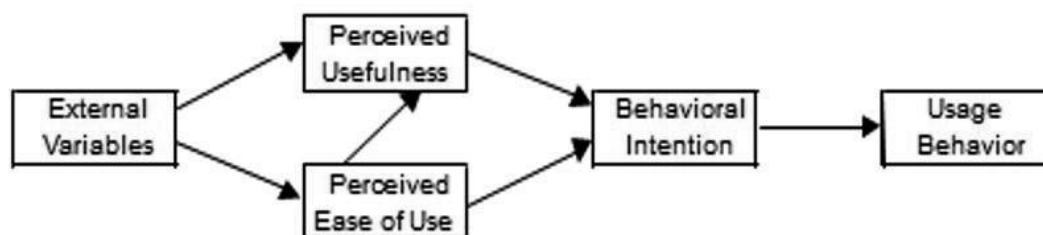


Fonte: Ajzen, 2001.

O Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM) de Davis (1989) foi construído para buscar entender a aceitação e o uso dos sistemas tecnológicos. O TAM consegue ajudar a entender o porquê de uma tecnologia específica pode ser aceita ou rejeitada pelos usuários e, com isso, conseguir identificar medidas necessárias baseadas nessa aceitação ou rejeição (LAI, 2017).

Esse modelo baseia-se em dois determinantes principais: utilidade percebida e facilidade de uso percebida. O primeira consiste no grau em que essa tecnologia irá melhorar a performance de um indivíduo em seu trabalho, enquanto a segunda consiste no grau de esforço para utilizar essa tecnologia (DAVIS, 1989). Além disso, existe influência das variáveis externas, as quais, de acordo com Venkatesh e Davis (1996), são: as características do sistema, experiência, envolvimento do usuário no design e a natureza do processo de implementação. Segundo Lai (2017), a versão final do primeiro modelo TAM surgiu em 1996, por Venkatesh e Davis, como mostrado a seguir.

**Figura 7 – Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM)**



Fonte: Venkatesh e Davis, 1996.

No entanto, devido a algumas limitações encontradas em relação ao TAM, o modelo sofreu algumas ampliações, resultando no TAM 2 (VENKATESH; DAVIS, 2000) e, posteriormente, no TAM 3 (VENKATESH; BALA, 2008).

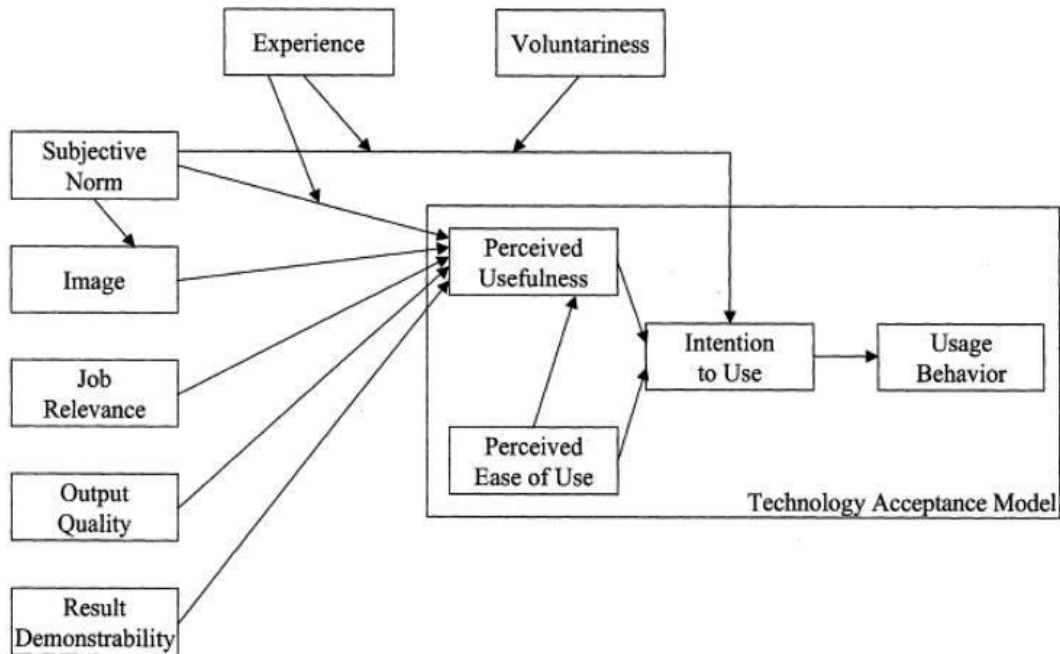
O TAM 2 conseguiu entregar mais detalhes acerca dos motivos que levam um indivíduo a considerar um sistema útil. Nesse modelo, há indicações de que a percepção sobre a utilidade de um sistema é baseada na correspondência entre os objetivos principais no trabalho e as consequências da execução das tarefas do trabalho ao utilizar o sistema. (LAI, 2017). De acordo com o quadro abaixo, é possível entender mais sobre as variáveis adicionais ao TAM 2:

**Quadro 3 – Constructos Adicionais ao TAM 2**

<b>Constructos teóricos</b>	<b>Variável</b>	<b>Definição</b>
<b>Influências Sociais</b>	Norma Subjetiva	Grau em que um indivíduo percebe que a maioria das pessoas consideradas importantes para ele pensa se ele deveria ou não usar o sistema.
	Imagem	Grau em que um indivíduo percebe que o uso de uma inovação aumentará seu status em seu sistema social.
<b>Processos Instrumentais Cognitivos</b>	Relevância profissional	Grau em que um indivíduo acredita que o sistema é aplicável ao seu trabalho.
	Qualidade dos resultados	Grau em que um indivíduo acredita que o sistema executa bem suas tarefas.
	Demonstração do resultado	Grau em que um indivíduo acredita que os resultados do uso do sistema são tangíveis, observáveis e comunicáveis
<b>Moderadores</b>	Experiência	Nível de conhecimento do sistema
	Voluntariedade	Conduta do indivíduo que entende que a adoção da tecnologia não é obrigatória, mesmo tendo sua utilização determinada pela organização. Então, seu comportamento varia porque ele não aceita a imposição do uso. Esse fator atua como moderador da norma subjetiva e da intenção de uso.

Fonte: Martins, 2022.

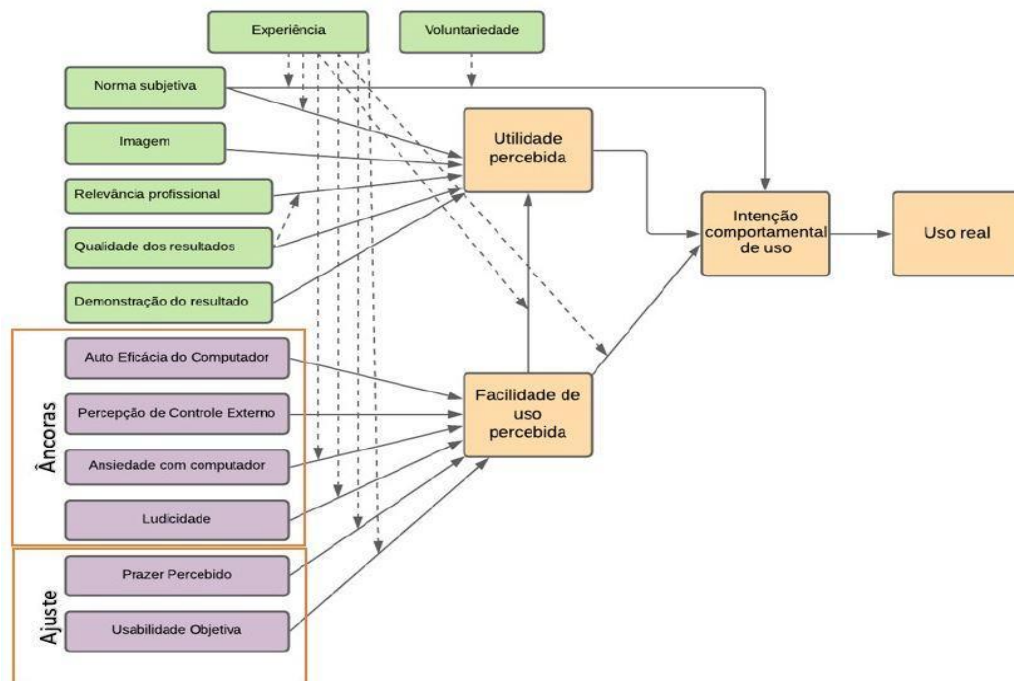
Figura 8 – TAM 2



Fonte: Venkatesh; Davis, 2000.

Em 2008, Vanketesh e Bala desenvolveram o TAM 3 (figura 9), a partir de uma combinação do TAM 2 e o modelo de determinantes da facilidade de uso percebido (Venkatesh, 2000), surgindo, assim, um modelo integrado (VENKATESH; BALA, 2008).

Figura 9 – TAM 3



Fonte: Martins (2022), adaptado de Venkatesh e Bala, 2008.

De acordo com Martins (2022), a esse modelo foram acrescentados mais seis variáveis, de quatro constructos teóricos, os quais englobam questões motivacionais: Controle (autoeficácia do computador, percepções de controle externo); Emoção (ansiedade computacional); Motivação intrínseca (diversão computacional ou ludicidade); Ajuste (prazer percebido e usabilidade objetiva). Dentro dessa perspectiva, a autora explanou cada um deles no Quadro 4, o qual representa os constructos teóricos, as variáveis e a definição de cada uma delas, de maneira sequencial.

**Quadro 4 - Constructos Adicionais ao TAM 3**

<b>Constructos teóricos</b>	<b>Variável</b>	<b>Definição</b>
<b>Controle</b>	Autoeficácia do Computador	Grau em que um indivíduo acredita ter a capacidade de realizar uma tarefa/trabalho específico usando o computador.
	Percepção de Controle Externo (ou condições facilitadoras)	Grau em que um indivíduo acredita existirem disponibilidade de recursos organizacionais e estrutura de suporte para apoiar o uso do sistema.
<b>Emoção</b>	Ansiedade em utilizar o computador	Grau de apreensão de um indivíduo, ou mesmo medo, quando ele se depara com a possibilidade de usar computadores
<b>Motivação intrínseca</b>	Ludicidade	Até que ponto “a atividade de usar um sistema específico é percebida como agradável por si só, além de quaisquer consequências de desempenho resultantes do uso do sistema”.
<b>Ajuste</b>	Prazer Percebido	Até que ponto “a atividade de usar um sistema específico é percebida como agradável por si só, além de quaisquer consequências de desempenho resultantes do uso do sistema”.
	Usabilidade Objetiva	Comparação de sistemas com base no nível real (em vez de percepções) do esforço necessário para completar tarefas específicas.

Fonte: Martins (2022), baseado em Venkatesh e Bala, 2008.

Nesse modelo, além dos novos constructos, Venkatesh e Bala (2008) também sugerem que a ‘experiência’ irá moderar importantes relações: (1) a facilidade de uso percebida e o uso percebido; (2) a ansiedade em utilizar o computador e a facilidade de uso percebida; e (3) a facilidade de uso percebida e a intenção comportamental.

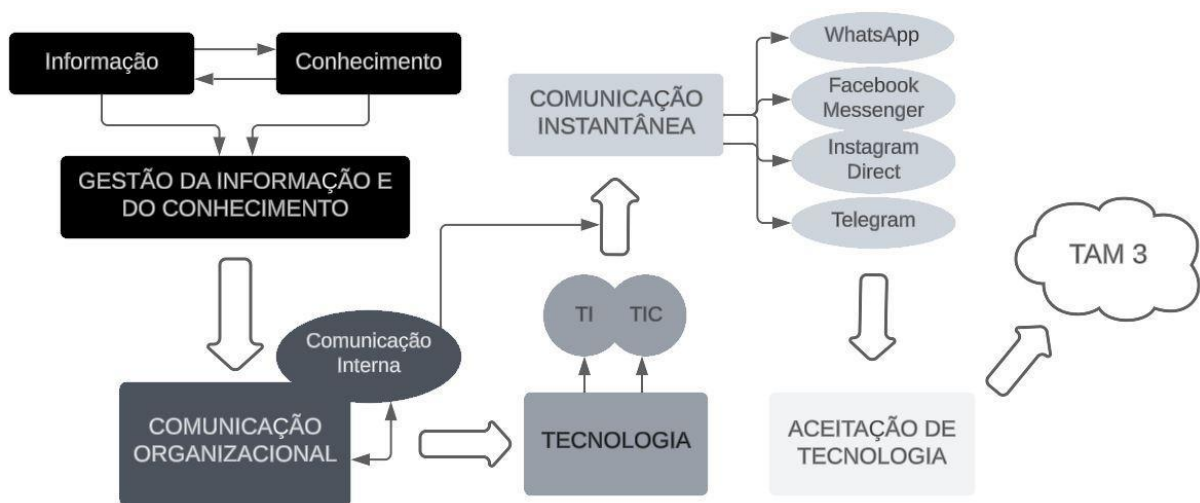
Segundo Silva (2009, p. 52), o modelo TAM recebe "suporte teórico e empírico, através de validações, aplicações e replicações realizadas por pesquisadores e profissionais da área de tecnologia da informação". Dessa forma, pela sua grande aceitação nessa área e por ser um modelo voltado especificamente para os sistemas de informação, o modelo TAM, mais

especificamente o TAM 3 por ser mais completo, foi o escolhido para servir de base a esta pesquisa.

## 2.6 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA

Esta seção busca contemplar de forma resumida a estrutura teórica desta pesquisa. Dessa maneira, figura a seguir apresenta todos os temas abordados até o presente momento.

**Figura 10 – Modelo Conceitual da Pesquisa**



Fonte: Autoria própria, 2023.

Observando-se a figura 11, obtém-se, de forma resumida, todos os tópicos conceituais abordados no referencial teórico desta pesquisa, na qual foram trabalhados conceitos relevantes para o tema tratado. De início, foram apresentadas as concepções de informação, trazendo sua importância para o processo de Gestão da Informação e do Conhecimento. Em seguida, explanou-se a respeito da Comunicação Organizacional e sua importância para as organizações, mantendo o foco na Comunicação Interna, que tem grande relevância para a pesquisa. Passou-se, então, para uma abordagem a respeito das Tecnologias, fazendo um detalhamento maior para as Tecnologias da Informação e Tecnologias da Informação e Comunicação. Com isso, aproveitou-se um gancho para explicar a respeito da Comunicação Instantânea e seus principais meios. Por fim, foram apresentados alguns modelos teóricos desenvolvimentos para identificar a aceitação dos sistemas de tecnologia, encerrando, portanto, com o modelo escolhido para subsidiar as investigações a respeito da aceitação das ferramentas de comunicação instantânea.

Após os apontamentos teóricos realizados, é possível notar que tanto a informação quanto o conhecimento passaram a ter um papel de destaque nas organizações, sendo vistos

como importantes recursos para a obtenção de vantagem competitiva. Com isso, fez-se necessário o desenvolvimento de processos que subsidiassem uma gestão de qualidade de tais recursos. Nesse sentido, a Gestão da Informação atua nos fluxos formais da organização, focando na organização e tratamento da informação enquanto a Gestão do Conhecimento atua nos fluxos informais da organização, focando no compartilhamento do conhecimento. Dessa maneira, tais processos se tornam complementares dentro da organização.

Para se conseguir estabelecer esse fluxo de informação e conhecimento dentro de uma organização, a Comunicação Organizacional atua de forma indispensável, uma vez que ela se volta para o público interno e externo, e contribui para o desenvolvimento das pessoas e para novas relações interpessoais. Dentro de uma organização existem a comunicação institucional, a comunicação mercadológica e a comunicação interna, cada uma exerce uma função diferente. Esta última é um dos focos desta pesquisa, uma vez que aborda a parte administrativa da organização.

Nesse contexto, a Tecnologia oferece grande suporte à comunicação dentro de uma organização, uma vez que a TI é usada a níveis operacional, gerencial, estratégico e de conhecimento. Essas tecnologias englobam os sistemas de informações, que são muitos utilizados em diversas organizações, em vários de seus processos. Além disso, o avanço das tecnologias permitiu o surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação, as quais contribuem para o tratamento, organização e disseminação de informações, e podem ser encontrados, por exemplo, sob a forma de hardwares, softwares e aplicativos.

Uma dessas utilidades que foram possibilitadas com as TIC foi a Comunicação Instantânea, a qual, através de sistemas e aplicativos, é possível obter uma conversação em tempo real com outras pessoas, além do compartilhamento de diversos documentos. A Comunicação Instantânea mudou a forma como as pessoas se relacionam, incluindo suas rotinas de trabalho. Através de diversos meios de comunicação instantânea existentes no mercado, além de outros recursos disponíveis, é possível que hoje as pessoas possam trabalhar e desempenhar suas atividades laborais sem a necessidade de estar fisicamente em seu local de trabalho.

Para obter uma visão do grau de aceitação que os indivíduos possuem com estas ferramentas de comunicação instantânea, existem algumas teorias que buscam prever a influência da tecnologia no comportamento humano e objetivam identificar alguns fatores os quais influenciam na aceitação e uso das mesmas. Algumas dessas teorias são a TRA, TPB e TAM, este último conta mais duas versões desenvolvidas posteriormente, o TAM 2 e TAM 3.

O TAM 3, ou Modelo de Aceitação de Tecnologia, é a opção utilizada para subsidiar esta pesquisa na análise da aceitação das ferramentas de comunicação instantânea em atividades

laborais. O modelo desenvolvido por Venkatesh e Bala (2008), é mais voltado para os sistemas de informação e possui mais constructos agregados, capazes de realizar a análise sob a ótica de outros fatores.

Com isso, é possível afirmar que o referencial teórico apresentado até aqui ofereceu os recursos necessários para orientar o desenvolvimento da pesquisa e chegar aos objetivos propostos no início. Dessa maneira, a seguir, será discriminada a metodologia utilizada para a realização da pesquisa proposta.

### 3 METODOLOGIA

Neste capítulo, encontram-se descritos a caracterização da pesquisa, bem como a amostragem e os procedimentos de coleta de dados que foram empregados para alcançar os objetivos propostos.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para atingir os objetivos e responder ao questionamento proposto, foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa e de natureza aplicada. Em relação aos objetivos, ela pode ser caracterizada como descritiva.

As pesquisas com abordagem quantitativa possuem foco nos fatos, devendo ter variáveis determinadas e com mensuração já pressuposta no próprio método, além disso, geralmente as análises são mediadas por algum critério matemático (CARVALHO *et al.*, 2019). Para Prodanov e Freitas (2013, p. 69), a pesquisa quantitativa “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. Alguns exemplos de recursos e técnicas estatísticas são: porcentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão e coeficiente de correlação.

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), pesquisas de natureza aplicada são aquelas que têm como objetivo a geração de conhecimentos para uma aplicação prática dirigida a solucionar problemas específicos e envolve verdades e interesses locais.

Em relação aos objetivos, as pesquisas descritivas buscam descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecer relações entre variáveis e, até mesmo, determinar a natureza dessa relação (GIL, 2008 p. 28). Nesse tipo de pesquisa não há manipulação sobre os fatos pelo pesquisador, eles são apenas observados, registrados, analisados, classificados e interpretados (PRODANOV, FREITAS, 2013, P. 52).

Quanto aos procedimentos adotados, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que, de acordo com Gil (2008), tem como base materiais já elaborados, principalmente de artigos científicos e livros, e tem a vantagem de cobrir mais amplamente os fenômenos. Esta pesquisa é, portanto, uma revisão ou um levantamento de obras que já foram publicadas a respeito do tema (DE SOUSA, DE OLIVEIRA E ALVES, 2021, p. 66). Para se obter o acesso a essas obras, foi utilizado, principalmente, o buscador Google Acadêmico, pelo qual, foi possível atingir uma abrangência maior dos conteúdos procurados, como a Comunicação Organizacional, a GIC e as tecnologias, e o modelo TAM.

Além da pesquisa bibliográfica, também foi realizado um levantamento (*survey*), para a compreensão mais aprofundada de como se dá a aceitação e uso das ferramentas de comunicação instantânea pelos servidores assistentes administrativos da UFRN.

Esse tipo de pesquisa ocorre quando envolve a interrogação direta das pessoas cujo comportamento desejamos conhecer através de algum tipo de questionário. Em geral, procedemos à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obtermos as conclusões correspondentes aos dados coletados (PRODANOV, FREITAS, 2013, p. 57 e 58).

