



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-**  
**BRASILEIRA**  
**IEAD – Instituto de Educação a Distância**

**FRANCISCO JEFFERSON MENDONÇA BANDEIRA**

**USO DE PLATAFORMAS SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE**  
**TRABALHO: UMA ANÁLISE EM UMA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**  
**MUNICIPAL DO CEARÁ**

**LIMOEIRO DO NORTE- CEARÁ**  
**2021**

**FRANCISCO JEFFERSON MENDONÇA BANDEIRA**

**USO DE PLATAFORMAS SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE  
TRABALHO: UMA ANÁLISE EM UMA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
MUNICIPAL DO CEARÁ**

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração Pública apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração Pública da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro- Brasileira Unilab.

Orientador: Milton Jarbas Rodrigues Chagas

**LIMOEIRO DO NORTE- CEARÁ  
2021**

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Sistema de Bibliotecas da UNILAB  
Catalogação de Publicação na Fonte.

---

Bandeira, Francisco Jefferson Mendonça.

B164u

Uso de plataformas sociais como ferramentas de trabalho: uma análise em uma administração pública municipal do Ceará / Francisco Jefferson Mendonça Bandeira. - Redenção, 2021.  
39f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública, Instituto de Educação à Distância, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2021.

Orientador: Prof. Milton Jarbas Rodrigues Chagas.

1. Comunicação. 2. Administração pública. 3. Redes sociais on-line. I. Título

CE/UF/BSP

CDD 352.384

---

**FRANCISCO JEFFERSON MENDONÇA BANDEIRA**

**USO DE PLATAFORMAS SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE  
TRABALHO: UMA ANÁLISE EM UMA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
MUNICIPAL DO CEARÁ**

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração Pública apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração Pública da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro- Brasileira Unilab.

Orientador: Milton Jarbas Rodrigues Chagas

Aprovado em: 12 de Junho de 2021.

Banca Examinadora

---

Milton Jarbas Rodrigues Chagas (Orientador)

---

Fabiana Pinto de Almeida Bizarria

---

Alexandre Oliveira Lima

Dedico este trabalho primeiramente a Deus que me proporcionou esta oportunidade, a minha esposa Talita Bandeira, meu filho Isaac Bandeira, aos meus pais, aos meus irmãos e a todos aqueles que contribuíram para construção do mesmo de forma direta ou indiretamente.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço, primeiramente e acima de tudo a Deus, pois nada acontece sem seu consentimento e sua vontade, dando-me força, saúde, determinação e persistência para chegar até aqui, a ver tornar-se realidade esse sonho.

A minha esposa, Talita Bandeira, que sempre esteve ao meu lado, me dando apoio durante toda essa jornada de formação, seria imprescindível chegar até aqui sem sua ajuda, ao nosso mais lindo presente, meu filho Isaac Bandeira, que me incentiva ainda mais a conquista desse sonho.

Aos meus Irmãos que fazem parte da minha formação enquanto ser humano, e que sempre estiveram comigo nessa caminhada, não medindo esforços para me ajudar.

Aos meus pais, Maria Vanelda e Francisco Bandeira, pelos bons ensinamentos e que apesar das dificuldades sempre sonharam e acreditaram na formação acadêmica do seu filho.

A Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB) por me proporcionar a oportunidade da formação acadêmica.

"O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis."

***José de Alencar***

## RESUMO

Este trabalho apresenta o resultado de uma pesquisa quantitativa sobre o uso de plataformas sociais como ferramenta de trabalho: uma análise em uma administração pública municipal do Ceará. Diante disso o objetivo desse trabalho foi analisar a visão dos funcionários do setor de tributação em relação ao uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho. Para o levantamento dos dados, utilizou-se a aplicação de um questionário online, através a plataforma Google Forms. O questionário foi aplicado com 10 funcionários no período de 02 a 08 de abril do ano decorrente, sendo utilizado um formulário online em decorrência da pandemia do Covid-19, o setor encontrava-se em atividade remotas. Os funcionários desse setor desempenhavam diferentes funções. A pesquisa nos revelou que a maioria dos funcionários fazer uso do aplicativo WhatsApp diariamente e que eles acreditam na possibilidade de seu uso como ferramenta de comunicação facilitando o trabalho.

**Palavras-chave:** Comunicação -WhatsApp – Ferramenta de trabalho

## ABSTRACT

This work presents the result of a quantitative research on the use of social platforms as a working tool: an analysis in a municipal public administration in Ceará. Therefore, the objective of this work was to analyze the vision of employees in the taxation sector in relation to the use of WhatsApp as a work tool. For data collection, an online questionnaire was applied, through the Google Forms platform. The questionnaire was applied to 10 employees from April 2 to 8 of the current year, using an online form as a result of the Covid-19 pandemic, the sector was in remote activities. Employees in this sector performed different functions. The survey revealed that most employees use the WhatsApp application on a daily basis and that they believe in the possibility of using it as a communication tool to make their work easier. **Keywords:** Communication - WhatsApp - Work tool

**LISTA DE GRÁFICOS**

<b>GRÁFICO 1:</b> Quais as redes sociais que mais utiliza?.....	25
<b>GRÁFICO 2:</b> Em média qual o tempo destinado a redes sociais?.....	26
<b>GRÁFICO 3:</b> O que mais costuma fazer nas redes sociais?.....	27
<b>GRÁFICO 4:</b> No seu trabalho utiliza as redes sociais para organizar a rotina?.....	28
<b>GRÁFICO 5:</b> O seu chefe costuma compartilhar informações do trabalho através das redes sociais?.....	29
<b>GRÁFICO 6:</b> Você considera o WhatsApp uma rede segura?.....	30
<b>GRÁFICO 7:</b> Você considera o uso do WhatsApp como importante ferramenta de trabalho?.....	31
<b>GRÁFICO 8:</b> Que tipo de informação pode ser repassadas pelo WhatsApp?.....	33

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	15
<b>2.1 EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO</b> .....	15
<b>2.2 REDES SOCIAIS</b> .....	16
<b>2.3 ESTUDOS RECENTES SOBRE MÍDIAS SOCIAIS NO AMBIENTE DE     TRABALHO</b> .....	17
<b>2.4 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS ORGANIZAÇÕES</b> .....	18
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	22
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	32
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	34
<b>APÊNDICE</b> .....	36

## INTRODUÇÃO

É notório que vivemos em uma sociedade de constantes modificações, que ocorreram nos diversos âmbitos desde o início da Primeira Revolução Industrial até os dias atuais e atualmente estamos inseridos num novo processo revolucionário, com foco nos processos tecnológicos.

Santana e Souza (2017) afirmam que é evidente que as mudanças ocorridas na década dos anos 90 estão relacionadas a revolução tecnológica e explosão informacional. Sendo que o acesso à informação possibilitou a sua multiplicação e o aumento do alcance da internet, popularizando assim as mídias sociais.

Os autores acima citados ressaltam que as mídias e redes sociais estão imensamente presentes no cotidiano das pessoas no Brasil, onde segundo pesquisas realizadas especializadas em tecnologias somos o país que mais utiliza as redes sociais na América Latina. E de acordo com uma pesquisa realizada pela Digital in 2017 Global Overview no ano de 2017 existem mais de 120 milhões de usuários nas redes, sendo, portanto, um dos motivos que levaram as instituições privadas e públicas a fazerem uso das mídias como ferramentas de trabalho (SANTANA e SOUZA,2017).

