



**Campus Santana do Livramento
Graduação em Administração
Trabalho de Curso**

**O USO DO APLICATIVO WHATSAPP NO ÂMBITO DE TRABALHO:UM ESTUDO
EM EMPRESAS DE COMÉRCIO EXTERIOR**

Autoria: Lia Enar Cardoso De Mello
Orientador: Kathiane Benedetti Corso

RESUMO

O estudo faz uma análise do uso WhatsApp como ferramenta de comunicação interna e externa nas organizações. Objetiva-se analisar como é a dinâmica do uso do WhatsApp no trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instalados no Brasil e no Uruguai. Quanto à metodologia trata-se de uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa. A técnica de coleta de dados escolhida foi a entrevista semiestruturada via Google Meet, sendo realizada entre outubro e novembro de 2023. Ao todo foram entrevistados oito gestores, sendo destes cinco brasileiros e três uruguaios. A análise foi dividida em quatro blocos nos quais abordam-se primeiramente a dinâmica do uso do WhatsApp na percepção dos entrevistados, analisando-se o processo da comunicação bem como procurando identificar quais suas vantagens e desvantagens. Como resultados notou-se que a maioria dos entrevistados relataram muitas vantagens tais como: Agilidade, clareza, credibilidade, eficiência e a suma importância na comunicação tanto interna como externa. No que se refere a agilidade dos processos e contatos com os clientes, também notou-se que alguns gestores não se sentem totalmente seguros ao transmitirem informações via WhatsApp, no que se refere a segurança de dados verifica-se a existência de uma linha tênue entre a utilização do WhatsApp corporativo e o pessoal, além disso não saber limitar o tempo disponível a assuntos laborais estão entre as desvantagens do uso do WhatsApp apontadas pela pesquisa. Assim obstáculos e dificuldades da utilização do aplicativo no ambiente de trabalho ainda são bastante imprevisíveis, e os seus possíveis pontos negativos e positivos vão se desenvolvendo lentamente no âmbito organizacional,

Palavras-chave: Tecnologia; organizações; gestores; WatsApp.

ABSTRACT

The study analyzes the use of WhatsApp as an internal and external communication tool in organizations. The objective is to analyze the dynamics of using WhatsApp in the work of managers of export and import companies located in Brazil and Uruguay. As for the methodology, it is a descriptive research, with a qualitative approach. The data collection technique chosen was the semi-structured interview via Google Meet, carried out between October and November 2023.

In total, eight managers were interviewed, five of whom were Brazilians and three Uruguayans. The analysis was divided into four blocks, which first address the dynamics of WhatsApp use in the interviewees' perception, analyzing the communication process as well as seeking to identify its advantages and disadvantages. As a result, it was noted that the majority of interviewees reported many advantages such as: Agility, clarity, credibility, efficiency and the utmost importance in both internal and external communication. With regard to the agility of processes and contacts with customers, it was also noted that some managers do not feel completely safe when transmitting information via WhatsApp, with regard to data security there is a fine line between the use of corporate and personal WhatsApp, in addition to not knowing how to limit the time available for work matters are among the disadvantages of using WhatsApp highlighted by the research. Therefore, obstacles and difficulties in using the application in the workplace are still quite unpredictable, and its possible negative and positive points are slowly developing at the organizational level,

Keywords: Technology; organizations; managers; WhatsApp.

RESUMEN

El estudio analiza el uso de WhatsApp como herramienta de comunicación interna y externa en las organizaciones. El objetivo es analizar la dinámica del uso de WhatsApp en el trabajo de gerentes de empresas exportadoras e importadoras ubicadas en Brasil y Uruguay. En cuanto a la metodología, se trata de una investigación descriptiva, con enfoque cualitativo. La técnica de recolección de datos elegida fue la entrevista semiestructurada vía Google Meet, realizada entre octubre y noviembre de 2023. En total se entrevistaron ocho directivos, cinco de los cuales eran brasileños y tres uruguayos. El análisis se dividió en cuatro bloques, que abordan en primer lugar la dinámica del uso de WhatsApp en la percepción de los entrevistados, analizando el proceso comunicativo además de buscar identificar sus ventajas y desventajas. Como resultado se pudo observar que la mayoría de los entrevistados reportaron muchas ventajas como: Agilidad, claridad, credibilidad, eficiencia y la máxima importancia en la comunicación tanto interna como externa. En cuanto a la agilidad de los procesos y contactos con los clientes, también se observó que algunos directivos no se sienten del todo seguros al transmitir información vía WhatsApp, en cuanto a la seguridad de los datos existe una delgada línea entre el uso del WhatsApp corporativo y el personal, en además de no saber limitar el tiempo disponible para asuntos laborales se encuentran entre las desventajas del uso de WhatsApp que destaca la investigación. Por lo tanto, los obstáculos y dificultades en el uso de la aplicación en el lugar de trabajo siguen siendo bastante impredecibles, y sus posibles puntos negativos y positivos se están desarrollando lentamente a nivel organizacional.

Palabras clave: Tecnología; organizaciones; gerentes; WhatsApp.

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo é a utilização do aplicativo WhatsApp no âmbito organizacional, no que se refere a comunicação corporativa, tendo como objetivo geral analisar como é a dinâmica de uso do WhatsApp no trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas na fronteira entre Brasil e Uruguai e como objetivos específicos analisar o processo de comunicação via WhatsApp no trabalho de gestores das empresas de exportação e importação de

empresas instaladas no Brasil e no Uruguai, Identificar as vantagens e desvantagens do uso do WhatsApp como meio de comunicação interna no trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e no Uruguai e comparar as diferenças e similaridades no uso do WhatsApp para comunicação interna e rotina de trabalho de gestores e funcionários de empresas privadas. A problemática de pesquisa relaciona-se a dinâmica de uso do WhatsApp no trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e Uruguai tendo em vista seus aspectos positivos e negativos.

Nos últimos trinta anos com a evolução das tecnologias houve um impacto e uma mudança muito grande na forma como os indivíduos se comunicam tanto a pequenas quanto a grandes distâncias. Antes do mundo estar interligado pela internet, a comunicação a longa distância era fundamentalmente por cartas e a curta distância por diálogo presencial, ou seja, não havia espaço para versatilidade neste quesito, as empresas apenas precisavam adequar-se a esta realidade (CORREA, 2022).

Com o advento das novas tecnologias surgiram ferramentas como o fax e posteriormente o e-mail, que criaram um contexto de melhor comunicação até mesmo entre setores de uma mesma empresa. Com a criação dos aplicativos e sistemas de comunicação instantânea, em decorrência da popularização de smartphones e do wi-fi, houve uma verdadeira revolução na maneira como o ser humano se comunica. A comunicação em tempo real tornou possível falar com pessoas instantaneamente, gerando, por consequência, um aumento de informações diárias. Hoje se tem como expoente em termos de comunicação à distância o WhatsApp devido a sua versatilidade, permitindo o compartilhamento de diversos tipos de mídias e de chamadas de voz e de vídeo (ETCHEVERRY, 2019).

A comunicação no contexto organizacional é uma ferramenta essencial, pois é por seu intermédio que as diversas partes integrantes conseguem formar um todo em busca de objetivos comuns. Há diversas formas e meios de comunicação, devendo a empresa utilizar-se das que melhor se adaptam a sua realidade, nenhum meio de comunicação é totalmente certo ou errôneo, apenas atende melhor as necessidades de um dado sistema. Sobre a utilização de redes sociais e aplicativos como o WhatsApp como meios de comunicação no contexto organizacional Avanzi e Weber (2020), com fundamento em uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, afirmam que elas são uma realidade e que a sua utilização gera um impacto sobre o mercado financeiro, devido a agilidade na troca de informações.

O WhatsApp, com intuito de melhor atender a demanda empresarial, conta hoje com o WhatsApp Business o qual oferece uma série de recursos que ajudam na comunicação com potenciais clientes de maneira fácil, rápida e segura, disponibilizando horário de atendimento e catálogo de produtos, por exemplo. Atualmente, no Brasil, já existem cerca de 5 milhões de usuários desta ramificação do aplicativo, sendo que 72% das empresas já incorporaram o WhatsApp Business em suas operações diárias (SEBRAE, 2022).

Em contrapartida, no que se refere a utilização destas novas tecnologias, principalmente aquelas do tipo móveis e sem fio, como o WhatsApp, há inúmeras críticas envolvendo o seu uso excessivo, pois o envolvimento com o mundo virtual está ligado a solidão, a dificuldade de interação social e a uma série de problemas psicológicos como a depressão e a ansiedade, além de doenças envolvendo a coluna e a visão. Ressaltando o caráter dúplice da entrada deste tipo de tecnologia nas organizações e o quanto a sua prática deve ser refletida tanto pelos gestores quanto pelos colaboradores (GOULART, 2022).