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), os levantamentos possuem algumas vantagens, tais como: o conhecimento direto da realidade; economia e rapidez; quantificação; como também são muito satisfatórios para o estudo de opiniões e atitudes.

## 3.2 COLETA DE DADOS

Nesta seção, são apresentadas algumas características a respeito da pesquisa, como a População e a Amostra definida e o instrumento de coleta de dados utilizado para possibilitar a realização da mesma.

### 3.2.1 População e Amostra

De acordo com Appolinário (2004), a população (ou universo) de uma pesquisa corresponde a um grupo de pessoas, objetos ou eventos, os quais possuem características comuns que os definem. É, portanto, a totalidade dessas pessoas, objetos ou eventos que se deseja estudar e que, então, serão efetivadas as generalizações.

Nesse sentido, a amostra seria um subconjunto de sujeitos tirado de uma população através de técnicas de amostragem. Grande parte dos expoentes em metodologia recomenda que a amostra seja um percentual mínimo de 20% em relação à população. No entanto, correntes mais recentes aceitam um percentual de 10% em relação à população, dependendo do tamanho da mesma (APPOLINÁRIO, 2004).

Para esta pesquisa, foram considerados os servidores assistentes administrativos da UFRN, uma vez que tais indivíduos desempenham funções mais voltadas à parte administrativa, tendo um acesso mais provável ao maior uso das ferramentas de comunicação instantânea para desempenharem suas funções.

De acordo com o site da PROGESP/UFRN (2023), a UFRN possui um quadro de 729 (setecentos e vinte e nove) servidores assistentes em administração distribuídos em todos os seus campi. Dessa maneira, esta será considerada a população desta pesquisa para a qual será enviado o instrumento de pesquisa. Em razão disso, e levando em consideração Appolinário (2004), espera-se atingir uma amostragem entre 73 e 146 instrumentos de pesquisa respondidos, representando 10 a 20% da população, para se obter um resultado satisfatório, sendo, portanto, uma amostra não probabilística por conveniência.

### 3.2.2 Instrumento de coleta de dados

Para alcançar os objetivos propostos, foi aplicado um questionário (Apêndice A) com a amostra em questão, a fim de entender como se dá a aceitação e uso das ferramentas de comunicação instantânea pelos servidores assistentes administrativos da UFRN.

Segundo Gil (2008, p.121), "o questionário é uma técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses [...] etc".

Para o autor, a utilização desse instrumento apresenta algumas vantagens como a possibilidade de atingir um maior número de pessoas; garantir o anonimato das respostas; é possível responder no momento mais conveniente para as pessoas (GIL, 2008, P.122).

Porém, é possível atentar-se a procurar alternativas e soluções para algumas desvantagens que ele também pode implicar como não oferecer a garantia que ele será respondido, podendo diminuir significativamente o tamanho da amostra e não poder usar muitas perguntas, uma vez que questionários extensos têm maior probabilidade de não serem respondidos (GIL, 2008, p.122).

O questionário aplicado contou com três blocos temáticos: o BLOCO 1 diz respeito ao perfil do participante (idade, sexo e nível de escolaridade e localização do setor de trabalho) e apresenta questões fechadas de múltipla escolha; o BLOCO 2 diz respeito ao uso das ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral dos participantes e também apresenta questões fechadas de múltipla escolha; e o BLOCO 3 diz respeito à aceitação das ferramentas de comunicação instantânea pelos participantes, sendo baseado no Modelo de Aceitação de Tecnologia – TAM 3, disponibilizado por Venkatesh e Bala (2008). Para este último bloco, o questionário seguiu o modelo de escala Likert de 7 pontos, em que o 1 corresponde a ‘discordo fortemente’ e o 7, ‘concordo fortemente’.

Por fim, o questionário foi aplicado de forma on-line, através da plataforma *Google Forms* e enviado aos participantes através de *e-mail*, os quais foram disponibilizados pela Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas da UFRN (PROGESP). O documento ficou disponível para obtenção de respostas durante 26 dias e, após este período, ficou inativo para dar início a análises dos dados adquiridos. Ao total, foram obtidas 186 respostas ao questionário, representando um alcance de 25.2% dos assistentes em administração da instituição.

### 3.3 ANÁLISE DE DADOS

Após a coleta dos dados, foram realizadas suas análises e interpretação, que consistiu na sumarização desses dados de uma forma a permitir a obtenção de respostas ao problema que foi proposto na investigação (GIL, 2008). Para isso, Gil (2008), propõe alguns passos a serem seguidos: a) estabelecimento de categorias; b) codificação; c) tabulação; d) análise estatística dos dados; e) avaliação das generalizações obtidas com os dados; f) inferência das relações causais; e g) interpretação dos dados.

Para tanto, foi utilizado o método da estatística descritiva, que, de acordo com Guedes *et al.* (2005), tem o objetivo de “sintetizar uma série de valores de mesma natureza, permitindo, dessa forma, que se tenha uma visão global da variação desses valores, organiza e descreve os dados de três maneiras: por meio de tabelas, de gráficos e de medidas descritivas”.

Os dados coletados através do questionário, aplicado no *Google Forms*, foram tabulados eletronicamente e processados por meio do programa *Microsoft Excel*. Após isso, eles foram analisados estatisticamente, utilizando-se as técnicas de distribuição de frequência, média e desvio padrão, e, por fim, os resultados foram organizados, resumidos e apresentados através de tabelas e gráficos, para sua melhor compreensão.

## 4 ANÁLISE E RESULTADOS

Neste capítulo serão abordados os resultados da pesquisa acerca da aceitação e do uso das ferramentas de comunicação instantânea realizada através do modelo de Aceitação e Uso de Tecnologia, TAM 3.

A análise dos resultados segue a ordem realizada no questionário (Apêndice A), em que inicialmente obteve-se dados demográficos a respeito da amostra, com objetivo de compreender a população estudada. Em seguida, segue-se com a caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantâneas pela população estudada, a fim de entender como se dá esse uso no âmbito das atividades laborais.

Por fim, a última parte do questionário trata da aplicação do Modelo de Aceitação e Uso de Tecnologia, pela qual é abordada diversas proposições, as quais tratam de diferentes aspectos ao uso e aceitação das ferramentas de comunicação instantâneas voltadas para fins laborais.

### 4.1 ANÁLISE DEMOGRÁFICA DA AMOSTRA

Nessa etapa, foram investigadas algumas características da população estudada, sendo elas: unidade de lotação, faixa etária, sexo e nível de escolaridade. A tabela 1, abaixo, sintetiza os resultados obtidos.

**Tabela 1** – Caracterização da população

Variáveis	Grupo	Nº	%
<b>Unidade de Lotação</b>	-	Aprox. 157	-
<b>Idade</b>	18 a 28 anos	16	8,6%
	29 a 39 anos	92	49,5%
	40 a 50 anos	47	25,3%
	51 a 61 anos	26	14%
	Mais de 61 anos	5	2,7%
<b>Sexo</b>	Masculino	99	53,2%
	Feminino	87	46,8%
	Preferiu não responder	-	-
<b>Escolaridade</b>	Ensino Médio	1	0,5%
	Superior	26	14%
	Superior incompleto	5	2,7%
	Especialização	79	42,5%
	Mestrado	52	28%
	Mestrado incompleto	15	8,1%
	Doutorado	4	2,2%
	Doutorado incompleto	4	2,2%

Fonte: Autoria própria, baseado em dados da pesquisa, 2023.

Nota-se que a pesquisa conseguiu alcançar aproximadamente 157 unidades da UFRN, dentro de seus diversos setores, refletindo um resultado que pode ser considerado abrangente, sem estar levando em conta apenas algum setor específico, o que poderia gerar algum vício de respostas devido a uma cultura organizacional semelhante.

Em relação ao sexo do indivíduo, percebe-se que um pouco mais da metade (53,2%) é do sexo masculino e o restante (46,8%) é do sexo feminino. Além disso, é possível inferir que os Assistentes Administrativos da UFRN são, em sua maioria (49,5%), jovens adultos entre 29 a 39 anos e adultos entre 40 e 50 anos (25,3%). Esses valores totalizam quase 75% da população estudada.

Por fim, quando se trata da escolaridade dos indivíduos, tem-se que grande parte deles (72,7%) possui algum tipo de pós-graduação completa, fato este que pode estar ligado a questão do grande incentivo da instituição para a qualificação de seus servidores a partir de, por exemplo, ofertas de vagas em programas de pós graduação e incentivos salariais.

Dentre esses níveis de escolaridade, a especialização é a predominante na população, com 42,5%. Entende-se, dessa maneira, que os Assistentes Administrativos são bem capacitados para seu cargo, o qual exige apenas o nível médio. Esse fator corrobora com a pesquisa analisada por Da Silva *et al.* (2019), a qual constata que o uso das TICs pelos indivíduos está relacionado aos seus aspectos cognitivos, sendo o nível de escolaridade um desses aspectos.

## 4.2 CARACTERIZAÇÃO DO USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEAS

Nesta etapa, buscou-se um entendimento a respeito de como os indivíduos usam as ferramentas de comunicação instantânea nos seus cotidianos laborais. Sendo assim, inicialmente foi questionado se a população utiliza essas ferramentas para tal fim, obtendo-se o resultado de que 98,4% utilizam algum tipo de ferramenta e somente 1,6% não as utiliza. A tabela 2 apresenta algumas informações a respeito.

**Tabela 2** – caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral

Variáveis	Grupo	Nº	%
Utiliza algum tipo de ferramenta de comunicação instantânea nas atividades laborais	Sim	183	98,4%
	Não	3	1,6%

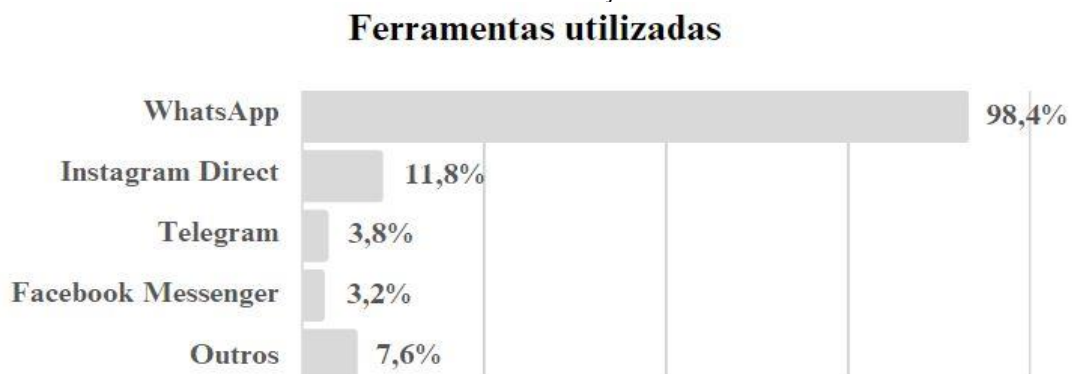
<b>Tempo de utilização da ferramenta no cotidiano laboral</b>	Menos de 6 meses	9	4,8%
	Entre 6 meses e 1 ano	8	4,3%
	1 a 3 anos	44	23,7%
	Acima de 3 anos	125	67%
<b>Frequência de utilização das ferramentas no cotidiano laboral</b>	Alta frequência	139	74,7%
	Média frequência	37	19,9%
	Baixa frequência	10	5,4%
<b>Pertencimento do dispositivo que utiliza as ferramentas no cotidiano laboral</b>	Dispositivo próprio	42	22,6%
	Dispositivo próprio, devido a falta de um institucional	13	7%
	Dispositivo institucional	46	24,7%
	Ambos	85	45,7%

Fonte: autoria própria, baseado em dados da pesquisa, 2023.

Ainda de acordo com a Tabela 2, observa-se que, além das ferramentas serem usadas por quase 100% dos indivíduos, elas têm uma frequência de uso elevada (74,7%) no cotidiano laboral dos Assistentes em Administração da UFRN. Além disso, a maioria desses servidores (67%) já utiliza essas ferramentas em suas atividades laborais há, pelo menos, três anos. Ou seja, elas representam um importante recurso nas atividades diárias desses servidores.

Em relação a quais ferramentas são utilizadas pelos indivíduos, a pesquisa revelou que 98,4% deles utilizam o *WhatsApp*, 11,8% utilizam o *Instagram Direct*, 3,8% o *Telegram* e 3,2%, o *Facebook Messenger*. Este resultado assemelha-se muito ao apresentado por Gavioli (2017), o qual mostrou que 99,15% dos participantes de sua pesquisa relataram que utilizam o *WhatsApp* para trocar mensagens a respeito de trabalho, reforçando ainda mais a presença e relevância dessa ferramenta em um contexto laboral.

**Gráfico 1** - Ferramentas de comunicação instantânea utilizadas

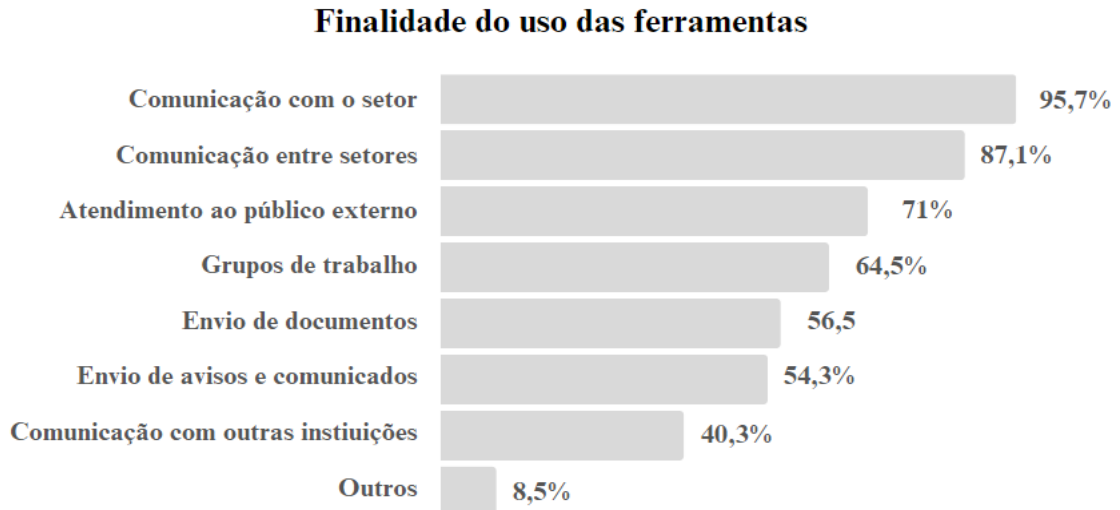


Fonte: autoria própria, baseado em dados da pesquisa, 2023.

Entre as atividades mais realizadas pelos indivíduos (gráfico 2), através das ferramentas de comunicação instantâneas, é possível destacar, principalmente, a comunicação com os

integrantes do setor de trabalho (95,7%), comunicação com outros setores da UFRN (87,1%) e atendimento ao público externo (71%).

**Gráfico 2** – Finalidade do uso das ferramentas de comunicação instantânea



Fonte: autoria própria, baseado em dados da pesquisa, 2023.

Além das finalidades abordadas pelo Gráfico 2, a pesquisa apresentou relatos de uso das ferramentas para reuniões e transmissões online, utilização para realizar intimações e, também, relatos de utilização para quase todos os processos administrativos de um setor. Tal resultado revela uma grande diversidade do uso dessas ferramentas no cotidiano laboral, sendo, portanto, importante uma atenção especial ao uso dessas ferramentas, o qual vem se tornando cada vez mais presente no dia a dia da instituição.

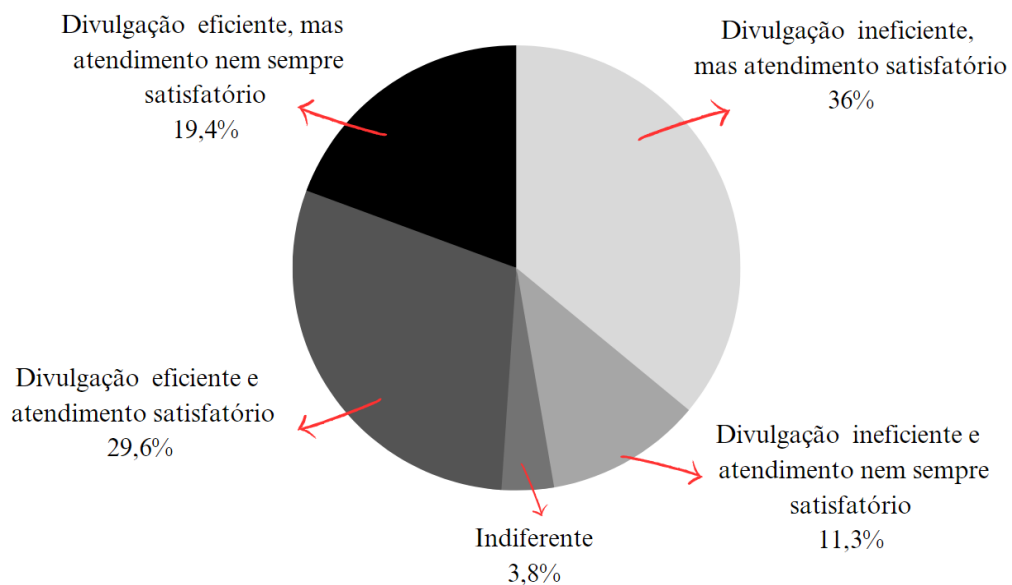
De acordo com a pesquisa, essas ferramentas são utilizadas, basicamente, através de celulares (95%) e computadores (88%), havendo mínimos relatos de uso através de *tablets* (2,2%). Ademais, quase metade dos indivíduos (45,7%) utilizam tanto dispositivos próprios quanto institucionais para acessá-las, 24% utilizam apenas o dispositivo institucional, 22,6% utilizam apenas dispositivo próprio e 7% afirmam utilizar o dispositivo próprio por não haver um dispositivo institucional em sua unidade.

A respeito desse resultado, nota-se que os aparelhos celulares pessoais possuem uma significativa parcela de utilidade para fins laborais dos servidores, e dessa maneira, destaca-se ainda mais a importância da gestão da informação e do conhecimento nesse contexto, uma vez que existe uma diversão informações e documentos transitando nesses aparelhos que não pertencem à instituição.

Em relação à divulgação dos contatos dos setores para serem contatados através das ferramentas de comunicação instantânea, 49% dos indivíduos acreditam que existe uma boa divulgação, enquanto 47,3% deles acreditam que essa divulgação não é satisfatória. Este fato pode, também, ser relacionado com a informação de que existe uma grande comunicação com o público externo, possibilitando, dessa maneira, haver uma dificuldade por parte desse público em estabelecer algum contato com setores específicos da instituição.

Há, ainda, uma questão importante a se observar: 30,7% dos indivíduos relatam que nem sempre recebem um bom atendimento no contato através das ferramentas de comunicação instantânea. Tal fato revela uma certa ineficiência no atendimento, a qual não pode ser generalizada, mas, também, não pode ser ignorada, sendo importante, dessa maneira, serem pensadas estratégias para suprir esta necessidade, uma vez que a comunicação interna adequada de uma organização reflete em diversos benefícios, promovendo meios de compartilhamento de informações entre seus integrantes e também aflora alguns sentimentos como: motivação, confiança engajamento e credibilidade (LEMOS E BARBOSA, 2021).

**Gráfico 3 - Divulgação e qualidade de atendimento**

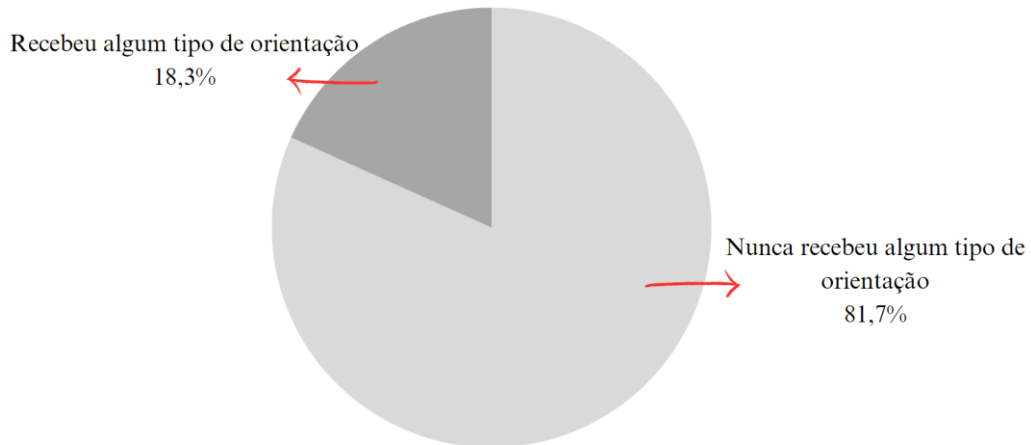


Fonte: autoria própria, baseado em dados da pesquisa, 2023.