Reafirmando Dalcoul et al., (2014) “as redes sociais são uma das formas de comunicação que mais cresce e se difunde globalmente modificando comportamentos e relacionamentos”. E a comunicação deve ser vista como um processo de compartilhamento de informações, havendo a possibilidade de os indivíduos transmitirem valores e saberes, experiências, podendo ser usada inclusive para diversão, educação e difusão de opiniões (SANTOS,2018).

Pensando na importância da comunicação Santana e Souza (2017) confirmam que a comunicação pode ser vista como ponto de partida para o desenvolvimento da comunicação organizacional, em que o processo de comunicação pode ser visto como um subcampo, e que a comunicação dentro das organizações refletiria as novas tecnologias. Em decorrência dos avanços nas tecnologias da informação e da comunicação, é evidente que a comunicação organizacional sofre modificações, contudo é preciso avaliar os impactos causados por sua introdução.

O uso das redes sociais no ano de 2013 no âmbito da comunicação digital, mostravam as mídias sociais, como uma das atividades mais mencionadas na área das comunicações, onde se percebia o surgimento dos novos líderes (SANTOS,2016). E nesse meio das comunicações aparece o aplicativo WhatsApp como uma ferramenta digital de

grande expansão, sendo lançado no ano de 2009, rapidamente se popularizou, totalizando no ano de 2015 mais de 800 milhões de usuários (SMITH,2015).

No atual cenário que nos encontramos, é perceptível que as comunicações entre os indivíduos sofreram mudanças, refletindo no ambiente de trabalho, em que a comunicação interna passou por atualizações e aderindo a novas ferramentas a fim de melhorar seu relacionamento, fazendo uso das plataformas digitais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, onde podem por meio desses recursos trocar ideias, compartilhar informações.

É compreensível que as ditas redes sociais podem alteraram as formas de comunicação dentro das instituições de trabalho, como é o caso da Administração Pública que é nosso objeto de estudo. Sabemos que o uso do aplicativo WhatsApp tem sido uma das principais formas de comunicação entre os indivíduos e partindo dessa visão surge a indagação que orienta o estudo: Qual seria a percepção dos funcionários do setor de tributação sobre o uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho, comunicação e organização do trabalho?

Diante do exposto, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar a percepção dos funcionários sobre o uso da plataforma digital WhatsApp como ferramenta de trabalho e comunicação. E dentre os objetivos específicos destaca-se a análise da quantidade de pessoas que utilizam o WhatsApp no seu dia a dia, compreensão da perspectiva do funcionário público diante das novas tecnologias e a quantificação da importância do uso do WhatsApp dentro trabalho.

O presente estudo tem como relevância a necessidade de se compreender o processo de comunicação que ocorre dentro do setor de tributação, uma vez que é de extrema importância que as atividades desenvolvidas sejam realizadas sem falhas de comunicação para evitar transtornos e diminuição dos desempenhos dos profissionais. Logo é imprescindível verificar a utilização do aplicativo WhatsApp como recurso de trabalho dentro do setor de tributação.

O presente trabalho terá caráter descritivo e quantitativo. Sendo que o trabalho será dividido em duas partes, a primeira consistirá constitui de uma pesquisa bibliográfica realizada em livros, artigos, monografias etc.

Posteriormente a revisão da literatura foi elaborado um questionário, com 21 questões dividido em 3 blocos: dados pessoais, uso das redes sociais e uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho. O questionário foi aplicado através de um formulário online com os funcionários do Setor de Tributação da Secretaria de Planejamento e Gestão do

município de Jaguaribe no período de 05 a 08 de abril do ano decorrente. Responderam ao questionário 10 funcionários num universo de 18 funcionários.

Em seguida foi realizada análise do resultado dos questionários e dados obtidos foram organizados seguindo a organização dos blocos do questionário, onde inicialmente foi traçado o perfil dos funcionários, após a análise do uso das redes sociais por parte deles e por último a visão deles sobre o uso do aplicativo WhatsApp como recurso de trabalho.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

De acordo com Dias (1999) a história das comunicações inicia-se na Mesopotâmia, quando começou a surgir as primeiras formas de escrita, nessa mesma época o Egito usava os papiros e tintas nas representações de signos. E com o surgimento dos primeiros Estados, a escrita tornou-se indispensável. E a partir do século XIX em decorrência dos avanços ocasionados pela revolução industrial, a eletricidade começa a influenciar das comunicações, ocorrendo desde a digitalização do alfabeto em código Morse, passando pela invenção do telégrafo, da máquina de escrever.

Ainda segundo o autor mencionado anteriormente no século seguinte novos dispositivos voltados para comunicação surgem, como é o exemplo do cinema falado, da televisão, do gravador, a caneta esferográfica e a até mesmo os primeiros computadores.

O primeiro computador desenvolvido tinha a capacidade de realizar cálculos intitulado Mark I, em seguida veio o Eniac que foi o primeiro computador eletrônico, pensando em média 30 toneladas. E na década de 50 o tamanho dos computadores sofreu uma diminuição no seu tamanho e valor, e na década 70 foi criado o primeiro computador que se assemelha ao formato atual e pertence a empresa Apple (FERNANDES, 2016).

Os avanços nas transformações tecnológicas ligadas as comunicações tornaram mais velozes em decorrência da internet, ferramenta que qualquer indivíduo possui acesso, estando à disposição de todos, necessitando apenas de um ponto de acesso. Nos anos 90 inicia no Brasil a introdução das telefônicas móveis, os aparelhos que anteriormente era fixos começam a ser substituídos por aparelhos portáteis que cabe no bolso, possibilitando as pessoas manterem contatos em qualquer lugar do mundo (FERNANDES, 2016).

Milhomem et al., (2012) afirma que a partir dos anos 2000, surge as redes sociais destacando o Orkut, que foi recordista de acesso, seguido pelo Facebook e Twitter. O aplicativo WhastApp por sua vez surgiu no ano de 2009 e funciona como um recurso de mensagens instantâneas, fotos, vídeos, a o aplicativo se popularizou no Brasil atingindo a marca de 120 milhões de usuários (SANTOS et al., 2021).

## 2.2 REDES SOCIAIS

Olivieri (2003) afirma que as redes sociais funcionam como um sistema estruturado que permite interações entre as organizações ocorrendo o envolvimento de pessoas e instituições de forma participativa, dinâmica e democrática.

A era digital está evoluindo constantemente, levando que as instituições realizem esforços que permitam acompanhar essa evolução. É notável que essas mudanças geram impactos tanto na sociedade como na vida das pessoas, e com isso o mercado se torna mais competitivo e dinâmico (CHIAVENATO, 2011).

As mídias digitais e as redes sociais, estão cada vez mais presentes nos cotidianos das pessoas, e o Brasil segundo dados da revista Forbes (2016) é considerado o país que mais faz uso das redes na América Latina, com um total superior a 90 milhões de usuários. Santana e Sousa (2017) declara que segundo pesquisa realizada pela Global Overview, existem mais de 120 milhões de usuários ativos, sendo, portanto, um dos motivos, que tanto instituições públicas e privadas iniciarem a utilização das mídias como recursos estratégicos no desenvolvimento das suas atividades.

A mobilidade informacional e a criação dos telefones (smartphones) e tablets, permitiu o avanço e a popularização das redes sociais. A “fama” dos sites proporcionou uma maior transmissão das informações possibilitando que elas fossem acessadas por empresas (GABRIEL, 2010). E de acordo com a revista Exame (2017), o uso das redes sociais por parte das organizações se tornou cada vez mais frequentes, se tornando uma forma de comunicação digital.