Partindo deste contexto, positivo e negativo, o presente estudo busca analisar como é a dinâmica de uso do aplicativo WhatsApp no âmbito de trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil (BR) e no Uruguai (UY).

Justifica-se a escolha do tema devido a importância exercida pela comunicação nas empresas, e o quanto a tecnologia pode impactar positiva ou negativamente e de forma significativa em empresas voltadas para a exportação já que em suas práticas cotidianas há uma grande necessidade de interligação entre pessoas de diferentes culturas. Além disso as diferenças de índole geográfica demandam uma rapidez maior na troca de informações, podendo ser o WhatsApp uma forma interessante de prover estas demandas.

Por fim, destaca-se que este estudo está estruturado em cinco seções. Sendo a primeira seção, a introdução, na qual apresentou-se o tema e objetivos de estudo. A seção 2 apresenta o referencial teórico sobre a comunicação e a tecnologia no ambiente de trabalho e o uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho. A seção 3 apresenta os procedimentos metodológicos para esta pesquisa. Na seção 4 são apresentados os resultados da pesquisa e na seção 5, expõe-se as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Alves (2019), é essencial para todas as empresas acompanharem as mudanças no mercado e compreenderem as necessidades e desejos dos clientes no contexto digital. Isso se torna fundamental para a sobrevivência das empresas, pois possibilita a entrega de uma vantagem competitiva através da adoção de modelos de negócio digitais.

Pollak e Markovic (2021) também destacam que ao longo dos últimos trinta anos, desde o surgimento da internet e das tecnologias da informação, as atividades desempenhadas pelas empresas passaram por significativas transformações, conforme foi possível desvelar.

2. A comunicação e a tecnologia no ambiente de trabalho

Meadows (2001) explica que a comunicação possui diversos significados a depender da área do conhecimento sob a qual é analisada, já que é um processo muito amplo e complexo, atendendo aos mais diversos objetivos propostos.

Em especial no meio organizacional o diálogo é a principal ferramenta organizadora dos processos de interação, sem a qual nenhuma ação pensada pode ser efetivamente implementada. Assim a comunicação é o centro motriz de uma organização, sem uma boa comunicação é impossível o agir empresarial (ETCHEVERRY, 2019). Conforme mencionado por Curvello (2012), a comunicação organizacional desempenha um papel fundamental na construção de um universo simbólico que, juntamente com as políticas de administração de recursos humanos, contribui para aproximar e integrar os públicos aos princípios e objetivos centrais da organização.

Para a existência de uma organização eficiente é necessária a divisão de tarefas, no entanto os diversos departamentos devem possuir um elo de troca de informações para que o todo possa funcionar de maneira positiva. Essa interdependência se efetiva por intermédio da comunicação, que no contexto empresarial é o processo de recebimento e transferência de informações. Podendo-se concluir que se uma organização pretende alcançar suas finalidades dependerá de uma comunicação ágil e eficaz (MAXIMILIANO, 2000).

Chiavenato (2011) também destacando a importância da comunicação no meio organizacional elenca dois objetivos fundamentais da comunicação corporativa, quais sejam efetivar a troca de informações entre os envolvidos como forma de compreender suas atividades e criar um ambiente de motivação, cooperação e satisfação entre os sujeitos. Comunicar é antes de tudo uma atividade social, inerente a qualquer meio no qual exista interação entre os sujeitos, é por intermédio dela que o ser humano se desenvolve. No contexto organizacional não existe uma única

forma de comunicar-se de forma eficiente, mas inúmeras a depender da finalidade proposta e da situação específica na qual ela está sendo utilizada, sendo a falta de compreensão deste quesito uma das principais falhas no sistema de comunicação de uma empresa.

A empresa possui uma relação estreita com a sociedade, influenciando-a e sendo influenciada por ela. Por este motivo é inevitável mantê-la alheia às mudanças sociais. Uma das transformações mais significativas na sociedade moderna foi a chegada da internet e o contínuo desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Essa evolução trouxe consigo uma enorme quantidade de informações variadas, que são geradas e disseminadas em um curto espaço de tempo e de forma constante, ocasionando a possibilidade de acesso e recuperação rápida e efetiva das informações (CALDAS; SILVA, 2016).

A informação e os processos de comunicação sempre desempenharam um papel importante na evolução das estratégias empresariais e no desenvolvimento das organizações. No entanto, no contexto atual torna-se ainda mais importante compreender a complexidade envolvida na gestão estratégica da informação e dos processos de comunicação. Nesta era de rápidas transformações e contextos cada vez mais complexos, o que exige que as organizações busquem novas abordagens de gestão para enfrentar a competitividade (CARDOSO, 2006).

É neste contexto que as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) assumem um papel de destaque, pois têm provocado mudanças significativas no desenvolvimento das competências dos colaboradores. Por meio do aprimoramento de conhecimentos, habilidades e atitudes, as TDIC têm impulsionado transformações nas organizações (NETO; ALBUQUERQUE, 2021).

Nas atuais configurações do trabalho, que são influenciadas pela necessidade de adaptação das organizações e seus colaboradores à evolução técnico-científica, assim como às demandas conjunturais, como a pandemia da Covid-19, torna-se essencial uma nova configuração das atividades laborais por meio da incorporação das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) no ambiente de trabalho. Essa incorporação se faz necessária para permitir a continuidade das operações, facilitar a comunicação e colaboração remotas, além de proporcionar eficiência e flexibilidade no desempenho das tarefas (NETO; ALBUQUERQUE, 2021).

A tecnologia da informação e da comunicação são instrumentos poderosos para aproveitar as potencialidades estratégicas e promover a ampliação e integração das estruturas organizacionais. É através delas que as organizações desenvolvem funções, tomam decisões e estabelecem conexões com clientes, fornecedores e parceiros. Devido a demanda externa por capacidades modernas ligadas a comunicação, como agilidade e eficácia, as organizações passaram a repensar, complementar e aprimorar seus referenciais teóricos e metodológicos tradicionais, formulando e disseminando estratégias que considerem os processos de comunicação como suportes eficazes e competentes para sua existência e ação (CARDOSO, 2006).

Toda esta mudança em termos de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) ocasionou um impacto direto no sistema de gestão das empresas, já que envolve um intenso processo de tomada de decisões. Não basta a importação de sistemas prontos, é necessário um pensar dentro das especificidades daquele contexto organizacional. Não se deve, tampouco, tentar homogeneizar os ambientes. A tecnologia possui uma tendência a padronizar situações o que acaba criando uma organização engessada. A gestão de uma empresa deve buscar formas de adaptar não só o meio as novas tecnologias, mas também de adaptar as diversas ferramentas tecnológicas disponíveis àquela cultura organizacional, esta diversidade é importante e deve ser incentivada (ETCHEVERRY, 2019, p. 179).

Nesse sentido, a comunicação organizacional, empresarial e corporativa são frequentemente consideradas sinônimas do termo "comunicação interna". Conforme definido por

Santos (2018), a comunicação interna ocorre nas organizações por meio de sistemas de troca de informações que facilitam a interação entre os diferentes setores. É por meio dessa comunicação interna que os funcionários se tornam mais influentes, integrados e bem informados sobre o que acontece dentro da organização, passando a fazer parte dela. Isso possibilita que os funcionários estabeleçam laços de amizade e fortaleçam seu sentimento de pertencimento. Com base nisso, é mais fácil compreender a importância de suas funções dentro de suas equipes de trabalho (SANTOS, 2018).

As redes sociais, que anteriormente eram utilizadas principalmente como meios de contato e interação, ganharam um novo significado para aqueles que não estavam acostumados a associar negócios a essas plataformas. Foi observado com frequência o uso do Instagram, WhatsApp e outras plataformas similares como meios para a compra e venda de mercadorias e serviços (NETO, 2021).

Uma forma de realizar uma comunicação imediata e inclusiva com o público interno é por meio do WhatsApp. O WhatsApp tem se mostrado uma ferramenta excelente para compartilhar informações de forma ágil, ampla e precisa. De acordo com a pesquisa da Ideafix (2020), o WhatsApp foi eleito como a ferramenta preferida pelos colaboradores, sendo a opção mais escolhida em 38,7% dos casos.

Neste sentido o WhatsApp apresenta-se como uma ferramenta de trabalho percebida como útil pelos envolvidos devido as novas demandas sociais oriundas do processo de globalização e de tecnologia em massa.