Por fim, ao serem questionados se já receberam algum tipo de orientação a respeito do uso das ferramentas de comunicação voltados para fins laborais, como, por exemplo, sobre o compartilhamento de documentos, arquivamento de conversas e outros aspectos, 81,7% dos indivíduos afirmaram não ter recebido alguma orientação. Este resultado assemelha-se ao

encontrado por Abdalla (2021), em um estudo a respeito da utilização do *WhatsApp* pela Unidade de Marketing e Comunicação do Sebrae – MA, em que a maioria dos indivíduos afirmaram não haver e não possuir conhecimento a respeito da existência de um protocolo de uso da ferramenta na instituição.

Gráfico 4 - Orientações a respeito do uso das ferramentas de comunicação instantânea  
**Orientação a respeito do uso das ferramentas**



Fonte: autoria própria, baseado em dados da pesquisa, 2023.

Tal fator deve ser motivo de análise, uma vez que, como mostrado pela pesquisa, existe um elevado uso diário dessas ferramentas para diversas atividades laborais, incluindo-se o compartilhamento de documentos e informações entre dispositivos institucionais e pessoais dos indivíduos. Dessa maneira, portanto, não existindo um padrão da utilização das ferramentas, a possibilidade de haver alguma consequência em decorrência de mal uso das mesmas é considerável.

Com a realização da análise a respeito da caracterização dos participantes da pesquisa e do uso das ferramentas de comunicação instantânea para fins laborais, o próximo tópico irá tratar da aceitação dessas ferramentas pelos indivíduos, baseando-se no Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3).

#### 4.3 AVALIAÇÃO DA ACEITAÇÃO E USO DAS FERRAMENTAS BASEADO NO MODELO TAM 3

A partir desse momento, serão expostas as análises dos constructos do modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM 3), os quais foram originados a partir do questionário aplicado com a amostra selecionada (Assistentes em Administração da UFRN).

Ressalta-se que o Modelo foi aplicado com a ferramenta de comunicação instantânea mais utilizada pelos Assistentes em Administração em suas atividades laborais, que, de acordo com a pesquisa, foi o *WhatsApp*. A pesquisa apontou que 96,7% dos usuários que utilizam algum tipo dessas ferramentas no cotidiano laboral, fazem o uso do *WhatsApp* como ferramenta principal para este fim. Este resultado corrobora com o estudo de Ali *et al.* (2018), o qual mostra que em uma universidade pública no Quênia, a maioria de seus funcionários também preferem esta ferramenta para realizar a comunicação interna entre eles.

Como já mencionado na metodologia, o questionário aplicado nesse bloco da pesquisa foi de acordo com a escala Likert de 7 pontos. Dessa maneira, as opções de respostas representadas por 1, 2 ou 3, significavam uma discordância em grau decrescente; por 5, 6, ou 7, uma concordância de forma crescente; e pelo 4, significava uma postura neutra, ou seja, nem discordando ou concordando com o que havia sido proposto. Por fim, para o estabelecimento dos resultados, foi utilizada a média para representar as opiniões dos indivíduos estudados.

Em relação às variáveis abordadas no questionário e que sistematizam a teoria, o TAM tem-se que são: Utilidade percebida, Facilidade de uso percebida, Autoeficácia do computador, Percepções de Controle Externo (PEC), Ludicidade, Ansiedade com a ferramenta, Prazer percebido, Norma subjetiva, Voluntariedade, Imagem, Relevância profissional, Qualidade dos resultados, Demonstração do resultado e a Intenção comportamental de uso.

#### 4.3.1 Análise geral dos constructos TAM

Neste primeiro momento da análise, os constructos que formam o modelo TAM 3 são apresentados de forma global, indicando as médias e medianas gerais obtidas a respeito de cada um deles, como mostrado na tabela 3.

**Tabela 3 - Análise Geral do TAM**

CONSTRUCTO	MÉDIA	MEDIANA
Utilidade Percebida	6,19	7
Facilidade de Uso Percebida	6,37	7
Autoeficácia do Computador	5,17	6
Percepção de Controle Externo	6,02	7
Ludicidade	5,01	5
Ansiedade em Utilizar a Ferramenta	1,79*	2
Prazer Percebido	4,83	5
Norma Subjetiva	5,09	5,5
Voluntariedade	4,66	5
Imagem	3,07	4
Relevância para o Trabalho	6,13	7
Qualidade dos Resultados	5,76	6
Demonstrabilidade dos Resultados	5,37	6

Intenção Comportamental	6,21	7
<b>Média Geral</b>	<b>5,36*</b>	<b>5,89</b>

\*Para o cálculo da média total, foram utilizados os valores inversos ao constructo “ansiedade”

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Em uma análise geral, o grau de aceitação e uso da ferramenta de comunicação instantânea *WhatsApp* resultou em uma concordância moderada, uma vez que a média total dos constructos foi de 5,36 e mediana foi 5,89. Sendo assim, entende-se que, para os Assistentes em Administração da UFRN, o *WhatsApp* é bem aceito e seu uso é relevante para as atividades laborais de seus usuários. Tal fato demonstra que uma institucionalização desta ferramenta refletiria em uma boa aceitação dela como forma de contribuir na melhora dos trabalhos dos servidores, assessorando a comunicação e gestão da informação e do conhecimento entre os setores da Universidade.

Ao serem analisados os constructos, nota-se que a maior média atingida foi a da Facilidade de Uso Percebida, refletindo que os servidores não encontram dificuldade em utilizar o *WhatsApp*, sendo acessível para grande parte deles. Em segundo lugar, tem-se a “Intenção Comportamental”, demonstrando um interesse na continuidade do seu uso.

Observa-se que, além desses constructos, a Utilidade Percebida, Percepção do Controle Externo, Relevância do Trabalho e Qualidade dos Resultados também obtiveram altas médias. Esses resultados indicam que a amostra acredita na utilidade da ferramenta para suas atividades laborais e possui o suporte necessário e capacidade para manuseá-la, além de também acreditar que os resultados das suas atividades realizadas através dela são satisfatórios.

A respeito da “Autoeficácia do Computador”, “Ludicidade”, “Norma Subjetiva” e “Demonstrabilidade dos Resultados”, também houve uma concordância desses constructos, porém em grau mais leve. Isso quer dizer que a amostra, de certa maneira, considera ter capacidade para realizar tarefas utilizando a ferramenta, se sentem confortável em utilizá-la e acredita que as pessoas próximas e a organização possam, de alguma maneira, influenciar o uso da ferramenta. Além disso, também demonstram acreditar que os resultados de seu uso são reais.

O “Prazer Percebido” e a “Voluntariedade”, obtiveram um resultado neutro, demonstrando que o ter uma experiência agradável ou prazerosa ao utilizar a ferramenta para fins laborais não apresenta tanto importância. O mesmo acontece ao se pensar na questão da voluntariedade ao uso da ferramenta.

Em relação a menor média, obteve-se os menores números para a “Ansiedade em utilizar a Ferramenta”, sendo, nesse caso, um ponto positivo, uma vez que reflete que o

desconforto ao utilizá-la praticamente não existe. Em seguida, houve também um grau de discordância em relação à “Imagem”, demonstrando que o uso da ferramenta, dentro de um contexto laboral, não representa nenhum tipo de status social para a amostra.

#### 4.3.2 Análise detalhada dos constructos TAM

Neste segundo momento, os constructos são apresentados de forma mais detalhado, destrinchando-se cada assertiva utilizada para se obter a média geral de um constructo. Aqui, é possível obter uma visão mais aprofundada a respeito da opinião sobre o uso do WhatsApp.

##### a) Utilidade Percebida

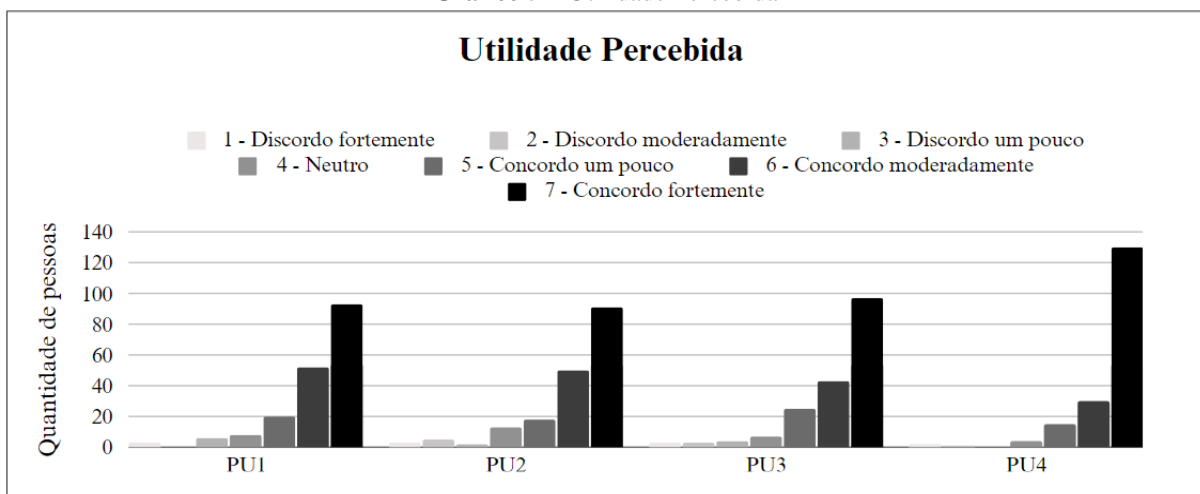
Esta variável está relacionada a percepção do indivíduo de como a tecnologia em questão, neste caso o *WhatsApp*, pode melhorar a sua performance nas atividades laborais desempenhadas por ele. Dessa maneira, os resultados a respeito desse ponto estão descritos na Tabela 4 e Gráfico 5.

**Tabela 4 - Análise da Utilidade Percebida**

Utilidade Percebida	Média	DP
(PU1) O uso da ferramenta melhora meu desempenho no trabalho	6,13	1,22
(PU2) Usar a ferramenta em meu trabalho aumenta minha produtividade	6,03	1,35
(PU3) Usar a ferramenta aumenta minha eficácia em meu trabalho	6,10	1,30
(PU4) Eu acho a ferramenta útil no meu trabalho	6,51	0,99
<b>Média Geral</b>	<b>6,19</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

**Gráfico 5 – Utilidade Percebida**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

De acordo com a pesquisa, pode-se observar que grande parte dos indivíduos assinalaram 5, 6 e 7 na escala Likert, refletindo que eles acreditam que a ferramenta de comunicação instantânea aumenta seu desempenho (90,7%), produtividade (87,4%) e eficácia (90,6%) em seus cotidianos laborais. Além disso, 96,1% concordam que a ferramenta tem utilidade em seu trabalho.

Observa-se, ainda, que pouquíssimos indivíduos não acreditam que a ferramenta tenha uma utilidade ou melhora suas performances no quesito laboral. Tal fato reflete que a ferramenta de comunicação instantânea é útil para as atividades dos Assistentes em Administração.

Essa forte utilidade percebida pode ser relacionada com a principal funcionalidade do *WhatsApp*, que é a comunicação, e as principais atividades desempenhadas pelos Assistentes em Administração com essas ferramentas, que é comunicação entre os indivíduos dos seus setores e/ou de outros setores dentro ou fora da Universidade.

Esse resultado assemelha-se ao encontrado por Ramly (2022), o qual indica que o uso do *WhatsApp* pelos funcionários de uma organização os ajuda a melhorar seus desempenhos e, por consequência, motiva-os a usarem mais ainda a ferramenta em suas rotinas laborais.

#### b) Facilidade de Uso Percebida

A Facilidade de Uso Percebida diz respeito à percepção dos indivíduos em relação ao grau de esforço necessário para utilizar a tecnologia. Dessa maneira, a pesquisa obteve os resultados descritos na Tabela 5 e Gráfico 6.

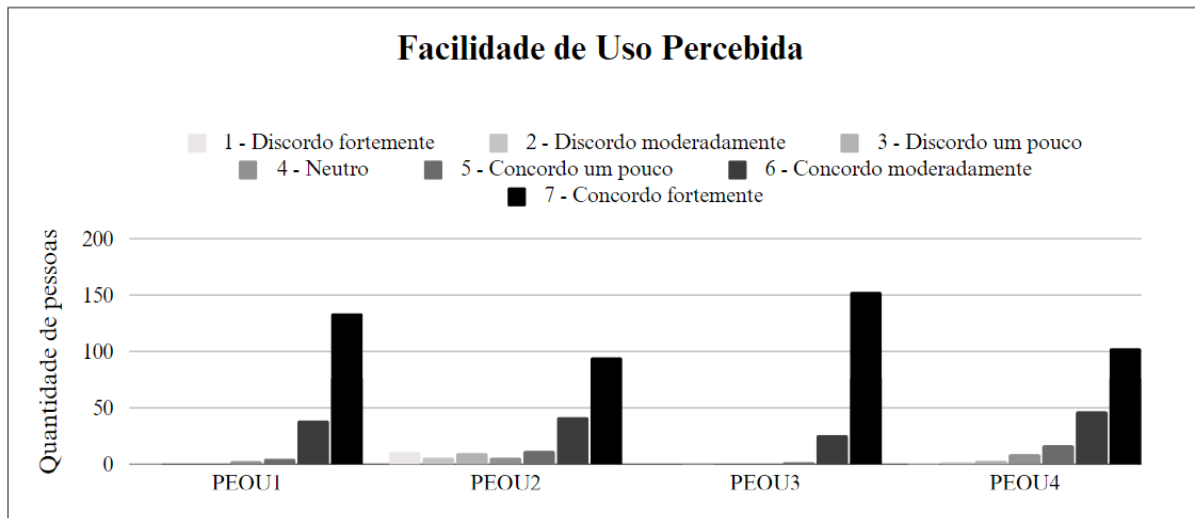
**Tabela 5** - Análise da Facilidade de Uso da Ferramenta

<b>Facilidade de Uso Percebida</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(PEOU1) Minha interação com a ferramenta é clara e compreensível	6,64	0,74
(PEOU2) Interagir com a ferramenta não exige muito do meu esforço mental	5,79	1,79
(PEOU3) Acho a ferramenta fácil de usar	6,80	0,53
(PEOU4) Acho fácil fazer a ferramenta fazer o que eu quero	6,25	1,12
<b>Média Geral</b>	<b>6,37</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Para obter o resultado necessário, questionou-se a respeito da interação com a ferramenta, o esforço para utilizá-la, a facilidade de seu uso e a facilidade em demandar as tarefas para a ferramenta. Com isso, a partir dos gráficos, observa-se que grande parte dos indivíduos assinalaram 5, 6 e 7, expressando uma concordância.

Gráfico 6 – Facilidade de Uso Percebida



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A pesquisa revelou que 97,7% das pessoas concordam que possuem uma interação clara e compreensível com a ferramenta; 81,9% concordam que a utilização da ferramenta não exige muito esforço mental; 99,5% afirmam que é fácil de usar a ferramenta; e 91,7% concordam que tem facilidade em fazer com que a ferramenta realize o que desejam.

Com isso, têm-se que há uma grande aceitabilidade desse constructo, pelos Assistentes em Administração da UFRN, revelando que a facilidade de uso é um ponto forte da ferramenta mais utilizada, que é o *WhatsApp*. Tal fato pode ter influência, também, na utilização prolongada da ferramenta, uma vez que, como já mencionado anteriormente, uma grande parte dos indivíduos faz o uso da ferramenta há, pelo menos, três anos.

Essa facilidade de uso da ferramenta é citada como uma vantagem em diversos outros estudos a respeito do *WhatsApp*, incluindo outras áreas de atuação como, por exemplo, mostrado por Albuquerque e Couto (2018), o auxílio na educação à distância.

Além disso, de acordo com Dos Santos *et al.* a facilidade de uso percebida da ferramenta pode ser um fato que influencia positivamente a percepção que se tem a respeito da sua utilidade, dessa forma, este estudo consegue se equiparar ao estudo do autor citado.

### c) Autoeficácia do Computador

A Autoeficácia do Computador é uma variável que está dentro do constructo “Controle” do TAM. Ela busca compreender o grau em que um indivíduo acredita ter a capacidade de realizar uma tarefa ou trabalho específico usando a ferramenta. Para isso, foi questionado a respeito da necessidade de ajuda de outras pessoas ou de instruções para a realização de tarefas

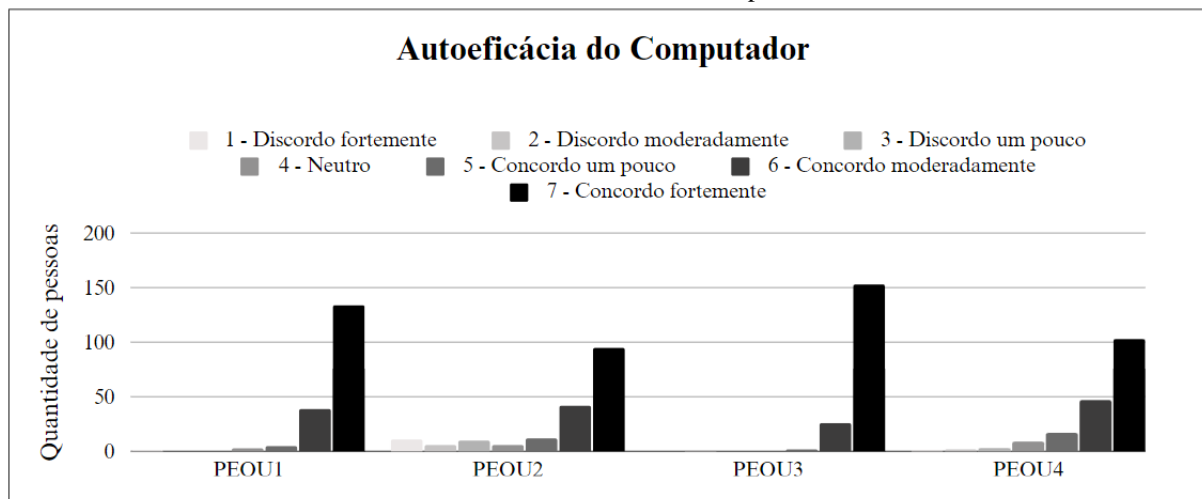
através da ferramenta. Os resultados desta parte da pesquisa estão detalhados na Tabela 6 e Gráfico 7.

**Tabela 6 - Análise da Auto eficácia do Computador**

<b>Auto eficácia da Ferramenta</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(CSE1) Eu seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta mesmo se não houvesse ninguém por perto para me dizer o que fazer	6,31	1,24
(CSE2) Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta somente com o recurso de ajuda integrado no próprio software	4,53	2,24
(CSE3) Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta caso alguém me dissesse e/ou mostrasse como fazer primeiro	4,65	2,38
(CSE4) Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta se já tivesse utilizado algo semelhante	5,20	2,10
<b>Média Geral</b>	<b>5,17</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023,

**Gráfico 7 – Auto eficácia do computador**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

De acordo com a pesquisa, ao serem questionados se seriam capazes de concluir as tarefas mesmo sem ninguém para orientar (CSE1), foi observado que 90% dos indivíduos não necessitam receber alguma orientação. Tal fato ratifica o resultado da Facilidade de Uso Percebida, demonstrando que a ferramenta é de fácil utilização e, como mencionado no item “b”, esta é uma das vantagens da ferramenta, abrangendo, inclusive, aquelas pessoas que possuem dificuldades com o uso de tecnologias.

Em relação às proposições CSE2 e CSE3, as quais são a respeito sobre a necessidade de ter uma ajuda do próprio software ou de alguém para orientar o manuseamento da ferramenta, respectivamente, observa-se que houve uma posição, em média, neutra. Isso significa que os indivíduos não concordam e nem discordam a respeito dessa necessidade.

