



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO

JÉSSICA DE ESPÍNDOLA QUEIROZ GALINDO

WHATSAPP: a influência do uso como ferramenta de trabalho na produtividade e motivação dos colaboradores de uma instituição financeira de Caruaru-PE

Caruaru
2018

JÉSSICA DE ESPÍNDOLA QUEIROZ GALINDO

***WHATSAPP*: a influência do uso como ferramenta de trabalho na produtividade e motivação dos colaboradores de uma instituição financeira de Caruaru-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Orientador: Profº. Dr. Elielson Oliveira Damascena

Caruaru

2018

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

G158w Galindo, Jéssica de Espíndola Queiroz.

Whatsapp: a influência do uso como ferramenta de trabalho na produtividade e motivação dos colaboradores de uma instituição financeira de Caruaru-PE. / Jéssica de Espíndola Queiroz Galindo. - 2018.

53 f. il. : 30 cm.

Orientador: Elielson Oliveira Damascena

Monografia (Trabalho de Conclusão de curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2018.

Inclui Referências.

1. Produtividade. 2. Motivação. 3. Mídia social. 4. Comunicação. 5. Redes sociais. I. Damascena, Elielson Oliveira (Orientador). II. Título.

658 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-252)

JÉSSICA DE ESPÍNDOLA QUEIROZ GALINDO

WHATSAPP: a influência do uso como ferramenta de trabalho na produtividade e motivação dos colaboradores de uma instituição financeira de Caruaru-PE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração

Aprovada em: 07/12/2018.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Elielson Oliveira Damascena (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. José Lindenberg Julião Xavier Filho (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Luiz Sebastião dos Santos Júnior (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha mãe, por ser a pessoa que mais batalhou para que eu tivesse o melhor ensino e me apoiou e acompanhou em cada degrau da minha jornada ao conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus sempre presente em minha vida, guiando e cuidando de cada passo meu. À Ele agradeço por ter me dado forças para lidar com todos os obstáculos, tanto para a conclusão desse trabalho, como em todo decorrer do curso, que foram muitos, e que sem Ele não conseguiria ter chegado até aqui. Agradeço, pois foi O responsável por colocar pessoas que, junto a Ele, me auxiliaram e me fortaleceram para conseguir chegar ao final dessa jornada.

À minha família, e em especial a minha mãe, Vera Lucia, que sempre se dedicou para que eu tivesse a melhor educação, passando por muitas privações para que eu pudesse estudar. Que, esteve sempre ao meu lado, me apoiando e me encorajando a concluir essa jornada, orientando para que eu sempre fizesse o melhor, dentro das condições que se apresentassem. Que como uma boa mãe, me levou para a escola, e que na faculdade não poderia ser diferente, passando horas e mais horas esperando no estacionamento do CAA, durante boa parte da graduação. Muito obrigada mãe, por todo o esforço e dedicação. Essa conquista é sua.

Ao meu esposo que sempre paciente me ajudou tanto na elaboração desse projeto quanto ao decorrer da graduação. Muito obrigada pelo apoio e pela paciência ao escutar meus gritos e choros, que não foram poucos.

Agradeço a todos os professores que ajudaram em minha formação acadêmica. Cada um que contribuiu para que eu pudesse concluir essa jornada levo no coração. São pessoas maravilhosas, profissionais ímpares que desempenharam com louvor seu papel, aos quais não poderia deixar de agradecer, ressaltando aqueles que de alguma forma contribuíram tanto para meu crescimento pessoal como acadêmico: Sandro Valença, Regilda Menezes, Patricia Carvalho, Alane Alves, Artur Muniz, José Lindenberg, Kécia Galvão, Elielson Damascena, Nelson Monteiro, Nivaldo Junior, Marianny Brito, Marconi Freitas e Cláudia Freire.

E por fim, mas não menos importante, agradeço aos amigos, e a todos aqueles que me ajudaram e me acompanharam nessa jornada, em especial Bianca Sabrina e Fernanda Leite, que tornaram essa jornada na UFPE mais leve. Obrigada, meninas.

Toda a trajetória, incluindo os obstáculos e críticas, foi extremamente enriquecedora, contribuindo não somente para minha formação acadêmica, mas também para meu crescimento pessoal, assim encerro essa jornada com a sensação de dever cumprido.

RESUMO

As redes sociais, como o *WhatsApp*, são ferramentas facilitadoras no meio corporativo, que são introduzidas para auxiliar no cumprimento das tarefas. Dessa forma, essa pesquisa propõe-se analisar como os colaboradores de uma Instituição Financeira de Caruaru avaliam a sua produtividade e motivação com o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho. Trata-se de uma pesquisa exploratória descritiva, realizada em três agências do município de Caruaru, por meio da aplicação de um total de 49 questionários estruturados, contendo tanto questões fechadas, quanto abertas a fim de comparar as respostas adquiridas. Após a análise dos dados, constatou-se que, de modo geral, os colaboradores percebem que o *WhatsApp* influencia positivamente na sua produtividade e motivação, quando utilizado como ferramenta de trabalho. E que, embora o resultado seja positivo, critérios de utilização devem ser estabelecidos pela instituição para melhorar a eficácia da ferramenta e reduzir os impactos negativos quanto a sobrecarga mental gerada pelo excesso de informação.

PALAVRAS-CHAVE: Produtividade; motivação; mídias sociais; comunicação.

ABSTRACT

Social networks, such as WhatsApp, are work tools that are introduced to help accomplish tasks. Thus, this research it is proposed to analyze how the employees of a Financial Institution of Caruaru evaluate their productivity and motivation with the use of WhatsApp as a working tool. It is an exploratory descriptive study, carried out in three agencies of the city of Caruaru, through the application of a total of 49 structured questionnaires, containing closed and open questions to compare the acquired answers. After analyzing the data, it was observed that, in general, employees perceive the WhatsApp positively influences their productivity and motivation when used as a work tool. And that although the outcome is positive, criteria for use should be set by the institution to improve the effectiveness of the tool and reduce the negative impacts on the mental overload by the excess of information.

KEYWORDS: Productivity; motivation; social media; communication.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Uso do <i>WhatsApp</i> para fins não corporativos no ambiente de trabalho.....	32
Gráfico 2 - Você acha que o <i>WhatsApp</i> para fins não corporativos influencia negativamente na execução das suas atividades, durante o horário de trabalho.....	33
Gráfico 3 - Você acha que o uso do <i>WhatsApp</i> para fins corporativos influencia positivamente na execução das suas atividades durante o horário de trabalho.....	35
Gráfico 4 - Você acredita que a grande quantidade de informações geradas pelo <i>WhatsApp</i> no contato com outros colegas interfere positivamente para sua produtividade.....	36
Gráfico 5 - Você utiliza o <i>WhatsApp</i> para fins corporativos fora do ambiente de trabalho.....	38
Gráfico 6 - Você se sente satisfeito a respeito da possibilidade do uso do <i>WhatsApp</i> durante o horário de trabalho.....	39
Gráfico 7 - Você se sente reconhecido, pelos integrantes do grupo, quando consegue ajudá-los de alguma forma por meio do <i>WhatsApp</i>	41
Gráfico 8 - Você se sente reconhecido, pelos integrantes do grupo, quando consegue ajudá-los de alguma forma por meio do <i>WhatsApp</i>	42
Gráfico 9 - Você acredita que o <i>WhatsApp</i> proporciona visibilidade do seu trabalho aos colegas que possa proporcionar uma possível ascensão profissional.....	43
Gráfico 10 - Você acredita que o uso de mídias sócias, como o <i>WhatsApp</i> , interfere na qualidade de vida do trabalho quanto ao seu bem-estar psicológico por aumentar a quantidade de informações a respeito de assuntos corporativos.....	44

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Apresentação do tema.....	11
1.2	Objetivos da pesquisa	14
<i>1.2.1</i>	<i>Objetivo Geral.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.2</i>	<i>Objetivos Específicos</i>	<i>14</i>
1.3	Justificativa.....	15
2	REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	17
2.1	Produtividade e motivação do colaborador no ambiente de trabalho	17
<i>2.1.1</i>	<i>Produtividade.....</i>	<i>17</i>
<i>2.1.2</i>	<i>Motivação.....</i>	<i>19</i>
2.2	Comunicação por meio de Redes Sociais nas organizações	21
2.3	Redes Sociais utilizadas como ferramentas de trabalho nas organizações....	23
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	25
3.1	Tipos de Pesquisa	25
<i>3.1.1</i>	<i>Quanto à abordagem do Problema.....</i>	<i>25</i>
<i>3.1.2</i>	<i>Quanto aos Objetivos.....</i>	<i>26</i>
<i>3.1.3</i>	<i>Quanto as Fontes</i>	<i>26</i>
3.2	População e Amostra	26
3.3	Forma de Coleta de Dados	27
3.4	Forma de Análise de Dados.....	28
4	ANÁLISE E DISCUSSÕES	30
4.1	Caracterização da empresa	30
4.2	Apresentação dos dados.....	30
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
5.1	Recomendações Gerenciais	47
5.2	Sugestões de pesquisas futuras.....	48

REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	51

1 INTRODUÇÃO

Essa seção tem por objetivo apresentar a contextualização e a definição do problema sobre a influência na produtividade e motivação, quando utilizadas mídias sociais, como o *WhatsApp*, como ferramenta de trabalho. Nessa seção ainda, serão apresentados os objetivos gerais e específicos, bem como as justificativas e relevâncias para o presente estudo.

1.1 Apresentação do tema

Historicamente, a preocupação das empresas em aumentar a produtividade surgiu no século XVIII, marcada pelas formações socioeconômicas capitalistas da revolução industrial, tornando-se mais evidente, entretanto a partir do final do século XIX e início do século XX quando as Teorias da Administração Científica surgiram, em parte, pela necessidade das organizações em aumentar a produtividade. Para isso, estudiosos como Frederick W. Taylor, Henry L. Gantt e Frank e Lillian Gilbreth delinearam um conjunto de princípios com foco no aumento da eficiência do trabalhador.

Segundo Stoner e Freeman (1999), o estudo de tempos e movimentos de Taylor buscava aumentar a produtividade dos funcionários por meio da eficiência das tarefas executadas, em contrapartida, oferecia estímulos salariais para mantê-los motivados a produzir cada vez mais. De fato, para que as organizações possam ter seus objetivos alcançados faz-se necessário certo nível de comprometimento, esforço e dedicação por parte dos seus trabalhadores.

Assim, diversos estudiosos, como Elton Mayo e Chester Barnard, pertencentes a Escola das Relações Humanas e Abraham Maslow e Douglas McGregor, pertencentes ao período de transição da Administração de Recursos Humanos à Gestão de Pessoas, construíram teorias da motivação ao longo do tempo que pudessem estimular o trabalhador a executar suas tarefas aproveitando da melhor forma os recursos disponíveis no menor tempo e custo possível. Bem como, identificando os fatores que geram satisfação e que fazem as pessoas agirem ou tomarem certas decisões que possam interferir no cumprimento dos objetivos individuais e organizacionais.

Segundo Motta e Vasconcelos (2006, p. 50), os estudos de Elton Mayo “baseiam-se na hipótese de que a produtividade é função direta de satisfação no trabalho”, assim incentivos

ligados a ordem psicológica e social passaram a ser introduzidos a fim de aumentar a satisfação do trabalhador no ambiente corporativo.

Já na visão de Chester Barnard, a função da organização “é a criação de métodos de persuasão, de valores e outras formas morais de obter o comprometimento dos indivíduos para com os objetivos organizacionais” (MOTTA; VASCONCELOS, 2006, p. 53). Já na pirâmide de necessidades de Maslow, o trabalhador se sentiria motivado a partir da evolução da satisfação das suas necessidades mais básicas até as mais complexas.

Atualmente, essa preocupação com a motivação e produtividade do trabalhador amadureceu devido às mudanças no mundo organizacional no que se refere às inovações tecnológicas e à necessidade de profissionais especializados e constantemente capacitados. A combinação da globalização, dos clientes mais exigentes e do ciclo de vida do produto cada vez mais curto, exige um funcionário cada vez mais eficiente, que tem que lidar com equipamentos de última geração, assumir maior responsabilidade e lidar com ambientes cada vez mais incertos.

Além disso, as organizações buscam reduzir cada vez mais o quadro de funcionários para reduzir custos, exigem máximo desempenho de seus colaboradores, havendo um aumento da necessidade de atividades que aliviem tanto a pressão causada pelas atividades rotineiras, quanto o aumento da motivação por meio de estímulos ligados a ordem social, organizacional e afetiva.

As características individuais do trabalhador, do trabalho em que este está inserido e a situação de trabalho em que esse funcionário se encontra, também são fatores levados em consideração pelas organizações nos dias atuais, pois podem afetar de modo diferente cada membro da organização no que se referem à motivação pessoal para desempenhar as atividades. Assim como a atenção as ferramentas de trabalho utilizadas por eles - como as inovações tecnológicas, tais como internet e mídias sociais - e o ambiente que a organização proporciona aos seus membros, pois podem facilitar a execução das tarefas, melhorando o desempenho e consequentemente aumentando a produtividade.

As inovações tecnológicas foram e são introduzidas com o intuito de atender à crescente demanda do mercado no que se refere tanto a diminuição do tempo de resposta às solicitações dos clientes, a redução de preço/valor devido à competitividade gerada pela globalização, quanto em razão da própria evolução tecnológica, tudo lastreado pelo aumento da produtividade para subsidiar essas necessidades.

Segundo Carvalho (2006) a grande inovação tecnológica surgiu durante a guerra fria quando os Estados Unidos, temendo ataques da União Soviética, criou uma rede de

comunicação que viabilizasse uma operação de contra-ataque rápido: surgia, assim, o precursor da Internet. Com o passar das décadas evoluiu, e hoje é utilizada para diversos fins, incluindo o surgimento das redes sociais para a interação e colaboração.