2.2 Uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho

Com o avanço tecnológico, surgiram novas formas de comunicação, buscando atender à necessidade de uma comunicação rápida, abrangente e eficaz. Em 2009, Jan Koum, um empreendedor originário de Kiev, capital da Ucrânia, desenvolveu o WhatsApp, um aplicativo de mensagens instantâneas para dispositivos móveis, que proporciona uma comunicação mais ágil e redução de custos (SOUZA *et al.*, 2014). Segundo Souza et al. (2014), o *WhatsApp* é considerado uma das ferramentas mais empreendedoras do mundo, oferecendo como principal atrativo a possibilidade de troca instantânea de informações entre usuários de todo o planeta, por meio de tecnologia e inovação.

O uso das Tecnologias da Informação Móveis e Sem fio (TIMS), das quais o WhatsApp faz parte, proporcionará uma maior flexibilidade no contexto organizacional ao permitir maior liberdade e acessibilidade aos envolvidos e comunicação instantânea. A partir daí abre-se uma ampla margem para se colocar em prática novos projetos e organizações que exijam processos mais complexos. No entanto, a rápida expansão das TIMS e suas possíveis consequências e potencialidades ainda é de difícil apreciação pelos especialistas devido às características do fenômeno, sendo uma das maiores revoluções experimentadas pela sociedade em toda a história da civilização. A tecnologia como qualquer outra mudança possui lado positivo e negativo, dependendo de sua forma de abordagem (KLEIN; KARL; CUNHA, 2014).

Segundo Corso (2013) a utilização de tecnologias móveis sem fio é o cerne da terceira onda da computação, que surgiu nos anos 90. Essa tecnologia possibilita uma maior praticidade para a utilização da internet, por exemplo, já que um celular é muito mais acessível que um computador. Já em 1991 Weiser previu que a terceira onda culminaria com os computadores totalmente integrados à vida cotidiana dos indivíduos. Neste contexto os grandes computadores acabariam desaparecendo cedendo espaço à tecnologia sem fio, que por sua vez passariam a fazer parte dos objetos mais comuns, como as canetas. O ser humano passa a conviver e a interagir constantemente

com computadores sem fio.

A adoção em massa das TIMS não ocasionou apenas uma mudança em termos de tecnologia e comunicação, mas na sociedade como um todo. Houve um impacto direto na cultura, já que a forma de interação mudou completamente a interação com o mundo virtual, mudou a vida cotidiana das pessoas desde o consumo até o lazer (GOULART, 2022).

A utilização destes dispositivos no meio organizacional possui um viés dual, já que com a sua implementação o foco pode sair da ação humana e migrar para a tecnologia. O excesso de tecnologia sem organização e sem reflexão sobre as reais necessidades da organização são determinantes e subsidiam resultados positivos ou negativos. Como questões positivas pode-se citar acesso a dados transnacionais, melhor aproveitamento do tempo e melhor capacidade de comunicação, já como aspectos negativos, cita-se a sobrecarga de dados, perda de privacidade, isolamento e individualismo. Sob esta perspectiva pode-se perceber que os aspectos positivos estão relacionados à organização, já os negativos refletem na realidade do indivíduo (SACCOL; REINHARD, 2005).

Na realidade brasileira um impulso definitivo para a adoção de celulares e outras tecnologias móveis sem fio, como forma de comunicação corporativa foi a pandemia de Covid-19, que obrigou tanto empresas quanto funcionários a adaptarem-se ao trabalho remoto (home office), devido a necessidade de confinamento como forma de evitar o contágio. Porém, o processo de adaptação ainda não terminou e ainda não se pode precisar as suas possíveis consequências (BRANT; MOURÃO, 2020).

O uso de aplicativos como o WhatsApp como forma de comunicação, tanto entre departamentos internos, quanto entre organizações é uma realidade difícil de ser contornada, o que resta aos gestores é utilizar tais ferramentas de maneira adequada e voltada aos interesses da organização, tendo em vista, principalmente os aspectos de mobilidade, praticidade e comunicação. Na sociedade digital há uma necessidade por mobilidade e flexibilidade além de valores exclusivos como autonomia e cooperação, a utilização de celulares no contexto de trabalho garantiu uma maior mobilidade ao trabalhador, inclusive temporal-geográfica, já que nem sempre é necessária a sua presença física no local de trabalho. (COSTA, 2017)

Nesse sentido, as empresas têm adotado cada vez mais o *WhatsApp* devido à sua grande utilidade para empreendedores, permitindo uma boa comunicação com colaboradores e servindo como uma ferramenta de trabalho, além disso o aplicativo é de uso gratuito e de fácil manuseio, tornando-o bastante acessível aos mais diversos tipos de colaboradores que integram uma organização (SOUZA *et al.*, 2014).

Junqueira et al. (2014) destacam diversas vantagens no uso das mídias sociais para a comunicação empresarial, incluindo o amplo alcance das informações, a velocidade de disseminação das mensagens e a facilidade de uso dessas plataformas, que muitas vezes são gratuitas. Além disso, considera-se o aumento constante do número de usuários da internet, o que amplia o potencial de alcance das mensagens.

Venas e Lopes (2016) destacam que o *WhatsApp* está sendo reconhecido cada vez mais como uma forma de comunicação organizacional, indo além de suas funções sociais e sendo ativamente utilizado como uma ferramenta de trabalho. No entanto, os autores ressaltam que, para que as empresas possam fazer um bom uso das tecnologias, é necessário que haja orientação e estímulo, vontade política, determinação e liderança, comprometimento, compartilhamento de visões, planejamento, capacidade de assimilar inovações e consciência em toda a organização, principalmente por parte da alta administração. Esses elementos são essenciais para garantir que a utilização das tecnologias seja eficaz e alinhada aos objetivos estratégicos da empresa (VENAS; LOPES, 2016).

Ainda, Santos (2018) destaca que o *WhatsApp* tem ganhado relevância no mundo corporativo devido à sua agilidade, baixo custo, facilidade de uso e ampla gama de ferramentas úteis. O autor ressalta que o aplicativo tem sido cada vez mais incorporado no setor comunicacional das organizações, sendo utilizado para se comunicar com fornecedores, prestar serviços, facilitar a comunicação interna e atender clientes. Santos também enfatiza que o *WhatsApp* é bem visto por sua conexão rápida e pela disponibilidade de recursos que permitem alcançar diversos objetivos.

Horta e Mascarenhas (2017) destacam que o aplicativo *WhatsApp* é amplamente utilizado tanto no âmbito pessoal quanto no profissional, sendo bem aceito pelos clientes devido ao seu alto alcance e baixo custo. Segundo os autores, caso ocorra um bloqueio do aplicativo por parte da empresa responsável, por exemplo, em cumprimento a uma determinação judicial, isso teria um impacto significativo nos negócios das pessoas que utilizam o *WhatsApp* como ferramenta de trabalho. Isso se deve ao fato de que o aplicativo proporciona uma redução nos custos de divulgação e melhora o relacionamento com os clientes. Portanto, no caso de uma possível interrupção, poderia afetar negativamente a comunicação e as estratégias de negócios das empresas que dependem do *WhatsApp*.

Para Morozov (2020) os aplicativos e sistemas proprietários das grandes empresas de tecnologia liberaram as empresas de comunicação da necessidade de desenvolver seus próprios sistemas técnicos. O *WhatsApp*, e-mail, Instagram, Facebook e Trello se tornaram ferramentas essenciais no ambiente de trabalho. Além de facilitarem o contato com fontes e equipes profissionais, também desempenham um papel fundamental na produção e circulação de conteúdo. Esses aplicativos dispensaram até mesmo sistemas próprios de controle de tempo de trabalho.

Fazolo e Rocha (2020) apontam que o *Smartphone* tem o potencial de aumentar a eficiência, desde que sejam adotadas medidas adequadas, uma vez que o próprio dispositivo oferece soluções por meio de uma variedade de aplicativos que contribuem para esse objetivo. A administração pode incentivar os funcionários a aproveitar esses dispositivos em prol da empresa, o que resultará em benefícios mútuos. Além disso, os profissionais também podem sugerir iniciativas para impulsionar a produtividade na empresa e compartilhar essas informações com familiares e amigos, utilizando a tecnologia para agregar valor às pessoas. O autor apontou ainda que, durante a pesquisa realizada, foi observado que um grupo significativo de entrevistados mencionou os impactos negativos na produtividade causados pelo uso excessivo do *smartphone*. Eles relataram ter tido que tomar medidas para manter o foco no trabalho devido às distrações causadas pelos dispositivos, sendo que alguns aplicativos, como redes sociais, foram apontados como contribuintes para essas distrações (FAZOLO E ROCHA, 2020).

Sobre os possíveis pontos negativos da utilização de *smartphones* e aplicativos como o *WhatsApp*, dispõe que não obstante todas as vantagens da utilização é importante ressaltar que quanto mais se insere essas práticas na vida cotidiana dos indivíduos, mais dependência entre sujeito e aparelho é criada, chegando ao ponto de tornar-se uma patologia, e de ser um dos principais fatores que implicam na solidão devido a dificuldade de socializar. A solidão, por sua vez, é causa de patologias severas, estando relacionada ao desenvolvimento de ansiedade e depressão (GOULART, 2022).