No entanto, a proposição CSE4 (Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta se já tivesse utilizado algo semelhante) demonstra que 67% dos indivíduos acreditam que a experiência com ferramentas semelhantes facilita a utilização do *WhatsApp*.

#### d) Percepção de Controle Externo

A Percepção de Controle é a outra variável que compõe o constructo “Controle” do Modelo TAM. Ela aborda o grau em que um indivíduo acredita existir disponibilidade de recursos organizacionais e estrutura de suporte para apoiar o uso do sistema. Os resultados da pesquisa sobre esta variável estão representados na Tabela 7 e Gráfico 8. Ressalta-se que a média da PEC4 foi calculada ao inverso para obter o mesmo sentido das outras assertivas.

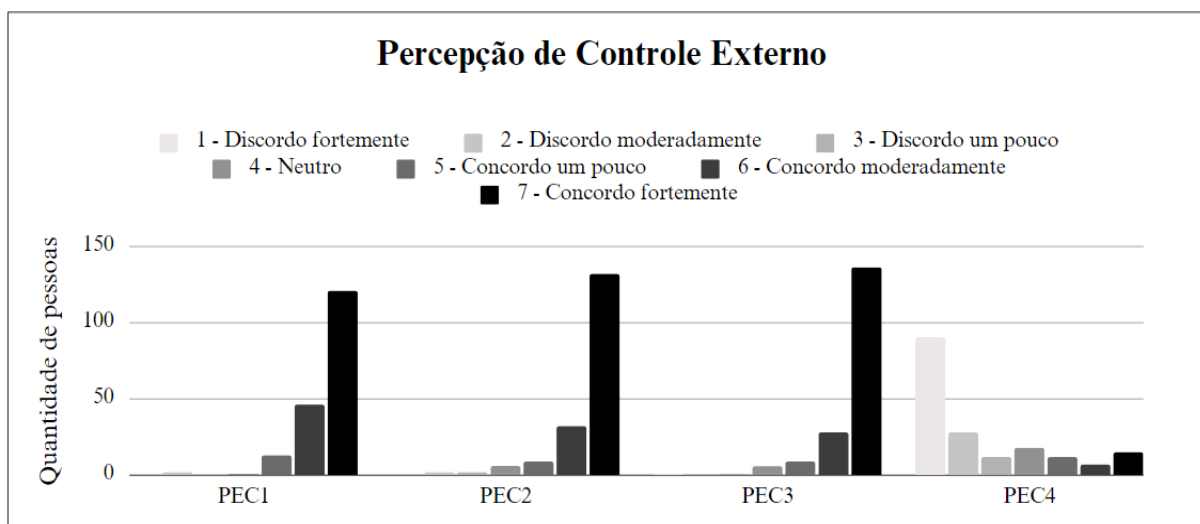
**Tabela 7 - Análise da Percepção de Controle Externo**

Percepção de Controle Externo	Média	DP
(PEC1) Tenho controle sobre o uso da ferramenta	6,53	0,80
(PEC2) Tenho os recursos necessários para usar a ferramenta	6,52	0,95
(PEC3) Dados os recursos, oportunidades e conhecimento necessários, seria fácil para mim usar a ferramenta	6,56	0,94
(PEC4) A ferramenta não é compatível com outros sistemas que eu uso	4,47*	1,99
<b>Média Geral</b>	<b>6,02</b>	

\* média calculada ao inverso

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

**Gráfico 8 – Percepção de Controle Externo**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A partir dos resultados, observa-se que essa variável obteve uma das maiores médias da pesquisa, sendo um dos pontos fortes do uso do *WhatsApp*.

De acordo com a pesquisa, 98,3% afirmam ter controle a respeito do uso da ferramenta (PEC1); 94,5% consideram que possuem recursos necessários para a utilização da ferramenta (PEC2). Com isso, pode-se inferir que a UFRN se preocupa em oferecer aos seus servidores a infraestrutura necessária para a utilização de ferramentas que ofereçam suporte às atividades laborais dos seus servidores; 95% afirmam que é fácil usar a ferramenta ao ter recursos oportunos e conhecimentos necessários (PEC3).

Em relação à PEC4, tem-se que a proposição representa uma negativa a respeito da compatibilidade do *WhatsApp* com outros sistemas utilizados pelos indivíduos. Para isso, a pesquisa demonstrou que 71,5% deles discordam com a proposição, significando que essa boa parte dos indivíduos acredita que a ferramenta tem compatibilidade com outros sistemas.

Para Venkatesh e Bala (2008), a percepção de controle externo é uma determinante que tem grande influência na facilidade de uso percebida. Dessa maneira, os autores inferem que o apoio organizacional reflete uma influência positiva nessa percepção de controle externo, mas, apesar dessa determinante ter obtido uma média satisfatória, grande parte dos servidores relataram não ter recebido alguma orientação a respeito do uso das ferramentas de comunicação para a realização de suas atividades laborais. Esse fator é um ponto a ser discutido no desenvolvimento Institucional da Universidade, uma vez que as ferramentas de comunicação instantânea demonstraram ser uma importante aliada nas atividades diárias dos seus servidores.

#### e) Ludicidade

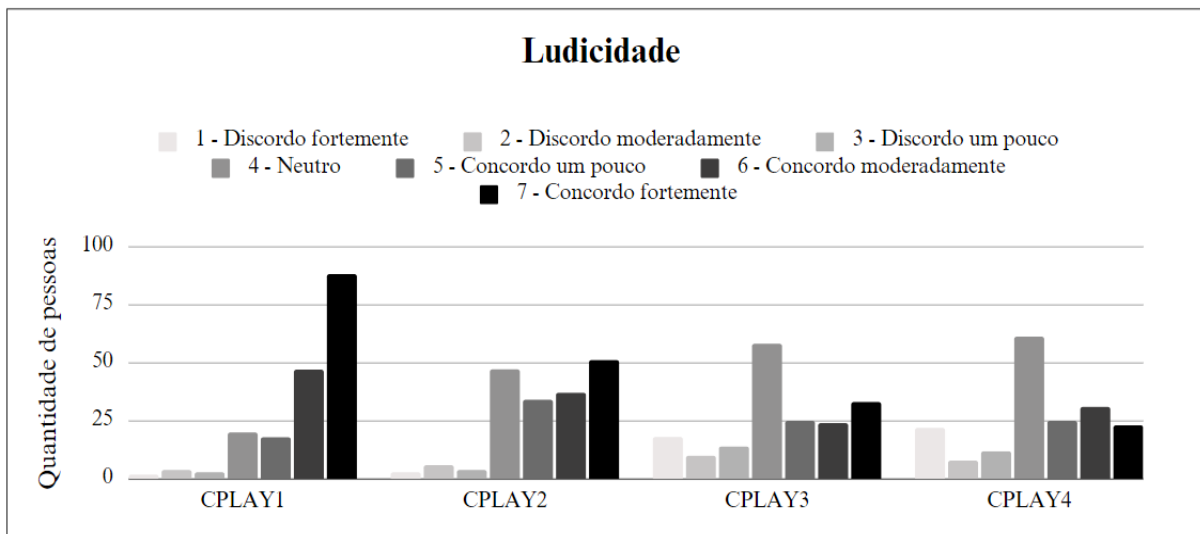
De acordo com Venkatesh e Bala (2008) a Ludicidade representa o nível em que a atividade de usar um sistema específico pode ser percebida como agradável por si só, além de quaisquer consequências de desempenho resultantes do uso do sistema. Ou seja, essa variável diz respeito ao sentimento em utilizar a ferramenta. A Tabela 8 e o Gráfico 9 demonstram o resultado da pesquisa em relação a ela.

**Tabela 8 - Análise da Ludicidade**

<b>Ludicidade</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(CPLAY1) Me acho espontâneo ao usar a ferramenta	5,97	1,34
(CPLAY2) Me acho criativo ao usar a ferramenta	5,29	1,46
(CPLAY3) Me acho divertido ao usar a ferramenta	4,46	1,81
(CPLAY4) Me acho trivial ao usar a ferramenta	4,34	1,78
<b>Média Geral</b>	<b>5,01</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Gráfico 9 - Ludicidade



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

De acordo com a pesquisa, obteve-se que 84,1% dos servidores dizem que se sentem espontâneos ao utilizar a ferramenta (CPLAY1). Além disso, essa competência alcançou uma média de 5,97, demonstrando uma concordância moderada. Tal fato representa um bom resultado, demonstrando que eles utilizam as ferramentas sem grandes problemas e o uso flui intuitivamente.

Em relação à competência pertinente ao CPLAY2, houve uma concordância em um grau menor, demonstrando que os indivíduos acreditam que se acham levemente criativos ao utilizar a ferramenta. Tal fato pode ser decorrente de que a ferramenta, utilizada para fins laborais, não permita ou necessite de formas de utilização que estimulem tal sentimento.

Já em relação às competências abordadas nos questionamentos CPLAY3 e CPLAY4, obtiveram médias 4,46 e 4,34, respectivamente. Tais médias representam que houve uma neutralidade a respeito das competências que avaliavam o grau que os indivíduos se julgavam divertidos ou triviais ou utilizar as ferramentas. Novamente, essa neutralidade pode estar associada à questão de que foi analisada apenas a finalidade laboral do uso da ferramenta.

Uma das questões que influenciam nessa percepção de agradabilidade é o tipo de interface apresentado pelo sistema. Nesse ponto, as interfaces amigáveis, como a apresentada pelo *WhatsApp*, propiciam maiores chances de o usuário permanecer utilizando o sistema por um tempo mais prolongado. De acordo com Dias (2007), esse tipo de interface se caracteriza pela facilidade do seu uso, eficiência e agradabilidade pela perspectiva do usuário.

f) Ansiedade em Utilizar o Computador

A Ansiedade em utilizar o computador consiste no grau em que um indivíduo fica apreensivo, ou até mesmo sente medo, quando se depara com a possibilidade de ter que usar o computador ou, nesse caso, a ferramenta. Os resultados da pesquisa estão demonstrados no Gráfico 10 e Tabela 9. Ressalta-se que a média da CANX1 foi calculada ao inverso para obter o mesmo sentido das outras assertivas.

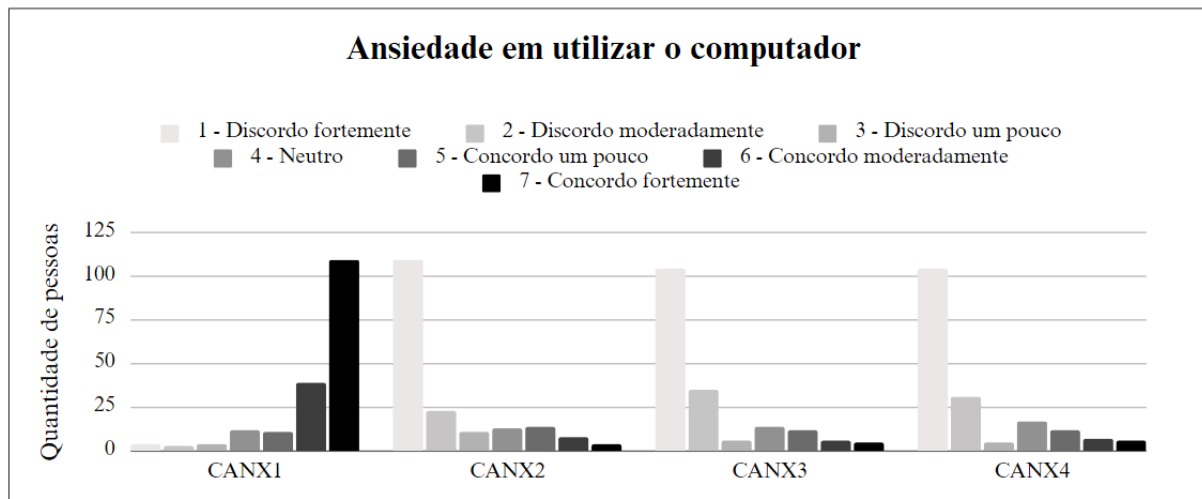
**Tabela 9 – Análise da Ansiedade em utilizar o computador**

<b>Ansiedade em Utilizar o Computador</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(CANX1) Usar a ferramenta não me assusta nem um pouco.	0,84*	1,38
(CANX2) Usar a ferramenta me deixa nervoso(a).	2,12	1,70
(CANX3) Usar a ferramenta me deixa desconfortável.	2,08	1,65
(CANX4) Usar a ferramenta me deixa apreensivo(a).	2,15	1,73
<b>Média Geral</b>	<b>1,79</b>	

\* média calculada ao inverso

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

**Gráfico 10 – Ansiedade em utilizar o computador**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A primeira proposição (CANX1) questiona se os indivíduos se sentem assustados ao utilizar a ferramenta e, de acordo com a pesquisa, 87,3% deles afirmam que não possuem esse sentimento diante da necessidade de utilização.

A proposições seguintes, CANX2, CANX3 e CANX4, obtiveram médias 2,12, 2,08 e 2,15, respectivamente, indicando que os indivíduos discordam que a ferramenta os deixa com sentimentos de nervosismo, desconforto e apreensão.

Inferese, portanto, que esse é mais um dos pontos fortes da ferramenta *WhatsApp*, uma vez que os indivíduos a utilizam sem ter algum desconforto em relação à ferramenta.

Tais resultados fazem inferência à teoria de Venkatesh (2000), a qual mostrava que à medida em que o indivíduo ganhava mais experiência com o sistema, menos ansiedade em usar o sistema ele demonstrava. Isso assemelha-se à esta pesquisa, uma vez que a maioria dos indivíduos possuem um tempo de uso da ferramenta de, no mínimo, três anos.

#### g) Prazer Percebido

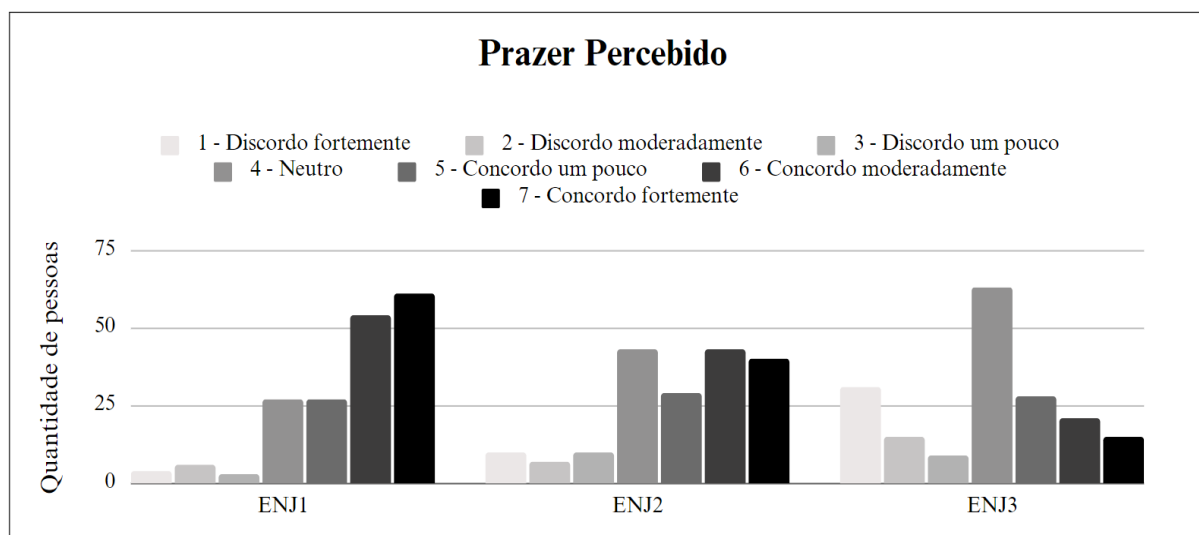
O Prazer Percebido está relacionado ao grau em que o indivíduo percebe que a atividade de usar o sistema por si só é agradável, independentemente dos resultados que ele proporciona. Os resultados dessa variável estão demonstrados no Gráfico 11 e Tabela 10.

**Tabela 10 - Análise do Prazer Percebido**

Prazer Percebido	Média	DP
(ENJ1) Acho que usar a ferramenta é agradável	5,59	1,46
(ENJ2) O processo atual de uso da ferramenta é prazeroso	4,99	1,67
(ENJ3) Eu me divirto usando a ferramenta	3,90	1,81
<b>Média Geral</b>	<b>4,83</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

**Gráfico 11 - Prazer Percebido**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Ao observar o gráfico e a tabela, percebe-se que as duas primeiras proposições, ENJ1 e ENJ2, e suas médias não possuem uma divergência muito grande, diferente do que acontece ao gráfico 3, em que existe uma considerável quantidade de respostas Neutro (4).

A primeira proposição (ENJ1), “Acho que usar a ferramenta é agradável”, obteve uma média 5,59, demonstrando uma leve concordância. De acordo com a pesquisa, 78% dos indivíduos concordam, em algum nível, com a assertiva.

A proposição ENJ2, a qual refere-se ao prazer em utilizar a ferramenta, obteve uma média um pouco menor, demonstrando, também, uma leve concordância. Nesse ponto, a pesquisa retratou que 61,5% dos indivíduos concordam, em algum nível com a proposição. No entanto, é cabível ressaltar o considerável número de indivíduos (23,6%) que se posicionaram de forma neutra.

A última assertiva, ENJ3, que avaliava o grau em que os indivíduos se divertem ao utilizar a ferramenta obteve uma média 3,90, demonstrando uma certa discordância. Nessa proposição, foi expressivo o número de servidores que se posicionaram de forma neutra, alcançando uma porcentagem de 34,6%, sendo o seu posicionamento mais alto. Apenas 35,1% dos indivíduos afirmam, em algum nível, se divertir utilizando a ferramenta enquanto 30,1% deles discordam, em algum nível, desse sentimento.

Vale ressaltar que a pesquisa foi voltada para o uso laboral da ferramenta, sem contar outras situações de seus usos. Tal fato, tem poder de influenciar o resultado desta variável, uma vez que a análise está sendo realizada apenas para utilizações profissionais da ferramenta.

#### h) Norma Subjetiva

A Norma Subjetiva diz respeito ao grau em que um indivíduo acredita que a maioria das pessoas importantes para ele acham que ele deveria usar ou não o sistema. Ela faz parte da categoria de influência social. Os resultados obtidos dessa variável estão representados na Tabela 11 e Gráfico 12.

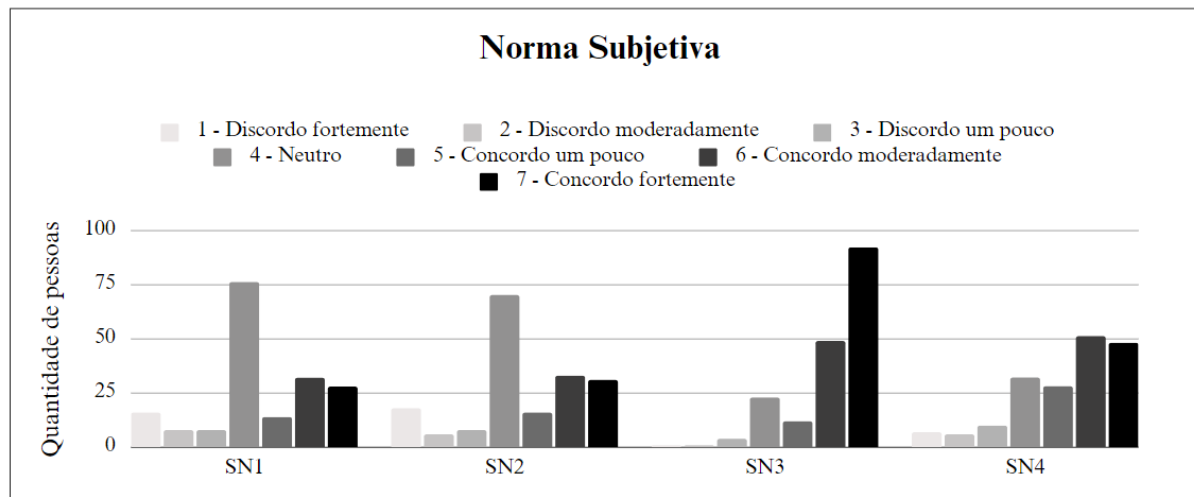
**Tabela 11 - Análise da Norma Subjetiva**

<b>Norma Subjetiva</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(SN1) Pessoas que influenciam meu comportamento acham que devo usar a ferramenta	4,49	1,71
(SN2) As pessoas que são importantes para mim acham que devo usar a ferramenta	4,55	1,76
(SN3) A minha chefia tem cooperado com o uso da ferramenta	6,07	1,22
(SN4) Em geral, a Universidade tem apoiado o uso da ferramenta	5,26	1,60
<b>Média Geral</b>	<b>5,09</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa. 2023.

