

## WHATSAPP NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: UMA ANÁLISE DE SUA ACEITAÇÃO E USO PARA FINS LABORAIS NA UNIVERSIDADE

WHATSAPP IN INSTITUTIONAL COMMUNICATION: AN ANALYSIS OF ITS ACCEPTANCE AND USE FOR WORK PURPOSES AT THE UNIVERSITY

WHATSAPP EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: UN ANÁLISIS DE SU ACEPTACIÓN Y USO PARA FINES LABORALES EN LA UNIVERSIDAD

**Mariana Costa Torres Galvão**

Mestranda em Gestão da Informação e do Conhecimento (UFRN)  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte Natal, Rio Grande do Norte, Brasil  
ORCID: 0009-0004-0584-8681  
E-mail: [mariana.galvao@ufrn.br](mailto:mariana.galvao@ufrn.br)

**Daniel de Araújo Martins**

Doutor em Administração (UFRN), Universidade Federal do Rio Grande do Norte - Natal, Brasil  
ORCID: 0000-0002-0998-5147  
E-mail: [daniel.martins@ufrn.br](mailto:daniel.martins@ufrn.br)

### RESUMO

Este estudo objetiva compreender a aceitação e o uso do WhatsApp pelos servidores assistentes administrativos da UFRN no desenvolvimento de suas atividades laborais. Para tanto, foi realizado um levantamento (survey) com esses servidores por meio de questionário *on-line*, utilizando o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3) e obtendo 186 respostas. Ele revelou que o WhatsApp, mesmo não tendo sua adoção institucionalizada, é bem aceito e possui resultados satisfatórios na maioria das variáveis do TAM3. Porém, foram identificadas questões que precisam ser melhoradas: necessidade de orientação sobre seu uso, aspectos relacionados às questões de segurança da informação, qualidade do atendimento pela ferramenta, ampliação da divulgação dos contatos e oficialização da ferramenta pela UFRN.

**Palavras-chave:** WhatsApp; comunicação interna; TAM3.

### ABSTRACT

This study aims to understand the acceptance and use of WhatsApp by UFRN administrative assistants in the development of their work activities. To this end, a survey was carried out with these servers through an online questionnaire, using the Technology Acceptance Model (TAM3), obtaining 186 responses. He revealed that WhatsApp, despite not having institutionalized adoption, is well accepted and has satisfactory results in most of the TAM3 variables. However, issues that need to be improved were identified: the need for guidance on its use, aspects related to information security issues, quality of service through the tool, expansion of the dissemination of contacts, and officialization of the tool by UFRN.

**Keywords:** WhatsApp; internal communication; TAM3.

### RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo comprender la aceptación y uso de WhatsApp por parte de los asistentes administrativos de la UFRN en el desarrollo de sus actividades laborales. Para ello, se realizó una encuesta a estos servidores a través de un cuestionario en línea, utilizando el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM3), obteniendo 186 respuestas. Se reveló que WhatsApp, a pesar de no tener adopción institucionalizada, tiene buena aceptación y presenta resultados satisfactorios en la mayoría de las variables TAM3. Sin embargo, se identificaron cuestiones que deben mejorarse: necesidad de orientación sobre su uso,

aspectos relacionados con cuestiones de seguridad de la información, calidad del servicio a través de la herramienta, ampliación de la difusión de contactos y oficialización de la herramienta por parte de la UFRN.

**Palabras-clave:** WhatsApp; comunicación interna; TAM3.

## INTRODUÇÃO

A comunicação está presente na sociedade desde os tempos primórdios e, a cada momento, ela passa por algum tipo de evolução. Hoje, a comunicação passou a ser algo em escala global e instantânea, propiciando a troca de informações em tempo real e em qualquer lugar do mundo, devido às TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação). Um exemplo de ferramenta que possibilita essa comunicação instantânea é o *software* WhatsApp, que é utilizado por mais de 2 bilhões de pessoas no mundo e está presente em mais de 180 países (WhatsApp, 2023).