Dado este panorama teórico sobre o assunto de pesquisa, passa-se a análise e exposição dos procedimentos metodológicos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, com abordagem qualitativa, e foca na análise da utilização do aplicativo de mensagens *WhatsApp* como uma ferramenta de

trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e no Uruguai. O autor Gil (2008) define a pesquisa descritiva como as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Ainda de acordo com Gil (2008), o objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido ou explorado. Assim, se constitui em um tipo de pesquisa muito específica, sendo comum assumir a forma de um estudo de caso, exatamente do modo como se aplica neste estudo.

A pesquisa é descritiva porque tem como objetivo descrever a realidade das empresas colaboradoras em termos de uso do aplicativo WhatsApp como forma de comunicação interna e externa. Busca também descrever os pontos negativos e positivos desta utilização, sem, contudo, propor uma solução para este impasse. As perguntas foram elaboradas de modo a melhor compreender e descrever como os aplicativos de comunicação estão sendo aproveitados no meio organizacional, sem desprezar as possíveis críticas e as consequências negativas desta prática.

Para a realização desta pesquisa, foi utilizado o método qualitativo, segundo Fraser e Gondim (2004), na abordagem qualitativa, além de conhecer as opiniões das pessoas sobre um determinado tema, busca-se compreender as motivações, significados e valores que sustentam essas opiniões e visões de mundo. Em outras palavras, é dar voz ao outro e compreender a perspectiva a partir da qual ele se expressa.

O objetivo dessa abordagem metodológica é explorar o aspecto subjetivo e pessoal do entrevistado em relação à sua experiência vivida, que será descrita de forma detalhada. A pesquisa qualitativa geralmente oferece a vantagem de gerar sugestões para estudos futuros à medida que a pesquisa avança (GEPHART, 2004), encaixando-se perfeitamente no estudo em tela, tendo em vista a necessidade de obter-se maiores estudos no que se refere ao uso do WhatsApp para comunicação interna e gestão de empresas.

A técnica de coleta de dados escolhida foi a entrevista semiestruturada via google Meet e foi realizada de outubro a novembro de 2023. O primeiro contato foi feito via WhatsApp através de uma mensagem aos gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e no Uruguai explicando o teor da pesquisa e os convidando-os a participar deste estudo. Sendo um total de cinco gestores brasileiros e três gestores uruguaios. O roteiro da entrevista foi elaborado a partir do trabalho de Corso (2013) e tendo como base o questionário elaborado pela autora. O instrumento foi validado por uma doutora especialista na temática. Posteriormente a entrevista foi feita de forma individual via Google Meet no idioma português aos gestores brasileiros em um total de cinco instalados nas seguintes cidades brasileiras: Caxias do Sul-RS; Erechim-RS; São Mateus do Sul-RS; Ilópolis-RS; Arvorezinha-RS; Xaxim- SC; Porto Alegre-RS e São Paulo-SP e no idioma espanhol os gestores uruguaios em um total de três instalados nas seguintes cidades uruguaias: Tacuarembó-Rou; Solimar-Canelones-Rou e Montevideo-Rou e gravados através de um aplicativo gravador de voz baixado no play store no celular da autora da entrevista desta forma possibilitou a análise detalhada das respostas recebidas. Este é o método de coleta de dados que permite ao pesquisador um relacionamento direto com o grupo estudado. Ela, como qualquer base de dados, se torna mais eficiente quando o universo de respostas obtidas se torna maior (MARTINS, 2018).

A entrevista é uma forma de interação social em que o entrevistador inicia uma conversa com uma ou mais pessoas, buscando obter informações relevantes para a pesquisa ou extrair visões e opiniões dos entrevistados. Durante a entrevista, o entrevistador formula perguntas aos entrevistados, que respondem oralmente (MINAYO, 2009; VERGARA, 2010; MARCONI; LAKATOS, 2003; GIL, 2008).

O universo ou população de uma pesquisa é definido como a área ou grupo de pessoas que são alvo da pesquisa. Ele representa o conjunto de seres animados ou inanimados que possuem

pelo menos uma característica em comum, conforme descrito por Marconi e Lakatos (2003). É importante determinar claramente o universo ou população da pesquisa para garantir que os resultados sejam representativos e generalizáveis para o grupo específico de interesse. No presente estudo, o Universo da Pesquisa dar-se-á na seara dos gestores de empresas de exportação e importação localizados no Brasil (BR) e no Uruguai (UY).

O instrumento de coleta dar-se-á através de entrevista semiestruturada, apresentada em Apêndice A, realizada via google Meet oralmente e focada em buscar identificar como o WhatsApp colaborou com a comunicação interna e produtividade da empresa, bem como a forma como a tecnologia aprimorou o desenvolvimento da gestão das empresas de importação e exportação instaladas no BR-UY.

No que se refere às técnicas de análise de dados Vergara (2010) explica que são determinadas de acordo com a abordagem adotada na pesquisa. No caso da abordagem qualitativa, essas técnicas têm como objetivo apresentar os dados de forma codificada, estruturada e analisada. Isso significa que a análise dos dados qualitativos envolve a categorização, organização e interpretação dos dados coletados, a fim de identificar padrões, temas, relações e significados subjacentes. Essas técnicas ajudam a compreender e extrair insights dos dados qualitativos de maneira sistemática e rigorosa.

Neste sentido as entrevistas foram transcritas em documentos de textos sendo um para cada entrevistado nos quais foram mantidos o idioma de nosso país para isso se fez necessário a tradução via Google Tradutor das entrevistas em espanhol, cada entrevista durou em média vinte a vinte cinco minutos as quais foram organizados, codificados, reduzidos, transformados para chegar aos resultados e verificar as conclusões que foram encontradas.

Dessa forma, a Análise de Conteúdo interpretativa é uma ferramenta valiosa para a presente pesquisa por proporcionar uma compreensão mais profunda e contextualizada dos dados das entrevistas aplicadas às empresas objeto do estudo. A seguir apresenta-se os resultados obtidos nesta pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a apresentação dos resultados desta pesquisa optou-se pela subdivisão desta seção em quatro partes. Sendo que na subseção 4.1 apresentam-se as características e o perfil dos entrevistados. Na subseção 4.2 abordaremos o uso do WhatsApp no contexto organizacional. Na subseção 4.3 abordaremos as vantagens da comunicação via whatsapp. Por fim, a subseção 4.4 apresenta as desvantagens da comunicação via WhatsApp.

4.1 Contexto do estudo e perfil dos entrevistados

Os gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e no Uruguai foram o campo de pesquisa por atuarem como gestores, diretores, coordenadores, chefes e alguns proprietários de empresas. Neste sentido, tem-se o intuito de analisar o uso do aplicativo WhatsApp em seu âmbito do trabalho considerando suas vantagens e desvantagens para a comunicação interna e externa de suas organizações.

QUADRO 1 - Perfil dos Entrevistados

Código	Idade	Função	Cidade	País
---------------	--------------	---------------	---------------	-------------

B1	55 anos	Financeiro/Exportação	Caxias do Sul-RS	Brasil
B2	33 anos	Proprietário/Exportação	São Mateus-RS Ilópolis-RS Arvorezinha-RS	Brasil
B3	44 anos	Diretor/Gerente Internacional	Xaxim-SC	Brasil
B4	63 anos	Diretor/ Proprietário	Porto Alegre-RS	Brasil
B5	41 anos	Coordenador de exportação e importação	São Paulo-SP	Brasil
U1	57 anos	Chefe de compras/Importação	Tacuarembó	Uruguai
U2	65 anos	Chefe de Importações e vendas	Solimar-Canelones	Uruguai
U3	28 anos	Auxiliar de exportações	Montevideo	Uruguai

Legenda das siglas: B1; B2; B3, B4; B5 (Brasileiros)

Legenda das siglas: U1; U2; U3 (Uruguaios)

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Conforme quadro 1, com relação a idade pode-se observar que os respondentes possuem idades entre 28 anos e 65 anos, todos atuam como gestores de empresas de exportação e importação em um total de cinco brasileiros, destes, três atuam na gestão de empresas brasileiras os quais estão codificados como: B1, B3, e B5 sendo que B2 e B4 são diretores/proprietários os quais também atuam na gestão de suas empresas e três gestores de empresas uruguaias que estão codificados como: U1, U2 e U3.