As redes sociais entraram em cena com a finalidade de formar grupos de interações pessoais para que ocorra as trocas e informações e de interesses. Sendo assim as organizações fazem uso das redes como um recurso de marketing que permite a divulgação dos produtos, marcas, imagens e aproxima-se dos seus clientes (ALMÉRI et al., 2013). Cerca de 26 % da população possui acesso a internet, o que corresponde a mais de 1 bilhão de pessoas, e as redes sociais estão acompanhando essa evolução, onde cerca a cada cinco usuários, quatro se relacionam através das redes sociais (REVISTA FOLHA, 2010).

E no Brasil, como em outros lugares, o número de usuários continua a crescer aceleradamente. Corroborando, dados da Nielsen Online (IBOPE, 2010) afirma que em agosto de 2010, havia cerca de 41 milhões de usuários contrapondo os dados o mês de julho que era cerca de 39 milhões representando um aumento de superior a 5%. Ainda se

revelou que os brasileiros ficam mais de 60 horas ao mês utilizando as redes sociais (CIRIBELI e PAIVA, 2011).

Ainda de acordo com os autores acima citados há uma grande diversidade de meios que possibilite o acesso às redes sociais, podendo as pessoas além de contato pessoal, se relacionarem através de bate-papos, permitindo a liberdade de expressão. E por não estarem fisicamente próximos, as redes permitiram uma maior entrega entre os usuários com relação a exposição dos sentimentos e opiniões.

Entre as redes sociais que possuem destaque no Brasil temos o Facebook, que possibilita a visualização das informações que são postadas nessa mídia, através da sua página principal. Uma outra rede com destaque no país é o WhatsApp, que é um aplicativo de compartilhamento de mensagens, que permite a troca através dos celulares, estando disponível para os sistemas IOS e Android (SOUSA et al., 2014).

As redes sociais surgiram como um meio nos processos políticos e culturais, demonstrando inovações que emergiram das necessidades de se resolver conflitos, levando em conta as características que cada rede possui e os seus fatores condicionantes (RIBAS e ZIVIANI,2008).

### **2.3 ESTUDOS RECENTES SOBRE MÍDIAS SOCIAIS NO AMBIENTE DE TRABALHO**

As empresas estão aprendendo a conviver e utilizar as redes sociais em seu ambiente de trabalho, sendo que muitos perfis ficam disponíveis para ser verificados pelos patrões e pelas empresas de gestão, sendo comuns nas empresas de tecnologia onde se buscam pelos profissionais das redes sociais (GONZALES, 2008).

O uso das mídias são uma forma abranger os canais de comunicação utilizados pelos órgãos públicos representando uma interação com a sociedade tanto para o compartilhamento das informações públicas quanto para o monitoramento dos conteúdos de interação (SANTOS, 2016).

Para Ciribeli (2011) a correta utilização das redes sociais não é suficiente, sendo necessário a elaboração e utilização de estratégias de monitoramento, havendo para isso a utilização de programas que facilitem o acompanhamento e a intervenção caso ocorra a necessidade. O acesso as redes sociais permitiram uma aproximação de pessoa com pessoa; de pessoa com a organização, modificando estruturas informacionais que antigamente eram indisponíveis.

Essas mídias sociais oferecem subsídios para a elaboração de políticas públicas, permitindo a avaliação rápida e de custo baixo das opiniões, e com isso identificando as diferenças entre os grupos de cidadãos e de líderes de opinião digitais (ANDROUTSOPOULOU, CHARALABIDIS E LOUKIS, 2015). E através da análise dos materiais das mídias, é possível para os gestores públicos instrumentalizem os interesses dos cidadãos para as questões de políticas públicas (SANTANA e SOUSA, 2017).

Um estudo de caso desenvolvido na Prefeitura de Curitiba evidencia o sucesso no uso das redes sociais no Brasil, segundo a experiência observada ocorreu um equilíbrio entre as informações transmitidas ocorrendo uma aproximação entre os órgãos públicos e a população (HARMATA,2013). Uma investigação das mídias sociais da Polícia Militar de Santa Catarina mostrou a sua importância com um instrumento de contato entre a comunidade e com isso promovendo uma melhoria na segurança pública (BACCIN e CRUZ, 2015).

## **2.4 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS ORGANIZAÇÕES**

A Comunicação Pública pode ser vista como uma ligação entre a administração pública e a sociedade, tendo como objetivo central o compartilhamento de informações que são de interesse da população (NOVELLI,2006). E Santos (2018) afirma que a comunicação pública corresponde ao debate, diálogo e a própria transparência das informações que possam ser de conhecimento do interesse público e deve estar disponível a sociedade.

De acordo com Brandão et al., (2006) a comunicação nas organizações busca estudar e analisar possíveis soluções que estão associadas no interior das organizações. A comunicação é vista de forma estratégica e planejada, criando um relacionamento com o público, servindo para construir a identidade e a imagem das instituições.

Segundo Santos (2018) “a comunicação pública ainda não tem uma área de atuação profissional delimitada”. E Brandão (2006) afirma que existe na comunicação pública cinco áreas diferentes. Dentre elas destaca-se a comunicação governamental que pode ser compreendida como um instrumento da construção da agenda pública direcionando seu trabalho para a prestação de contas.

Ainda baseado no autor acima citado a administração pública, deve estabelecer o privilégio e a transparência das atitudes, baseando-se na comunicação dos princípios

éticos e técnicos para divulgar as ações dos poderes públicos. E a comunicação governamental apresenta dez funções: integração interna, expressão de identidade, lançamento de valores, base de cidadania, função orientadora do discurso do dirigente, mapeamento dos interesses, orientação aos cidadãos, democratização do poder, integração social e instrumento a serviço da verdade (TORQUATO, 2009).

E para que a comunicação interna possa acontecer é importante conhecer o seu perfil de organização, sabendo quais as informações são realizadas e interpretadas, e os fluxos de comunicação pode classificados como: descendentes, ascendentes, laterais e horizontais, transversais, circulares (SANTOS, 2018).

Destaca-se nesses tipos de comunicação a diagonal/ transversal, que consiste numa transmissão de mensagens de um nível mais alto ou mais baixos, que demonstrasse um maior dinamismo entre as decisões, sendo o mais comum em organizações flexíveis, onde a gestão é mais participativa (SANTOS,2018).

Kunsch (2007) afirma que as novas mídias sociais alteraram as formas de comunicação e relacionamento entre as pessoas, modificando desde as relações sociais até as relações com a cultura como com a política. E essas modificações exigem novas posturas das organizações. E na comunicação interna, a utilização das novas tecnologias disponíveis ajudará no aprimoramento das comunicações, onde se busca simplificar e maximizar os resultados, onde a informação assim poderá ser passada de forma mais ágil para os funcionários.

### 3. METODOLOGIA

De acordo com o dicionário Aurélio (FERREIRA, 1986) o termo pesquisa significa “indagação ou busca minuciosa para a averiguação da realidade, investigação, inquirição”. E Gil (2008) afirma que a pesquisa é um procedimento racional e sistemático cujo objetivo é proporcionar as respostas aos problemas.

E para Strauss e Corbin (1998) o método de pesquisa corresponderá a um conjunto de procedimentos ou técnicas que serão utilizadas para se obtêm e analisar os dados. Esses métodos fornecem os meios para se alcançar o objetivo, ou seja, são os recursos que utilizamos na pesquisa a fim de responder as questões.