As redes sociais, ou mídias sociais como são popularmente conhecidas, passaram a ser introduzidas em algumas organizações, de forma restrita, como ferramenta de trabalho, visando melhorar principalmente a comunicação interna, aumentando a eficiência dos processos.

O estudo aqui delineado direciona-se ao entendimento da percepção do colaborador quanto ao uso das redes sociais como ferramenta de trabalho, focando nas variáveis, qualidade de vida, motivação e produtividade. Segundo Limongi-França (2011, p. 45), [...] “a condição básica para o ambiente produtivo da empresa é criar modelos gerenciais efetivos de Qualidade de Vida no Trabalho aderentes a ambientes altamente competitivos”, e o “desafio é reconstruir, com bem-estar, o ambiente competitivo, altamente tecnológico, de alta produtividade do trabalho”. Tudo isso, a fim de garantir um ambiente produtivo, mas tendo como base da organização as pessoas, satisfeitas e motivadas.

As redes sociais, como o *WhatsApp*, são ferramentas facilitadoras no meio corporativo, que são introduzidas para auxiliar no cumprimento de tarefas a fim de aumentar a produtividade, mas como não possuem uma barreira institucional, podem ser usadas fora do ambiente de trabalho.

Os assuntos organizacionais, as cobranças e metas podem ser estendidos para horários e dias fora do tempo contratual de trabalho, podendo, assim, afetar a vida pessoal, aumentar a carga de estresse e consequentemente o bem-estar do funcionário. E ainda, pode ser utilizado por estes para fins pessoais e de entretenimento dentro do ambiente organizacional, diminuindo o tempo dedicado as atividades organizacionais. Dessa forma, pretende-se responder ao seguinte questionamento: De que forma os colaboradores de uma Instituição Financeira de Caruaru avaliam a sua produtividade e motivação com o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho?

Para auxiliar essa questão de pesquisa, levantou-se a hipótese de que o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho contribui para a produtividade do funcionário, por facilitar a comunicação entre os colaboradores auxiliando numa maior agilidade na resolução da demanda gerada para cumprir os objetivos da organização. E que ainda, o uso deste estimula a motivação dos colaboradores por proporcionar visibilidade e reconhecimento pelo grupo ao qual faz parte. Assim como, a quantidade de informação geradas em nada prejudica a qualidade de vida do colaborador no que se refere ao seu bem-estar psicológico, pois estas auxiliam para o efetivo cumprimento das tarefas.

1.2 Objetivos da pesquisa

Nesta seção serão apresentados os objetivos gerais e específicos abordados por essa pesquisa.

1.2.1 *Objetivo Geral*

Analisar como os colaboradores de uma Instituição Financeira de Caruaru percebem as influências que o *WhatsApp* tem sobre sua produtividade e a motivação, quando utilizado como ferramenta de trabalho.

1.2.2 *Objetivos Específicos*

- Identificar se há o uso, pelos colaboradores, do *WhatsApp* para assuntos pessoais dentro da organização ou assuntos corporativos fora do ambiente organizacional;
- Identificar se, na visão do colaborador, o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho interfere em sua motivação e produtividade das tarefas executadas, no que se refere ao maior recebimento de conteúdo;
- Identificar se, na visão do colaborador, o uso do *WhatsApp* interfere no bem-estar psicológico do colaborador devido a maior quantidade de informações recebidas.

1.3 Justificativa

O *WhatsApp* é um aplicativo de *smartphone* criptografado amplamente disponível e extremamente fácil de usar que não requer a dispendiosa infraestrutura física e de pessoal que caracteriza muitos dos sistemas de comunicação disponíveis nas organizações. São mais de 1 bilhão de usuários espalhados em mais de 180 países que utilizam a ferramenta para interagir com pessoas a qualquer hora e lugar. (WHATSAPP, 2018)

Devido as facilidades oferecidas pelo aplicativo e a grande quantidade de pessoas inseridas nesse meio, a mídia ultrapassou as barreiras da comunicação para fins pessoais e está sendo introduzida em algumas organizações como ferramenta que auxilia no cumprimento de tarefas. Portanto, em virtude dessa promoção de uma comunicação mais rápida e direta entre os colaboradores, o *WhatsApp* é apresentado com a finalidade de diminuir o tempo de resposta das solicitações internas e aumentar a produtividade.

Entretanto, mesmo com toda a relevância do aplicativo para a sustentação de uma comunicação mais rápida e acessível financeiramente, uma questão vem se colocando de maneira cada vez mais consistente quando se discutem os efeitos da utilização do *WhatsApp* para fins organizacionais e a inclusão destes nas organizações. Como não se tem um controle do conteúdo compartilhado pelos funcionários que não os publicados em grupos corporativos, e mesmo esses podem acabar se distanciando dos objetivos estabelecidos, o uso pode causar o efeito contrário, a demora nas respostas de conteúdo e a queda na produtividade por desvio de foco no horário de trabalho, causando dessa forma a não adesão da ferramenta por muitas organizações e a consequente perda do uso de seus benefícios.

Assim, a realização dessa pesquisa culminará num melhor conhecimento sobre os impactos que as novas tecnologias sociais, como o *WhatsApp*, introduzidas nas organizações como ferramentas de trabalho podem apresentar, que sendo positivo ou negativo, pode interferir nos resultados organizacionais e motivacionais do colaborador. Espera-se que assim a organização possa confirmar a estratégia do uso do *WhatsApp* no meio corporativo como sendo eficaz para o atingimento dos seus objetivos estabelecidos.

Espera-se, ainda, que essa pesquisa possa oferecer subsídios que permita a essa e outras organizações avaliarem ou despertarem o interesse a utilização dessa e outras redes sociais, a fim de proporcionar melhora na comunicação interna, na produtividade e aumento da motivação do colaborador, como forma de auxiliar estrategicamente o atingimento dos objetivos almejados.

A próxima seção é dedicada ao desenvolvimento do referencial teórico, no qual diversas abordagens de autores serão corroboradas a fim de analisar o *WhatsApp* utilizado como ferramenta de trabalho, acerca da influência na produtividade e motivação do colaborador na execução de suas atividades.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

Nessa seção serão abordados os conhecimentos necessários para embasar as ideias propostas nesta pesquisa. Assim, foram levantadas diversas abordagens que visam analisar a mídia social utilizada como ferramenta permitida pela empresa, no que se refere ao produtividade e motivação do colaborador na execução de suas atividades.

2.1 Produtividade e motivação do colaborador no ambiente de trabalho

2.1.1 *Produtividade*

Segundo Stoner e Freeman (1999), organização é uma entidade formada por pessoas que utilizam recursos e talentos de modo estruturado para atingir objetivos específicos ou organizacionais. Independente dos objetivos específicos almejados por cada empresa o objetivo fim de todas é a obtenção de lucro. Para isso, os membros da organização precisam desempenhar da melhor maneira possível suas tarefas, proporcionando o máximo desempenho e produtividade, que segundo Limongi-França (2011, p. 44), “é definida como o grau de aproveitamento dos meios utilizados para produzir bens e serviços”, ou ainda segundo Chiavenato:

A consequência direta da eficiência é a produtividade. A produtividade pode ser definida como a produção de uma unidade produtora por unidade de tempo, isto é, o resultado da produção de alguém por um determinado período de tempo. Quanto maior a eficiência tanto maior a produtividade. (CHIAVENATO, 2003, p. 58)

Assim, para obter melhores resultados foram iniciados estudos com a finalidade de aumentar a produtividade. Os primeiros estudos oficiais se iniciaram com Frederick W. Taylor, na Teoria da Administração Científica, que buscava, basicamente, determinar cientificamente os melhores métodos para a execução das tarefas.

Taylor buscava o crescimento da produtividade por meio do aumento da eficiência dos trabalhadores, cronometrando o tempo e os movimentos destes até encontrar as funções mais adequadas a cada trabalhador, bem como os melhores métodos para executarem mais rápido, com o menor desperdício de tempo.

Além disso, incentivos financeiros por unidade produzida eram oferecidos como forma de motivar o aumento da produtividade dos funcionários, já que esses eram considerados *homo economicus*, vistos como “um ser simples e previsível, cujo comportamento não variava muito. “Incentivos Financeiros adequados, constante vigilância e treinamento eram ações consideradas suficientes para garantir boa produtividade.” (MOTTA; VASCONCELOS, 2006, p. 25)

Acreditava-se que esse método de incentivo e forma de tratar os trabalhadores trariam melhores resultados por atrair pessoas mais produtivas, que iriam utilizar a totalidade do seu potencial de competências na execução de suas tarefas aumentando a produtividade, a qualquer custo, e o consequente aumento dos lucros de produção. (BERGAMINI, 2013)

A remuneração era utilizada como o meio mais rápido de adquirir um aumento significativo na produção. As organizações reduziam a motivação do comportamento humano no trabalho ao simples incentivo monetário como suficiente para estimular um trabalhador a produzir mais. Segundo Bergamini:

A remuneração passou a ter a máxima atração e notória prioridade sobre qualquer outro tipo de retorno no trabalho. O conceito de motivação parece ter sido simplificado ao extremo, o que levou à aceitação de um pressuposto simples: Quanto mais se trabalha mais se produz e quanto mais se produz mais se ganha e, por conseguinte, maior será a motivação. (BERGAMINI, 2013, p. 07)

Henry L. Gantt, por outro lado, não acreditava num ganho de produtividade apenas por meio de incentivos financeiros, mas também acreditava que a produtividade seria alcançada por incentivos motivacionais, pois segundo Motta e Vasconcelos (2006, p. 25) “reconheceu a eficiência de incentivos não monetários, percebendo assim várias falhas da administração científica, dando importância ao moral do trabalhador”, ao invés de apenas incentivos financeiros. Assim como Lillian e Frank Gilbreth, que buscavam aumentar a produtividade por meio do estudo do movimento e redução da fadiga, mas que também havia a preocupação com o bem-estar dos trabalhadores. “Para ela, o objetivo final da administração científica era ajudar os trabalhadores e alcançar seu potencial máximo como seres humanos. ” (STONER; FREEMAN, 1999, p. 25)

A visão do *homo economicus* passou a ser criticada, pois segundo Motta e Vasconcelos (2006, p. 38), “havia muitos outros fatores que motivavam o homem, como o prestígio, o poder, a aprovação do seu grupo, o sentimento de auto realização”, assim, as necessidades e desejos dos trabalhadores passaram a ser consideradas quando se tratava de motivação.

Barnard, por exemplo, já migrava dessa visão de um trabalhador passivo e essencialmente movido por variáveis econômicas e enxergava o indivíduo além disso, entendia

a organização como um meio para a satisfação das necessidades e objetivos individuais (MOTTA; VASCONCELOS, 2006). Dessa forma, estudiosos como Barnard e os Gilbreth foram abrindo direcionadores para uma observação de um estímulo além do econômico, passou-se a observar outros fatores motivacionais do indivíduo.

2.1.2 Motivação

Segundo, Schermerhorn, Hunt e Osborn (1999), motivação é definida como às forças dentro de uma pessoa responsável pelo nível de esforço que emprega para desenvolver uma tarefa, pela opção de direção diante de várias alternativas existentes e pela persistência do esforço dispendido no trabalho.

Já segundo, Stoner e Freeman (1999, p. 322), motivação são os “fatores que provocam, canalizam e sustentam o comportamento de um indivíduo”, ou seja, são os motivos, as necessidades que fazem com que um indivíduo haja de determinada maneira.

Os trabalhadores precisam ter suas necessidades atendidas para se sentirem motivados ao trabalho. A motivação para o trabalho segundo Maximiano (2009), é resultante de uma interação entre as motivações internas, ou seja, o que leva as pessoas a agirem de determinada forma, suas aptidões, interesses, necessidades e as motivações externas, relacionado aos estímulos que o ambiente oferece. Enquanto um “são os impulsos interiores, de natureza fisiológica e psicológica, afetados por fatores sociológicos, como os grupos ou a comunidade que faz parte” (MAXIMIANO, 2009, p. 233), o outro refere-se aos estímulos gerados pelo ambiente e pelas condições de trabalho.

Essa visão de motivação determinada pela necessidade é conhecida como as Teorias de Conteúdo. Nelas o indivíduo busca satisfazer suas necessidades pessoais. “A chave para a motivação no trabalho é um ambiente que reaja de forma positiva às necessidades dos trabalhadores” e que ainda “o mau desempenho, atrasos ou faltas, baixo nível de esforço, mau comportamento, podem ser causados por necessidades que são bloqueadas diretamente ou não atendidas no trabalho.” (SCHERMERHORN; HUNT; OSBORN 1999, p. 86)

Dessa forma, de acordo com a visão de Maslow o indivíduo busca atender suas necessidades básicas, mas também precisa satisfazer, as necessidades de segurança, de relacionamento, de estima e autorrealização. O próprio Taylor, segundo Bergamini (2013), entendia essa necessidade do trabalhador em assegurar o seu emprego, e não apenas isso,

assegurá-lo por um período maior de tempo mesmo que recebendo menor remuneração; já que esses começaram a entender que com o passar do tempo quanto mais eficientes e produtivos fossem, menos trabalhadores seriam necessários para realizar o mesmo trabalho.