4.2 O uso do WhatsApp no contexto corporativo

O uso do WhatsApp pode facilitar significativamente a comunicação entre gestores do comércio exterior, proporcionando benefícios que ampliam sua utilização. Neste sentido se mostra uma ferramenta eficaz de comunicação instantânea, ágil nas negociações, facilita o compartilhamento de documentos, coordenação em fusos horários diferentes, construção de relacionamentos profissionais, acompanhamentos de operações. A utilização do WhatsApp oferece uma plataforma eficaz para melhorar a comunicação entre gestores do comércio exterior, promovendo a eficiência, a agilidade e a construção de relacionamentos profissionais. Esses benefícios podem ampliar sua utilização e impactar positivamente as operações comerciais globais, como se pode observar a seguir:

Com a análise dos dados levantados através das entrevistas realizadas pode-se inferir de forma geral que os entrevistados vislumbram que a utilização do WhatsApp é um aspecto positivo na comunicação corporativa, e que todos os representantes das empresas declaram que há utilização do aplicativo como ferramenta de comunicação. Ainda, a adoção do WhatsApp no ambiente empresarial representa a criação de uma linha tênue entre a vida privada e a profissional dos entrevistados. Neste sentido B1 comenta: "...eu tirei férias esses dias, fiquei uma semana fora não teve como desconectar o WhatsApp, não adianta, não dá, sempre disponível no WhatsApp, sempre,

infelizmente” e ao ser questionado se fora do ambiente de trabalho costuma responder algum assunto de trabalho, B2 ele confirma: " ... todo o tempo, vinte e quatro horas por dia". Essas evidências encontram-se nos estudos de BAUMAN, 2011.

“[...] nunca estamos a uma distância do escritório maior que uma chamada telefônica ou mensagem de texto [...]. As fronteiras (antes sacrossantas) separando lar e escritório, horário de trabalho e tempo livre, ou horário de lazer, foram quase eliminadas [...]" (BAUMAN, p.99, 2011).

Ou seja, há um alargamento da jornada de trabalho para além do horário, restando evidente por intermédio do questionamento sobre o costume de responder mensagens corporativas via WhatsApp fora do horário de trabalho, a qual o número expressivo de cinco entrevistados respondeu afirmativamente. Além disso a maioria dos entrevistados responderam negativamente à pergunta a respeito de limitar o tempo disponível para assuntos corporativos, como afirma U2:” ...não, sempre que alguém manda mensagem, sempre respondo, ou uma chamada de um número que não conheço, logo respondo, ou pouco mais tarde”. Esta situação de desconforto gerada pelo alargamento da jornada de trabalho é um ponto a ser revertido pelas empresas já que conforme Chiavenato (2011) a comunicação organizacional deve ter como objetivo também o bem-estar entre os envolvidos, ajudando na motivação e engajamento. É necessário que o uso do aplicativo não se torne uma carga para os funcionários, já que a empresa depende da satisfação pessoal de seus colaboradores para que o todo possa se desenvolver.

Quando questionados sobre o costume de responder mensagens não corporativas em ambiente de trabalho há um equilíbrio maior, porém, ainda assim a maioria responde que sim, demonstrando novamente que há uma confusão entre vida privada e profissional dos entrevistados. Isto foi evidenciado pelos entrevistados nos seguintes trechos: "Sim, correto" (U1); "sim, utilizamos para fins pessoais como laborais sem distinção" (U2); "Mentira diria se fosse não, né? (B3); " Sim, no ambiente do trabalho porque o meu trabalho é que eu sou a parte, porque eu trabalho dentro de casa, meu escritório, está vendo aqui? Esse é meu escritório, mas, eu saio da porta eu tô na minha casa " risos" porque eu uso o WhatsApp em tudo que é lugar." (B4). Corroborando esta conclusão o fato de que a maioria dos interessados utiliza o mesmo aparelho de celular para assuntos corporativos e pessoais, assim não há limites bem definidos sobre vida profissional e privada (BAUMAN, 2011).

Quanto aos questionamentos mais voltados para a realidade da empresa percebe-se que a maioria das empresas que os representantes foram entrevistados utilizam o WhatsApp para atendimento aos clientes, assim o uso do aplicativo não está limitado a comunicação interna, sendo também percebida como uma forma eficaz e satisfatória de comunicação com os clientes e até mesmo com fornecedores. Neste sentido, B2 comenta: “nós trabalhamos com importadores, distribuidores e eles se encarregam de toda a parte de venda lá, mas o contato, muita, muita coisa é feita por WhatsApp, né?...”, e B1 explica: “...toda comunicação é via WhatsApp, isso porque qualquer dúvida fica registrado”. É mencionado que os clientes prezam pela agilidade nas respostas.

Portanto, o aplicativo cumpre o papel esperado de maneira positiva. Estas respostas corroboram o que foi dito por Santos (2018) no sentido de que a utilização do WhatsApp como ferramenta de comunicação pelas organizações já não está mais adstrita ao cenário interno, mas tornando-se bastante útil também como forma de comunicação com terceiros, como o caso dos clientes e fornecedores, já que os gestores perceberam a importância de se estabelecer um diálogo instantâneo e ao mesmo tempo eficaz com os setores externos. Esta necessidade de adequar a realidade interna das empresas ao que a sociedade dela espera se adequa ao pensamento de que

empresa e comunidade caminham juntas, se a sociedade se tornou fortemente influenciada pela tecnologia e por toda a agilidade que ela proporciona, é elementar que as empresas que esperam prosperar nesta nova realidade devem acompanhar estas mudanças, como forma de não se tornarem obsoletas ou anacrônicas (CALDAS; SILVA, 2016).

Sobre a opinião do entrevistado a respeito da utilização do WhatsApp na comunicação interna na empresa com exceção de um, todos os demais entrevistados demonstraram ter uma visão positiva, como menciona U2: ...” a comunicação tem sido sensacional (...) então a evolução do WhatsApp para mim foi um antes e depois na comunicação móvel”. Em contraponto, B3 vê com ressalvas a utilização do aplicativo:” ...a nível de trabalho com algumas ressalvas, muito em face da fragilidade do modo de alteração das mensagens (...) e grupos também com mensagens muito dispersas”. A sensação de fragilidade pode estar ligada a notícias de sequestro de dados como menciona B5 (...) “falta segurança para a gente não cair nos golpes de sequestro de dados”.

Quanto a questões de segurança na utilização do WhatsApp a maioria respondeu afirmativamente, que se sentem seguros ao transmitir informações. Dentre os entrevistados que não se sentem seguros; B5 menciona:” Sinceramente, não " (...) os desenvolvedores precisam fazer alguma coisa nos outros telefones, androides, falta segurança, né?""; B relata:” ... não vejo 100% de segurança, há um nível de segurança, mas ainda no meu entendimento longe do ideal”. Sobre este quesito, embora exista esta ressalva, percebe-se que atualmente as pessoas estão mais confiantes ao utilizar desde que as medidas de precaução sejam constantemente utilizadas.

Esse panorama de opiniões positivas está de acordo com o que Curvello (2012) dispõe sobre a importância de uma comunicação que atenda aos objetivos da empresa, zelando pela eficiência e agilidade. Quando a comunicação torna-se efetiva e conecta todos os setores envolvidos os resultados positivos esperados surgem de maneira bastante natural, por isto o *WhatsApp* goza de tanto prestígio entre os entrevistados. O aplicativo proporciona diversas funcionalidades como envio de documentos instantaneamente que o tornam uma peça-chave na engrenagem organizacional.

No contexto do comércio exterior, o uso do WhatsApp pode apresentar algumas diferenças notáveis em relação a outros setores ou cenários. Aqui estão algumas considerações específicas:

Empresas envolvidas em comércio exterior podem usar o WhatsApp para controlar o status de operações, como rastreamento de remessas, atualizações sobre a logística e outros aspectos operacionais.

QUADRO 2 - Comparativo BR X UY

COMPARATIVO BR X UY	
DIFERENÇAS	SIMILARIDADES
Negociações internacionais	Comunicação instantânea
Idiomas, barreiras culturais	Compartilhamento de documentos
Fusos horários	Construção de relacionamentos
Segurança	Monitoramento de operações
	formalidades

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Em suma, a eficácia do uso WhatsApp por gestores no comércio exterior dependerá da adaptação a considerações específicas desse ambiente, como diferentes fusos horários, idiomas e práticas comerciais internacionais. A chave é aproveitar as características positivas da plataforma

enquanto de adapta as complexidades inerentes ao contexto global.

Com o aprofundamento dos questionamentos pôde-se constatar que não obstante o panorama geral há preponderância de alguns aspectos relacionados às vantagens e desvantagens da utilização do aplicativo como ferramenta de trabalho.