Observando-se os gráficos resultantes da pesquisa, é possível perceber a semelhança entre os dois primeiros e as diferenças em relação aos dois últimos, refletindo em algumas diferenças nas médias das assertivas.

**Gráfico 12 – Norma Subjetiva**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa. 2023.

As duas primeiras proposições dizem respeito à influência das pessoas que são importantes para os servidores e também aquelas pessoas que influenciam seus comportamentos. Nessa ótica, obteve-se médias parecidas para as assertivas SN1 e SN2, 4,49 e 4,55 respectivamente, demonstrando uma neutralidade nesses quesitos. Tal fato reflete que, para uso profissional, a influência desses grupos de pessoas se torna relevante na decisão de uso das ferramentas.

Essas duas assertivas obtiveram altas porcentagens de afirmações neutras, 41,8% e 38,5%, respectivamente. Em relação à proposição SN1, 40,7% concordam em algum nível e, 17,6% discordam em algum nível. Já sobre a proposição SN2, obteve-se que 43,9% concordam em algum nível, enquanto 17,6% afirmam discordar em algum nível.

Já as assertivas SN3 e SN4 são referentes às influências da Instituição. Nesse sentido, a proposição SN3, a qual é a respeito da cooperação da chefia com o uso da ferramenta, grande parte dos servidores, 84%, concordam, em certo nível, que existe a cooperação com o uso por parte da chefia. Já em relação ao apoio vindo da Universidade, em geral, obteve-se que 69,8% dos servidores concordam, em algum nível, que existe um apoio; um número que também pode ser considerado expressivo foram os 17,6% do posicionamento neutro obtido. Em geral, a assertiva SN4 obteve uma média 5,26, representando uma leve concordância desse apoio.

Os resultados da assertiva SN4 podem estar relacionados a um dos resultados do item 4.2, no qual foi revelado que mais de 80% dos servidores da UFRN nunca receberam alguma orientação a respeito do uso das ferramentas de comunicação instantânea para fins de atividade laboral. Essa atitude revela um enfraquecimento do uso dessas ferramentas, uma vez que, segundo Venkatesh e Bala (2008), o suporte organizacional é fundamental para a implementação de uma tecnologia e adequação de seu uso ao propósito em questão.

#### i) Voluntariedade

A Voluntariedade diz respeito ao grau em que o indivíduo utiliza a ferramenta de forma voluntária ou não. Os resultados dos seus dados estão representados na Tabela 12 e Gráfico 13.

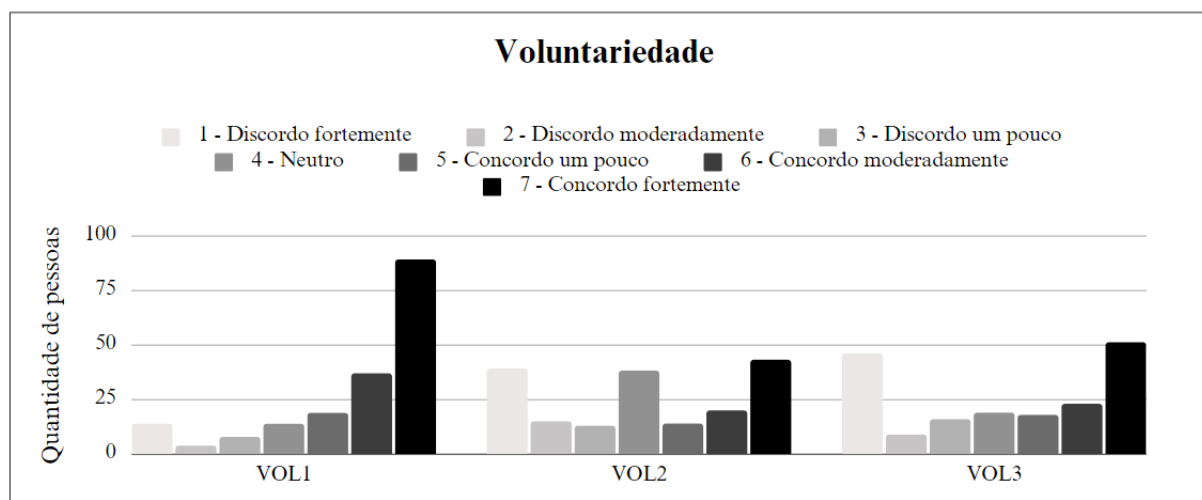
**Tabela 12 - Análise da Voluntariedade**

<b>Voluntariedade</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(VOL1) Eu uso a ferramenta de forma voluntária	5,60	1,84
(VOL2) Minha chefia não exige que eu use a ferramenta	4,12	2,23
(VOL3) Embora seja útil, o uso da ferramenta não é obrigatório em meu trabalho	4,24	2,37
<b>Média Geral</b>	<b>4,66</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa. 2023.

De acordo com a Tabela 12, tem-se que a Voluntariedade obteve uma média total de 4,66, representando um posicionamento mais voltado para a neutralidade pelos servidores da UFRN.

**Gráfico 13 - Voluntariedade**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

No entanto, ao se observar o Gráfico da primeira assertiva (VOL1), percebe-se que uma boa parte dos indivíduos (78%, de acordo com a pesquisa) afirmam, em algum grau de concordância, usar a ferramenta de forma voluntária. Essa proposição obteve uma média de 5,60, representando uma leve concordância.

Uma importante questão a se levar em consideração é o fato de que a ferramenta de comunicação instantânea é extremamente utilizada na vida pessoal dos indivíduos em geral. Dessa maneira, o transporte do seu uso pessoal para as atividades profissionais se configura mais facilmente, impactando positivamente na voluntariedade do seu uso.

A segunda assertiva, VOL2, obteve uma média 4,12, o que representa uma posição neutra a respeito da exigência da chefia ao uso da ferramenta. Curiosamente, o gráfico dessa proposição tomou uma forma quase espelhada, em que 42,3% dos servidores concordam, em algum grau, que a chefia não exige esse uso, enquanto 36,7% acreditam, em algum grau, que a chefia exige esse uso.

Já em relação à terceira assertiva, VOL3, obteve-se para ela uma média 4,24, demonstrando também uma neutralidade em relação à obrigatoriedade do uso da ferramenta no trabalho dos indivíduos. Diante do gráfico, nota-se que aconteceu um fenômeno parecido com o gráfico da assertiva anterior. Nesse caso, as opiniões extremas (discordo fortemente e concordo fortemente) obtiveram porcentagem parecidas, sendo 25,3% e 28%, respectivamente.

Como mostrado nos gráficos, principalmente das assertivas VOL2 e VOL3, existe uma divergência entre as opiniões acerca da voluntariedade do uso da ferramenta de comunicação. Tal fato pode ser analisado sob a ótica da cultura organizacional, visto que 98,4% dos servidores utilizam alguma ferramenta de comunicação instantânea para a realização de suas atividades. A partir disso, entende-se que, mesmo não havendo uma institucionalização de alguma ferramenta, o uso delas já está enraizado dentro da cultura organizacional da instituição. Dessa maneira, o conceito de voluntariedade pode gerar uma confusão de interpretação, visto que muitos indivíduos, mesmo não sendo obrigados a usarem a ferramenta, necessitam utilizá-las para acompanhar a cultura que foi estabelecida desse uso.

#### i) Imagem

No modelo TAM, a Imagem está relacionada ao grau em que um indivíduo percebe que o uso de algum tipo de inovação irá aumentar o seu prestígio dentro de um contexto social. Assim como a Norma Subjetiva, ela é um determinante da Utilidade Percebida e também se

enquadra na categoria de influência social. Os resultados dessa variável estão discriminados na Tabela 13 e Gráfico 14.

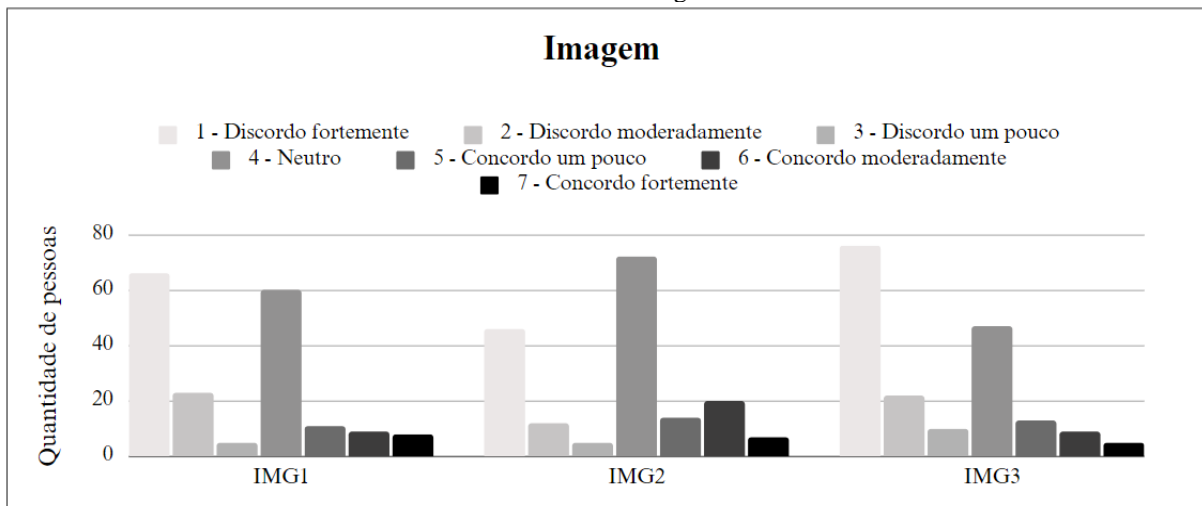
**Tabela 13 - Análise da Imagem**

Imagem	Média	DP
(IMG1) As pessoas da minha organização que usam a ferramenta têm mais prestígio do que as que não usam	2,92	1,81
(IMG2) As pessoas da minha organização que usam a ferramenta são muito conhecidas	3,59	1,89
(IMG3) Dominar a ferramenta é sinal de status na Universidade	2,70	1,77
<b>Média Geral</b>	<b>3,07</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

De acordo com a Tabela 13, é possível observar que esta variável apresentou uma média 3,07, refletindo uma leve discordância por parte dos servidores da UFRN.

**Gráfico 14 - Imagem**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A primeira assertiva, IMG1, “As pessoas da minha organização que usam a ferramenta têm mais prestígio do que as que não usam”, obteve um elevado número de forte discordância (36,3%). Ao total, 51,6% dos indivíduos discordam em algum grau da assertiva, além disso, 33% estabeleceram uma posição neutra e, apenas 15,3% concordam, em algum grau, que a utilização da ferramenta representa um prestígio na Universidade.

Em relação à segunda proposição, IMG2, observa-se grande expressividade na posição neutra, representando o posicionamento de 39,6% dos indivíduos. Nota-se também, que houve um considerável número de indivíduos que discordaram fortemente, com 25,3% dos

posicionamentos. De forma geral, a discordância, em algum nível, a respeito da popularidade de pessoas que utilizam a ferramenta na organização, totaliza 34,6% e a concordância, em algum grau, a respeito disso, totaliza 25,8%.

A última assertiva, IMG3, a respeito do status dentro da organização daqueles que dominam a ferramenta, também apresentou um alto número de forte discordância, com 41,8% do posicionamento. No geral, essa proposição obteve uma discordância, em algum grau, de 59,4%, enquanto apenas 14,7% concordam, em algum grau, e 25,8% dos indivíduos se mantiveram neutros.

Esses resultados fizeram com que a variável Imagem obtivesse a menor média entre todas as variáveis analisadas. Tal situação pode ser reflexo de que esse tipo de ferramenta já faz parte do cotidiano das pessoas dentro da organização, uma vez que 98,4% dos servidores afirmaram utilizar algum tipo de ferramenta de comunicação instantânea para fins laborais, não representando algum tipo de inovação ou fora do padrão esperado para o contexto.

#### j) Relevância para o Trabalho

A Relevância para o Trabalho indica o grau em que um indivíduo acredita que o sistema é aplicável ao seu trabalho. Os resultados dos dados estão descritos na Tabela 14 e Gráfico 15.

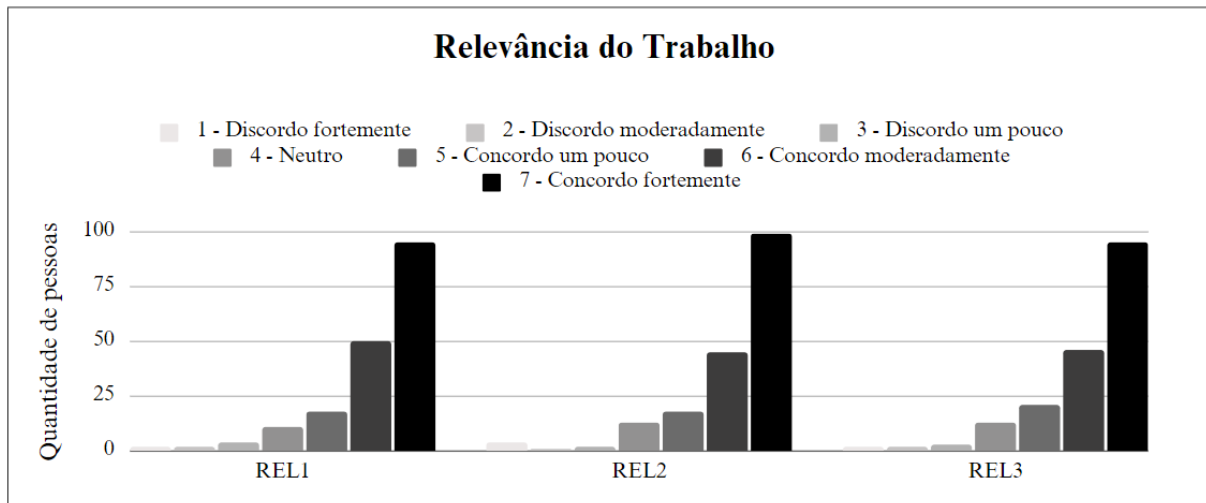
**Tabela 14 - Análise da Relevância do Trabalho**

<b>Relevância para o trabalho</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(REL1) Em meu trabalho, o uso da ferramenta é importante	6,13	1,22
(REL2) Em meu trabalho, o uso da ferramenta é relevante	6,13	1,28
(REL3) O uso da ferramenta é pertinente às várias tarefas relacionadas ao trabalho	6,11	1,23
<b>Média Geral</b>	<b>6,13</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Os dados revelados pela pesquisa apontaram que esta variável obteve uma média de 6,13, demonstrando uma boa concordância dos Assistentes em Administração da Universidade. Além disso, ao serem analisados os gráficos das assertivas, nota-se que eles são praticamente iguais, indicando que as tais coincidiram em médias muito semelhantes e com um alto grau da opção 7 (concordo fortemente).

Gráfico 15 – Relevância para o Trabalho



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa. 2023.

A primeira assertiva, REL1, remete à importância da ferramenta ao trabalho dos indivíduos. Ela obteve uma média 6,13, indicando determinada concordância e expressiva com a assertiva. De acordo com a pesquisa, 52,2% assinalaram a opção 7 (concordo fortemente), e a concordância geral resultou em 89,6%.

A assertiva REL2, a qual diz “em meu trabalho, o uso da ferramenta é relevante”, resultou em uma média igual à anterior, 6,13, também indicando uma concordância expressiva a respeito dela. Nesta proposição, 54,4% dos indivíduos concordaram fortemente, e a concordância em todos os níveis ficou em 89%.

A última assertiva, REL3, sobre a pertinência da ferramenta às diversas tarefas dos servidores relacionadas ao trabalho obteve média 6,11, a qual também indica uma concordância expressiva. Nessa proposição, 52,2% dos indivíduos concordaram fortemente, e a concordância geral, em todos os níveis, também foi de 89%.

A Relevância para o Trabalho é uma das variáveis com as maiores médias da pesquisa e, através dos gráficos, é possível observar que existe uma baixíssima quantidade de respostas assinaladas em discordância com as assertivas elencadas. Dessa maneira, conclui-se que a ferramenta *WhatsApp* possui, de alguma maneira, uma importância e aplicabilidade significativa no desenvolvimento das atividades dos servidores da UFRN, sendo este, um dos pontos fortes da ferramenta no TAM.

#### k) Qualidade dos Resultados

Essa variável diz respeito ao grau em que um indivíduo acredita que o sistema possui um bom desempenho ao executar suas tarefas de trabalho. Os resultados obtidos estão discriminados na Tabela 15 e Gráfico 16.

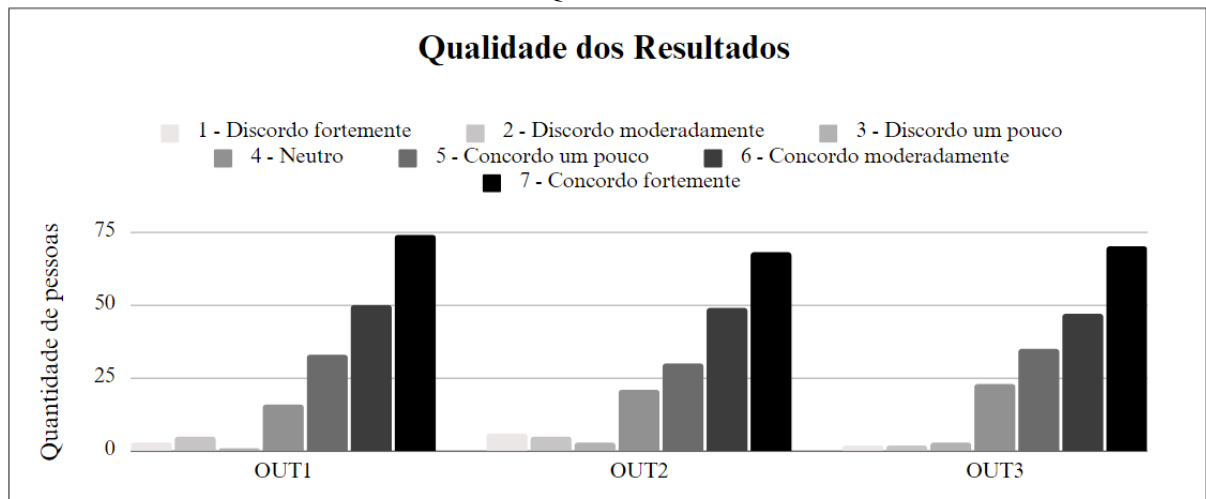
**Tabela 15 - Análise da Qualidade dos Resultados**

Qualidade dos Resultados	Média	DP
OUT1 A qualidade dos resultados que obtenho utilizando a ferramenta é alta	5,84	1,35
OUT2 Não tenho problemas com a qualidade dos resultados gerado pelo uso dos sistemas	5,65	1,51
OUT3 Eu classifico os resultados da ferramenta como excelentes	5,79	1,28
<b>Média Geral</b>	<b>5,76</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa. 2023.

De acordo com os dados da pesquisa, observa-se que esta variável obteve uma média de 5,76, indicando uma concordância moderada pelos servidores da UFRN. Os gráficos das assertivas demonstram que suas médias foram semelhantes e não houve discrepâncias em relação às opiniões das proposições. Além disso, observa-se, também, que o índice de respostas assinaladas, indicando algum nível de discordância, é baixo.

**Gráfico 16 – Qualidade dos Resultados**



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A assertiva OUT1, “a qualidade dos resultados que obtenho utilizando a ferramenta é alta” obteve uma média de 5,84, representando um bom nível de concordância. No geral, a concordância, em algum nível, para essa proposição foi de 86,3%, sendo este um número satisfatório.

Da segunda assertiva, OUT2, a respeito da qualidade dos resultados gerados com o uso da ferramenta, obteve-se que 80,8% dos indivíduos concordam, em algum grau, que não

possuem nenhum tipo de problema com esses resultados gerados. A sua média foi de 5,65, a qual pode ser considerada uma boa concordância.