Há alguns anos, essa rede social, cuja principal função é a comunicação, vem se tornando, também, um meio de trabalho e sua utilidade vai mais além, posto que é um canal de troca de informação, documentos e outros recursos. De acordo com a pesquisa de Gavioli (2017), essa ferramenta possui um índice elevado de uso para atividades de trabalho, sendo utilizada por 99,15% dos participantes com a finalidade laboral. Nota-se que ela vem substituindo outras formas de comunicação dentro das organizações, como *e-mail* e telefone.

Além disso, a ferramenta também está presente no cotidiano laboral de diversas organizações públicas, como é o caso do Tribunal de Contas da União, em que foi constatado que 93% dos seus integrantes, entre servidores, estagiários e terceirizados, utilizam o WhatsApp para estabelecer uma comunicação com os seus colegas do órgão (Girão, 2019).

Nesse contexto, encontram-se as instituições de educação com seus processos complexos merecedores de aprimoramento e atenção por parte dos gestores. As universidades federais, com o tripé do ensino, pesquisa e extensão, necessitam realizar diversas atividades administrativas para seu pleno funcionamento organizacional e, para tanto, os servidores técnico-administrativos desempenham um papel de assistência a essas atividades. Sendo assim, uma das principais atividades que envolvem essa assistência é a comunicação, principalmente interna, pela qual os fluxos de informações são transitados.

Nesse sentido, o WhatsApp vem se mostrando um facilitador dessa comunicação, permitindo que os processos e trocas de informações se tornem mais ágeis.

Esse fenômeno pode ser relacionado a um termo que, há poucos anos, passou a ser reconhecido: a Governança Digital. Esse termo pode ser entendido como:

a utilização, pelo setor público, de tecnologias da informação e comunicação com o objetivo de melhorar a informação e a prestação de serviços, incentivando a participação dos cidadãos no processo de tomada de decisão e tornando o governo mais responsável, transparente e eficaz (Governo Digital, 2019).

No entanto, o uso dessas ferramentas voltado para a comunicação interna de uma organização requer alguns cuidados, por exemplo, um atendimento adequado à situação e cuidados em relação à segurança da informação, uma vez que os limites entre público, pessoal ou institucional vêm se estreitando cada dia mais (Nassif; Resende, 2018).

Porém, vale ressaltar que, mesmo o WhatsApp sendo uma das principais formas de comunicação dentro das organizações, os estudos a respeito dessa ferramenta, ou até mesmo de outras ferramentas de comunicação instantânea, voltados para o âmbito da comunicação organizacional e, principalmente, da comunicação interna, ainda são escassos. Em uma busca por esses termos de forma conjunta, em base de dados, são poucas as contribuições encontradas, menores ainda quando a pesquisa é voltada para um ambiente de Universidade.

Dessa maneira, ainda não é possível formular um entendimento fidedigno sobre como a ferramenta é utilizada e aceita como meio de comunicação interna dentro de ambientes universitários. Porém, em um dos poucos resultados obtidos, que diz respeito a uma pesquisa realizada por Ali, Nyambuga e Yakub (2018), mostra-se que o WhatsApp é a ferramenta preferida para a comunicação entre os funcionários de uma universidade pública no Quênia.

Sendo assim, o objetivo deste artigo é analisar e compreender como se dão a aceitação e o uso do WhatsApp na comunicação interna na UFRN, por meio da percepção dos seus assistentes em administração.

Nas seções seguintes, são apresentados alguns temas importantes que subsidiam o objetivo final do estudo. Desse modo, é possível obter um breve entendimento a respeito da Comunicação Organizacional, da Comunicação Interna e de sua importância dentro das

organizações, bem como das tecnologias de comunicação instantânea, do WhatsApp e de como esses recursos modificaram nossas relações pessoais e de trabalho. Por fim, é introduzido o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3), expondo seus conceitos mais importantes para que haja o entendimento necessário do modelo que serviu de base para a pesquisa realizada.

## **Comunicação organizacional e comunicação interna**

A comunicação organizacional representa uma importante parte das organizações, uma vez que é o elo entre seu público interno e externo, sendo por meio dela que as organizações conseguem manter seus funcionamentos de forma satisfatória.