4.3 Vantagens na comunicação via WhatsApp

Sobre as vantagens da comunicação por intermédio do aplicativo os entrevistados mencionam a agilidade, dinamismo, eficiência. Neste sentido B2 salienta:” ... o WhatsApp a gente entende que é a forma de comunicação mais direta possível né (...) todo mundo tá tendo contato com o telefone, com o WhatsApp então é uma forma rápida da pessoa ver que tu estás tendo uma necessidade.” e U3:” ...creio que utilizar o WhatsApp melhora a comunicação interna e externa dentro da empresa no sentido de que é mais espontânea, em tempo real. Podes estar comunicando-se com uma pessoa que está do outro lado do mundo.” Estas impressões a respeito da conectividade entre empresa, clientes e fornecedores, gerada pela implementação da comunicação por intermédio do aplicativo em questão está em sintonia com o que foi dito por Souza (2014), no sentido de que é necessário que a empresa adote uma forma de comunicação que seja eficaz entre estes três nichos, ainda que os fornecedores estejam muitas vezes em outros países, o WhatsApp de forma gratuita oferece esta comodidade.

Todos possuíam aspectos positivos a mencionar sobre o aplicativo, porém um dos entrevistados fez algumas ressalvas sobre a importância de uma comunicação formal através de outros meios mais seguros, devido a problemas pretéritos envolvendo a transmissão de dados através do WhatsApp, sendo o mesmo entrevistado que declarou não se sentir seguro ao utilizá-lo, assim B3 expõe: “O problema eu bato muito na formalização. nós já tivemos alguns problemas, eu mandei algo pelo WhatsApp, onde está a mensagem, então? O Whats serve para aquele momento de gargalo, para agilizar uma operação, entendeu?”.

Uma outra entrevistada também teceu essa observação sobre a necessidade da comunicação formal instrumentalizada principalmente através do e-mail, que não obstante não possua a mesma rapidez e agilidade do WhatsApp, passa uma segurança e um ambiente de formalidade maiores”, assim B2 comenta: “Então veja quando é uma mais direta e não tenha tanta, não seja tão formal o WhatsApp seja uma baita ferramenta. Mas eu nenhum momento eu dispenso o e-mail...”. Estas objeções surgem em grande parte devido ao receio que tanto as pessoas quanto os estudiosos têm a respeito das consequências que o uso das redes sociais implicará na realidade mundial, muitos ainda utilizam de forma restrita ou possuem tendência a utilizar meios mais tradicionais, a mudança foi muito rápida é natural que o processo de adaptação seja paulatino (KLEIN; KARL; CUNHA,2014).

Foi mencionada também a oportunidade de comunicação a longa distância de forma instantânea o que contribui para competir perante o dinamismo do mercado, o que é importante já que tratam-se de empresas que lidam com exportação e que, portanto, possuem ligação direta com diversos países. Uma entrevistada ressaltou o quanto esta ferramenta é útil na sua comunicação com pessoas de outros países, B5 comenta: (...) “o cliente tem mais acesso a nós e a gente a eles”; isso vem a corroborar com: com o estudo de (Castells et.; 2004). Quando ele menciona que a mobilidade tem gerado impactos sociais em diversas partes do globo. Ainda B5 comenta: “o WhatsApp veio para somar, né? para unir como se fosse uma ponte, mas, um aponte mais rápida, né? “

Assim todos os entrevistados mencionaram as características da agilidade e do imediatismo da comunicação como aspectos positivos da comunicação por WhatsApp, e apenas dois ao

responderem este questionamento fizeram espontâneas ressalvas, ambas com foco na possível falta de segurança e informalidade do aplicativo.

Nos questionamentos especificamente voltados às desvantagens sobre a utilização há um aprofundamento quanto às questões cotidianas e possíveis ajustes necessários.

4.4 Desvantagens no uso do WhatsApp

A principal desvantagem apontada nas entrevistas é a possível distração que a utilização do WhatsApp causa no ambiente de trabalho, já que exige um aparelho conectado à internet que facilita o desvio da atenção e a busca por assuntos não relacionados as atividades laborais. Neste sentido B2 fala: ...ele (WhatsApp) tira muito o foco muita atenção então eu acredito que a pessoa que não está focada daqui a pouco no trabalho o WhatsApp é uma baita forma de distração, né? Daqui a pouco te render menos no trabalho, produzir menos...”. Sobre esta questão B1 explicou como foi solucionado o problema em sua empresa: “Quanto ao uso do WhatsApp por algum funcionário para um fim não corporativo por um tempo indeterminado já foi percebido, já percebi, já foi chamada atenção então agora tem o uso restrito, tem o horário que é usado o WhatsApp particular, daí tem um horário restrito, como tem câmeras, tem tudo então agora o pessoal tá mais adequado, mas, no começo a gente teve problema com isso”. A solução encontrada foi buscar um equilíbrio, é difícil se esperar que em nenhum momento da jornada de trabalho o funcionário desvie a atenção, por isso a destinação de um período para a utilização para fins não corporativos é uma alternativa interessante já que não limita por completo.

O segundo fator mais lembrado pelos entrevistados diz respeito a questão da segurança na utilização do WhatsApp. É possível perceber que a utilização do e-mail ainda passa, em determinadas situações, mais segurança na transmissão de informações, assim menciona U1”...não o considero muito seguro para algumas coisas, para algumas coisas importantes prefiro e-mail...”. Pode-se inferir ao longo de toda a coleta de dados que não poucos entrevistados demonstram esta preocupação com relação a segurança das mensagens recebidas e transferidas através do aplicativo e buscam aliviar essa preocupação substituindo-o pelo e-mail, que segundo é também uma ferramenta que denota mais formalidade a comunicação, assim” ... o e-mail ainda é a principal forma de comunicação (...) é focado (o WhatsApp) mais para a pessoa não pro profissional, né? (...) quando é uma relação profissional ele ainda falta evoluir mais um pouquinho” (B3).

Uma terceira desvantagem apresentada, mas com menos preponderância, foi a questão da extensão da jornada de trabalho, pois com o uso do WhatsApp como ferramenta de comunicação o limite de horas trabalhadas torna-se mais tênue. (U3) Assim” ... As vezes falo com os clientes através do meu celular pessoal e as vezes, sabe, não estou no meu horário de trabalho, estou de licença ou por outra razão não estou trabalhando, mas as mensagens de trabalho me chegam constantemente (...). Esta realidade vai ao encontro do que Goulart (2022) expõe a respeito da mudança cultural que a utilização em massa das TIMs ocasionou, a maneira de se relacionar nas relações trabalhistas e empresariais não foge a esta regra. Trazer a tecnologia para o ambiente corporativo irá transformar todo um contexto estabelecido a décadas, com a tecnologia tudo se torna mais ágil e efêmero e a vida privada dos envolvidos passa por esta releitura também.

Por fim, dois entrevistados mencionaram não existir qualquer desvantagem na utilização do WhatsApp como forma de comunicação interna e externa nas empresas. Assim B3” ...não vejo desvantagens, só vantagens. Para mim só vantagens por que ele não deixa de ser um documento né?” porém na mesma resposta perfaz a seguinte ressalva” ... a desvantagem seria que eu poderia falar alguma coisa pelo WhatsApp que possa me comprometer então a gente tem que ter muito critério para usar o WhatsApp (...). Assim, na verdade, há uma desvantagem, que embora possa

ser superada, é um obstáculo.

Pode-se mencionar ainda que todos os entrevistados mesmo quando possuíam itens de desvantagem, buscaram enaltecer os diversos benefícios que a utilização do aplicativo proporciona no ambiente corporativo. Demonstrando que ainda que existam desvantagens, as vantagens são preponderantes.

Todas as empresas utilizam o WhatsApp como ferramenta interna e externa de comunicação, sendo uma forma de integração entre os diversos setores e entre a empresa, clientes e fornecedores. A utilização estende-se para além do ambiente de trabalho.

QUADRO 3 - Evidências encontradas

OBJETIVOS PRETENDIDOS	EVIDÊNCIAS ENCONTRADAS
<p>A) Analisar como é dinâmica do uso do WhatsApp por gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e Uruguai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicação clara - Comunicação ágil - Comunicação sem ruídos - Mobilidade - Reduz o tempo de resposta - Aproxima do cliente - Agiliza os processos - Veio para ficar - Trouxe credibilidade - Algumas ressalvas na segurança - Gerenciamento
<p>B) Analisar a comunicação via WhatsApp por gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e Uruguai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicação interna: Formal ainda se usa muito reuniões da alta gestão, e-mails quando envolve um grupo maior de pessoas no processo. Computadores e celulares as vezes corporativos, no entanto nos eventos internos todos utilizam o aplicativo WhatsApp. - Ferramenta ideal de comunicação - Comunicação externa: Conversas com clientes de trabalho, envio de documentos, assinaturas, envio de docs, compra, venda - Comunicação imediata e família - Necessidade de estar conectado 24 horas por dia - Limitações, aplicativo liberado somente a alta gerência - Uso para o ambiente corporativo e pessoal

<p>C) Identificar as vantagens do uso do WhatsApp como meio de comunicação por gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e Uruguai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicação imediata, velocidade, tempo real, credibilidade - Aplicativo no celular, computador, agilidade - Comunicação com outros países, aproximação, sem custo - Evolução da comunicação - Ferramenta muito efetiva para comunicação laboral e fora do trabalho
<p>D) Identificar as desvantagens do uso do WhatsApp como meio de comunicação por gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e Uruguai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Linha muito tênue entre o pessoal e o corporativo, - Não saber limitar o tempo laboral - Sequestro de dados - Formalização e edição de mensagens - Tira o foco - Falta de conexão - Estar sempre a disposição - Segurança

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos da pesquisa referentes a análise da dinâmica do uso do WhatsApp por gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e no Uruguai e identificação das vantagens e desvantagens da sua utilização como ferramenta de comunicação, foram alcançados por intermédio das entrevistas e posteriores análises.