Concomitante à Administração Científica de Taylor, Elton Mayo, que inaugura a Escola de Relações Humanas, também entendia, assim como Maslow, essa necessidade de manter um relacionamento entre os trabalhadores como forma de incentivar e aumentar a produtividade (STONER; FREEMAN, 1999). Ele “propõe que a melhor maneira de motivar os empregados reside na ênfase do comportamento de interação social.” (BERGAMINI, 2013, p. 08) Segundo Bergamini, ainda:

O operário não era um mero autômato a ser aferido e acochado com um cronômetro; provavelmente seria útil saber o que queria e sentia; o grupo detinha considerável controle sobre o quanto estava pronto a produzir humanidade de produção – o trabalhador seria mais produtivo se fosse respeitado e se os gerentes fomentassem a capacidade do indivíduo de se automotivar e resolver problemas sozinho. Essa passa a ser um novo enfoque na consideração dos indivíduos no trabalho. (BERGAMINI, 2013, p. 73 *apud* KIECHEL III, W., 2012, p. 40-53)

Aldefer, além das necessidades propostas por Maslow, também defende que as necessidades existenciais, bem como as necessidades de relacionamento e de crescimento devam ser atendidas (MOTTA; VASCONCELOS, 2006). Ambos concordam que o indivíduo tem o desejo de obter relacionamentos interpessoais satisfatórios e o desejo de que suas ações sejam aprovadas pelos colegas de trabalho.

Já os estudos de McClelland acrescentam a necessidade de realização de tarefas de forma mais eficiente e a necessidade de poder, de influenciar as pessoas e seus comportamentos (SCHERMERHORN, HUNT; OSBORN, 1999). As pessoas precisam ter essas necessidades de ‘ordem superior’ atendidas para se sentirem motivadas, satisfeitas. Segundo Motta e Vasconcelos (2006), a respeito dos pensamentos de McClelland, os colaboradores têm a necessidade ainda de fazer parte de um grupo social, mesmo que essa necessidade se apresente de forma inconsciente, no qual tenham a possibilidade de criar relacionamentos positivos causando uma sensação de pertencimento. Essa necessidade é descrita por McClelland como a necessidade de filiação.

Entretanto, muitas das reclamações dos indivíduos no ambiente de trabalho está mais ligada a ordem salarial, dessa forma, poderia se pensar nos estudos iniciais de Taylor quanto aos incentivos financeiros como sendo suficiente para mitigar essa insatisfação, ao passo que ainda estimula um aumento na produtividade, já que, segundo Bergamini (2013, p. 07 *apud* Michel, S., 1994, p. 18), “Taylor considera que a única motivação do assalariado é o salário.”

Mas estudos como o de Hersberg mostram que os trabalhadores não são impulsionados apenas pelos estímulos financeiros. “Hersberg descobriu que um salário ou uma base salarial baixa torna as pessoas insatisfeitas, mas que o aumento as torna menos insatisfeitas. ” (SCHERMERHORN, HUNT; OSBORN, 1999, p. 90) Ou seja, por um lado ao passo que o indivíduo se sente realizado e motivado em atender as necessidades de ‘ordem superior’, por outro lado um aumento salarial não o impulsiona à satisfação, mas sim a ausência de insatisfação.

Assim, as organizações precisam observar os fatores que motivam os trabalhadores a fim de orientá-los e estimulá-los a atender os objetivos individuais à medida que também atendam aos objetivos organizacionais, tais como aumento de produtividade e eficiência a fim de gerar riquezas e perpetuidade a organização; e para que isso seja possível, “os membros devem estar suficientemente motivados para alcançar o mais alto nível de produtividade permitido por seus talentos. ” (WAGNER III, 2006, p. 219)

Dessa forma, as organizações buscando entender os fatores que possam estimular os membros da organização a se sentirem motivados a atender tanto os objetivos organizacionais, como os objetivos individuais, devem proporcionar todas as ferramentas de trabalho necessárias que facilitem o processo e aumente a produtividade do trabalhador.

Pois, como abordado, a dinâmica motivacional do comportamento humano no trabalho “para agir pode vir do interior ou ter origem em circunstâncias exteriores. ” (BERGAMINI, 2013, p. 04) Ou seja, não basta apenas os trabalhadores procurarem satisfazer suas necessidades básicas e de ‘ordem superior’, mas a organização também precisa oferecer estímulos e condições de trabalho para que os funcionários estejam motivados e consigam atender as suas necessidades, bem como ao se sentir motivado possam agir da melhor forma a obter ganhos de produtividade para a organização.

2.2 Comunicação por meio de Redes Sociais nas organizações

As redes sociais, popularmente conhecidas como mídias sociais, segundo Frota:

Podem ser definidas como ferramentas eletrônicas de baixo custo, o que pode fazer com que qualquer pessoa consiga publicar ou acessar informações, podendo assim colaborar para um objetivo comum ou que possa construir algum tipo de relacionamento. (FROTA 2011, p. 24 *apud* BAREFOOT E JUE, 2010)

Assim, as redes sociais são introduzidas nas organizações como ferramentas de trabalho facilitadoras das atividades cotidianas que necessitam de comunicação. Segundo Bueno (2015, *apud* Castells, 2003, p. 7), as redes sociais utilizadas como ferramentas organizacionais são vantagens competitivas importantes por proporcionar flexibilidade e adaptabilidade num ambiente de constantes mutações e rápida transmissão de informação; auxiliando para uma maior eficiência e rápida comunicação entre os membros da organização.

Segundo Côrrea (2011), é certo que a inclusão das redes sociais nas organizações é um avanço no processo de comunicação. Por proporcionar uma redução no tempo de resposta entre funcionários desenvolvendo tarefas dependentes ou que necessitam de auxílio, o instrumento pode auxiliar no aumento do cumprimento mais rápido e fácil das atividades determinadas pela organização.

Além disso, por meio das redes sociais os colaboradores podem interagir mais facilmente, pois a mídia proporciona tanto uma maior aproximação a uma maior quantidade de pessoas, quanto um afastamento físico, que pode ser visto por alguns como positivo, proporcionando que a interação se dê com pessoas de variadas localidades, departamentos, unidades e níveis hierárquicos da organização.

Dessa forma, o maior acesso a diferentes áreas de atuação “é uma possibilidade de integração entre os diversos saberes, áreas de conhecimento e culturas” (BUENO, 2015, p. 88); possibilitando uma comunicação tanto mais eficiente quanto ampla na disseminação de conhecimento entre áreas diferentes e correlacionadas por meio de “diferentes indivíduos rompendo as barreiras geográficas, temporais e linguísticas, empecilhos que antes eram significantes no resultado do processo comunicacional.” (BUENO, 2015, p. 72)

Essa facilidade na comunicação proporcionada pelas mídias sociais, passa a ser utilizada por muitas organizações em suas relações comerciais como forma de se aproximar do público, fortalecer a marca, melhorar a comunicação organização – cliente, alavancar as vendas do produto (bens e serviços) ou ainda como pesquisa de marketing utilizando um canal mais barato e acessível. (BUENO, 2015)

Esse tipo de comunicação é mais comumente utilizada para a relação organização - cliente do que organização – organização. Ou seja, as mídias sociais são mais exploradas pelas empresas para um melhor contato com o público externo do que entre os membros da própria organização.

E sendo a comunicação uma necessidade absoluta para a vida dos indivíduos e das organizações, “o estabelecimento de relacionamentos próximos, permanentes e duradouros torna-se essencial para a manutenção da imagem institucional na adequação da postura

empresarial na era digital” (BUENO, 2015, p. 70), tornando-se fator importante tanto nas relações internas quanto nas externas, proporcionando uma comunicação mais eficiente em ambas as interações.

Dessa forma, muitas organizações passaram a aceitar a utilização de algumas redes sociais no ambiente corporativo, fazendo delas ferramentas de trabalho como forma de melhorar os processos e a comunicação dentro do ambiente organizacional.

2.3 Redes Sociais utilizadas como ferramentas de trabalho nas organizações

Existem diversas redes sociais colaborativas e interativas, tais como o *WhatsApp*, *Facebook*, *Gmail*, *Twitter*, *Wikipédia*, *Uol*, *YouTube*, dentre outras, mas nem todas são aceitas pelas organizações para que os funcionários utilizem dentro do ambiente corporativo, seja para fins pessoais ou para fins organizacionais.

A Instituição Financeira em estudo, de administração indireta, caracterizada como empresa de economia mista, situada em Caruaru, e que tem forte participação para a movimentação de recursos monetários na região e consequente contribuição para o desenvolvimento econômico da cidade e arredores, não permite que seus funcionários, concursados, façam o uso de outras mídias sociais que não o *WhatsApp*, para serem utilizadas como ferramenta de trabalho. Em contrapartida, oferece meios alternativos de comunicação interna, mas que nem sempre possuem as mesmas características e facilidades que as mídias sociais proporcionam.

As organizações restringem o uso das mídias sociais para o uso apenas daquelas que acreditam ser mais adequadas para auxiliar o atingimento dos objetivos organizacionais, ou nem permitem que sejam utilizadas. Isso acontece devido aos desvios que podem ocorrer, pois os funcionários podem acabar utilizando mais as mídias sociais, como o *WhatsApp*, para fins pessoais do que corporativo durante a jornada de trabalho, diminuindo sua produtividade e “o aumento da produtividade e maiores lucros só virão se esse meio for bem utilizado pelo grupo, mesmo que tenham um objetivo comum.” (FERREIRA, 2015, p. 23)

Segundo Miranda, Quelhas e França (2015, p. 2), “a acessibilidade das redes sociais está cada vez mais simples, pois pode ser feita utilizando vários dispositivos, inclusive móveis, mantendo as pessoas permanentemente conectadas.” Assim, além do cuidado de não utilizar o aplicativo de forma exagera para fins pessoais durante a jornada de trabalho, um outro fator de

atenção quanto a utilização das mídias sociais nas organizações é que o funcionário precisa tomar cuidado para que informações de caráter sigiloso não sejam divulgadas na rede.

Muitas organizações, que permitem ou não o uso das redes dentro das fronteiras organizacionais, sentem a necessidade cada vez mais crescente de formalizar o uso das mídias sociais nos Códigos de Conduta e Ética como forma de prevenir e informar como os funcionários devem agir nessas situações. “A capacidade de compartilhar e fornecer informações é completamente oposta às exigências de segurança na rede. Incentiva as pessoas a fazer coisas que não são atividades de segurança conscientes ” (MIRANDA; QUELHAS; FRANÇAS, 2015, p. 2). Assim o funcionário precisa tomar cuidado para que informações internas não sejam divulgadas na rede comprometendo o sigilo de informações e colocando a organização em situação de riscos tanto de imagem quando financeiro.

As mídias sociais, utilizadas como ferramenta de trabalho, como é o caso do *WhatsApp*, são introduzidas pela organização como um meio facilitador na execução das tarefas, visando aumentar o desempenho dos funcionários por meio do aumento da velocidade na comunicação interna, utilizada como forma interativa de obter soluções mais rápidas entre funcionários de várias unidades de uma organização, tornando assim o trabalho desempenhado mais eficiente.

E ainda, segundo a terceira posição da hierarquia das necessidades de Maslow, o funcionário tem necessidade de participação, de fazer parte de um grupo, sendo a interação uma das características das redes sociais. “A não ser que se vejam como parte integrante da organização, os empregados irão sentir-se frustrados por uma necessidade de participação não atendida e provavelmente não responderão às oportunidades e incentivos de ordem mais elevada. ” (STONER; FREEMAN, 1999, p. 324-325)

Além disso, o funcionário pode sentir-se mais motivado em executar suas tarefas por ter uma ferramenta que proporciona visibilidade aos demais funcionários das unidades quanto aos seus conhecimentos e habilidades. Segundo Stoner e Freeman (1999, p. 324), conforme a teoria das Necessidades de Maslow, “em termos organizacionais, as pessoas querem ser boas em seus trabalhos; também querem sentir que estão realizando algo importante quando fazem esse trabalho”.

Assim, o funcionário, por meio dos conhecimentos demonstrados aos seus colegas de profissão, ao tentar ajudar na solução de problemas rotineiros por meio da rede social utilizada como ferramenta de trabalho, pode sentir-se motivado pelo reconhecimento e gratidão demonstrada pelos demais funcionários, desempenhando assim com mais efetividade e comprometimento suas atividades.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa seção tem por objetivo apresentar o planejamento da metodologia a ser adotada, conforme a questão e os objetivos de pesquisa, informando sobre a abordagem do problema, o tipo de pesquisa quanto aos seus objetivos e quanto as fontes. Sequencialmente, apresentadas a população e a amostra e a forma de coleta de dados e análise de dados.

3.1 Tipos de Pesquisa

Nessa seção serão apresentadas as formas escolhidas para a materialização da pesquisa.

3.1.1 *Quanto à abordagem do Problema*

A pesquisa pode ser caracterizada como quantitativa e qualitativa, que segundo Klein *et al.* (2015, p. 32 *apud* Richardson, 1999), a primeira envolve “o emprego de coleta de dados estruturados, da quantificação tanto da coleta de informações, quanto do tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”. Opta-se por este método como meio de se obter um melhor entendimento quanto as influências que o *WhatsApp* possui sobre a produtividade e motivação do colaborador de uma Instituição Financeira de Caruaru quando utilizado como ferramenta de trabalho.

A segunda abordagem foi escolhida por “perceber a individualidade e os significados múltiplos atribuídos pelos indivíduos à realidade, procurando descrever essa realidade sem se preocupar com uma mensuração estatística.” (KLEIN *et al.*, 2015, p. 31 *apud* ROESCH, 2015, p. 31)

3.1.2 Quanto aos Objetivos

A pesquisa será exploratória descritiva, pois visa, segundo Klein *et al.* (2015, p. 32), “obter uma primeira compreensão a respeito de conceitos recentes ou inéditos”, como é o caso do uso das mídias sociais recentemente utilizadas nas organizações como ferramenta de trabalho quando comparadas com ferramentas mais ‘tradicionais’ como é o caso do computador, para a partir disso descrever “situações, fatos, opiniões ou comportamentos, buscando mapear a distribuição de um fenômeno na população ou contexto pesquisado.” (KLEIN *et al.*, 2015, p. 32)

A descrição será das características encontradas sobre o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho em uma instituição financeira em Caruaru, bem como a descrição da visão dos colaboradores em relação as influências (positivas e negativas) sobre o sua produtividade e motivação, escolhido dessa forma para melhor conhecimento sobre as características dos funcionários dentro do assunto das mídias sociais adotadas como ferramenta de trabalho, que ainda é pouco abordado nas pesquisas.