O presente trabalho utilizou como metodologia de pesquisa a quantitativa descritiva. Knechtel (2014) descreve pesquisa quantitativa como uma modalidade de pesquisa que atua sobre um problema, sendo baseada na testagem de uma teoria e composta por variáveis quantitativas em números, as quais são analisadas de modo estatísticos, tendo como objetivo determinar generalizações para sustentar ou não as teorias.

E segundo Silva e Menezes (2000) a pesquisa descritiva consiste em uma pesquisa que visa descrever as características de determinadas população ou fenômeno, estabelecendo relações entres as variáveis. Envolvendo o uso de técnicas padronizadas de coletas de dados: questionário, observação sistemática, assumindo de maneira geral, uma forma de levantamento de dados. A pesquisa de campo foi realizada na cidade de Jaguaribe- Ceará, localizada a mais de 300 km de distância da capital Fortaleza. O local escolhido para a aplicação foi o Setor de Tributação da Secretária de Planejamento e Gestão do município, que está localizada na Avenida Maria Nizinha Campelo. A secretária conta com 9 setores: diretoria administrativa, tributação, contabilidade, licitação, arquivo das pastas dos servidores, convênios, controladoria, tecnologia da informação e arquivo.

O questionário foi disponibilizado no Setor de tributação que possui 18 funcionários, sendo que apenas 10 participaram da pesquisa. Os funcionários do setor de tributação assumem cargos como: secretariado, contadores, auxiliar de serviços gerais, diretor.

Tendo como abordagem quantitativa, onde se tem a intenção de medir as relações entre as variáveis, o estudo utilizará de um questionário desenvolvido por autoria própria baseado nas pesquisas bibliográficas realizadas e o mesmo foi dividido em 3 blocos

distintos. No bloco 1 foram avaliados dados pessoais como faixa etária, sexo, formação acadêmica; o bloco 2 abordou questões sobre o uso das redes sociais, tendo como intuito quantificar a prevalência da utilização por parte dos entrevistados. Já o bloco 3 contou com questões relacionadas ao uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho e quais as suas possibilidades de uso. O modelo de questionário utilizado foi o Google Formulário (*Google Forms*), uma vez que em decorrência da pandemia do Covid-19, os setores públicos encontram-se em trabalho remoto, o que inviabiliza a pesquisa presencial, levando-nos a aplicação do questionário de maneira virtual.

Após a aplicação dos questionários ocorrerá a tabulação dos dados ocorreu com a utilização de gráficos e tabelas do programa Excel com a finalidade de facilitar a interpretação deles. Após a análise desses dados foi realizada uma comparação com literatura existente sobre o tema, a fim de estabelecer uma relação entre elas, fortalecendo assim os resultados encontrados.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A presente pesquisa foi realizada em um dos setores da Secretária de Planejamento e Gestão. E de acordo com os dados da Prefeitura Municipal de Jaguaribe, fornecido no mês de março de 2021, o quadro funcional do município tem um total de 1541 funcionários, sendo 984 efetivos, 493 contratados, 55 comissionários, 7 ampliações e 2 agentes políticos.

A estrutura administrativa está organizada da seguinte maneira:

- Controladoria Geral do Município
- Gabinete do Prefeito
- Secretaria da Cidade e Infraestrutura
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Ciências e Tecnologia
- Secretaria de Desenvolvimento Rural, Aquicultura e Meio Ambiente
- Secretaria de Educação e Cultura
- Secretaria de Planejamento e Gestão
- Secretaria de Saúde
- Secretaria do Trabalho, Assistência Social, Esporte e Juventude
- Serviço Autônomo de Água e Esgoto- SAAE

O estudo inicialmente procurou abranger todos os setores da Secretária de Planejamento e Gestão (SEPLAG), contudo devido a pandemia do Covid-19 que vêm desde o ano de 2020, os referidos setores encontravam-se em trabalho remoto, o que por sua vez acabou impossibilitando o contato com os funcionários para que eles respondessem o questionário de maneira presencial, o que levou a aplicação do questionário de maneira online.

E devido a essa dificuldade, escolheu-se o setor de tributação, que está inserido dentro da SEPLAG para a aplicação dos questionários, os mesmos foram produzidos no google formulário e enviados para uma pessoa responsável pelo setor, que repassou para os colegas de trabalho com o intuito que respondessem e os dados fossem obtidos para as tabulações.

O questionário foi compartilhado no dia 02 de abril e as respostas foram recebidas até o dia 08 de abril. Com esse compartilhamento foi possível observar a própria

comunicação interna que ocorre entre eles, uma vez que o compartilhamento dos questionários ocorreu através do WhatsApp.

O questionário aplicado foi dividido em 3 blocos: perfil do entrevistado através dos dados pessoais, uso das redes sociais e último bloco com as perguntas relacionadas ao uso do WhatsApp como ferramenta de comunicação.

## **PERFIL DO ENTREVISTADOS**

No perfil do entrevistado, os dados pesquisados foram: faixa etária, gênero e formação acadêmica.

O Setor de Tributação possui em seu registro 18 pessoas, contudo apenas 10 pessoas responderam ao questionário, até o prazo que foi delimitado.

E baseado nos dados obtidos tivemos os seguintes resultados para a faixa etária:

FAIXA ETÁRIA	PORCENTAGEM
18 a 25 anos	14%
26 a 31 anos	57%
32 a 36 anos	28%
37 a 41 anos	0%
42 a 46 anos	0%
Acima de 47 anos	0%

Fonte: elaboração própria, 2021

Em relação ao sexo, ficou evidente que a maioria corresponde ao sexo masculino com um percentual superior a 57 % e o restante do sexo feminino, nessa pergunta utilizou-se também da opção não declarar, e a mesma não foi escolhida por nenhum dos entrevistados.

E a última pergunta do bloco do perfil dos entrevistados era sobre a formação acadêmica, onde havia 6 opções de resposta, onde incluía desde o Ensino Fundamental Completo até a Pós-graduação completa. E os resultados obtidos mostram que os funcionários que participaram da entrevista 50% possui graduação completa e os 50% possuem graduação incompleta.

Em um estudo semelhante desenvolvido por Santos (2018) a grau de escolaridade registrado em seu estudo assemelha-se ao encontrado na pesquisa, uma vez que maioria

dos entrevistados possuíam nível superior, contudo o restante dos entrevistados da sua pesquisa possuía apenas o ensino médio.

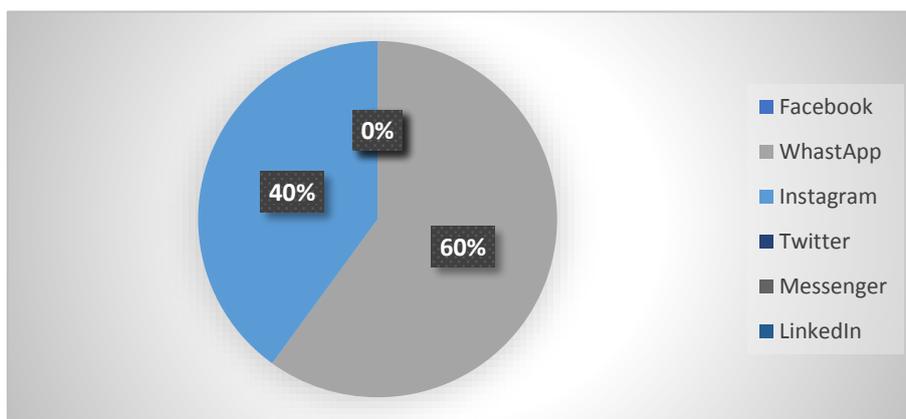
## USO DAS REDES SOCIAIS.