Os resultados apresentados estão em conformidade com a teoria de Venkatesh e Bala (2008), em que, segundo os autores, a qualidade dos resultados influencia na Relevância para o Trabalho, que, por sua vez, influencia na Utilidade Percebida. De acordo com os resultados apresentados destes constructos, nota-se que todos eles obtiveram altas médias, revelando uma conformidade com a teoria do TAM.

#### m) Demonstrabilidade dos Resultados

A Demonstrabilidade dos Resultados diz respeito ao grau em que um indivíduo acredita que os resultados derivados do uso de um sistema são tangíveis, observáveis e comunicáveis. Os resultados dos dados desta variável estão representados na Tabela 16 e Gráfico 17. Ressalta-se que a média da RES4 foi calculada ao inverso para obter o mesmo sentido das outras assertivas.

**Tabela 16** - Análise da Demonstrabilidade dos Resultados

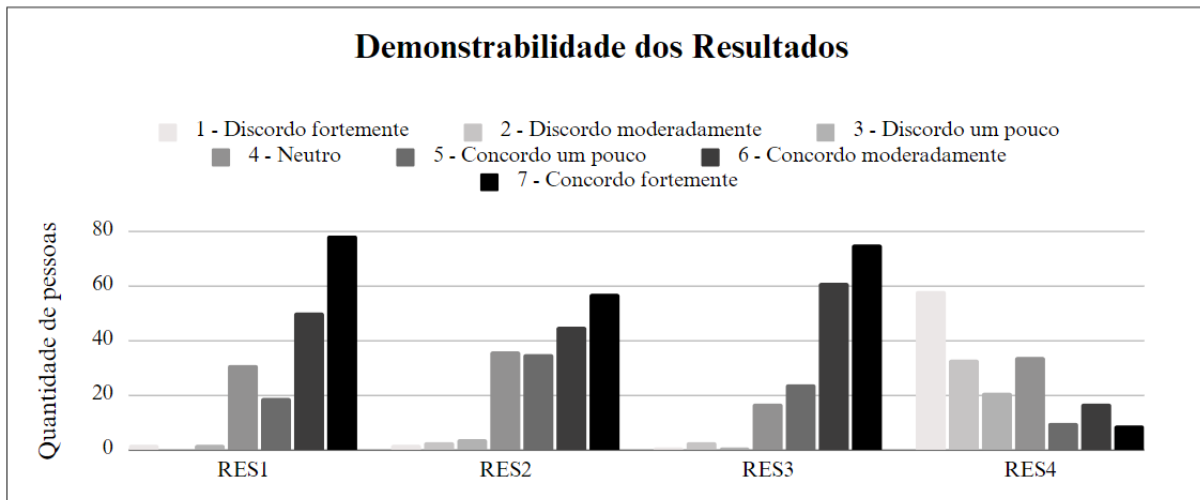
<b>Demonstrabilidade dos Resultados</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
RES1 Não tenho dificuldade em contar aos outros sobre os resultados do uso da ferramenta	5,89	1,25
RES2 Acredito que poderia comunicar a outras pessoas as consequências do uso da ferramenta	5,58	1,35
RES3 Os resultados do uso da ferramenta são evidentes para mim	5,98	1,17
RES4 Eu teria dificuldade em explicar por que usar a ferramenta pode ou não ser benéfico	4,05*	1,87
<b>Média Geral</b>	<b>5,37</b>	

\* média calculada ao inverso

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Os dados da pesquisa demonstram que esta variável obteve uma média geral de 5,37, revelando uma concordância leve por parte dos servidores em questão. Em relação aos gráficos, percebe-se que eles não possuem tanta semelhança, principalmente em relação à assertiva RES4, esta última se dá em virtude de apresentar um sentido contrário em relação às outras assertivas. Os três primeiros gráficos demonstram que houve um baixo assinalamento dos posicionamentos negativos (1, 2 e 3), sendo um ponto positivo na análise.

Gráfico 17 – Demonstrabilidade dos Resultados



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A assertiva número um, RES1, “Não tenho dificuldade em contar aos outros sobre os resultados do uso da ferramenta”, obteve uma média 5,89, sendo esta quase uma concordância moderada. Além disso, a frequência de indivíduos que assinalou algum grau de concordância foi de 80,8%, contra 2,2% que assinalaram algum grau de discordância. No entanto, observa-se, através do gráfico, que houve um considerável número de servidores, 17%, que se posicionaram de forma neutra.

A segunda assertiva é a RES2, a qual faz referência à facilidade em externar as consequências do uso da ferramenta para outras pessoas. Nessa situação, 75,2% dos indivíduos concordaram em algum nível enquanto 4,9% discordaram em algum grau. No entanto, ao observar-se o gráfico da proposição, pode-se considerar um grau elevado à quantidade de pessoas que se mantiveram neutras, totalizando 19,8% delas. Com isso, obteve-se uma média de 5,58 para essa assertiva, indicando uma concordância em grau dele.

A terceira RES3, “Os resultados do uso da ferramenta são evidentes para mim.” obteve a maior média para essa variável, de 5,98, indicando, praticamente, uma concordância em grau moderado. Com isso, a pesquisa revelou que 87,9% concordam em algum nível com a proposição e somente 2,6% discordam em algum grau dela. Daí, percebe-se que houve uma relativa posição de neutralidade, que representou 9,3% das pessoas.

A última proposição, RES4 (Eu teria dificuldade em explicar por que usar a ferramenta pode ou não ser benéfico) resultou em um gráfico diferente dos demais por ter um sentido negativo em relação às outras assertivas. Nesse caso, 61% discordaram, em algum grau, da afirmação, representando algo positivo. No entanto, 18,7% e 19,7% posicionaram-se neutros ou concordaram em algum grau com ela, respectivamente, o que torna isso um ponto negativo.

Esse ponto se torna controverso, uma vez que, na variável “Relevância do Trabalho” e “Qualidade dos Resultados”, obteve-se boas médias, demonstrando que as pessoas acreditam que a ferramenta é relevante e traz resultados positivos ao trabalho, porém, aparentemente, possuem dificuldade em explicar os benefícios atrelados às ferramentas.

Apesar disso, a Demonstrabilidade dos Resultados obteve uma boa média no geral, revelando que, para os Assistentes em Administração da UFRN, os resultados obtidos pelo uso das ferramentas de comunicação instantânea são evidentes e podem ser comunicáveis a outros indivíduos.

#### n) Intenção Comportamental

A Intenção Comportamental está associada ao grau em que um indivíduo pretende dar continuidade ao uso do sistema em um tempo futuro. Os resultados desse constructo estão relatados na Tabela 17 e Gráfico 18.

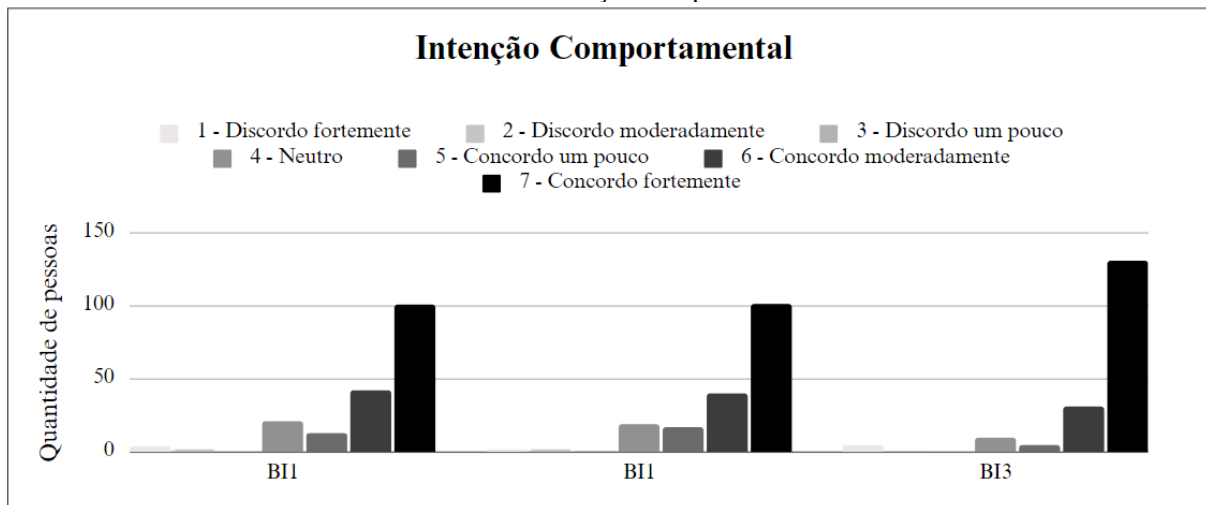
**Tabela 17 - Análise da Intenção Comportamental**

<b>Demonstrabilidade dos Resultados</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
(BI1) Supondo que eu tenha acesso à ferramenta, pretendo usá-la	6,09	1,34
(BI2) Dado que eu tenha acesso à ferramenta, prevejo que a utilizaria	6,13	1,24
(BI3) Pretendo usar a ferramenta nos próximos meses	6,41	1,25
<b>Média Geral</b>	<b>6,21</b>	

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Para essa variável, os dados da pesquisa realizada demonstraram que ela obteve uma das maiores médias da análise do TAM, representando uma boa concordância por parte dos servidores da UFRN. Ao serem observados os gráficos, pode-se notar que ambos possuem uma semelhança, além disso, possuem um alto índice da opção 7 (concordo fortemente) assinalada e um baixo índice das opções 1, 2, 3, que são os níveis de discordância, assinaladas. Tal fato representa um ponto muito positivo da análise da ferramenta em questão, que, devido ao alto índice de uso, de acordo com a pesquisa, é o *WhatsApp*.

Gráfico 18 – Intenção Comportamental



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A assertiva BI1, “Supondo que eu tenha acesso à ferramenta, pretendo usá-la”, apresentou uma média de 6,09, o que indica uma concordância moderada. Em relação à frequência, 85,1% concordaram, em algum nível, com a assertiva, enquanto apenas 3,3% expressaram algum nível de discordância. No entanto, 11,5% posicionaram-se de forma neutra.

A segunda assertiva, BI2, a qual é a respeito da possibilidade de uso da ferramenta, caso haja acesso a ela, também representou uma concordância moderada, em que 86,8% dos Assistentes em Administração concordaram em algum grau. Já em relação às discordâncias, obteve-se que apenas 2,7% discordaram, em algum nível, da proposição, e 10,4% mantiveram-se neutros.

A última assertiva, BI3, a qual demonstra a intenção dos indivíduos em utilizar a ferramenta nos próximos meses, obteve uma média de 6,41, o que indica uma concordância muito boa da proposição, por parte dos servidores. De acordo com a pesquisa, 91,1% concordaram, em algum nível, que pretendem utilizar a ferramenta, sendo que 71,4% expressaram o grau máximo de concordância. O restante se manteve neutro (5,5%) ou discordou em algum grau (3,2%).

Essa variável revelou, portanto, que existe grande indício da continuidade do uso da ferramenta pelos Assistentes em Administração, para desenvolverem suas atividades laborais cotidianas. Sendo esse mais um porto forte que a pesquisa revelou.

Pode-se correlacionar este resultado à pesquisa realizada por Ramly (2022), a qual estudava utilização do *WhatsApp* em uma organização para fins de comunicação interna entre seus funcionários e que demonstrava que a intenção de uso possui um importante papel na comunicação eficaz da organização.

De acordo com Martins (2022), essa intenção comportamental é formada pela relação entre Facilidade de Uso Percebida e a Utilidade Percebida, com algumas influências de aspectos sociais a respeito da utilização da tecnologia, a exemplo da Norma Subjetiva.

A seguir, serão analisados os pontos fortes e fracos relacionados ao uso e aceitação da ferramenta de comunicação instantânea *WhatsApp*, de acordo com os resultados da pesquisa com o modelo TAM.

## 5 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO PARA MELHOR USO DO WHATSAPP COMO FERRAMENTA LABORAL NA UFRN

Neste capítulo, serão relatados os pontos fortes e fracos encontrados na pesquisa realizada com os servidores assistentes em administração da UFRN a respeito da utilização de ferramentas de comunicação instantâneas em suas atividades laborais. A partir dela, são propostas algumas sugestões de melhorias para a utilização dessas ferramentas dentro de um contexto laboral.

### 5.1 ANÁLISE DOS PONTOS FORTES E FRACOS DA PESQUISA

A partir da análise do questionário aplicado, o qual incluía a análise demográfica da amostra, a caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea pela amostra e o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), será elencado, nesta seção, os pontos fortes e fracos que foram resultantes da análise.

No Quadro 5, abaixo, serão descritos esses pontos, ressaltando-se que foram considerados como pontos fortes do Modelo TAM aqueles que obtiveram média a partir de 5, os quais indicam concordância e como pontos fracos do Modelo TAM, aqueles que obtiveram média abaixo de 5, os quais indicam neutralidade ou discordância.

**Quadro 5 – Pontos fortes encontrados a partir da análise da pesquisa**

<b>Ponto Forte</b>	<b>Descrição</b>
(PF1) População com predominância de pessoas jovens, com grau de instrução elevado e com boa experiência no uso das ferramentas de comunicação instantânea.	Observação de variáveis presentes na análise demográfica e caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea, que representa um grupo com forte indício de adoção. do uso das ferramentas de forma oficial.
(PF2) Grande diversidade do uso das ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral.	Derivado das observações da análise da caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea.
(PF3) O uso das ferramentas de comunicação instantânea melhora o desempenho da realização das atividades laborais e possui uma grande utilidade no cotidiano laboral.	Derivado da análise do constructo “Utilidade Percebida”, que obteve uma boa média de concordância no TAM.
(PF4) As ferramentas de comunicação instantânea são simples de serem utilizadas, não requerendo muito esforço, se tornando acessíveis a todos.	Derivado da análise do constructo “Facilidade de Uso Percebido”, o qual obteve a maior média da análise TAM.
(PF5) Percepção positiva a respeito da capacidade dos indivíduos em concluir as tarefas utilizando a ferramenta, sem necessidade de ajuda.	Derivado da análise do constructo “Autoeficácia do Computador”, que obteve uma média de concordância leve no TAM.
(PF6) Percepção de que os indivíduos possuem os recursos técnicos e organizacionais que são necessários para a realização das atividades utilizando a ferramenta.	Derivado da análise do constructo “Percepção de Controle Externo”, o qual obteve uma boa média de concordância no TAM.

(PF7) Percepção de que os indivíduos acreditam que o uso da ferramenta é algo agradável, mesmo não concordando em ser divertido.	Derivado da análise do constructo “Ludicidade”, que obteve uma média de concordância leve no TAM.
(PF8) O uso da ferramenta não gera sentimento de ansiedade ou medo por parte dos indivíduos.	Derivado da discordância do constructo “Ansiedade em Utilizar a Ferramenta”, que, neste contexto, representa um ponto positivo no TAM.
(PF9) O uso das ferramentas é apoiado pelas chefias e pela Universidade em geral.	Derivado da análise do constructo “Norma Subjetiva”, o qual obteve uma média de concordância leve no TAM.
(PF10) O uso das ferramentas de comunicação instantânea é relevante para a realização das atividades laborais e os resultados das tarefas obtidos através desse uso possuem uma boa qualidade, podendo ser facilmente observados e comunicados.	Derivado da análise dos constructos “Relevância para o Trabalho”, o qual obteve uma média muito boa, “Qualidade dos Resultados” e “Demonstrabilidade dos Resultados” do TAM.
(PF11) Intenção da continuidade de uso da ferramenta de comunicação instantânea pelos servidores Assistentes em Administração.	Derivado da análise do constructo “Intenção Comportamental”, o qual obteve uma média muito boa no TAM.

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

A seguir, no Quadro 6, encontra-se os aspectos que não alcançaram uma boa avaliação na pesquisa, ou seja, os pontos fracos encontrados pelo uso das ferramentas de comunicação instantânea. Na tabela foram incluídos os aspectos que obtiveram média abaixo de 5, como mencionado, ou aqueles que demonstram um ponto negativo da utilização.

**Quadro 6 – Pontos fracos encontrados a partir da análise da pesquisa**

<b>Ponto Fraco</b>	<b>Descrição</b>
(PFR1) Não existe a institucionalização de alguma ferramenta de comunicação instantânea.	Derivado das observações da análise da caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea.
(PFR2) Ausência de orientações a respeito do uso das ferramentas de comunicação instantânea para fins laborais.	Derivado das observações da análise da caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea.
(PFR3) Não existem dispositivos institucionais em todas as unidades.	Derivado das observações da análise da caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea.
(PFR4) Percepção, por parte de um número considerável dos servidores, de um atendimento insatisfatório através das ferramentas de comunicação instantânea.	Derivado das observações da análise da caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea.
(PFR5) Percepção de uma baixa divulgação das formas de contato das ferramentas de comunicação instantânea dos setores	Derivado das observações da análise da caracterização do uso das ferramentas de comunicação instantânea.
(PFR6) Baixa percepção de divertimento ao utilizar a ferramenta (apesar de ser percebido como agradável).	Derivado da análise do constructo “Prazer Percebido”, o qual obteve uma média neutra de posicionamento no TAM.
(PFR7) Neutralidade em relação à percepção de exigência da chefia a respeito do uso da ferramenta.	Derivado da análise do constructo “Voluntariedade”, o qual obteve uma média neutra de posicionamento no TAM.
(PFR8) Não existe reconhecimento organizacional devido ao uso da ferramenta.	Derivado da análise do constructo “Imagem”, o qual obteve uma média de leve discordância no TAM.

Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023.

Assim, elencados os pontos fortes e fracos da análise da aceitação e do uso das ferramentas de comunicação instantânea, segue-se a proposta de melhoria desse uso, a fim de suprir os pontos fracos apontados através da pesquisa.

## 5.2 PLANO DE MELHORIA

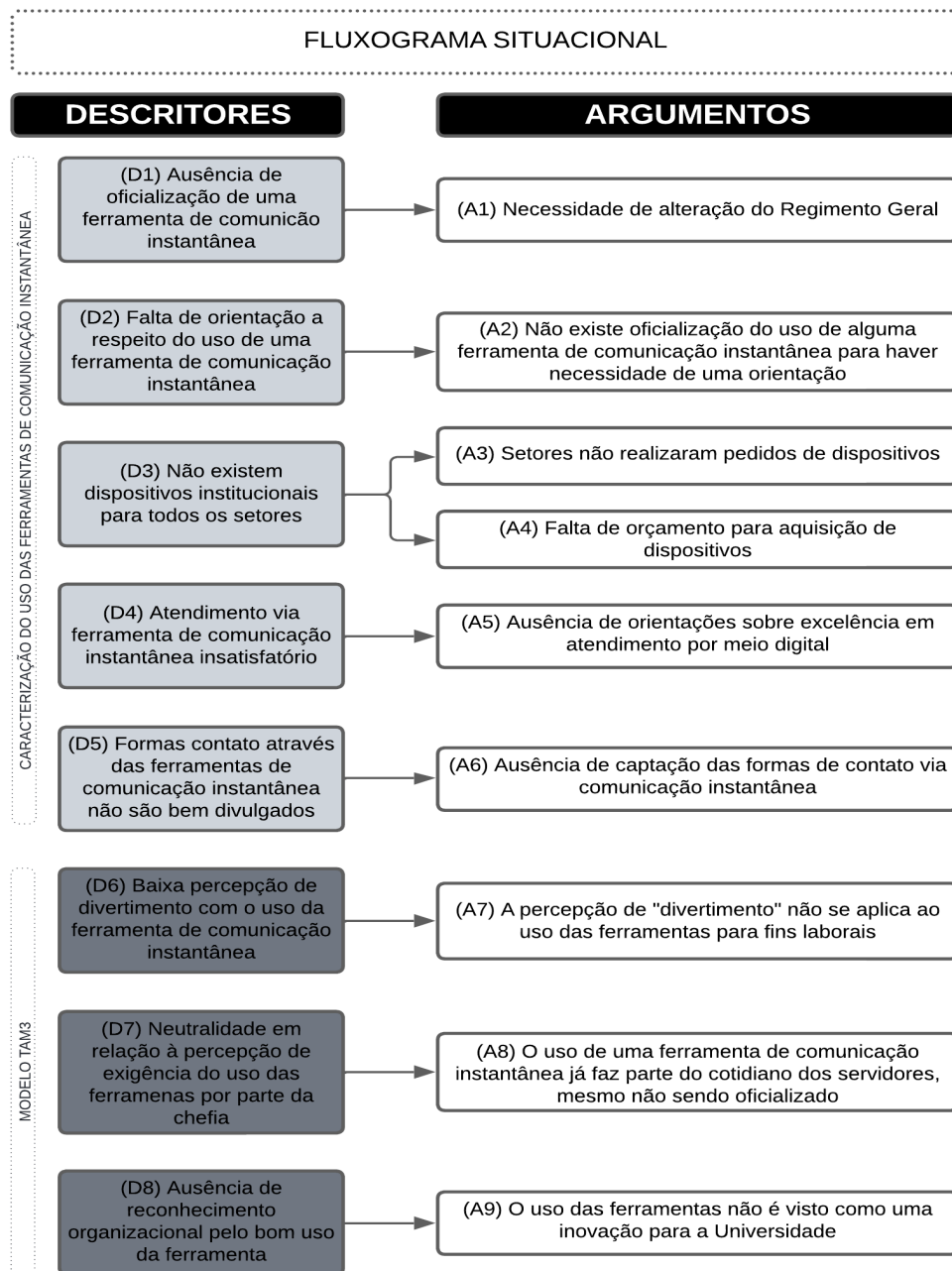
Com base na análise dos dados da pesquisa realizada com os Assistentes em Administração da UFRN, foram identificados alguns pontos fracos no uso e na adoção das ferramentas de comunicação instantânea com a finalidade laboral, sendo essa principal ferramenta utilizada, de acordo com a pesquisa, o WhatsApp.