3.1.3 Quanto as Fontes

O procedimento adotado para a investigação da pesquisa é um Levantamento, pois visa analisar mais a fundo quanto ao comportamento e opinião dos colaboradores da Instituição Financeira de Caruaru quanto as influências do *WhatsApp*, utilizado como ferramenta de trabalho, sobre sua produtividade e motivação.

3.2 População e Amostra

A Instituição Financeira investigada possui, dentre outras, três unidades, localizadas no município de Caruaru, agreste de Pernambuco, as quais foram consideradas como a população da pesquisa pela igual importância no processo de auxiliar no desenvolvimento do município e

região onde atuam, agregando valor e aumentando o poder aquisitivo dos clientes por meio dos produtos que oferecem.

A organização foi escolhida, além de ser mais acessível para pesquisa, devido permitir que seus colaboradores utilizem o aplicativo como ferramenta de trabalho, formando-se grupos afins que tiram dúvidas quanto processos e normativos, resolvem problemas e trocam experiências quanto ao uso dos sistemas internos de forma a facilitar o trabalho dos colaboradores. A ferramenta é entendida muito além de uma ferramenta de comunicação e recado como é utilizada internamente por outras organizações.

Assim, para a pesquisa envolveu-se todos os departamentos da organização, dos quais fizeram parte da pesquisa a população de 100% do quadro de funcionários, concursados das agências, não tendo, portanto, amostra nessa pesquisa, e os quais tomaram conhecimento prévio de que esta garantiria o total sigilo das informações obtidas.

O quadro de funcionários da dependência está distribuído em três dependências na qual 36 funcionários correspondem a agência 1, 13 funcionários a agência 2 e 12 funcionários a agência 3. A população, portanto, contabiliza o total de 61 funcionários concursados, divididos entre as agências, que foram denominadas em agência 1, agência 2 e agência 3 para facilitar a identificação, em ordem de quantidade decrescentes de funcionários lotados nas unidades.

É importante ressaltar que a divisão das agências foi estabelecida apenas para identificar e facilitar a coleta de dados, e a análise destas foi realizada considerando de forma conjunta, já que o intuito é observar a influência do uso do *WhatsApp*, utilizado como ferramenta de trabalho, na produtividade e motivação dos colaboradores na organização como um todo, e não nas unidades separadamente. Isso porque existe a interação entre os usuários dos diversos setores e unidades da organização, não se limitando o uso do *app* e as possíveis influências deste a cada agência.

3.3 Forma de Coleta de Dados

Após a aprovação da diretoria de pessoas da Instituição Financeira para a realização da pesquisa nas unidades da organização, bem como a autorização dos gestores das 3 agências do município, o levantamento dos dados constituiu-se da aplicação de um questionário estruturado em duas seções básicas, o qual se encontra no Apêndice A desta pesquisa, que foi adaptado do questionário presente no artigo “Percepção dos colaboradores de uma instituição financeira

acerca da influência do acesso às redes sociais no desempenho”, de autoria de FERREIRA (2011).

A primeira seção está composta por questões fechadas conforme uma Escala de Likert de 5 pontos, no qual foram criadas situações ou contextos em que o colaborador precisou informar numa escala de 1 a 5, no qual 1 o colaborador discorda totalmente, 2 discorda, 3 indiferentes, 4 concorda e 5 concorda totalmente com as situações apresentadas.

Entre as vantagens dos questionários, temos o custo relativamente baixo e o fato de o que, como geralmente são anônimos, podem resultar em respostas mais confiáveis. Entre as desvantagens, temos a baixa taxa de respostas, o que pode prejudicar a generalização dos resultados e a falta de profundidade das respostas. (SCHERMERHORN, HUNT; OSBORN, 1999, p. 299)

Dessa forma, na segunda seção, foram incluídas questões abertas para comparar a validade das respostas obtidas. Essa foi composta de questões que “permitem ao informante responder livremente, usando linguagem própria, e emitir opiniões.” (KLEIN *et al.*, 2015, p. 68)

É importante ressaltar, que nem todos os funcionários responderam ou estavam presentes durante o período de aplicação dos questionários, quer seja por licença saúde, férias ou folga eleitoral. Dessa forma, da agência 1, apenas 26 questionários foram respondidos, na agência 2, 11 questionários foram respondidos, e na agência 3, os 12 questionários foram respondidos, tendo um total de 49 questionários válidos para análise de dados.

Além disso, vale salientar que a Instituição Financeira, por meio de sua diretoria de pessoas e o departamento de análise e autorização para trabalhos acadêmicos, não permitiu a identificação da organização nesta pesquisa, por julgar haver riscos de imagem e/ou financeiros que pudessem comprometer a organização.

3.4 Forma de Análise de Dados

Os dados quantitativos, segundo Klein *et al.* (2015, p. 88), “são aqueles que originalmente estão na forma numérica e também aqueles coletados por meio de questões fechadas em questionários e convertidos em dados numéricos”, que serão analisados por meio de ferramentas estatísticas, já que permite uma forma mais precisa de análise dos dados.

Com os dados da primeira seção, realizou-se o cálculo da frequência relativa, que consiste em transformar dados absolutos em percentuais, definidos como a razão entre a frequência absoluta e o número total de observações que visaram dar suporte a análise quanto a influência do *WhatsApp*, utilizado como ferramenta de trabalho, na motivação e produtividade do colaborador.

As questões abertas do questionário, que compõem a segunda seção, foram analisadas com base na Análise de Conteúdo, pois segundo Klein *et al.* (2015), é um método que permite a análise de respostas abertas a questionário, analisando o conteúdo da mensagem, permitindo uma comparação em relação às possíveis divergências com as respostas das questões fechadas, que juntas, permitiram mostrar se o *app*, utilizado como ferramenta de interfere, na motivação e produtividade do colaborador.

A apresentação da análise e interpretação dos dados será por meio de gráficos construídos de maneira estratificada para então ser apresentado um parecer geral dos dados analisados, devido a quantidade de unidades analisadas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES

Essa seção tem por finalidade apresentar os resultados obtidos a respeito das análises dos questionários aplicados.

4.1 Caracterização da empresa

A análise deteve-se a unidades de uma Instituição Financeira de administração indireta, constituída na forma de sociedade de economia mista, na qual possui três dependências localizadas no município de Caruaru, agreste de Pernambuco.

A organização tem por objetivo desenvolver a sociedade, de forma inovadora, eficiente e sustentável, agregando valores e aumentando o poder aquisitivo dos clientes, atendendo a diversas necessidades por meio da oferta de crédito rápido com taxas de juros diferenciadas, bem como investimentos, seguros, capitalizações, previdência privada, consórcio, plano dental, contas, cartões e outros, de forma a proporcionar a melhor experiência aos seus clientes nos mais diversos segmentos, desde a pessoa física de baixa renda até os setores públicos.

As dependências localizadas em Caruaru são apenas três entre os mais de 5000 mil pontos de atendimento espalhados pelo Brasil, e que conta com um total de 61 funcionários lotados no município. A organização ainda, devido sua experiência em mercados financeiros mundiais, está a décadas presente em mais de 20 países, possuindo tanto postos de atendimento, quanto caixas eletrônicos em locais estratégicos, pensados para proporcionar a melhor experiência aos seus clientes.

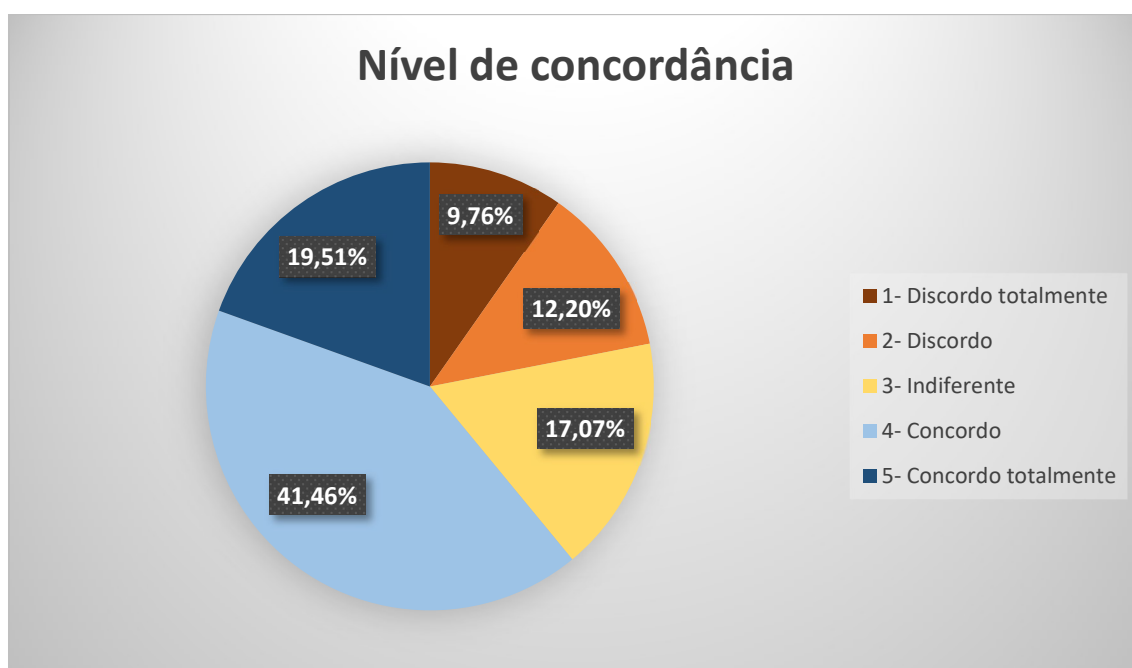
4.2 Apresentação dos dados

Para analisar a influência do *WhatsApp* utilizado como ferramenta de trabalho na produtividade e motivação dos colaboradores da Instituição Financeira utilizou-se o questionário com questões estruturadas disponível no Apêndice A.

O questionário permitiu avaliar o uso do *app* no ambiente de trabalho e dar suporte ao atingimento do objetivo geral e específicos.

O primeiro ponto observado foi em relação ao uso do *WhatsApp*, pelos colaboradores, dentro da organização para fins não corporativos e a porcentagem de adesão do aplicativo para essa finalidade pode ser observada no Gráfico 1 a seguir. O nível de concordância, em todos os gráficos deste trabalho, será apresentado de 1 a 5 no qual 1 representa ‘Discordo totalmente’; 2 ‘Discordo’; 3 ‘Indiferente’, 4 ‘Concordo’; e 5 ‘Concordo totalmente’.

Gráfico 1: Uso do *WhatsApp* para fins não corporativos no ambiente de trabalho



Fonte: Próprio autor

Observa-se que aproximadamente 22% dos colaboradores não utilizam o *WhatsApp* para fins pessoais no ambiente de trabalho, tendo, portanto, uma grande quantidade de funcionários que deixam de executar suas atividades para resolver assuntos paralelos ao corporativo durante o expediente, podendo acarretar numa diminuição da produtividade por desviar os esforços para o atingimento dos objetivos estabelecidos pela organização.

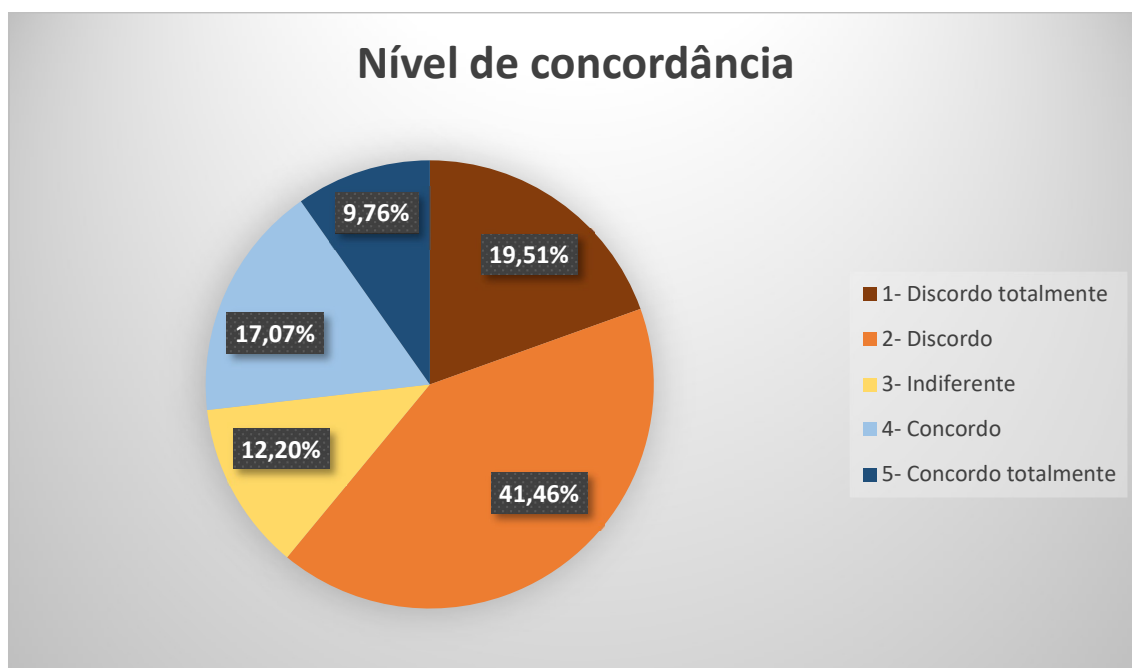
E de fato, como visto e afirmado por Ferreira (2015), o aumento da produtividade e maiores lucros só ocorrerão caso o grupo faça o correto uso da aplicativo, assim, mesmo que os colaboradores possuam interesses e objetivos em comum, a ferramenta só irá ser

efetivamente válida para o auxílio no aumento da eficiência e produtividade dos colaboradores caso esses a utilizem para os fins estabelecidos pela organização.