O segundo bloco de questões, apresentam 6 perguntas que possuem o intuito de caracterizar o uso das redes sociais pelos entrevistados, as perguntas são simples e objetivas.

A primeira pergunta, questionava se eles possuíam acesso a internet, onde 100% responderam que sim. E como afirma Silva (2015), é notório que o acesso a internet deve ser considerado um serviço fundamental, sendo vista como uma ferramenta importadíssima para o desenvolvimento tanto social como econômico de um país. E o Brasil, hoje detêm uma significativa rede de usuários, ocupando inclusive o 5º lugar no ranking mundial, perdendo apenas para países como China, Estados Unidos, Índia e Japão.

A segunda pergunta do bloco, indagava quais era as redes sociais mais utilizadas por eles no seu dia a dia, a pergunta apresentava 6 opções: Facebook, WhatsApp, Instagram, Witter, Messenger e LinkedIn. E majoritariamente as escolhidas foram WhatsApp e Instagram, o WhatsApp com um percentual de 60 % e o Instagram com os outros 40%.

GRÁFICO 1: Quais as redes sociais que mais utiliza?



Fonte: elaboração própria, 2021

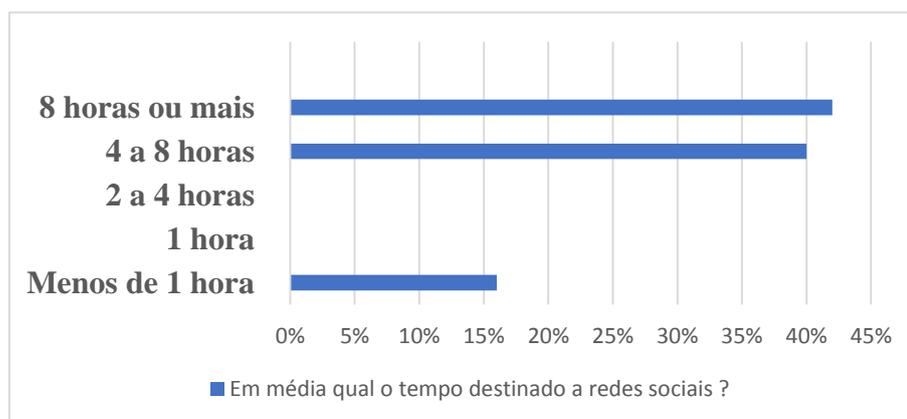
E confirmando o resultado obtido, de acordo com Silva (2018) na nova era digital que estamos inseridos, a comunicação passou por um processo evolutivo aderindo as uso

de novas ferramentas, visando melhorar o relacionamento com as pessoas, e nesse sentido aparecem as redes sociais como plataformas de comunicação virtual, tendo os exemplos do Facebook, Twitter, Instagram e especialmente o WhatsApp, onde segundo o referido autor as pessoas podem formar ideias, compartilhar informações e conhecimentos, através da troca de informações e com isso estimulando o que ele chamou de engajamento. E segundo Sena (2014) “o uso das redes sociais é uma experiência relativamente nova, que ainda gera questionamentos e exige reflexão”.

E ainda segundo ele, quando ocorreu a aplicação dos questionários sobre quais as redes sociais mais utilizadas, os resultados obtidos mostraram que a plataforma mais utilizada seria o Facebook com 83% dos votos seguido do WhatsApp com 58%.

Na pergunta posterior foi questionado o tempo que era destinado ao uso das redes sociais por eles diariamente, nessa pergunta possuía 5 opções: menos de 1 hora, 1 hora, 2 a 4 horas, 4 horas, 8 horas ou mais. Os resultados obtidos foram que cerca de 42% passam de 8 horas ou mais, outros 42% passam cerca de 4 horas e apenas um percentual de 14% passavam cerca de menos 1 hora por dia nas redes sociais.

GRÁFICO 2: Em média qual o tempo destinado a redes sociais?



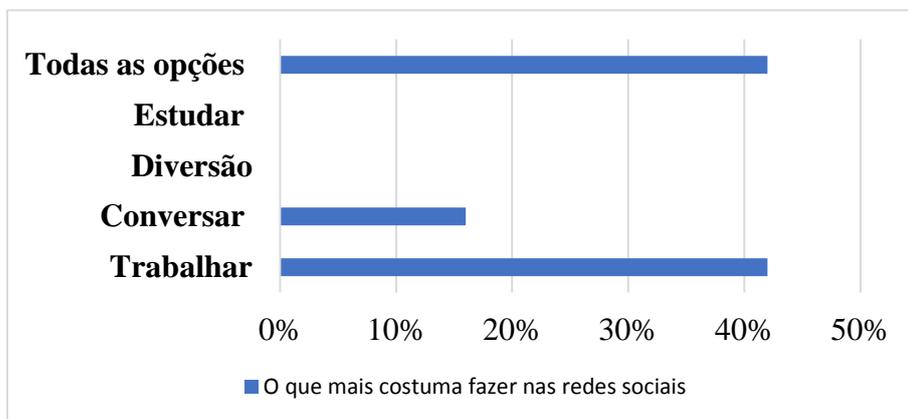
Fonte: elaboração própria, 2021

Vieira (2013) em seu trabalho afirma que de acordo com os dados fornecidos pelo WhatsApp, cerca de 38 milhões de pessoas no Brasil utilizam o aplicativo, o que corresponde a 8% dos usuários do mundo. Ele reafirma em sua fala que o uso do aplicativo WhatsApp está se tornando cada vez mais presente e com isso causando o aumento no consumo dos celulares.

E quando questionados sobre o que mais costuma fazer nas redes sociais, indicamos 5 opções de resposta que eram: trabalhar, conversar, diversão, estudar e uma

opção que dizia todas as opções. Os resultados obtidos indicam que a maioria usa para trabalhar (42%), um percentual de 40% usa para todas as opções indicadas e 16% para conversar com as pessoas.

GRÁFICO 3: O que mais costuma fazer nas redes sociais?

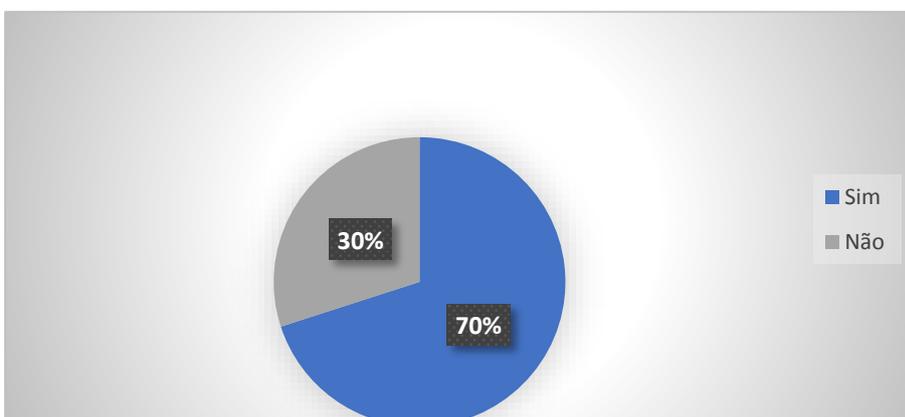


Fonte: elaboração própria, 2021

Confirmando esses dados Oliveira et al., (2013) explicam que o brasileiro passa a maior parte o tempo conectado a alguma rede social, mas que qualquer outra população do mundo. Eles ainda afirmam que as redes sociais facilitam a comunicação entre as pessoas mais tímidas, além de permite a união de pessoas que estão mais longes e com o auxílio da internet podem se comunicar.