Segundo Kunsch (2006), a comunicação organizacional, como compreendemos hoje, tem suas origens na Revolução Industrial, período no qual foram observadas rápidas e grandiosas transformações em todo o mundo. O surgimento e a expansão das empresas, nesse período, resultaram em profundas mudanças nas relações de trabalho e nos processos de produção e comercialização. É nesse contexto, portanto, que se deve procurar entender o surgimento da comunicação organizacional de modo geral (Kunsch, 2006).

Sendo assim, essa comunicação organizacional pode ser compreendida como:

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

Em uma analogia feita por Lemos e Barbosa (2021), tem-se que a organização pode ser analisada como um sistema complexo e orgânico, sendo assim constituída por pessoas, fluxos, redes, meios, instrumentos e níveis de comunicação. Diante disso, torna-se mais compreensível o grau de importância que a comunicação tem para o pleno funcionamento

das organizações. Os processos comunicacionais são fundamentais dentro delas, já que contribuem para o desenvolvimento dos seus funcionários e também instigam novas relações interpessoais. Isso contribui para o “desenvolvimento de negociações, produtos, orientação e avaliação de desempenho, o que, para a administração, exige um alto nível de capacidade de comunicação” (Marchiori, 2010, p. 4).

Nesse sentido, destaca-se a importância da comunicação interna para uma organização, que pode ser entendida como aquela que mais possui pontos de contato com seu público interno e, assim, promove tanto a criação de áreas de compartilhamento de informações quanto sentimentos motivacionais, de confiança, pertencimento, engajamento e credibilidade (Lemos; Barbosa, 2021). Para Kunsch (2007), essa comunicação interna foi a primeira expressão da comunicação nas organizações e possuía um formato mais de ordem administrativa e de informações, admitindo, desse modo, um caráter instrumental e funcional.

De acordo com Curvello (2002), comumente ela engloba a comunicação administrativa (realizada por memorandos, cartas-circulares, instruções etc.), a comunicação social (utilizando meios como boletins, jornais internos, revistas, intranet etc.) e a comunicação interpessoal (representada pela comunicação face a face, funcionários/funcionários, chefias/subordinados).

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

A comunicação interna tem o poder de colaborar com a construção do conhecimento dentro de uma organização, uma vez que permite a troca de informações pela comunicação. Além disso, ela contribui para manter a identidade das organizações ao promover a interação social e o fomento da sua credibilidade (Marchiori, 2008).

Para Lemos e Barbosa (2021), ela pode colaborar com a construção do compromisso pessoal e confiança na gestão, ao oferecer aos funcionários meios para apontar

preocupações ou sugestões. Essa prática da comunicação direta entre gerentes e funcionários potencializa o compartilhamento da informação e diminui o risco de ruídos no processo comunicativo. Dessa maneira, cria-se um ambiente oportuno para o fluxo da informação e a troca de experiências.

Marchiori (2010) aponta alguns pontos positivos que podem ser resultado da comunicação interna: 1) sobrevivência da organização e fortalecimento de suas redes de relacionamento; 2) valorização interna de suas relações; 3) ambiente de trabalho humanizado, colaborativo e participativo; fortalecimento de diferentes lideranças em diversos níveis, o que permite maior flexibilidade, criatividade e inovação organizacional; 4) equilíbrio entre as necessidades de informação da empresa e as expectativas dos funcionários; 5) credibilidade e legitimidade organizacional interna.

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

## **Tecnologias da comunicação instantânea e WhatsApp**

O avanço tecnológico dos últimos anos conseguiu praticamente quebrar as barreiras entre tempo e espaço físico, permitindo estar presente em um determinado local mesmo quando não se está, de fato, nele. Essa realidade alterou a forma como as pessoas se relacionam. Para Moraes e Nercolini (2015), o processo de globalização ajudou a aumentar as conexões, tanto aquelas que visam buscar informações e entretenimento quanto aquelas que almejam contato entre pessoas de qualquer local do mundo.

Segundo Lobo *et al.* (2018), foi a partir da década de 1980 que as mídias começaram a entrar em ascensão e surgiram equipamentos que permitiam um acesso maior à interatividade e a diferentes formas de conteúdo como o videocassete, *walkman* e canais

de TV a cabo. A partir desse momento, também surgem as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), como uma junção da informática e das telecomunicações.