Sendo assim, esta seção pretende apresentar uma proposta de melhoria para esse uso, baseando-se no Planejamento Estratégico Situacional (PES), o qual, segundo Iida (1993), foi desenvolvido por Carlos Matus, na década de 70, e possui como característica principal a sua flexibilidade em relação às mudanças, sendo portanto, passível de ajustes em razão de variações nas situações em questão.

De acordo com Iida (1993), o modelo PES, simplificado, consiste em montar um fluxograma situacional do problema, onde constam os **descritores**, que são a descrição de um problema, e os **argumentos**, que seriam as principais causas relacionadas aos descritores. A partir daí, com o fluxograma construído, são formuladas algumas **operações**, as quais são ações que consigam modificar o estado dos argumentos e obter impacto sobre os descritores e, em seguida, listados os **recursos necessários** para a realização das ações.

Dessa maneira, baseado no modelo PES, tem-se o seguinte fluxograma para os pontos fracos encontrados com a aplicação da pesquisa:

**Figura 11** – Fluxograma situacional dos pontos fracos da pesquisa do uso das ferramentas de comunicação instantânea



Fonte: Autoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023, e Iida, 1993.

Após confeccionado o fluxograma situacional, elencando os descritores, os quais, na ocasião, são os pontos fracos, e os argumentos relacionados a eles, parte-se para a demonstração das operações (ações) propostas para a mudanças dos argumentos e os recursos necessários para sua realização. Tais propostas encontram-se descritas no Quadro 7, abaixo.

**Quadro 7 – Plano Estratégico Situacional**

<b>Argumento</b>	<b>Operação</b>	<b>Recursos necessários</b>
A1	Discussão em reunião de instâncias superiores a respeito da oficialização do uso de uma ferramenta de comunicação instantânea para a Universidade	Interesse dos gestores superiores da UFRN
A2	Oficialização de uma ferramenta de comunicação instantânea	Aprovação em reunião de instâncias superiores
	Elaboração de um manual contendo informações a respeito do uso correto da ferramenta, em relação à segurança da informação, para a fins laborais	Instauração de comissão com servidores capacitados
A3	Abertura de aquisição de smartphones pelo SIPAC	Realização dos trâmites burocráticos para aquisição de produtos
A4	Destinação de orçamento para aparelhagem das Unidades	Autorização orçamentária dos dirigentes
A5	Realização de minicurso sobre excelência em atendimento voltado aos Assistentes em Administração da UFRN	Atuação de um professor capacitado na área
		Criação do minicurso pelo Setor de Capacitação
	Elaboração de um formato padronizado de atendimento para a ferramenta de comunicação instantânea adotada	Instauração de comissão com servidores capacitados
A6	Elaboração de documento com edição compartilhada, via Google Drive, contendo os contatos das unidades da UFRN	Elaboração de planilha pela PROGESP
A9	Utilização da carga horária do minicurso para progressão por capacitação	Inclusão do minicurso no rol de cursos das Trilhas de Capacitação

Fonte: Aatoria própria, baseado em dados de pesquisa, 2023, e Iida, 1993.

O PES proposto buscou encontrar alternativas que pudessem atenuar as fraquezas reveladas pela pesquisa no tocante ao uso das ferramentas de comunicação instantâneas na Instituição. Para isto, foram sugeridas algumas soluções.

Inicialmente, acredita-se que a institucionalização do uso de uma ferramenta seja primeiro passo deste plano de melhorias. Segundo Meyer e Rowan (1977), esse é um artifício pelo qual os processos sociais, hábitos, obrigações, entre outros, passam a ter um status de regras nas ações e pensamentos da sociedade. Uma vez realizado isto, é possível estabelecer uma maior atenção a essa questão e atender as demandas encontradas em relação a ela de forma justificada, beneficiando a Instituição com as ações de melhorias para este uso.

Em prosseguimento, acredita-se que a elaboração de um manual contendo orientações a respeito do uso dessas ferramentas para fins laborais seja de grande importância, visto que o uso delas é uma realidade em praticamente todas as unidades da instituição. Como mostrado pela pesquisa, é grande a troca de informações e documentações institucionais através das ferramentas, e, dessa maneira, é imprescindível uma orientação da melhor maneira que isso

deva ser realizado, inclusive como forma de segurança de informação, um tema que vem sendo bastante discutido nos tempos atuais. Para Nassif e Resende (2018), as TICs estabelecem que as organizações tenham uma nova forma de atuação, dado que o limite entre o que é institucional, público ou pessoal, está diminuindo cada vez mais e tudo o que envolve a Gestão da Informação vem tendo um maior monitoramento. Para os autores, com a chegada das redes sociais e ferramentas tipo *WhatsApp* e *Telegram*, “a ligação entre o gerador da informação e o alvo da informação torna-se cada vez mais direta, e é esta a grande preocupação atual no sentido de que a segurança da informação deixou de ser uma característica que possa ser imposta ou gerenciada, e está passando para um terreno onde não há nenhum tipo de regulação possível” (NASSIF e RESENDE, 2018, p. 116).

Sabe-se que a instituição tem algumas políticas de arquivamento de documentos físicos. Dessa maneira, faz-se necessário, também, até por questões de segurança, a adoção de políticas para troca de arquivos e informações via tais ferramentas.

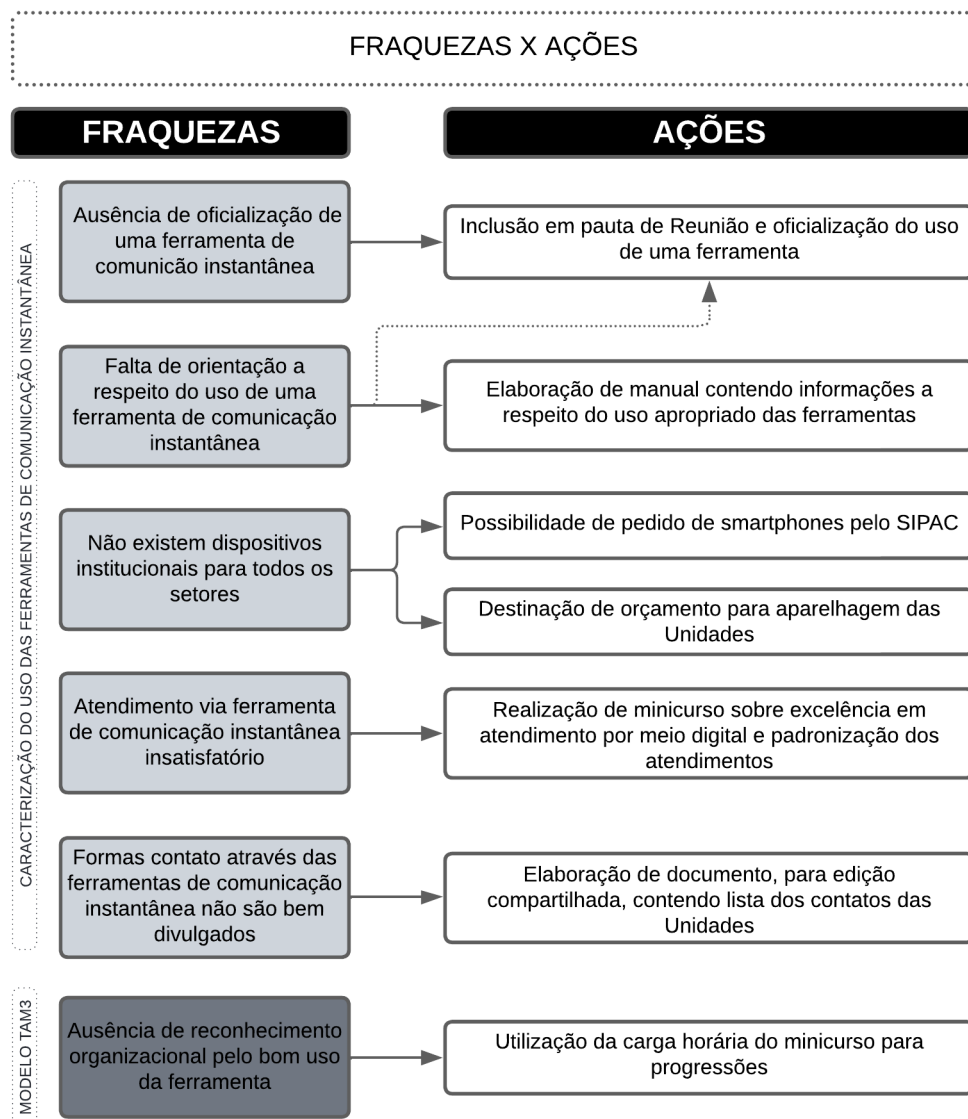
Além disso, foram relatadas nas pesquisas algumas dificuldades em relação ao acesso às formas de comunicação das unidades e, até mesmo, a qualidade dos atendimentos prestados através dessa ferramenta. Tal fato resulta em falhas na comunicação interna, afetando a produtividade das unidades. Sendo assim, foi sugerido o aparelhamento, com dispositivos smartphones, de todas as unidades da Instituição, para que cada uma delas tenha seus contatos institucionais. Ademais, também foi sugerido a confecção de um documento, passível de edição em nuvem, com a lista atualizada dos contatos das unidades da UFRN, para ser disponibilizada na página da PROGESP, visando facilitar as buscas pelos contatos.

Em relação à qualidade dos atendimentos, foi sugerido uma padronização deles, o que inclui questões como: informações a respeito dos horários de atendimento e logotipo das unidades em seus perfis dentro das ferramentas de comunicação instantânea, estipulação de tempo de resposta etc. Além disso, também foi sugerido a realização de um minicurso sobre atendimento de excelência em plataformas digitais, o qual contaria, também, como carga horária para progressões de carreira, demonstrando o reconhecimento da Universidade na capacitação para a busca de uma comunicação interna de maior qualidade. Conforme Castro (2018), é importante a realização de um treinamento dos funcionários e implementação de um modelo de atendimento ideal, pois aquele colaborador que está capacitado e conhece os serviços oferecidos pela instituição, tem mais facilidade em adequá-los ao que o cliente, interno ou externo, esteja necessitando, resultando em um atendimento com maior qualidade e rapidez.

Por fim, a respeito dos argumentos A7 (A percepção de “divertimento” não se aplica ao uso das ferramentas para fins laborais) e A8 (O uso da ferramenta de comunicação instantânea

já faz parte do cotidiano dos servidores, mesmo não sendo oficializado), entende-se que não seria necessário realizar nenhuma operação, dessa maneira, não foram inseridos no Quadro 7 e na Figura 12, abaixo. Isso ocorre, pois esses argumentos não trazem tanto impacto à instituição e/ou não seria possível a mesma atuar diretamente sobre eles, e, de acordo com Iida (1993), uma atuação em argumentos com essas características dificilmente teria efeito sobre seus descritores.

**Figura 12** – Fluxograma contendo as fraquezas e ações sugeridas



Fonte: Autoria própria, 2023.

Diante do exposto, acredita-se que tais soluções podem acarretar em uma melhora significativa a respeito do uso de ferramentas de comunicação instantânea e, conseqüentemente, conseguir alcançar um patamar mais elevado da comunicação interna entre os setores da

instituição, uma vez que estas ferramentas se mostram como um importante meio para que ela ocorra. Com isso, espera-se, portanto, que essas mudanças reflitam em uma maior eficácia e agilidade nas atividades laborais da instituição, em geral, melhorando sua imagem institucional entre seus clientes internos e externos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como finalidade principal entender e descrever como se dá o uso e aceitação das ferramentas de comunicação instantânea no desempenho das atividades laborais entre os servidores Assistentes em Administração da UFRN. Para alcançar os objetivos, foi realizado um levantamento *survey*, através de questionário, pelo qual foi possível verificar que existe um alto índice de uso dessas ferramentas pelos servidores em seus cotidianos laborais, principalmente da ferramenta WhatsApp, o qual apareceu como opção de uso de quase 100% dos respondentes.

Além disso, foi revelado que as ferramentas possuem diversas finalidades de uso no dia a dia laboral, incluindo a comunicação interna dos setores e entre setores, além de comunicação com outras instituições/organizações e público externo, e, também, compartilhamento de documentos e informativos institucionais. Houve, também, relatos de outros usos, como realização de reuniões por videochamada.

Em relação ao grau de aceitação das ferramentas, avaliado através do Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3) a respeito da ferramenta mais utilizada pelos respondentes da pesquisa, a qual foi o *WhatsApp*, obteve-se que esta ferramenta possui uma boa aceitação por parte dos servidores em questão, sendo também, uma importante aliada ao cumprimento das atividades laborais cotidianas desses servidores. No entanto, é válido ressaltar que não existe nenhuma ferramenta de comunicação instantânea institucionalizada pela UFRN, embora haja um alto índice de utilização de tais ferramentas, não existe documento que as formalize como instrumento de trabalho.

Ressalta-se, ainda, que durante a análise foram identificados pontos fortes e fragilidades em relação ao uso e aceitação das ferramentas de comunicação. Entre eles, é possível citar como pontos fortes a relevante utilidade delas no cotidiano laboral; os resultados obtidos através do seu uso apresentam qualidade; já existem recursos técnicos disponibilizados pela instituição para esse uso e ele tem apoio das chefias e Universidade. Já em relação às fraquezas observadas, é possível listar que não existe uma orientação a respeito do uso delas com a finalidade laboral, incluindo orientações a respeito de segurança da informação porque nem sempre os atendimentos realizados através dela são considerados satisfatórios e não existe reconhecimento organizacional pelo uso da ferramenta.

Em vista disso, foi elaborado um Plano Estratégico Situacional (PES) constando melhorias para fortalecer esse uso dentro da instituição. Dessa forma, foram sugeridas algumas

ações, como a institucionalização da ferramenta, formulação de manual sobre o seu uso e realização de minicurso sobre atendimento em canais digitais.

No que concerne às limitações do estudo, destaca-se que a pesquisa não alcançou o tamanho amostral esperado, obtendo-se, portanto, uma taxa de adesão de 25,2% da população estudada, o que pode diminuir a precisão dos resultados. Além disso, a pesquisa foi realizada apenas com um cargo (Assistente em Administração), entre os técnicos administrativos da UFRN. Dessa maneira, recomenda-se uma pesquisa mais abrangente, a fim de obter um resultado passível de ser extensivo a toda a Universidade.

Além disso, ressalta-se que não foram avaliados, nessa pesquisa, os efeitos cruzados entre as variáveis do modelo TAM3, sendo essa uma fase considerada importante pelos autores da ferramenta.

Por fim, não foi possível avaliar, de forma mais consistente, as causas das fragilidades do uso e aceitação das ferramentas de comunicação instantânea identificadas na análise da pesquisa. Dessa maneira, sugere-se um estudo mais aprofundado, com entrevistas ou grupos focais, para melhor entendimento desse ponto.

Conclui-se, portanto, que as ferramentas de comunicação instantânea, sobretudo o *WhatsApp*, possuem um relevante espaço dentro do contexto laboral de uma organização e um meio facilitador da comunicação interna de seus integrantes. Apesar de serem identificadas algumas fragilidades no tocante ao seu uso, é inquestionável a utilidade que elas apresentam para fins laborais, sendo, desse modo, pertinente a continuidade de estudos para proporcionar, cada vez mais, melhorias em seu uso, as quais recaem na qualidade da comunicação interna da instituição, e, conseqüentemente, de sua cultura organizacional.

## REFERÊNCIAS

- AFFELDT, Fabrício Sobrosa e VANTI, Adolfo Alberto. Alinhamento estratégico de tecnologia da informação: análise de modelos e propostas para pesquisas futuras. **JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management** [online]. 2009, v. 6, n. 2, pp. 203-226.
- AJZEN, I. 2001. Nature and operation of attitudes. **Annual Revue Psychology**, 52:27-58
- ALBUQUERQUE, M. R.; COUTO, E. S. O whatsapp como recurso de comunicação e interação na gestão de cursos de educação a distância. In SIMEDUC - Simpósio Internacional de Educação e Comunicação, Aracajú, 2018. **Anais...** Aracajú, 2018.
- ALI, Molly Anyango; NYAMBUGA, Charles; YAKUB, A. **Establishing internal communication channels preferred by the employees of public universities in western Kenya during unrest**. 2018.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Thomson, 2006.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila de. Fundamentos da ciência da informação: correntes teóricas e o conceito de informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 4, n.1, jan./jun.2014.
- ARAUJO, Nelma Camêlo; FACHIN, Juliana. Evolução das fontes de informação. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 29, n.1, p. 81-96 2015.
- BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Gestão da informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas. **Informação & Informação, Londrina**, v. 13, n. 1, p. 1-25, 2008.
- BARTIK, Alexander W. *et al.* **What jobs are being done at home during the COVID-19 crisis? Evidence from firm-level surveys**. National Bureau of Economic Research, 2020.
- BRAGA, Ascensão. A gestão da informação. **Millenium**, 2000.
- BRAGA, Clarissa Daguer; MARQUES, Antônio Luiz. Comunicação e mudança: a comunicação como elemento facilitador do processo de mudança organizacional. **Revista da FAE**, v. 11, n. 1, 2008.
- CANDEA, Janaina Maria Ferri; DOS SANTOS, Reginaldo Hugo Szezupior; SILVA, Juliana Saragiotto. UM ESTUDO DE CASO SOBRE A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: O INSTAGRAM DO IFMT EM TEMPOS DE PANDEMIA. **Revista de Ciência Política, Direito e Políticas Públicas-POLITI (K) CON**, v. 3, p. 36-51, 2022.
- CARVALHO, A. P. P. WhatsApp e as práticas comunicacionais: conexões virtuais e desconexões presenciais na comunicação empresarial. In: **Congresso Internacional de Comunicação e Cultura**. São Paulo, 2015.

CARVALHO, L. O. R *et al.* **Metodologia científica: teoria e aplicação na educação à distância.** Petrolina: Fundação Universidade Federal do Vale do São Francisco, 2008

CASTRO, Eduardo Alves. A importância da qualidade do atendimento na prestação de serviços no setor público. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 12, n. 41, p. 470-484, 2018.

CETIC BR. **TIC Domicílios**, 2022. **Indicadores de uso das TIC.** Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/>

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento:** como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003.

CHOO, C. W. **The Knowing organization:** how organizations use information to construct meaning, create knowledge and make decisions. 2. ed. New York: Oxford University Press, 2006.

CORREA, Elisabeth Saad. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com os públicos. **Organicon:** revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas, São Paulo: Gestcorp/Eca/Usp, ano 2, nº 3, p. 94-111, 2005

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e cultura organizacional.** João José Azevedo Curvello, 2002.

DA SILVA, Edna Lucia; MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. **UFSC, Florianópolis, 4a. edição**, v. 123, 2005.

DA SILVA, Frederico Augusto Barbosa; ZIVIANI, Paula; GHEZZI, Daniela Ribas. **As tecnologias digitais e seus usos.** Texto para Discussão, 2019.