Na quinta pergunta do bloco 3, foi perguntando se no trabalho ele utilizava as redes sociais para organizar a sua rotina, os entrevistados possuíam apenas duas opções de respostas: sim e não, e 70 % das respostas foram destinadas ao sim e o restante os 30% responderam que não.

GRÁFICO 4: No seu trabalho utiliza as redes sociais para organizar a rotina?

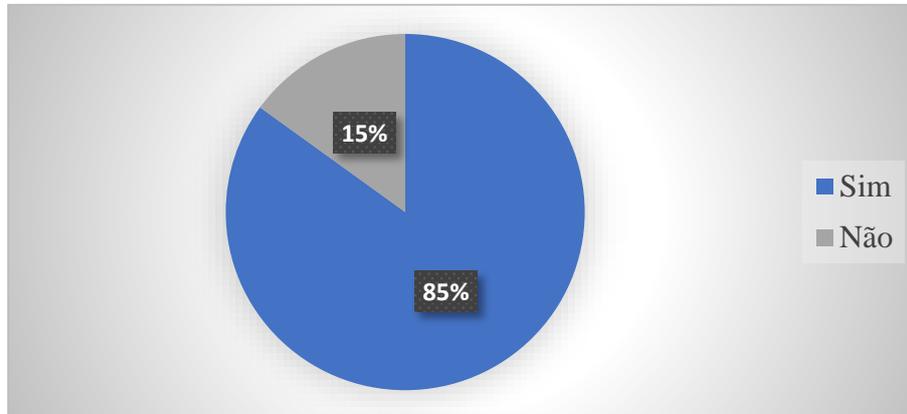


Fonte: elaboração própria, 2021

Para intensificar o resultado encontramos no estudo de Viera (2013) uma afirmativa, onde ele diz que os dispositivos de tecnologia estão presente nos mais diversos espaços sociais, e que estão incorporados na vida do ser humano e que funciona como uma segunda natureza. E ainda segundo ele a interatividade das redes permite ampliar as condições de aprendizagem, através da base de troca, construção cooperação, autonomia entre outros.

E a última pergunta desse bloco era um questionamento sobre se o chefe tinha o costume de compartilhar informações do trabalho através das redes sociais. Nessa pergunta semelhante a anterior também possui apenas duas opções de respostas (Sim e Não). Os resultados obtidos na pesquisa indicam que mais de 85% responderam sim e aproximadamente 15% responderam que não.

GRÁFICO 5: O seu chefe costuma compartilhar informações do trabalho através das redes sociais?



Fonte: elaboração própria, 2021

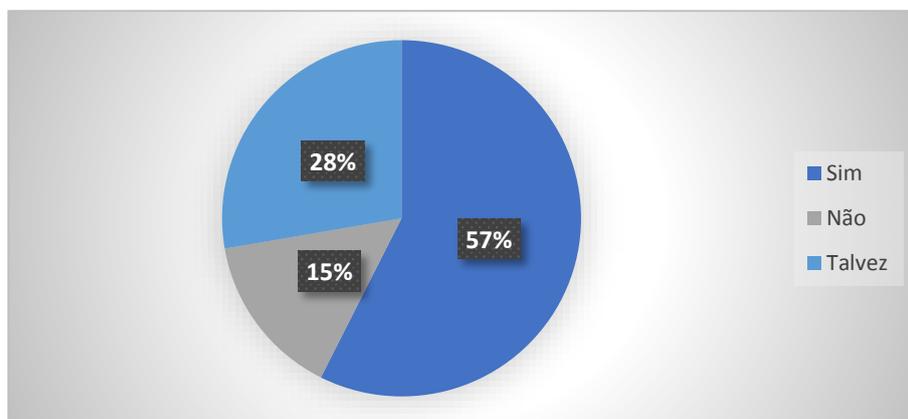
## USO DO WHATSAPP

O terceiro bloco de perguntas do questionário abordava o tema do uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho. Nesse bloco possuía 10 perguntas, sendo 8 de múltipla escolha e 2 discursivas.

A primeira pergunta desse bloco, questionava se eles consideravam o WhatsApp como uma rede social confiável e a questão apresentava 3 opções de resposta: sim, não e talvez. Os dados obtidos foram que mais de 57% confiam no WhatsApp, 14% afirmaram

não confiar e um percentual de 28% responderam talvez, o que podemos entender como uma ressalva, uma vez que o esse talvez se tenha sobressaído ao não.

GRÁFICO 6: Você considera o WhatsApp uma rede segura?



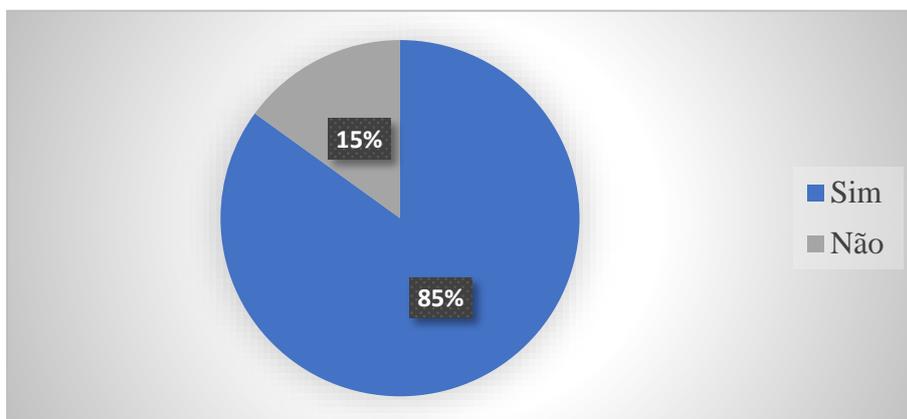
Fonte: elaboração própria, 2021

Na pesquisa realizada por Santos (2018), em que o mesmo questionava sobre a confiabilidade das redes sociais, ele observou que embora o WhatsApp tenha sido o meio de comunicação mais utilizado, um percentual significativo dos seus entrevistados respondeu não confiam neles para a transmissão de informações. Portanto para ele o uso dessa ferramenta ocorreria por seu fácil acesso.

Na pergunta seguinte, onde se perguntou se eles utilizavam o WhatsApp diariamente, eles responderam unanimemente que sim, fechando com isso o percentual de 100% para o SIM.

Na 3ª pergunta do bloco sobre o uso WhatsApp, foi indagado sobre se eles consideravam o uso do WhatsApp como importante ferramenta de trabalho, os números obtidos indicam que mais de 85% dos entrevistados acreditam que sim, e o restante respondeu que não (15%).

GRÁFICO 7: Você considera o uso do WhatsApp como importante ferramenta de trabalho?



Fonte: elaboração própria, 2021

O WhatsApp é um aplicativo que está sendo diariamente incorporado ao setor de comunicação tanto público com privado, com finalidades por exemplo de contratar pessoas, prestações de serviços, realizar campanhas publicitárias, atendimento ao consumidor e até mesmo comunicação interna entre os funcionários. E recentemente no ano de 2018, uma nova atualização do WhatsApp, ganhou a versão WhatsApp Business, que está voltada para as micro e pequenas empresas, funcionando como um recurso extra para os empreendedores (Vieira, 2018).