Caso ocorra desvios excessivos no uso do aplicativo, sem a devida parcimônia no uso da ferramenta para o uso de assuntos pessoais, o *app* terá o efeito oposto ao esperado pela instituição, proporcionando maiores desvios e desperdícios de tempo do que efetivando este como facilitador para solução de problemas organizacionais.

Entretanto, quando questionados, em sua percepção, se o uso do *WhatsApp* para fins não corporativos, durante a jornada de trabalho, influencia de forma negativa na execução das suas atividades, mais de 60% dos colaboradores informaram não acreditar que o *app* utilizado para fins pessoais no ambiente de trabalho interfere de forma negativa em sua produtividade, conforme explicito no Gráfico 2 a seguir.

Gráfico 2: Você acha que o *WhatsApp* para fins não corporativos influencia negativamente na execução das suas atividades, durante o horário de trabalho.



Fonte: Próprio autor

Esse consenso pode acontecer devido à necessidade que os colaboradores sentem em resolver seus problemas pessoais para que assim consigam concentrar-se em suas atividades organizacionais. Essas necessidades estão relacionadas com as necessidades mais básicas da pirâmide de necessidades de Maslow, na qual o colaborador precisa atender suas necessidades

fisiológicas e de segurança, as quais também incluem resolver problemas familiares, para que então possa concentrar-se nas necessidades de ordem superior.

Essa necessidade de resolver problemas pessoais ou até desopilar por um instante durante o ambiente de trabalho faz com que o funcionário possa concentrar-se melhor nas suas atividades organizacionais. Segundo um colaborador, “muitas vezes temos problemas pessoais que não nos deixam ficar totalmente concentrados no trabalho. Acaba que com 1 minuto de conversa resolvemos o problema e podemos voltar a produzir bem.”

“Quando gratificadas, as necessidades deixam de ser prementes e são esquecidas, pelo menos durante um certo tempo” (REEVE, 2019, p. 46), possibilitando assim que o funcionário possa concentrar-se novamente em suas atividades na organização e que elas possam ser resolvidas de forma mais produtiva já que toda a concentração e esforços serão empregados ao máximo a atividade que o colaborador está envolvido, sem que o mesmo esteja preocupado com outros assuntos paralelos que já foram anteriormente atendidos.

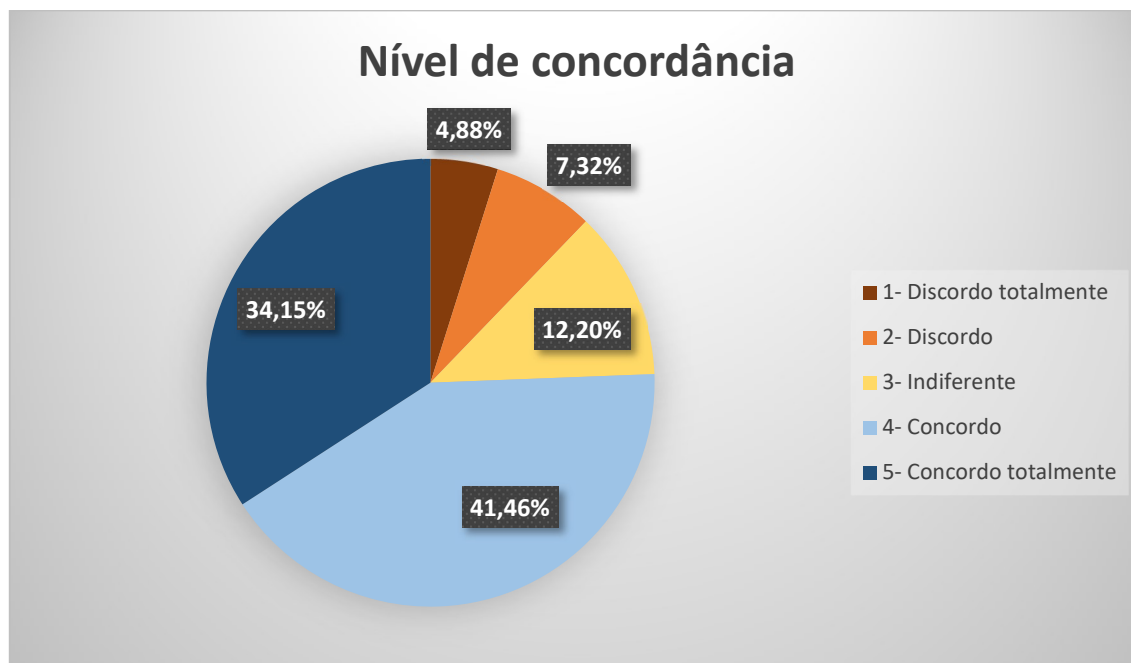
Bergamini (p. 14, 2013, *apud* Weiten, W. 2002, p. 284), “quando interpreta o pensamento de Maslow, afirma que as pessoas ficarão frustradas se não puderem fazer uso de todo o seu talento ou buscar seus interesses verdadeiros”. Razão pelas quais os objetivos pessoais e organizacionais precisam conviver em harmonia e se complementarem para que sejam a fonte da plena realização. (BERGAMINI, 2013)

O aplicativo, dessa forma, pode possibilitar uma comunicação mais efetiva dentro do ambiente de trabalho, facilitando a interação entre os colegas, mas que ao mesmo tempo possibilita que os funcionários possam concentrar-se melhor quando os assuntos de ordem pessoal já estiverem resolvidos. Assim os mesmos podem está totalmente envolvidos com os processos da organização, contribuindo para um aumento na produtividade.

Dessa forma, foi questionado ao colaborador se, em sua percepção, o uso do *WhatsApp* para fins corporativos influencia positivamente na execução das suas atividades. Conforme o Gráfico 3 abaixo, observa-se que 75% dos colaboradores acreditam que a ferramenta auxilia nas atividades aos quais estão envolvidos. É provável que essa aceitação esteja aliada a melhora e agilidade na comunicação que o *app* proporciona.

Os colaboradores possuem uma alta demanda de serviços, tanto advindos dos superiores, quanto dos clientes, muitas vezes ocorrendo ao mesmo tempo. Assim, possuir respostas e soluções rápidas, por meio da experiência dos colegas presentes nos grupos ao qual participam, facilita o trabalho e reduz o tempo ao procurar soluções para problemas que demandam maior tempo para serem resolvidos quando precisam encontrar respostas nos normativos internos da instituição.

Gráfico 3: Você acha que o uso do *WhatsApp* para fins corporativos influencia positivamente na execução das suas atividades durante o horário de trabalho.



Fonte: Próprio autor

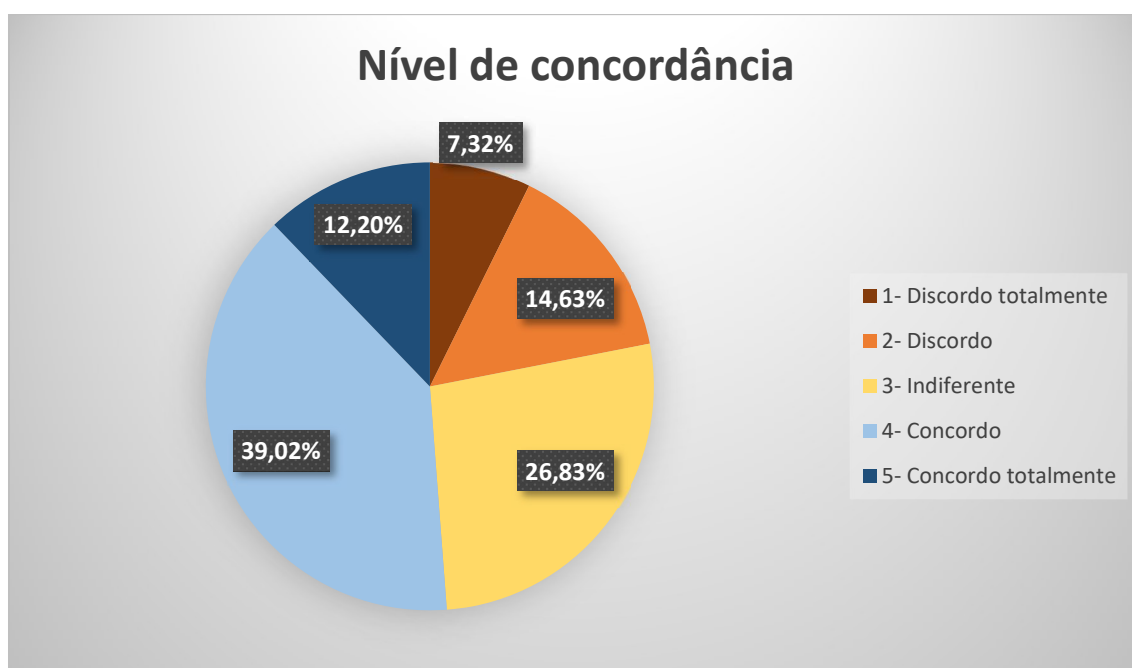
A ferramenta dessa forma, passa a ser um facilitador dos processos, contribuindo para uma maior agilidade na solução das demandas, como é observado nos comentários dos colaboradores que afirmam que o aplicativo “facilita a agilidade no contato pois nem sempre o interlocutor está disponível para um contato de voz [...]”. Além disso, o *WhatsApp* além do “compartilhamento de conhecimentos”, e a “agilidade no compartilhamento de informações”, funciona como um facilitador “[...] para tirar dúvidas entre os colegas”, “[...] solucionando eventuais dúvidas com relação a questões no ambiente de trabalho como um todo.”

A ferramenta dessa forma, auxilia no cumprimento das atividades dos colaboradores por proporcionar essa interação entre colegas de vários setores, que juntos, cada um com seu conhecimento e experiências, possam auxiliar os demais na resolução de problemas de forma mais fácil e rápida, contribuindo para o aumento da produtividade.

Um colaborador afirma que o aplicativo auxilia tanto nos processos, quanto para essa resolução de problemas, pois “como um dos meios de comunicação mais usados atualmente de fácil acesso e com respostas imediatas, tornou-se uma ferramenta necessária para facilitar a comunicação com grande abrangência. É possível formar grupos com interesses afins aproximando pessoas.”

E de fato, essa possibilidade em formar grupos de interesses é extremamente útil por proporcionar que os colegas, além de poderem auxiliar um aos outros, possam estar em grupos divididos por assuntos, possibilitando maior assertividade na resolução dos seus problemas, devido as informações estarem agrupadas de forma correta. Segundo eles, “agiliza o trabalho de forma objetiva”, possibilitando o consequente aumento na produtividade das tarefas estabelecidas pela organização.

Gráfico 4: Você acredita que a grande quantidade de informações geradas pelo *WhatsApp* no contato com outros colegas interfere positivamente para sua produtividade.



Fonte: Próprio autor

Dessa forma, foi questionado aos colaboradores se, na percepção dos mesmos, a grande quantidade de informações geradas pelo *WhatsApp* no contato com outros colegas interfere positivamente para sua produtividade.

Conforme Gráfico 4 acima, pouco mais de 51 % dos colaboradores afirmaram que o volume de mensagens é benéfico para a sua produtividade, sendo o grau de indecisos quanto a este questionamento de 26,83 %, maior do que os que afirmam que essas quantidades de informações trocadas entre eles prejudicam em sua produtividade.

Embora a maioria dos colaboradores acreditem que a quantidade de informações geradas pela ferramenta é válida para o aumento de sua produtividade, justamente pelas

facilidades e agilidade na comunicação que o aplicativo proporciona, o grande percentual de grau de indecisos pode estar relacionado pelo risco dos colaboradores não conseguirem acompanhar todas as informações.

Dessa forma, percebe-se, como exposto nos comentários de alguns colaboradores, que: “o uso descontrolado pode ocasionar excesso e repetição de mensagens, fazendo com que aos poucos a ferramenta perca a credibilidade devido a impossibilidade de acompanhamento das informações. ”

Além disso, também afirmaram que “algumas pessoas ainda não sabem fazer o bom uso da ferramenta enviando grande quantidade de postagens inúteis ou desnecessárias”. Ou seja, embora acreditem ser válida as informações, o excesso pode muitas vezes ter o efeito contrário ao esperado pela organização, fazendo com que os colaboradores percam tempo ao estarem buscando as informações em meio as mensagens que não contribuem para a solução dos problemas.