Davis, Fred & Davis, Fred. (1989). **Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use,** and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.

DAVENPORT, T. **Ecologia da informação:** porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998. 316p.

DE MORAES, Lívia Assad; NERCOLINI, Marildo José. Tecnologias móveis, vida cotidiana e comunicação instantânea. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 5, n. 5, 2014.

DE SOUSA, Angélica Silva; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021.

DIAS, C. **Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis.** Alta Books, 2007

DIAS, Fernando Skackauskas. **Avaliação de sistemas de informação: revisão de publicações científicas no período de 1985-2005.** 2006.

DOS SANTOS, Leonardo Campinha; DE FREITAS, Angilberto Sabino; FERREIRA, Jorge Brantes. Whatsapp como ferramenta de ensino e aprendizagem por professores do ensino superior: uma avaliação utilizando o modelo de aceitação de tecnologia TAM. **RECADM**, v. 19, n. 2, p. 257-279, 2020.

ETCHEVERRY, Susana Beatriz Alvis *et al.* **O uso do aplicativo de mensagens Whatsapp e a percepção de seus reflexos na comunicação interna e na cultura organizacional no órgão X.** 2019.

FERNANDES, Euclécio Alves *et al.* A evolução da comunicação impactada pela tecnologia. **Ideias e Inovação-Lato Sensu**, v. 3, n. 2, p. 93-102, 2016.

FERREIRA, L. B.; RAMOS, A. S. M.. Tecnologia da Informação: commodity ou ferramenta estratégica?. **JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 2, n. 1, p. 69–79, 2005.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research.** Boston (MA): Addison-Wesley, 1979.

FREIRE, Otávio Bandeira de Lamônica. **Comunicação, Cultura e Organização: um olhar antropológico sobre os modos de comunicação administrativa na perspectiva da comunicação integrada.** 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

GALINDO, Daniel. **Comunicação Mercadológica em tempos de incerteza.** São Paulo; Ícone, 1986.

GAVIOLLI, Fabiana Moreira. **Novas formas de expressão e comunicação nas organizações: impactos nas relações de trabalho a partir das interações em grupos e do uso da linguagem dos emojis por meio do Whatsapp.** In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 11., 2017. Anais...

GENTILINI, João Augusto. Atores, cenários e planos: o planejamento estratégico situacional e a educação. **Cadernos de pesquisa**, v. 44, p. 580-601, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008

GOVERNO ELETRÔNICO. **Estratégia de Governança Digital – EGD.**

GUEDES, Terezinha Aparecida *et al.* Estatística descritiva. **Projeto de ensino aprender fazendo estatística**, p. 1-49, 2005.

HOPPE, Alexia *et al.* Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. **Base Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS**, v. 9, n. 2, p. 174-188, 2012.

HORN, Guilherme. **Linkedin**, 2023. Disponível em: [https://www.linkedin.com/posts/guilherme-horn\\_whatapp-whatsappbusiness-meta-activity-6999103483127709696-8mKc](https://www.linkedin.com/posts/guilherme-horn_whatapp-whatsappbusiness-meta-activity-6999103483127709696-8mKc)

IIDA, I.. Planejamento estratégico situacional. **Production**, v. 3, n. 2, p. 113–125, jul. 1993.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação.** 23.ed. São Paulo: Cultrix, 2008

KEPIOS. **Data Reportal**, 2023. Digital 2023: Brazil. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2006

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4a. ed. – revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**, v. 2, p. 169-192, 2006.

KRÖHLING KUNSCH, Margarida M. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo y pensamiento**, n. 51, p. 38-51, 2007.

LAI, P.. The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for The Novelty Technology. **JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 14, n. 1, p. 21–38, jan. 2017.

LAUDON, K. C. e LAUDON, J. P. **Sistemas de Informação Gerenciais**. São Paulo, Prentice Hall, 2004

LAURINDO, F. J. B. *et al.*. O papel da tecnologia da informação (TI) na estratégia das organizações. **Gestão & Produção**, v. 8, n. 2, p. 160–179, ago. 2001.

LEMOS, Ariane Barbosa; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Comunicação Organizacional e Gestão do Conhecimento: interface entre áreas. **Em Questão**, p. 267-293, 2021.

LOBO, Denis Augusto Carneiro *et al.*. **Bolhas de ódio**: o ódio como componente político nas dinâmicas interacionais societárias mediadas por Tecnologias de Comunicação Instantânea (TCIs). 2018.

LUFTMAN, J.N.; LEWIS, P.R. & OLDACH, S.H.: “Transforming The Enterprise: The Alignment Of Business And Information Technology Strategies”. **IBM Systems Journal**, v.32, n.1, p.198-221, 1993.

LUFTMAN, J.N.: “Applying the Strategic Alignment Model”. In: LUFTMAN, J.N. (ed.) **Competing in the Information Age – Strategic Alignment in Practice**. New York. Oxford University Press. p.43-69, 1996

MARCHIORI, M. Comunicação interna: um fator estratégico no sucesso dos negócios. In: MARCHIORI, M. (Org.) **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006. p. 205 – 22.

MARCHIORI, M. Comunicação interna: um fator estratégico no sucesso dos negócios. In: MARCHIORI, M. (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. Vol. 1 Série Comunicação Organizacional. 2.ed São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 205-222

MARCHIORI, Marlene. Os desafios da comunicação interna nas organizações. **Conexão-Comunicação e cultura**, v. 9, n. 17, p. 145-159, 2010.

MARTINS, Lizianne Juline do Nascimento e Silva. **Aceitação e uso de ferramentas de computação em nuvem**: um estudo sobre o contexto informacional de secretários de pós-graduação em uma instituição de ensino superior. Orientador: Daniel de Araújo Martins. 2022. 143f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

MARTINS, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Editora Vozes Limitada, 2017.

MARTINS, M. L. O uso das Mídias e Redes Sociais Digitais na perspectiva da Comunicação Interna. **Revista de Ciências Jurídicas e Empresariais**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 42-47, 2018.

META. **Facebook**, 2023. Disponível em: <https://about.meta.com/technologies/facebook-app/>

META. **Instagram**, 2023. Disponível em: <https://about.instagram.com/about-us>

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: formal structures as myth and ceremony. **American Journal of Sociology**, 83(2), 340-363

MOLINA, Letícia Gorri. Portais corporativos: tecnologia de informação e comunicação aplicadas à gestão da informação e do conhecimento em empresas de Tecnologia de Informação. **Master's thesis, Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências**, 2008.

NASSIF, M. E.; RESENDE, W. da C. Gestão da informação e do conhecimento e suas relações com segurança da informação, tecnologias da informação e compartilhamento. **Ciência da Informação**, [S. l.], v. 45, n. 3, 2018

PEREIRA, D. M.; SILVA, G. S. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, [S. l.], v. 7, n. 8, 2010.

PERLES, João Batista. Comunicação: conceitos, fundamentos e história. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, p. 1-17, 2007.

PINTO, Danieli; MOLINA, Letícia Gorri; PALETTA, Francisco Carlos. Uso das tecnologias da informação e comunicação na gestão da informação e do conhecimento nas organizações. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 12, n. 1, p. 80-96, 2022.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. S. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROGESP. **Pro Reitoria de Gestão de Pessoas - UFRN**, 2023. Disponível em: <https://progesp.ufrn.br/>

- QUINTELLA, H. M.; PELICCIONE, F. Análise dos fatores críticos de sucesso no lançamento do multi-protocol label switching (MPLS) no mercado de telecomunicações para serviços aéreos brasileiros. **Relatórios de Pesquisa em Engenharia de Produção da UFF**, Niterói, Rio de Janeiro, v.6, n.10, p.1-20, 2006
- RAMLY, R. K. B. **The usage of WhatsApp application as an internal communication medium using Technology Acceptance Model (TAM) at Alam Maritim Sendirian Berhad (AMSB)**. 2022.
- RODRIGUES, Enrico; PINHEIRO, Marco Antonio Saraiva. Tecnologia da informação e mudanças organizacionais. **Revista de Informática Aplicada**, v. 1, n. 2, 2005.
- Roza, R. H. (2019). **Ciência da informação, tecnologia e sociedade**. BIBLOS, 32(2), 177–190.
- ROZA, R. H. Revisitando a Teoria da Criação do Conhecimento Organizacional. **Revista Interamericana de Bibliotecologia**, v. 43, n. 3, 2020
- SILVA, A. R. S. *et al.* **A integração da comunicação digital no processo de gestão da comunicação organizacional**. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 14., 2020, Bauru.
- SILVA, Patrícia Maria da; DIAS, Guilherme Ataíde. **Teorias sobre Aceitação de Tecnologia: por que os usuários aceitam ou rejeitam as tecnologias de informação?**. 2007.
- SILVA, Patrícia Maria. **Modelo de aceitação de tecnologia (TAM) aplicado ao Sistema de Informação da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) nas Escolas de Medicina da Região Metropolitana do Recife**. 2009.
- SILVA, José Carlos Teixeira da. **Tecnologia: novas abordagens, conceitos, dimensões e gestão**. Production [online]. 2003, v. 13, n. 1, pp. 50-63.
- SOUSA, Gisela Maria Santos Ferreira de. Comunicação institucional, imagem corporativa e identidade corporativa: a inter-relação das categorias. **Revista Cambiassu**, v. 16, n. 2, p. 177-191, 2006.
- SUTIKNO, Tole *et al.* WhatsApp, viber and telegram: Which is the best for instant messaging?. **International Journal of Electrical & Computer Engineering (2088-8708)**, v. 6, n. 3, 2016.
- TAKAHASHI, Tadao (Org.). **Sociedade da informação no Brasil**: livro verde. Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.
- TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do conhecimento**. Bookman editora, 2009.
- TECHTUDO. **TechTudo**, 2023. Tudo sobre o Facebook Messenger. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/facebook-messenger/>

TELEGRAM. **Telegram** 2023. Perguntas Frequentes. Disponível em: <https://telegram.org/faq#p-o-que-e-telegram-o-que-faco-aqui>

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento em ambientes organizacionais: conceitos e compreensões. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, 2008.

VALENTIM, M. L. P. **Gestão da informação e gestão do conhecimento: especificidades e convergências**. Londrina: Infohome, 2004. 3p.

VENKATESH, V. Determinants of perceived ease of use: Integrating perceived behavioral control, computer anxiety and enjoyment into the technology acceptance model. **Information Systems Research**, 11, 342–36, 2000.

VENKATESH, Viswanath; DAVIS, Fred D.. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: four longitudinal field studies. **Management Science**, [S.L.], v. 46, n. 2, p. 186-204, fev. 2000. Institute for Operations Research and the Management Sciences (INFORMS).

VENKATESH, Viswanath; DAVIS, Fred D. A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: development and test. **Decision Sciences**, [S.L.], v. 27, n. 3, p. 451-481, set. 1996.

VENKATESH, Viswanath; BALA, Hillol. Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. **Decision Sciences**, [S.L.], v. 39, n. 2, p. 273-315, maio 2008. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>.

WHATSAPP LLC. **WhatsApp**, 2023. Sobre nós. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/about>

## APÊNDICE A

### QUESTIONÁRIO

#### **BLOCO 1 - PERFIL DO PARTICIPANTE**

- |  |   |
|--|---|
| <p>1. Qual a sua unidade de lotação? _____</p> <p>2. Qual sua idade?</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 18 e 28 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 29 e 39 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 40 e 50 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 51 e 61 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Mais de 61 anos</p> <p>3. Qual seu sexo?</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p> <p><input type="checkbox"/> Feminino</p> | <p><input type="checkbox"/> Prefiro não responder</p> <p>4. Qual seu nível de escolaridade?</p> <p><input type="checkbox"/> Ensino Médio</p> <p><input type="checkbox"/> Superior Completo</p> <p><input type="checkbox"/> Superior Incompleto</p> <p><input type="checkbox"/> Especialização</p> <p><input type="checkbox"/> Mestrado Completo</p> <p><input type="checkbox"/> Mestrado Incompleto</p> <p><input type="checkbox"/> Doutorado Completo</p> <p><input type="checkbox"/> Doutorado Incompleto</p> |
|--|---|

#### **BLOCO 2 - USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA NO COTIDIANO LABORAL**

- |  |  |
|--|--|
| <p>1. Você faz uso de ferramentas de Comunicação Instantânea no seu cotidiano laboral?</p> <p><input type="checkbox"/> Sim</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p> <p>2. Quais ferramentas de Comunicação Instantânea você utiliza no seu cotidiano laboral? (Pode marcar mais de uma opção)</p> <p><input type="checkbox"/> WhatsApp</p> <p><input type="checkbox"/> Telegram</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook Messenger</p> <p><input type="checkbox"/> Instagram Direct</p> <p><input type="checkbox"/> Outros: _____</p> <p>3. Há quanto tempo você faz uso dessa(s) ferramenta(s)?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 6 meses</p> <p><input type="checkbox"/> De mais de 6 meses a menos de 1 ano</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 a 3 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Acima de 3 anos</p> <p>4. Com que frequência diária você utiliza as ferramentas de Comunicação Instantânea?</p> <p><input type="checkbox"/> Alta frequência</p> <p><input type="checkbox"/> Média Frequência</p> <p><input type="checkbox"/> Baixa frequência</p> | <p>5. Em qual tipo de dispositivo você costuma utilizar as ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral? (É possível marcar mais de uma questão)</p> <p><input type="checkbox"/> Celular</p> <p><input type="checkbox"/> Computador</p> <p><input type="checkbox"/> Tablet</p> <p>6. Qual o pertencimento do dispositivo que você costuma utilizar as ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral?</p> <p><input type="checkbox"/> Dispositivo próprio</p> <p><input type="checkbox"/> Dispositivo próprio, por falta de haver dispositivo institucional na minha unidade</p> <p><input type="checkbox"/> Dispositivo Institucional</p> <p><input type="checkbox"/> Ambos</p> <p>7. Quais os principais propósitos da utilização das ferramentas de comunicação instantânea no seu cotidiano laboral? (é possível marcar mais de uma opção)</p> <p><input type="checkbox"/> Comunicação cotidiana entre os servidores e funcionários do setor</p> <p><input type="checkbox"/> Comunicação interna entre setores da UFRN</p> |
|--|--|

- Atendimento ao público externo (ex.: população geral que entra em contato para sanar alguma dúvida)
- Envio de documentos
- Comunicação com outras organizações/instituições
- Envio de avisos e comunicados
- Participação em grupos do trabalho
- Outros: \_\_\_\_\_

8. Você acredita que as formas de contato dos setores da UFRN, usados através das ferramentas de comunicação instantânea, são bem divulgados pela Instituição?

- Sim. É fácil entrar em contato com os setores através dessas ferramentas e sempre sou bem atendido(a).

Sim. É fácil entrar em contato com os setores através dessas ferramentas, mas nem sempre sou bem atendido(a).

Não. É difícil entrar em contato com os setores através dessas ferramentas, porém, sempre que consigo sou bem atendido(a).

Não. É difícil entrar em contato com os setores através dessas ferramentas e, das vezes que consigo, nem sempre sou bem atendido(a).

Indiferente

9. Você já recebeu alguma orientação da UFRN a respeito do uso das ferramentas de comunicação instantânea voltado para atividade laboral? (Ex.: sobre compartilhamento de documentos; arquivamento de conversas etc.)

Sim

Não

### **BLOCO 3 - GRAU DE ACEITAÇÃO E USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA (BASEADO NA FERRAMENTA QUE VOCÊ MAIS UTILIZA)**

1. Qual ferramenta de comunicação instantânea você mais utiliza no seu cotidiano laboral?

- WhatsApp
- Telegram
- Facebook Messenger
- Instagram Direct
- Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**(A partir deste ponto, as respostas serão baseadas na escala Likert, tendo a seguinte referência: 1 = discordo fortemente; 2 = discordo moderadamente; 3 = discordo um pouco; 4 = neutro (não concordo, nem discordo); 5 = concordo um pouco; 6 concordo moderadamente; 7 = concordo fortemente)**

<b>Utilidade percebida (PU)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
PU1 O uso da ferramenta melhora meu desempenho no trabalho.							
PU2 Usar a ferramenta em meu trabalho aumenta minha produtividade.							
PU3 Usar a ferramenta aumenta minha eficácia em meu trabalho.							
PU4 Eu acho a ferramenta útil no meu trabalho.							
<b>Facilidade de uso percebida (PEOU)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
PEOU1 Minha interação com a ferramenta é clara e compreensível.							

PEOU2 Interagir com a ferramenta não exige muito do meu esforço mental.

PEOU3 Acho a ferramenta fácil de usar.

PEOU4 Acho fácil fazer a ferramenta fazer o que eu quero

<b>Auto eficácia do computador (CSE)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
--	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

CSE1 Eu seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta mesmo se não houvesse ninguém por perto para me dizer o que fazer.

CSE2 Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta somente com o recurso de ajuda integrado no próprio software

CSE3 Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta caso alguém me dissesse e/ou mostrasse como fazer primeiro.

CSE4 Seria capaz de concluir minhas tarefas na ferramenta se já tivesse utilizado algo semelhante.

<b>Percepções de Externo Controle (PEC)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

PEC1 Tenho controle sobre o uso da ferramenta

PEC2 Tenho os recursos necessários para usar a ferramenta

PEC3 Dados os recursos, oportunidades e conhecimento necessários, seria fácil para mim usar a ferramenta.

PEC4 A ferramenta não é compatível com outros sistemas que eu uso

<b>Ludicidade (CPLAY) – como você se caracterizaria ao usar computadores?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

CPLAY1. . . espontâneo

CPLAY2. . . criativo

CPLAY3. . . divertido

CPLAY4. . . trivial

<b>Ansiedade do computador (CANX)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

CANX1 Usar a ferramenta não me assusta nem um pouco.

CANX2 Usar a ferramenta me deixa nervoso(a).

CANX3 Usar a ferramenta me deixa desconfortável.

CANX4 Usar a ferramenta me deixa apreensivo(a).

<b>Prazer percebido (ENJ)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
-------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

ENJ1 Acho que usar a ferramenta é agradável.

ENJ2 O processo atual de uso da ferramenta é prazeroso.

ENJ3 Eu me divirto usando a ferramenta

<b>Norma subjetiva (SN)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
-----------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

SN1 Pessoas que influenciam meu comportamento acham que devo usar a ferramenta.

SN2 As pessoas que são importantes para mim acham que devo usar a ferramenta.

SN3 A minha chefia tem cooperado com o uso da ferramenta.

SN4 Em geral, a Universidade tem apoiado o uso da ferramenta.

<b>Voluntariado (VOL)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

VOL1 Eu uso a ferramenta de forma voluntária

VOL2 Minha chefia não exige que eu use a ferramenta.

VOL3 Embora possa ser útil, o uso da ferramenta não é obrigatório em meu trabalho

<b>Imagem (IMG)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

IMG1 As pessoas da minha organização que usam a ferramenta têm mais prestígio do que as que não usam.

IMG2 As pessoas da minha organização que usam a ferramenta são muito conhecidas.

IMG3 Dominar a ferramenta é sinal de status na Universidade

<b>Relevância do Trabalho (REL)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
-------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

REL1 Em meu trabalho, o uso da ferramenta é importante.

REL2 Em meu trabalho, o uso da ferramenta é relevante.

REL3 O uso da ferramenta é pertinente às minhas várias tarefas relacionadas ao trabalho

<b>Qualidade dos resultados (OUT)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

OUT1 A qualidade dos resultados que obtenho utilizando a ferramenta é alta.

OUT2 Não tenho problemas com a qualidade dos resultados gerado pelo uso dos sistemas

OUT3 Eu classifico os resultados da ferramenta como excelentes.

<b>Demonstrabilidade de resultado (RES)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
---	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

RES1 Não tenho dificuldade em contar aos outros sobre os resultados do uso da ferramenta.

RES2 Acredito que poderia comunicar a outras pessoas as consequências do uso da ferramenta.

RES3 Os resultados do uso da ferramenta são evidentes para mim.

RES4 Eu teria dificuldade em explicar por que usar a ferramenta pode ou não ser benéfico

<b>Intenção Comportamental (BI)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
-------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

BI1 Supondo que eu tenha acesso à ferramenta, pretendo usá-la.

BI2 Dado que eu tenha acesso à ferramenta, prevejo que a utilizaria.

BI3 Pretendo usar a ferramenta nos próximos meses.