E corroborando com as respostas encontradas na pergunta anterior, a indagação seguinte era sobre se de acordo com o ponto de vista deles, poder-se-ia usar o WhatsApp para facilitar nos processos de organização do trabalho. O resultado obtido mostrou que 100 % dos entrevistados no setor de tributação confirmaram que acredita na eficaz desse aplicativo para dinamizar seu trabalho.

E segundo o professor e consultor de comunicação interna Bruno Carramenha (2018) “o WhatsApp, além de trazer agilidade para as organizações, trouxe também mudanças para as informações através dos meios que se produzem e se propagam no ambiente empresarial”.

As duas próximas perguntas do questionário, foram discursivas e tinha o intuito de analisar a visão dos entrevistados sobre o compartilhamento de informações através do WhatsApp. A primeira pergunta dessa parte, questionava-os sobre a possibilidade de compartilhar informações sobre o deveria ser feito, como deveria e por quem deveria ser feito. Para essa pergunta os entrevistados responderam que facilitaria seu dia a dia, uma

vez que através do aplicativo ele poderiam diariamente conhecer as obrigações para o dia seguinte, e sabe quem estaria responsável por determinada função e com isso a organização do próprio ambiente de trabalho sofreria mudança positivas.

As redes sociais possuem essa vantagem, tanto informações extraoficiais como as informações oficiais chegam mais rápido aos funcionários. E como o uso das redes sociais é possível ainda afirmar que os funcionários possuem uma liberdade “maior” para poderem se expressar, tirar dúvidas, pedir opiniões e até mesmo fornece sugestões.

A segunda pergunta discursiva do questionário era sobre se era possível estabelecer uma relação mais próxima com o gestor e os demais funcionários. E todos os entrevistados responderam que sim, que o WhatsApp é uma ferramenta que auxilia para promover uma melhor comunicação no ambiente de trabalho.

Mantovani e Moura (2012) já afirmava que a incorporação do uso das tecnologias poderia deixar os sujeitos mais produtivos, integrados e cientes do que estava passando ao seu redor, mostrando que são capazes de realizarem escolhas melhores por conseguirem reunir um conjunto de informações completo e dinâmico, permitindo a tomada de decisões certas.

As 4 últimas perguntas do questionário do bloco 3 foram questões de múltipla escolha, onde inicialmente foi perguntado sobre quais informações poderia ser repassada pelo WhatsApp, nela havia 5 opções: rotina do dia, organização das tarefas, divisões de trabalho, motivações para o dia a dia e estratégias de organizações. Os dados mostram que a 42 % acreditam que pode ser utilizado para a organização das tarefas, 28 % para estratégias de organização, 14 % para organização da rotina, e os 15 % para divisões do trabalho.

GRÁFICO 8: Que tipo de informação pode ser repassadas pelo WhatsApp?



FONTE: elaboração própria, 2021

Na indagação seguinte do questionário, perguntou-se baseado na sua rotina quantas pessoas em média eles se relacionavam diariamente. As quantidades variavam de 1 a 5; 5 a 10; 10 a 15; 15 a 20. Os resultados encontrados foram que a maioria cerca de 70% possuem contato direto com 5 a 10 pessoas e o restante (30%) possui contato com 15 a 20 pessoas diariamente. Esses dados nos revela uma discrepância, uma vez que a maioria afirma que o contato que possuem é apenas com cerca de 5 a 10 pessoas, e o restante com uma quantidade superior a isso, entretanto como ressaltando inicialmente o setor de tributação possui registrado um total de 18 funcionários, o que nos leva a crer que os mesmos não possuem contato direto com todos os colegas de trabalho.

A próxima pergunta era para saber se eles mantinham tanto o contato físico como o contato virtual, e os dados obtidos foram que a maioria respondeu que talvez (42 %), seguindo de um empate entre sim e não, com percentuais de 24 % para cada resposta. Com isso nos surge o seguinte questionamento: Por que a maioria respondeu talvez? Poderia ter sido porque não possuem certeza de manterem esse contato tanto pessoal como fisicamente ou porque não quiserem dizer que apenas no ambiente de trabalho é que estão em contato.

Segundo Vieira (2018) o WhatsApp tem feito os funcionários passarem mais tempo do seu expediente respondendo mensagens sobre o trabalho, e ele entende que mesmo o funcionário estando disponível no aplicativo não necessariamente ele tenha que responder as mensagens fora de horário de trabalho.

E última pergunta do bloco 3, era sobre se eles acreditavam que o uso do WhatsApp poderia funcionar como uma ferramenta de trabalho para gerenciar uma empresa. E todos responderam que Sim, totalizando os 100 %. Diante disso, percebe-se que o setor de tributação localizado na Seplag no município de Jaguaribe acredita que a utilização do WhatsApp é realmente uma ferramenta que possibilitara uma melhoria nos processos de gerência, afinal trata-se de uma nova tecnologia que poderá ser utilizada com viés produtivo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho possibilitou realizar uma análise da utilização do aplicativo WhatsApp como ferramenta de comunicação no setor de tributação que está inserido na Secretaria de Planejamento e Gestão do município de Jaguaribe-Ceará. O tema do trabalho tem grande relevância por se tratar de um assunto que é bastante discutido no cotidiano, pois se trata de um aplicativo que a maioria possui acesso, contudo a literatura disponível não apresenta muitas pesquisas sobre a sua utilização como ferramenta de comunicação no setor público.

E tendo em vista que a Prefeitura Municipal de Jaguaribe e suas Secretárias fazem parte de uma organização pública, a discussão se torna ainda mais propensa, uma vez que essa comunicação entre os funcionários deve ser bem estruturada para que possa ocorrer da melhor forma possível. Onde os gestores e os demais servidores devem fazer a transmissão adequada das informações, para que as atividades sejam executadas com uma maior qualidade e os funcionários serão beneficiados com um diálogo mais simples e positivo, sem burocracias e com eficiência.

O objetivo do trabalho era analisar a visão dos funcionários sobre o uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho, com isso a pesquisa mostrou que os funcionários do setor de tributação fazem uso frequente das redes sociais, especialmente o WhatsApp e o Instagram. Eles afirmam que usam o aplicativo de conversas para se comunicarem e que eles acreditam na segurança do aplicativo. Contrapondo esse resultando Santos (2018) em sua pesquisa mostrou que os servidores entrevistados não confiavam no uso do aplicativo, contudo consideravam como uma importante ferramenta de comunicação interna.

Na pesquisa quando questionados se eles concordavam na funcionalidade do aplicativo como uma ferramenta de comunicação, a unanimidade prevaleceu e acreditam que através do seu uso podem ser compartilhadas informações como rotinas de trabalho, organização do trabalho e estratégias de trabalho. E no trabalho do autor acima citado ele afirma que os motivos pelos quais os seus entrevistados acreditavam na funcionalidade do uso do aplicativo eram a rapidez, facilidade, abrangência e interatividade da comunicação e por todos possuírem acesso.

As informações que são compartilhadas via aplicativo podem ser passadas por diversos formatos, sendo isso uma das suas maiores vantagens, uma vez que outro aplicativo poderia não oferecer suporte suficiente para que as informações fossem

compartilhadas. Entretanto podemos perceber que existem alguns fatores negativos como por exemplo como o excesso de tempo, o uso da linguagem com utilização de *emojis* e abreviações, a segurança das informações, pois as informações ou documentos ficam expostos onde deveriam ficar restritos apenas ao ambiente interno de trabalho.