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

Nesse contexto, uma das principais áreas afetadas por essa dinâmica foi a forma como as pessoas se comunicam, posto que, ao longo dos anos, essa comunicação foi ganhando mais fluidez e passando a ser mais imediata, devido aos avanços tecnológicos.

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

Além desses recursos, é imprescindível citar aquele que talvez seja o mais importante para que essa evolução acontecesse: a Web. Lobo *et al.* (2018, p. 19-20) apontam que o início do uso da Web, no Brasil, aconteceu por volta de meados dos anos 1990 e indicam 3 fases de seu desenvolvimento:

- Web 1.0: caracterizada por informações estáticas, voltada mais para a leitura e com pouca interação e durou até o início dos anos 2000;
- Web 2.0: fase em que se inicia a interatividade, atuando como um meio facilitador de colaboração e comunicação entre os usuários. É nessa fase, também, que surgiram as redes sociais, como a pioneira Orkut, o Facebook e o Twitter, que foram responsáveis por grandes mudanças na comunicação entre as pessoas, possibilitando a interação instantânea e em tempo real;
- Web 3.0: é a fase atual, caracterizada por um processo de individualização dos usuários, que são responsáveis pela curadoria dos conteúdos acessados e

disponibilizados em seus perfis nas diversas plataformas digitais. Ainda, é caracterizada pela possibilidade de “segmentação” e compra de usuários, o que diz respeito ao “rastreamento” do comportamento dos usuários — em relação às suas buscas, interesses etc. — utilizando algoritmos, com a finalidade de gerar banco de dados para a promoção de vendas de bens ou serviços.

De acordo com Moraes e Nercolini (2015), esse processo foi ainda mais acentuado com a popularização das tecnologias móveis, as quais, junto com a Internet, criaram formas virtuais de comunicação. Principalmente os *smartphones*, além de outros dispositivos como os *tablets*, que são dotados de aplicativos, *softwares* e algumas funcionalidades (como GPS, câmeras de alta resolução, NFC etc.), possibilitam que as pessoas continuem conectadas à rede em tempo integral, sem ter a necessidade de se desligarem do mundo virtual.

A comunicação digital pode ser entendida, portanto, como o:

uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TICs), e de todas as ferramentas delas decorrentes, para facilitar e dinamizar a construção de qualquer processo de Comunicação Integrada nas organizações (Corrêa, 2005, p. 102).

Dessa forma, Lobo *et al.* (2018) apresentam o conceito de Tecnologias de Comunicação Instantânea (TCIs), como:

Um tipo particular de TICs, onde a construção, promoção e circulação da comunicação se dá de forma instantânea entre os usuários da rede através ou a partir da mediação tecnológica, como acontece, por exemplo, nos aplicativos de *instant messenger* como *WhatsApp*, *ICQ*, *MSN Messenger*, ou mesmo nas Mensagens Diretas (DM) das redes *Facebook* e *Twitter* (Lobo *et al.*, 2018, p. 29).

Dentre essas ferramentas citadas, o *WhatsApp* é a mais popular. Ele é um *software* gratuito que surgiu em 2009, com foco no serviço de mensagens rápidas, fundado por Jan Koum e Brian Acton. Seu nome é um trocadilho com a expressão em inglês “*what’s up*”, que significa “e aí?” (*WhatsApp*, 2023). Ele surgiu como uma alternativa ao SMS, mas hoje, mais de dez anos depois, conta com diversos outros tipos de funções e, além de mensagens de texto, é possível enviar fotos, vídeos, documentos, localizações em tempo real ou de um ponto preciso, realizar chamadas de voz e vídeos, tanto em conversas individuais



quanto em grupos. Ademais, o aplicativo conta com uma versão para empresas, o WhatsApp Business, pelo qual é possível criar um perfil comercial, com diversas funções personalizáveis (WhatsApp, 2023).