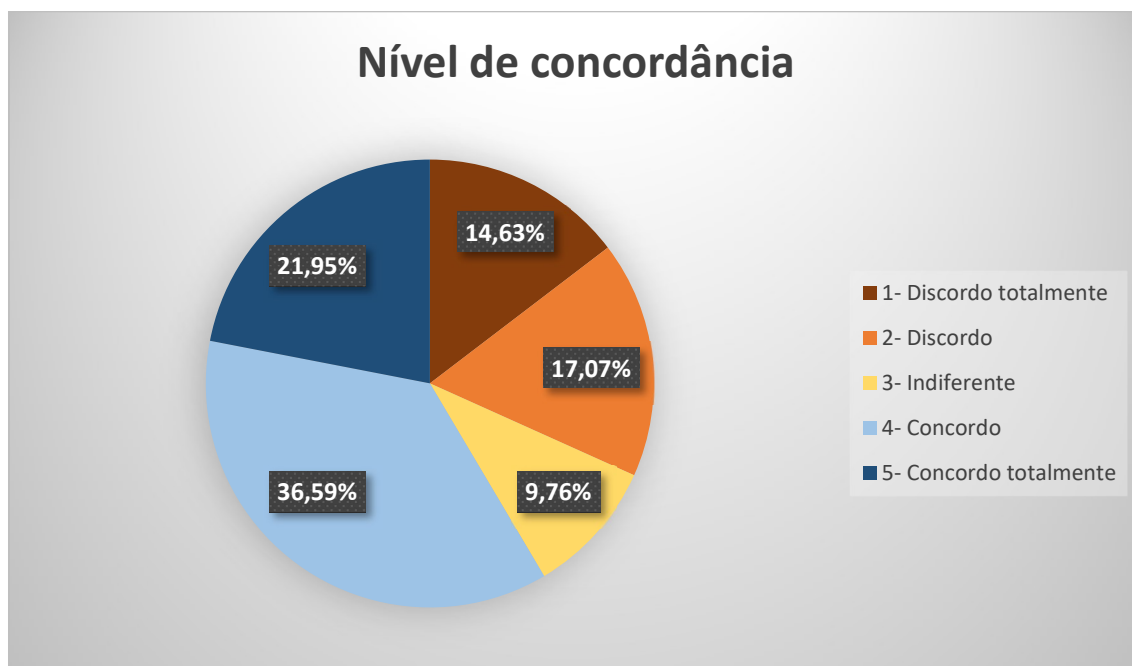
Outro fator que pode ter ocorrido para o nível de concordância não ser tão alto, pode estar relacionado com a quantidade de informações e mensagens serem tantas que os colaboradores precisem de mais tempo para lê-las, passando a utilizar o aplicativo, para fins corporativos, fora do ambiente de trabalho, extrapolando os limites da jornada de trabalho, conforme pode ser visto no grau de concordância exposto no Gráfico 5 abaixo.

Além disso, eles podem ficar sobrecarregados mentalmente devido esse aumento na jornada de trabalho e quantidade de informações geradas, prejudicando a socialização entre eles, já que o funcionário pode acabar reduzindo a participação nesses grupos, diminuindo dessa forma a eficácia da ferramenta e até mesmo havendo uma desmotivação devido a não participação nesses grupos.

Isso porque, segundo Maslow, o indivíduo tem a necessidade de pertencer a um grupo e de ser aceito por eles (MOTTA; VASCONCELOS, 2006), e participar desses grupos pode ir além de apenas ajudar a solucionar problemas, mas também da necessidade e bem-estar ao ajudar o colega, conforme pode ser visto no Gráfico 7, a porcentagem de colaboradores que se sentem motivados a ajudar os colegas de trabalho, questionamento ao qual será abordado posteriormente.

Dessa forma, quando questionado aos colaboradores se os mesmos fazem o uso da ferramenta, fora do ambiente organizacional, para uso corporativo, mais de 56% dos colaboradores responderam utilizar o *WhatsApp* fora do ambiente de trabalho para essa finalidade, conforme mostra o Gráfico 5 a seguir.

Gráfico 5: Você utiliza o *WhatsApp* para fins corporativos fora do ambiente de trabalho.



Fonte: Próprio autor

Assim, outro ponto pode ser observado acerca dessa utilização da ferramenta, fora do ambiente de trabalho, para fins corporativos, além da maior quantidade de mensagens recebidas devido ao aumento da jornada e a possível interferência na socialização explanada anteriormente.

Essa maior utilização da ferramenta para resolver problemas fora do ambiente corporativo pode ser um indicativo que o aumento da produtividade ocorre não somente pela melhora da comunicação e pela facilidade e agilidade na resolução dos problemas e conclusão dos processos, mas também pelo aumento da carga horária do colaborador.

Como a ferramenta não possui as barreiras físicas institucionais ou regimento interno quanto sua utilização, o aplicativo pode ser utilizado fora do horário e ambiente de trabalho, fazendo com que os colaboradores passem a responder e demandar soluções por um período maior tempo, sendo um fator de aumento da produtividade na execução das suas atividades.

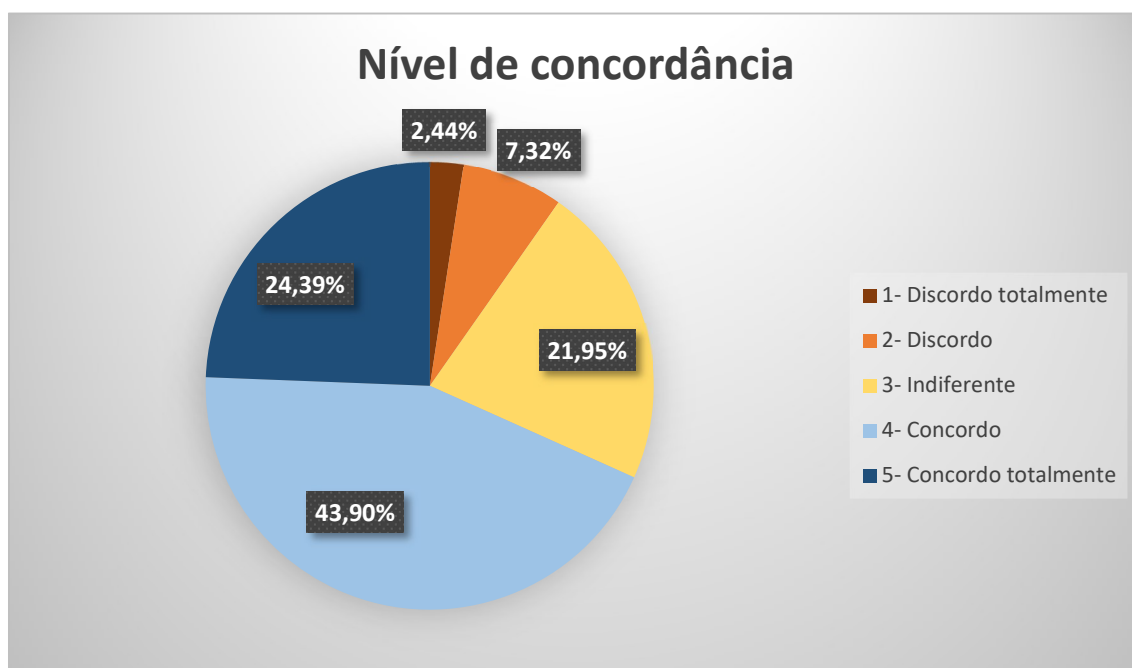
De fato, em muitos comentários, os colaboradores dizem ser demandados e cobrados fora do ambiente de trabalho, afirmando haver o “uso excessivo por parte dos superiores hierárquicos na cobrança/ pedido de vendas, pôr o *WhatsApp* ser ‘informal’ não se limitando ao horário do ponto. ”

Assim muitos colaboradores apontaram que um dos motivos pelo qual não se limita o uso do aplicativo apenas no ambiente de trabalho, abrindo margem para a “sua utilização excessiva por cobranças de metas fora do horário de trabalho”, é devido o “uso do aparelho e linha pessoal, para assuntos corporativos. ”

Um dos colaboradores afirma que “ainda se utiliza, via celular pessoal, o que ocasiona a sua continuidade fora do horário de trabalho”. Esse aumento na cobrança de metas e resolução de demandas além do horário normal de trabalho, portanto, também pode ser responsável pelo aumento da produtividade percebida pelos colaboradores.

Apesar de muitos colaboradores apresentarem queixas quanto informações desnecessárias, bem como pela extensão do tempo da jornada, menos de 10% dos colaboradores não se sentem satisfeitos pela possibilidade em utilizar o *WhatsApp* durante o horário de trabalho, conforme o Gráfico 6 exposto a seguir.

Gráfico 6: Você se sente satisfeito a respeito da possibilidade do uso do *WhatsApp* durante o horário de trabalho.



Fonte: Próprio autor

Dessa forma, a alta adesão a ferramenta e satisfação em poder utilizá-la, pode estar relacionado ao fato dos colaboradores poderem utilizar a ferramenta durante o horário de

trabalho para resolver assuntos particulares concentrando-se melhor nas suas atividades organizacionais, por já terem atendido suas necessidades básicas, conforme exposto anteriormente e reforçado por meio do Gráfico 2.

Mas, também, devido os colaboradores poderem fazer parte de um grupo de interesse que os aceitem e que os mesmos possam compartilhar suas experiências, ajudando e sendo ajudados, auxiliando para o aumento da produtividade e motivando os colaboradores por meio da interação social. (BERGAMINI, 2013)

Entende-se, dessa forma, que a satisfação, presente na maioria dos funcionários, causada pela possibilidade em utilizar o aplicativo dentro do meio organizacional, acontece tanto por causa do atendimento das necessidades de resolver os assuntos pessoais, quanto por meio da necessidade de pertencimento a um grupo. Segundo Motta e Vasconcelos (2006), tanto Maslow quanto Aldefer concordam que o indivíduo tem o desejo de obter relacionamentos interpessoais satisfatórios e o desejo de que suas ações sejam aprovadas pelos colegas de trabalho. Quando essas necessidades de pertencimento e filiação são atendidas o colaborador sente-se motivado por poder fazer parte de um grupo que o aceite.

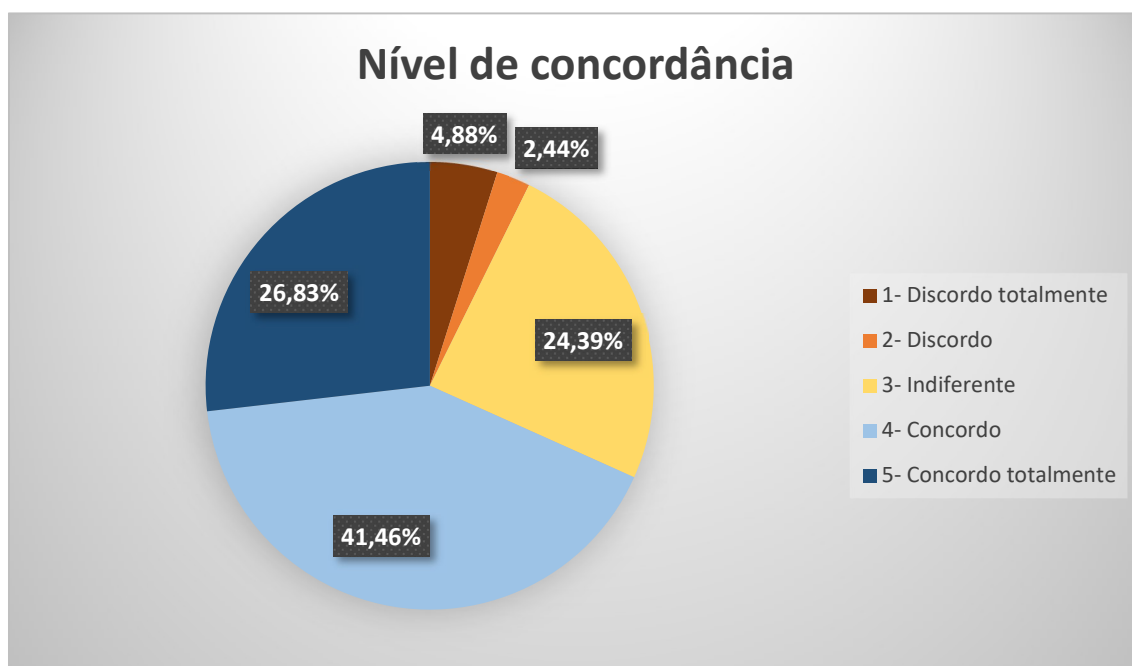
De fato, quanto questionado se os mesmos se sentem motivados a ajudar os colegas de outras agências por meio de grupos de *WhatsApp*, mais de 68% dos colaboradores afirmaram sentir-se bem ao ajudá-los, conforme Gráfico 7 abaixo.

Essa motivação pode ser explicada justamente por essa necessidade inconsciente que o colaborador sente em ser aceito por um grupo e fazer parte do mesmo, de forma satisfatória, ao conseguir tanto resolver seus próprios problemas, quanto ajudar na resolução dos problemas dos colegas (MOTTA; VASCONCELOS, 2006).

Desse modo, a ferramenta auxilia tanto na produtividade por auxiliar na melhora da agilidade e facilidade na comunicação, quanto influência na motivação no que diz respeito a possibilidade de interação entre diversos grupos, causando um sentimento de pertencimento nos funcionários, como pode ser corroborado pela afirmação de um dos colaboradores que afirmou que a ferramenta “melhora a interação entre os colegas de outras agências, proporcionando a sensação de unicidade entre todos da empresa. ”

E mais, os colaboradores, ainda, segundo Stoner e Freeman (1999), ao abordarem os pensamentos de Maslow, sentem a necessidade de estima, o qual está intimamente relacionado ao desejo de *status* e reconhecimento que o funcionário sente ao fazer parte de um grupo. Dessa forma, os mesmos, para se sentirem motivados, necessitam tanto pertencer a um grupo, quanto a ser reconhecidos e aprovados socialmente por este meio.

Gráfico 7: Você se sente motivado a ajudar colegas de outras agências por meio de grupos de *WhatsApp*.