Por isso se é necessário que para a utilização do WhatsApp como ferramenta de trabalho, a prefeitura municipal realize a publicação de uma portaria que saliente a utilização do aplicativo no serviço público, além de uma legislação que especifique como deve ocorrer essa utilização, estabelecendo o que pode ser feito e que não é permitido. O WhatsApp como ressaltado pode ser visto como uma importante ferramenta de comunicação, contudo por se tratar de um setor público é necessário estabelecimento dessa legislação a fim de garantir a seguridade das informações compartilhadas, uma vez que o celular é de uso particular de cada indivíduo e isso dificulta que organização exerça um maior controle.

E diante de tudo falado anteriormente é notório afirmar que este estudo, por abordar um tema novo, abre possibilidades para pesquisas futuras, ao mesmo tempo que permitiu conhecer a visão dos funcionários do setor de tributação sobre a aplicabilidade do WhatsApp como uma ferramenta de trabalho. Dentre as possibilidades de pesquisa destaca-se a avaliação do uso do aplicativo como ferramenta de comunicação entre secretárias, os pontos positivos e negativos da utilização do aplicativo como recurso de trabalho num setor público.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCARÁ, Adriana Rosecler, et al. "As redes sociais como instrumento estratégico para a inteligência competitiva." **Transinformação** 18.2 (2006): 143-153.

BASTOS, Virgílio B., and Mariana Viana Santos. "Redes sociais informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional." **Revista de Administração de Empresas** 47.3 (2007): 1-13.

CABRAL, Adnna Macário. Do papel ao digital: a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas—whatsapp como mecanismo de comunicação interna e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho. 2021. **Trabalho de Conclusão de Curso**.

CAVALLO, José Guilherme, and SANDRO Augusto Teixeira Mendonça. "A importância das redes sociais nas decisões organizacionais: um estudo sobre a fidelização de clientes." **Administração de Empresas em Revista** 1.10 (2015): 143-165.

COSTA, Ricardo Araújo. Uma análise do uso de redes sociais como ferramenta para gestão do conhecimento. 2012. Dissertação de Mestrado. **Universidade Federal de Pernambuco**.

DE ALMEIDA, Lana Paula Crivelaro Monteiro. "A utilização do WhatsApp como ferramenta de construção inicial de um trabalho de conclusão de curso." Trabalho de Conclusão de Curso. 2017. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2017/trabalhos/pdf/245.pdf> Acesso em 10 de maio de 2021.

DE MELO, Alliny Carvalho; LOPES, Silvia Marise Araujo. A utilização das redes sociais como ferramenta de comunicação nas faculdades integradas de vitória de santo antão (Faintvisa)-PE.

DE PAIVA, Luiz Fernando, Ana Carolina Ferreira, and Emilayne Feitosa Corlett. "A utilização do WhatsApp como ferramenta de comunicação didático-pedagógica no ensino superior." **Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação**. Vol. 5. No. 1. 2016.

DE SOUSA, Inês Lourenço. "Redes Sociais Corporativas como Ferramenta de Comunicação Interna-estudo de caso da rede social corporativa Workplace by Facebook." (2018).

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

GOULART, Rafaella Dutra et al. O uso do WhatsApp como ferramenta mercadológica no segmento de supermercados. Navus-**Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 9, n. 3, p. 41-54, 2019.

LADAGA, Flavia Mariana, et al. "Whatsapp uma ferramenta emergente para a promoção da saúde." **Enciclopédia Biosfera** 15.28 (2018).

PEREIRA DA SILVA, Sivaldo. "Políticas de acesso à Internet no Brasil: indicadores, características e obstáculos." **Cadernos Adenauer xvi, nº3: Internet e sociedade**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer (2015): 151-171.

SANTOS, Jéssica Caroline dos et al. O uso do aplicativo móvel whatsapp na saúde: revisão integrativa. **Revista Mineira de Enfermagem**, v. 25, p. 1-11, 2021.

ZANCAN, Cláudio, Paulo da Cruz Freire dos Santos, and VANESSA Oliveira Campos. "As contribuições teóricas da análise de redes sociais (ARS) aos estudos organizacionais." **Revista Alcance** 19.1 (2012): 62-82.

## **APÊNDICE**

## QUESTIONÁRIO

### BLOCO 1- DADOS PESSOAIS

Faixa Etária

- ( ) 18 a 25 anos  
 ( ) 26 a 31 anos  
 ( ) 32 a 36 anos  
 ( ) 37 a 41 anos  
 ( ) 42 a 46 anos  
 ( ) Acima de 47 anos

Sexo:

- ( ) Feminino  
 ( ) Masculino  
 ( ) Não declarar

Formação Acadêmica:

- ( ) Ensino Fundamental Completo  
 ( ) Ensino Médio Completo  
 ( ) Ensino Superior Incompleto  
 ( ) Ensino Superior Completo  
 ( ) Pós-graduação incompleta  
 ( ) Pós-graduação completa

### BLOCO 2 – USO DE REDES SOCIAIS

1. Possui acesso à internet?

- ( ) Sim ( ) Não

2. Quais as redes sociais que mais utiliza?

- ( ) Facebook  
 ( ) WhatsApp  
 ( ) Instagram

( ) Twitter

( ) Linklend

( ) Messenger

3. Em média, qual o tempo destinado a redes sociais ?

- ( ) 1 hora  
 ( ) 2 a 4 horas  
 ( ) 4 a 8 horas  
 ( ) 8 horas ou mais

4. O que mais costuma fazer nas redes sociais?

- ( ) Trabalhar  
 ( ) Conversar  
 ( ) Diversão  
 ( ) Estudar  
 ( ) Todas as opções

5. No seu trabalho utiliza as redes sociais para organizar a rotina?

- ( ) Sim ( ) Não

6. O seu chefe costuma compartilhar informações do trabalho através das redes sociais?

- ( ) Sim ( ) Não

### BLOCO 3- O USO DO WHATSAPP

1. Você considera o WhatsApp uma rede social confiável?

- ( ) Sim ( ) Não ( ) Mais ou menos

2. Você utiliza o WhatsApp diariamente?

- ( ) Sim ( ) Não

3. Você considera o uso do WhatsApp como importante ferramenta de trabalho?

Sim  Não

4. De acordo com seu ponto de vista podemos usar o WhatsApp pode facilitar nos processos de organização do trabalho?

Sim  Não

**5. É possível utilizar o WhatsApp para passar informações sobre o que deve ser feito, como ser feito e por que ser feito em um ambiente administrativo?**

---



---



---



---



---

**6. Com o WhatsApp é possível estabelecer uma relação mais próxima entre o gestor e os demais funcionários?**

---



---



---



---



---

7. Que tipo de informações pode ser repassadas pelo WhatsApp?

- Rotina do dia
- Organização das tarefas
- Divisões de trabalho
- Motivações para o dia-a-dia
- Estratégias de organização

8. Baseado na sua rotina com quantas pessoas em média você se relaciona diariamente?

1 a 5

5 a 10

10 a 15

15 a 20

9. Você mantém esse contato tanto fisicamente como de maneira remota?

Sim  Não

10. De maneira geral, acredita que o uso do WhatsApp é uma ferramenta positiva para o trabalho gerencial das empresas?

Sim  Não