Quanto ao objetivo específico de analisar o processo de comunicação via WhatsApp no trabalho de gestores das empresas de exportação e importação de empresas instaladas no Brasil e no Uruguai, foi possível identificar uma preponderância na utilização do aplicativo como ferramenta de comunicação interna e externa, tanto nas empresas brasileiras quanto nas uruguaias, sendo, inclusive, um instrumento importante no processo de internacionalização da atividade empresarial.

No que se refere ao segundo objetivo específico tendente a identificar as vantagens e desvantagens do uso do WhatsApp como meio de comunicação interna no trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e no Uruguai, pôde-se perceber que as vantagens da utilização do aplicativo possuem uma preponderância significativa, no entanto não está alheia a desvantagens e é nesta seara que a pesquisa pretende influenciar na prática profissional. Quanto as desvantagens foram mencionadas a falta de limite bem delineado entre a vida privada e profissional, já que há uma extensão da jornada de trabalho efetiva, foi dito que inclusive durante as férias é muito difícil desligar-se do celular. Além disso há também a questão da falta de segurança devido as frequentes fraudes. Por fim também existe a questão da desatenção no ambiente de trabalho, ter um celular conectado à internet pode facilitar a utilização para a fins outros. Assim, é essencial que as empresas busquem formas de amenizar os efeitos negativos através de um pensamento crítico e reflexivo e principalmente exigindo-se dos gestores um conhecimento profundo sobre as pessoas envolvidas e sobre os objetivos da empresa. Todo projeto deve ser pensado e repensado continuamente de acordo com os imprevistos que acabam surgindo ao longo do caminho. Esta análise e estudo constantes irão facilitar a aplicação, conforme foi demonstrado através da pesquisa.

Quanto ao último objetivo específico que se refere a Comparar as diferenças e similaridades no uso do *WhatsApp* para comunicação interna e rotina de trabalho de gestores e funcionários de empresas privadas, pode-se dizer que existem muitas diferenças a serem levadas em conta tais como: s negociações internacionais, a diversidade cultural e idiomas os quais podem influenciar a maneira como as mensagens são interpretadas ,fusos horários diferentes e quanto as similaridades , a comunicação instantânea, compartilhamento de dados , relacionamento mais estreito com o cliente , monitoramento de operações e mais eficiência na logística .

Sobre a contribuição da pesquisa para a literatura sobre o tema pode-se afirmar que houve o preenchimento de uma lacuna observada durante o levantamento de dados, no sentido de que os trabalhos disponíveis para consulta focam ou nas vantagens ou nas desvantagens unicamente, há pouca interligação entre os assuntos. Este trabalho, ao contrário, busca criar contrapontos importantes de serem abordados e que disponibilizam dados para um pensamento crítico sobre o tema tão emergente no meio. Ainda assim conclui-se que os estudos realizados até então sobre as vantagens da utilização do aplicativo são verdadeiros, já que as empresas tanto brasileiras quanto uruguaias adotaram o *WhatsApp* como ferramenta de comunicação e de interação entre os envolvidos.

Observa-se que uma das principais destinações do aplicativo é aproximar a empresa e os seus clientes devido a acessibilidade e fácil manuseio. Após a pandemia de Covid-19 houve uma mudança comportamental e cultural na sociedade, com a reclusão as empresas foram obrigadas a implementar meios de manter a relação com clientes e fornecedores mesmo que isso não fosse possível pessoalmente. Aliada a esta demanda social a evolução desenfreada da tecnologia que o mundo experimenta nas últimas décadas formaram um contexto bastante favorável para que as organizações passassem a adotar em definitivo a comunicação por *WhatsApp*. Todo este panorama corrobora com as teorias apresentadas que apontavam a eficiência do aplicativo e a sua dinamicidade como elementos fundamentais para a sua implementação. Ademais, também indo ao encontro do que foi mencionado no referencial teórico, a pandemia passou, porém as pessoas continuaram a zelar pela comodidade que a tecnologia proporciona, assim passou-se a exigir dos prestadores de serviços e produtos um comprometimento com um melhor aproveitamento das ferramentas disponíveis. O mundo globalizado é extremamente ágil, as relações se desenvolvem e se desfazem com velocidade nunca vista, a rotina diária das pessoas nem sempre disponibiliza tempo suficiente para que elas se desloquem até um determinado local para tratar de determinado assunto pessoalmente. Aplicativos como o *WhatsApp* proporcionam tudo isto e de forma gratuita e de fácil implementação. Ao longo das entrevistas pode-se perceber que a comunicação pelo *WhatsApp* foi útil também para o pessoal integrante da empresa, já que eles manifestam que lhes proporcionou uma amplitude maior de oportunidades, além de facilitar o trabalho desenvolvido, sendo uma das características mais mencionadas a eficácia da comunicação e a rapidez com que os negócios se desenvolvem com diferentes tipos de pessoas.

Não obstante estes obstáculos, retroceder não é o melhor caminho, a tecnologia veio para ficar, a tendência é só aumentar e se infiltrar cada vez mais nas diversas áreas. A comunicação corporativa precisa acompanhar as tendências mundiais e os seus benefícios, os obstáculos e aspectos negativos são inerentes a qualquer movimento de tal monta.

Os benefícios para a sociedade podem ser significativos, ajudando no desenvolvimento econômico e na circulação de bens e serviços de forma mais democrática e atenta ao consumidor final. A questão sobre a dependência que as mídias sociais geram nos seus usuários é um assunto importante e que deve ser abordado em trabalhos futuros, já que há um limite ético para que a sua aplicação não comprometa a saúde e o bem-estar dos usuários, para tanto uma pesquisa que desse mais enfoque a figura do empregado em detrimento do gestor pode demonstrar de forma mais

cristalina este tópico.

A pesquisa foi de bastante valia ao contribuir para um diálogo entre as vantagens e desvantagens da utilização do WhatsApp pelas empresas como meio de comunicação e maneiras de contornar os possíveis obstáculos.

REFERÊNCIAS

ALVES, F.; LOPES, L. **Preparação para crises, uma vantagem competitiva: aprendendo com 4.500 casos.** 2019.

AVANZI, Renato. **Comunicação Interna em tempos de Coronavírus: Guia completo com ideias para a sua empresa se comunicar melhor com funcionários durante a crise.** Widoox: 2020.

BAUER, Martin; GASKELL, George. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som. Tradução de Pedrinho Guareschi. 13 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

BEM, R. M.; ROSSI, T. Ferramentas de Tecnologia da Informação e **Comunicação como suporte ao processo de Gestão do Conhecimento.** *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, v. 19, 2021.

BRANT, Raquel; MOURÃO, Helena Cardoso. Desafios do teletrabalho na pandemia covid-19: Quando o home vira office. *Caderno de Administração*, v. 28, n. Edição E, p. 71- 75, 2020.

CALDAS, M. S.; SILVA, E. C. C. Fundamentos e aplicação do Big Data: como tratar informações em uma sociedade de yottabytes. *Bibliotecas Universitárias: Pesquisas, Experiências e Perspectivas*, v. 3, n. 1, p. 65–85, 2016.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. *Revista De Administração Pública*, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COSTA, Anette Maria Correa. O trabalhador de escritório e as TICs: Percepções das mudanças no cotidiano no trabalho. Rio de Janeiro, 2017.

CORREA, Mychelle Jacob. **Gestão da tecnologia da informação e comunicação em empresa de confecção: estudo de caso no agreste de Pernambuco.** Recife, 2022.

CORSO, Kathiane Benedetti. Práticas sócio-materiais de gestores: investigando os paradoxos de uso de tecnologia móvel em uma instituição de ensino superior. Porto Alegre, 2013.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e cultura organizacional**, Brasília, ed. Casa das Musas, 2012, 2ª Edição.

CRUZ, D. G.; MOLINA, L. G. Concepções e práticas de gestão do conhecimento aplicadas a educação a distância. *REBECIN*, v. 6, n. esp., p. 3-16, 2019.