Fonte: Próprio autor

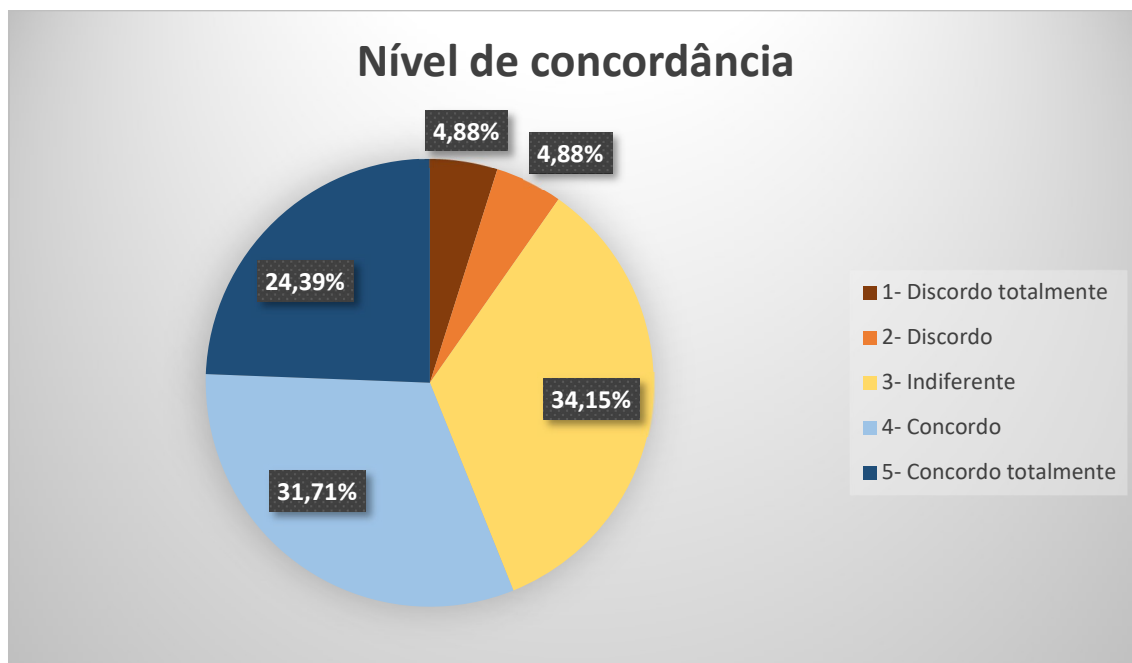
De fato, quando questionado aos colaboradores se os mesmos se sentem reconhecidos, pelos integrantes do grupo, quando conseguem ajudá-los de alguma forma por meio do *WhatsApp*, apenas 10%, aproximadamente, informaram não se sentirem reconhecidos pelos seus esforços no grupo, conforme Gráfico 8 abaixo.

Essa alta porcentagem de colaboradores que concordam que se sentem reconhecidos quando auxiliam um colega por meio do aplicativo, reafirma a efetividade da ferramenta como estímulo para a motivação por proporcionar essa interação do colaborador com os integrantes do grupo, ao passo que ainda pode melhorar a produtividade dos colaboradores por estes sentirem-se satisfeitos com o sentimento de pertencimento.

Atrelado a essa necessidade de pertencer a um grupo e sentir-se reconhecido pelas interações realizadas no aplicativo, o colaborador pode ainda, sentir-se motivado a produzir mais, a participar mais e a ajudar mais os colaboradores por acreditarem haver a possibilidade de ascensão por meio dos conhecimentos e experiências repassadas no grupo.

Segundo Bergamini (2013), as pessoas buscam, por meio do seu trabalho, oportunidades de melhorar suas capacidades, habilidades e experiências, como forma de melhorar sua autoestima.

Gráfico 8: Você se sente reconhecido, pelos integrantes do grupo, quando consegue ajudá-los de alguma forma por meio do *WhatsApp*.



Fonte: Próprio autor

E ainda, segundo Bergamini (2013, p. 69, *apud* Levy-Leboyer, C., 1994, p. 98), “Ninguém fará esforços se aquilo que o esforço traz é, em análise, sem valor para si.” Ou seja, ninguém fará esforço por nada em troca. (BERGAMINI, 2013)

Assim, questionou-se se, na percepção do colaborador, o *WhatsApp* como ferramenta de trabalho proporciona visibilidade do trabalho desempenhado que possa resultar numa possível ascensão profissional.

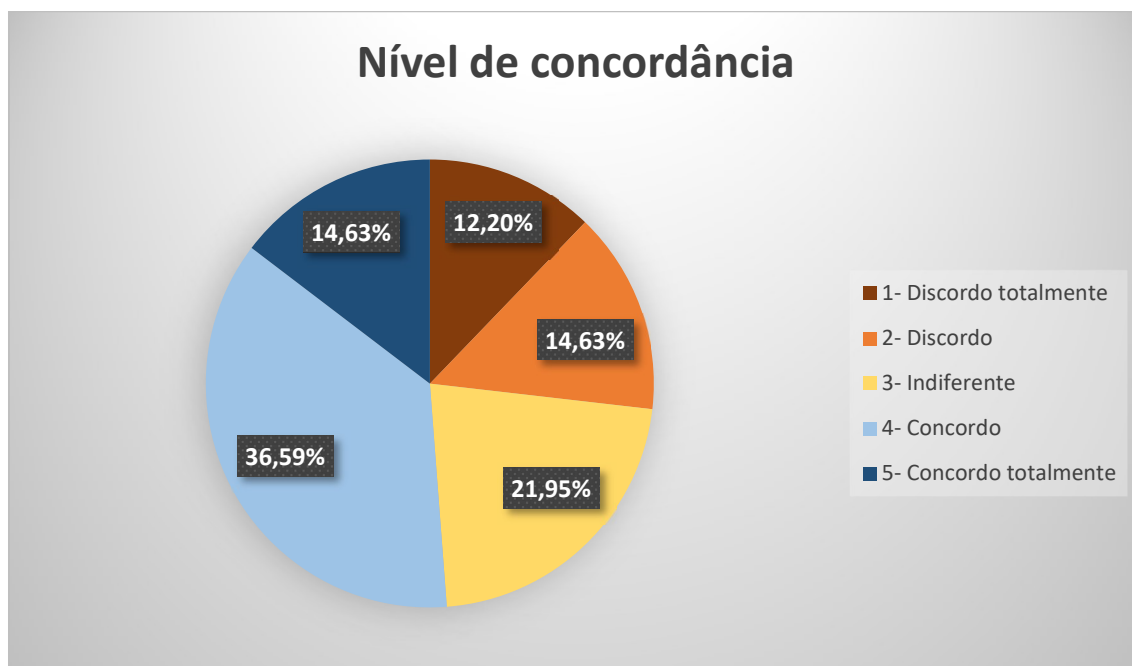
Mais de 50% dos colaboradores responderam acreditar que a ferramenta pode ser um meio para demonstrar os conhecimentos e habilidades de forma a conseguir a promoção, segundo o Gráfico 9 a seguir.

Por meio dessa percepção que o colaborador possui de uma possível conquista de ascensão profissional, este pode interagir mais com os integrantes do grupo de forma a tanto conseguir demonstrar suas habilidades e conhecimentos, como também por meio dessa maior interação conseguir mais informações para os seus próprios problemas, aumentando dessa forma a produtividade na execução das suas atividades.

Assim o colaborador poderá empregar todos os seus esforços, sobrecarregando-se, para atingir seus objetivos pessoais, por meio do atingimento dos objetivos organizacionais. Ou seja, ao utilizar a ferramenta como auxílio para resolver as demandas da organização, o mesmo faz

desta uma janela como meio de demonstrar as suas habilidades e conhecimentos, acreditando, dessa forma, que demonstrando o conhecimento eles poderão ser bem vistos.

Gráfico 9: Você acredita que o *WhatsApp* proporciona visibilidade do seu trabalho aos colegas que possa proporcionar uma possível ascensão profissional.



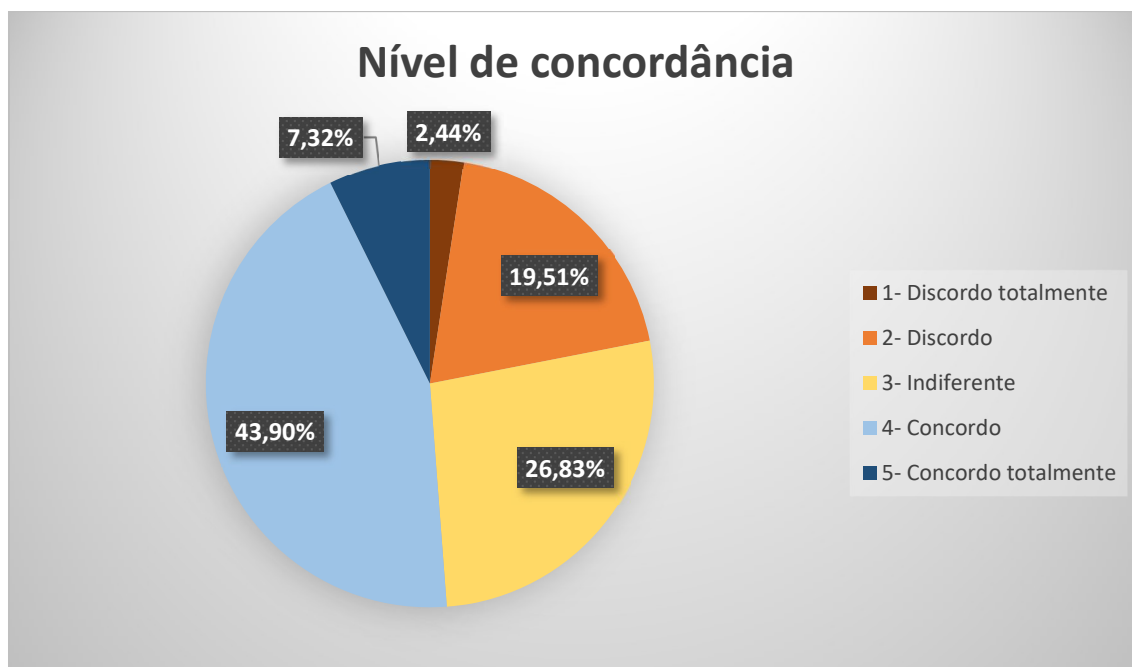
Fonte: Próprio autor

Dessa forma, utiliza a ferramenta como um meio de conseguir o reconhecimento dos demais colegas, como sendo um funcionário dedicado, participativo e eficiente. Esse reconhecimento pode ocorrer tanto por um funcionário de mesmo nível hierárquico que o seu, como por um funcionário responsável pela nomeação de funcionários em cargos de confiança na agência, que pode dar-lhe a oportunidade por acreditar que se enquadra no perfil da função. “Alguém que se engaja em determinada atividade espera ser recompensado por sua contribuição pessoal, sua dedicação, sua competência e, a partir daí, receber tanto que admite valer a pena a reputação de ser competente.” (BERGAMINI, 2013, p. 69)

Para que essa participação seja efetiva, o funcionário precisará ficar sempre atento às mensagens com informações que estão sendo lançadas no aplicativo pelos grupos afins, estando sempre alerta quanto às demandas e questionamentos dos colegas, podendo ocorrer a qualquer momento do dia, dentro ou fora da organização.

Como as mensagens ultrapassam as barreiras físicas institucionais, o mesmo terá um contato maior com as demandas e mensagens, podendo sobrecarregá-lo mentalmente. Então, foi questionado ao colaborador se, em sua percepção, o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho interfere na qualidade de vida do trabalho, quanto ao seu bem-estar psicológico, por aumentar a quantidade de informações a respeito de assuntos corporativos.

Gráfico 10: Você acredita que o uso de mídias sócias, como o *WhatsApp*, interfere na qualidade de vida do trabalho quanto ao seu bem-estar psicológico por aumentar a quantidade de informações a respeito de assuntos corporativos.



Fonte: Próprio autor

Aproximadamente 51% dos colaboradores indicaram que o volume de informações afeta seu bem-estar psicológico, conforme exposto no Gráfico 10 acima. Essa porcentagem alta de funcionários que se sentem sobrecarregados mentalmente pela quantidade de informações geradas pelo aplicativo, pode estar relacionado tanto pela extensão dessas mensagens enviadas fora da jornada de trabalho, acontecendo muitas vezes, em horário não comercial, quanto pela grande quantidade de colaboradores que buscam o reconhecimento e visibilidade por meio desses aplicativos.

Embora a ferramenta seja vista como útil para satisfazer suas interações sociais, aumentar sua produtividade e dar visibilidade ao seu trabalho, a quantidade de informações geradas, muitas vezes sendo apontadas por eles como desnecessárias, acaba sobrecarregando por não conseguir acompanhar todas as mensagens publicadas. Um colaborador expressou em seu comentário que “a excessiva quantidade de informação gera estresse [..].”

Essa sobrecarga pode ser maior inclusive naqueles que buscam utilizar a ferramenta como meio de dar visibilidade ao seu trabalho, já que esses funcionários tendem a participar mais nos grupos afins para demonstrar suas habilidades, conhecimentos e experiências.

Assim, a hipótese levantada inicialmente confirma-se em partes. Para auxiliar na pesquisa levantou-se a hipótese de que o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho contribui para a produtividade do funcionário, por facilitar a comunicação entre os colaboradores auxiliando numa maior agilidade na resolução da demanda gerada para cumprir os objetivos da organização. E que ainda, o uso deste estimula a motivação dos colaboradores por proporcionar visibilidade e reconhecimento pelo grupo ao qual faz parte. Assim como, a quantidade de informação geradas em nada prejudica a qualidade de vida do colaborador no que se refere ao seu bem-estar psicológico, pois estas auxiliam para o efetivo cumprimento das tarefas.

Entretanto, apesar da ferramenta de fato contribuir para o aumento da produtividade do colaborador e estimular a motivação dos funcionários por meio do ambiente de interação social, reconhecimento e visibilidade que proporciona, parte da hipótese não foi confirmada, pois estes acreditam que a ferramenta interfere em sua qualidade de vida no trabalho no que diz respeito ao estresse gerado pela quantidade excessiva de mensagens compartilhadas nos grupos afins.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar como os colaboradores de uma Instituição Financeira de Caruaru percebem as influências que o *WhatsApp* tem sobre sua produtividade e a motivação, quando utilizado como ferramenta de trabalho.

Como objetivos específicos, o trabalho visava identificar se há o uso, pelos colaboradores, do *WhatsApp* para assuntos pessoais dentro da organização ou assuntos corporativos fora do ambiente organizacional; identificar se, na visão do colaborador, o uso do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho interfere em sua motivação e produtividade das tarefas executadas, no que se refere ao maior recebimento de conteúdo; e identificar se, na visão do colaborador, o uso do *WhatsApp* interfere na qualidade de vida no trabalho quanto ao bem-estar psicológico devido a maior quantidade de informações recebidas.

A partir daí, observou-se que, no que diz respeito ao objetivo específico um, os colaboradores utilizam a ferramenta tanto fora como dentro do ambiente organizacional para ambas as finalidades. Percebeu-se que os colaboradores se sentem satisfeitos em poder utilizar o aplicativo para assuntos pessoais dentro do ambiente de trabalho, porque os mesmos podem resolver seus assuntos pessoais, conseguindo concentrar-se melhor nas suas atividades organizacionais, após terem essa necessidade atendida.

Assim, embora seja demandado tempo para que os mesmos possam utilizar essa ferramenta para assuntos pessoais, havendo uma redução na dedicação total ao trabalho, os mesmos não acreditam que isso impacte negativamente para sua produtividade, pois os mesmos entendem que ao resolver os seus problemas pessoais, podem voltar a produzir melhor por concentrando-se exclusivamente na sua atividade, como é visto pelo comentário de um dos colaboradores.

Além disso, os colaboradores também fazem o uso do aplicativo para fins organizacionais fora do seu ambiente e jornada de trabalho. Observou-se que, embora os colaboradores se sintam motivados por participar dos grupos afins e pelas interações sociais que esses grupos proporcionam, a maioria dos colaboradores demonstraram incômodo pela quantidade de mensagens desnecessárias e pela cobrança de metas fora da jornada de trabalho; e que esse pode ser um fator a mais para o aumento da produtividade do colaborador, além da melhora da comunicação e agilidade na solução dos processos, devido ao aumento informal da jornada de trabalho.

Esse ponto é justificado por eles pela informalidade do aplicativo, a falta de critérios para a utilização, bem como pelo fato da ferramenta ainda ser utilizada por meio da linha e do aparelho pessoal, possibilitando a extensão das mensagens para além do expediente. Esses fatores podem ser analisados pela instituição como pontos de melhora na utilização do aplicativo.

Em relação ao segundo objetivo específico, quanto a possível interferência do *WhatsApp* na produtividade e motivação dos colaboradores, foi observado que essa interferência acontece, na percepção da maioria dos colaboradores, de forma positiva.

Como visto, a ferramenta auxilia para o cumprimento das atividades organizacionais, melhorando a comunicação e agilizando a solução de demandas e, até mesmo, criando um ambiente de interação social no qual os funcionários se sentem bem e reconhecidos por meio dessa relação com outros colegas, proporcionado tanto um aumento na motivação quanto na produtividade do colaborador devido a esses fatores.

Porém, também foi analisado que apesar da quantidade de informações ser vista pela maioria dos funcionários como positiva para a solução dos seus problemas e efetiva melhora na sua produtividade, muitos funcionários ainda acreditam existir muitas informações desnecessárias. Ou ainda que, mesmo que relevantes para o cumprimento de suas tarefas, as mensagens são enviadas fora da sua jornada de trabalho, aumentando sua demanda e os sobrecarregando mentalmente pelo volume de mensagens, que não cessam após o término da jornada de trabalho.

Dessa forma, atingindo o objetivo específico três, na percepção da maioria dos colaboradores, esse volume de mensagem desnecessárias e fora da jornada de trabalho, interfere sim em sua qualidade de vida no trabalho quanto ao seu bem-estar psicológico, devida a excessiva demanda criada pela ferramenta por meio das mensagens, os sobrecarregando mentalmente. Sendo esse ponto não confirmado pela hipótese inicial levantada de que a maior quantidade de informações em nada prejudicaria o bem-estar psicológico do colaborador, por auxiliá-los no cumprimento de suas atividades.

Chega-se à conclusão de que, de modo geral, os colaboradores percebem que o *WhatsApp* influencia positivamente sua produtividade e motivação, quando utilizado como ferramenta de trabalho. E que, embora o resultado seja positivo, critérios de utilização devem ser estabelecidos pela instituição para melhorar a eficácia da ferramenta e reduzir os impactos negativos quanto a sobrecarga mental gerada pelo excesso de informação.

5.1 Recomendações Gerenciais

A utilização da ferramenta, para fins organizacionais, fora do ambiente de trabalho e consequente aumento informal do expediente, bem como a maior quantidade de mensagens recebidas pelos funcionários, quer seja informações úteis ou paralelas ao objetivo do grupo, estão sobrecarregando mentalmente os colaboradores, influenciando negativamente no seu bem-estar psicológico. Além disso, conforme apontado pelos colaboradores, a então utilização do aparelho e linha pessoal para a comunicação entre eles é uma das causas da extensão da jornada informal de trabalho contribuindo para este cenário.

Assim, com base na pesquisa e a fim de auxiliar as instituições financeiras quanto ao gerenciamento da ferramenta, recomenda-se algumas medidas de utilização para minimizar os impactos negativos apontados pelos funcionários ao longo da pesquisa.

A empresa pode analisar a viabilidade de disponibilizar linhas e aparelhos institucionais para o contato entre colegas, restringindo o uso no meio corporativo. Essa medida visa cessar o aumento da jornada informal de trabalho e reduzir os impactos negativos apontados pelos colaboradores, além de evitar possíveis processos trabalhistas em decorrência dessa informalidade. Entretanto, a viabilidade deve ser analisada, já que (1) a medida, para implantação, requer alto investimento financeiro; e (2), a restrição do uso do aplicativo ao ambiente corporativo diminui o tempo de utilização da ferramenta pelos funcionários, sendo um dos indicadores de aumento da produtividade; além das facilidades oferecidas pela ferramenta.

De qualquer modo, caso essa viabilidade seja possível ou não, estabelecer, ao menos, critérios de utilização, com horários e orientações de informações relevantes para o grupo, pois torna a ferramenta mais eficiente, reduz os impactos negativos causados aos funcionários e minimiza riscos financeiros a organização devido ao possível absenteísmo futuro por doenças ocupacionais.

Assim, a empresa pode, ainda, nomear administradores do grupo e/ou ‘monitores de informações’, que irão orientar e ‘fiscalizar’ o grupo no caso de publicações irrelevantes ou divergentes ao objetivo do grupo, bem como aquelas que acontecerem fora do horário e critérios estabelecidos.

Essa nomeação, embora não remunerada, poderia ser uma forma de reconhecimento pela participação e interação com o grupo, podendo ser um meio a mais para os funcionários que desejam demonstrar o seu trabalho.

Inicialmente, ações de reconhecimento e premiações, ainda que singelas, poderiam ocorrer semestralmente, premiando tanto os ‘monitores’, quanto os funcionários mais participativos. Dessa forma, além de proporcionar reconhecimento e manter os funcionários motivados, os colaboradores iriam se acostumar com as normas de utilização imposta.

Os horários de utilização é outro ponto que pode ser alterado. A utilização pode ser restrita ao horário comercial e dias úteis de trabalho, dessa forma, além de não haver uma restrição radical quanto a utilização da ferramenta, podendo haver redução de produtividade, minimiza-se os impactos negativos causados aos colaboradores pelo excesso de informação. Essas medidas, a partir da pesquisa, visa auxiliar a organização quanto a utilização do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho, como forma de melhorar o ambiente e condições de trabalho dos colaboradores, minimizando possíveis riscos ocupacionais; bem como financeiros para a organização.

5.2 Sugestões de pesquisas futuras

A partir desta pesquisa, abre-se espaços para novos estudos e abordagens, tais como:

- Analisar se a cultura organizacional de cada agência interfere na efetividade do aplicativo para aumento da produtividade e motivação;
- Analisar se o aplicativo melhora o desempenho dos colaboradores por meio da análise das avaliações de desempenho;
- Expandir a pesquisa para nível nacional, devido a grandiosidade da organização, bem como para novos departamentos da instituição que não as agências.

REFERÊNCIAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 6 eds. São Paulo: Atlas, 2013.

BUENO, Wilson da Costa. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. 1ºed. São Paulo: Manole, 2015.

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A trajetória da Internet no Brasil: Do Surgimento das Redes de Computadores à Instituição dos Mecanismos de Governança**. COPPE/UFRJ, M.Sc., Engenharia de Sistemas e Computação. Rio de Janeiro, 2006.

CORRÊA, Elizabeth Saad. A comunicação digital nas organizações: tendências e transformações. **Revista Organicom**, [s.l.], v. 6, n. 10/11, p. 161-167, fev. 2011. ISSN 2238-2593.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7 eds. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FERREIRA, Josefa Maria Gomes. **Percepção dos colaboradores de uma instituição financeira acerca da influência do acesso às redes sociais no desempenho**. 2015. 66f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Departamento de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015. Disponível em: <<http://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/3566>> Acesso em: 22 out. 2017.

FROTA, Amanda da Silva Pucu. **As mídias sociais na Internet como um meio de comunicação estratégica**. [s.l.], 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/123456789/1175>> Acesso em: 22 out. 2017

KLEIN, Amoralinda Zanela; SILVA, Lisiane Vasconcellos da; MACHADO, Lisiane; AZEVEDO, Debora. **Metodologia de pesquisa em administração: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2015.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. **Qualidade de vida no trabalho - QVT**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MIRANDA, José Maurício Franklin de; QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves; FRANÇAS, Sergio Luiz de Braga. **A segurança da informação empresarial: o caso da utilização de redes sociais por empregados**. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_251_3.pdf>. Acesso em: 24 set. 2017

MOTTA, Fernando Cláudio Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia. **Teoria geral da administração**. 3 ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2006.

REEVE, Johnmarshall. **Motivação e emoção**. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2019.

SCHERMERHORN, Jr., John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. **Fundamentos de comportamento organizacional**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 1999.

STONER, James A. F.; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5 ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1999.

WHATSAPP. **Sobre o WhatsApp**. 2018. Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/about/>>. Acesso em: 14 abr. 2018

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**QUESTIONÁRIO PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO:
OPINIÃO SOBRE O USO DO WHATSAPP COMO FERRAMENTA DE TRABALHO**

O questionário tem por finalidade auxiliar no melhor conhecimento acerca dos funcionários da Instituição Financeira, e analisar suas opiniões quanto aos pontos positivos e negativos do uso do WhatsApp como ferramenta de trabalho, e utilizar-se do mesmo para elaboração de uma pesquisa científica para a Universidade Federal de Pernambuco, orientada pelo Professor Elielson Damascena na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso.

Gostaria de salientar que estes dados serão utilizados apenas para fins acadêmicos. As informações coletadas serão tratadas de forma agrupada, o que garantirá a confidencialidade das respostas de cada indivíduo. Dessa forma, fique à vontade para responder os questionamentos, e seja o mais verdadeiro possível. No final, conto com você para responder duas perguntas abertas. Sua participação é muito importante.

Agradeço desde já,
Discente do 9o período em Administração UFPE-CAA.

Pense nas experiências vivenciadas durante a realização das atividades e utilize a escala abaixo para registrar sua percepção.

Discordo Totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo Totalmente
1	2	3	4	5

Quanto mais próximo do número 1 você se posicionar, menor é a sua concordância com o conteúdo da frase.

Quanto mais próximo do número 5 você se posicionar, maior é a sua concordância com o conteúdo da frase.

QUESTÕES

1. Você utiliza o <i>WhatsApp</i> para fins não corporativos no ambiente de trabalho.	
2. Você acha que o uso do <i>WhatsApp</i> para fins corporativos influencia positivamente na execução das suas atividades durante o horário de trabalho.	

3. Você utiliza o <i>WhatsApp</i> para fins corporativos fora do ambiente de trabalho.	
4. Você acha que o uso do <i>WhatsApp</i> para fins não corporativos influencia negativamente na execução das suas atividades, durante o horário de trabalho.	
5. Você acredita que a grande quantidade de informações geradas pelo <i>WhatsApp</i> no contato com outros colegas interfere positivamente para sua produtividade.	
6. Você se sente satisfeito a respeito da possibilidade do uso do <i>WhatsApp</i> durante o horário de trabalho.	
7. Você acredita que o <i>WhatsApp</i> proporciona visibilidade do seu trabalho aos colegas que possa proporcionar uma possível ascensão profissional.	
8. Você se sente reconhecido, pelos integrantes do grupo, quando consegue ajudá-los de alguma forma por meio do <i>WhatsApp</i> .	
9. Você se sente motivado a ajudar os colegas de outras agências por meio de grupos do <i>WhatsApp</i> .	
10. Você acredita que o uso de mídias sociais, como o <i>WhatsApp</i> , interfere na qualidade de vida no trabalho quanto ao seu bem-estar psicológico, por aumentar a quantidade de informações a respeito de assuntos corporativos.	

COMENTÁRIOS E SUGESTÕES

11. Na sua concepção, quais os pontos positivos do *WhatsApp* como ferramenta de trabalho?

12. Na sua visão, quais os pontos negativos do *WhatsApp* utilizado como ferramenta organizacional?