DUEÑAS, P. P. M.; CARMONA, D. G. Management of digital communication in spanish cooperatives. **CIRIEC-Espana Revista de Economia Publica, Social y Cooperativa**, 2021.

FAZOLO, Breno; ROCHA, Marléia Antunes. **Produtividade no trabalho e a utilização de smartphone**. 2020.

FEE. Fundação de Economia e Estatística. **Resumo estatístico**. 2016.

FIGARO, Roseli; et al. **Os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19**. Dossiê Jornalismo e Conhecimento em Tempos de Capitalismo Pandêmico e de Expansão da Desinformação. 2021.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. **Da fala do outro ao texto negociado**: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Paidéia* (Ribeirão Preto), v. 14, n. 28, 2004.

GEPHART, R. P., Jr. Qualitative Research and the Academy of Management Journal [Editorial]. **Academy of Management Journal**. 2004.

GOULART, Matheus Fontela. **O tempo de uso de smartphone e a sua relação com a dependência de uso e o sentimento de solidão**. Santana do Livramento, 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

HORTA, D. S.; MASCARENHAS, M. P. Aplicativo WhatsApp como Ferramenta de Trabalho. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia**. São Gotardo, Número XV, Páginas 01-15, 2017. **IDEAFIX. Comunicação interna na pandemia**. 2020.

JUNQUEIRA, F.C. et al. A Utilização das Redes Sociais para o Fortalecimento das Organizações. **XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2014.

KATO, J. M. Cenários **Estratégicos para a Indústria de Transportes Rodoviários de Cargas no Brasil**. Florianópolis, 2005. 162 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2005).

KIKLHORN, D. et al. Digital lifecycle records as an instrument for inter-company knowledge management. **Procedia CIRP**, v. 93, p. 292–297, 2020.

LEVY, S.J. The evolution of qualitative research in consumer behavior. **Journal of Business Research**, Athens, GA, v.58, n.3, p.341-347, Mar. 2005.

LUGOBONI, Leonardo Fabris. **Identificação de uma lacuna de pesquisa**. 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Everton. Entrevista: Técnica de coleta em pesquisa qualitativa. **Blog Mettzer**, 2018, maio. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/entrevista-pesquisa-qualitativa/>. Acesso em: 15 jun. de 2023.

MAXIMILIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MEADOWS, A. J. **Comunicação**. Revista da biblioteconomia de Brasília, v 25, nº 2. Dezembro de 2001.

MINAYO, Maria Cecilia de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu, 2020.

NETO, Francisco Vieira de Melo. **Criatividade, Inovação e Tecnologia: adaptações dos negócios em meio à pandemia da Covid-19**. 2021.

NETO, Jorge da Silva Correia; ALBUQUERQUE, José de Lima. As tecnologias digitais de informação e comunicação no ambiente de trabalho em tempos de pandemia. **Revista Espaço Acadêmico**. Edição Especial. Ano XX. 2021

OCDE. Oslo Manual 2018. **The measurement of scientific, technological and innovation activities**. Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. 4. ed. Paris: Eurostat, 2018.

PALETTA, F. C. **Gestão da informação e conhecimento na Era Digital: Competência informacional e mapas conceituais**. Prisma, n. 38, p. 126-140, 2019.

POLLÁK, František; MARKOVIČ, Peter. Size of Business Unit as a Factor Influencing Adoption of Digital Marketing: Empirical Analysis of SMEs Operating in the Central European Market. **Administrative Sciences**, v. 11, n. 3, p. 71, 2021.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SACCOL, A.; REINHARD, N. Tecnologias de informação móveis, sem fio e ubíquas: definições, estado-da-arte e oportunidades de pesquisa. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 4, 2006.

SANTOS, Valdelice da Conceição. **Uso do WhatsApp como uma ferramenta de comunicação interna: um estudo de caso na Prefeitura de São Félix-BA**. Cachoeira: editora universitária da UFRB, 2018.

SOUZA, A. G. de et al. **Whatsapp, inovação empreendedorismo**. Faculdade Promove de Sete

Lagoas. 2014.

SEBRAE. **Novo comportamento do consumidor**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/estudo-mostra-novo-comportamentodo-consumidor-diante-da-pandemia,9388ad41eab21710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 02 jun 2023.

SEBRAE. **Como alavancar os negócios com o WhatsApp Business**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-alavancar-os-negocios-com-o-WhatsApp-business,33e26b839c5b1810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 04 jun 2023.

SILVA, Claudiana Cardoso da. **Comunicação empresarial: a influência das redes sociais na comunicação interna**. Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Do Piauí. Curso Bacharelado Em Administração. 2022.

SOUZA, A. G. de et al. **WhatsApp, inovação empreendedorismo**. Faculdade Promove de Sete Lagoas. 2014.

STRIK, M. A.; MOLINA, L. G. Gestão do conhecimento em empresas de tecnologia da informação e comunicação: análise do ambiente. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, v. 10, n. 3, p. 167–188, 2020.

TEDESCO, G. M. I. et al. Mercado de Transporte Rodoviário de Cargas no Brasil. **Revista ANTT**, 2014.

VENAS, M. D. M.; LOPES, R. A. A. Como a comunicação via aplicativo WhatsApp está influenciando o relacionamento com os clientes. *In: Congresso de Administração, Sociedade e Inovação (CASI)*, Juiz de Fora, 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

APÊNDICE A

Prezado(a) gestor(a) !

Meu nome é Lia Mello, sou aluna do curso de Administração da Universidade Federal do Pampa – Unipampa, da cidade de Sant’Ana do Livramento-RS, e estou começando uma pesquisa para meu projeto de conclusão de curso (TC). Minha pesquisa tem como propósito analisar o uso do aplicativo WhatsApp no âmbito de trabalho de gestores de empresas de exportação e importação instaladas no Brasil e Uruguai bem como suas vantagens e desvantagens. Saliento que as respostas coletadas serão mensuradas em meu trabalho de forma anônima, as mencionarei através de um código/pseudônimo. Neste sentido solicito permissão para realizar a minha pesquisa em sua empresa, caso surgir alguma dúvida estarei disponível a responder em meu WhatsApp.

APÊNDICE B

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DIRECIONADO AOS GESTORES DE EMPRESAS DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO INSTALADAS NO BRASIL E URUGUAI.

Prezado(a) Gestor (a) de empresas, este instrumento de pesquisa faz parte do trabalho final de conclusão do curso de graduação, apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Administração da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA, sobre O USO DO APLICATIVO WHATSAPP NO ÂMBITO DO TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO DOS GESTORES DE EMPRESAS DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO INSTALADAS NO BRASIL E URUGUAI. Solicito sua colaboração no sentido de responder às questões elaboradas. Salienta-se a importância da sua participação e ressalta-se que todas as informações são sigilosas e de uso exclusivo da presente pesquisa. Desde já agradeço a sua contribuição.

Acadêmica do curso de Administração da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA: Lia Enar Cardoso De Mello - E-mail para contato: liamello.aluno@unipampa.edu.br Orientadora: Prof. Dra. Kathiane Benedetti Corso.

ROTEIRO DE ENTREVISTA

BLOCO 1 - PERFIL DO ENTREVISADO

- 1.1 – Qual seu nome, sua idade?
- 1.2 – Qual sua empresa, sua cidade, seu país?
- 1.3 – Qual o cargo que ocupa na empresa?

BLOCO 2 - PERFIL DE USO DO WHATSAPP

- 2.1 – Seu telefone é pessoal ou corporativo e seu WhatsApp?
- 2.2 – Você sempre mantém seu telefone conectado a internet via wifi ou 4g?
- 2.3 – Sua empresa utiliza o WhatsApp para se comunicar interna e externamente, de que forma?
- 2.4 – Como você vê a comunicação interna entre os funcionários da empresa por meio do WhatsApp?
- 2.5 – Sua empresa costuma contatar os clientes via WhatsApp, possui grupo de WhatsApp junto

aos clientes?

2.6 – Você se sente seguro ao transmitir informações via WhatsApp?

2.7 – Você costuma usar o WhatsApp para fins não corporativos no ambiente de trabalho?

2.8 – Você costuma responder as mensagens corporativas via WhatsApp fora do horário de trabalho?

2.9 – Você costuma limitar o tempo disponível para assuntos corporativos?

2.10 – Você usa o WhatsApp pessoal ou comercial para se comunicar com a empresa?

BLOCO 3 – VANTAGENS NA COMUNICAÇÃO VIA WHATSAPP

3.1 – Em seu ponto de vista quais as vantagens você percebe ao usar o WhatsApp?

BLOCO 4 – DESVANTAGENS NA COMUNICAÇÃO VIA WHATSAPP

4.1 – Em seu ponto de vista quais as desvantagens você percebe ao usar o WhatsApp?