Sua popularidade também contribui para que muitas organizações utilizem essa ferramenta em sua comunicação interna. A esse respeito, em uma pesquisa realizada por Etcheverry, foi constatado que:

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

De acordo com Carvalho (2015), em pesquisa realizada por uma empresa prestadora de serviços de suporte ao trabalho remoto, 95% das pessoas entrevistadas utilizam corporativamente o *WhatsApp*, mostrando que essa ferramenta é uma realidade para muitas organizações.

### **Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM<sub>3</sub>)**

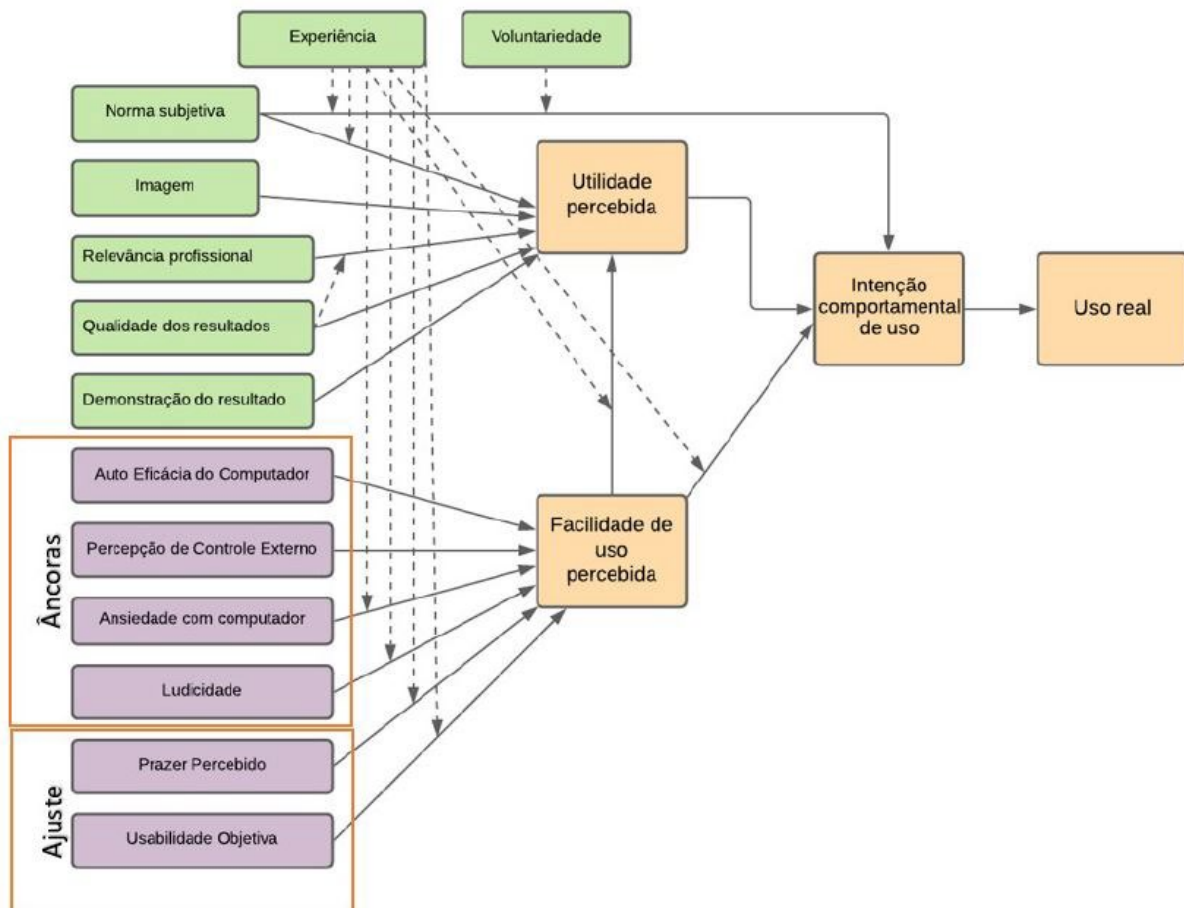
A cada momento, o uso dos sistemas de informações fica mais intenso para diversos tipos de atividades, dessa maneira a quantidade de estudos sobre a aceitação dessas tecnologias vem crescendo (Silva; Dias, 2008). Tais estudos possuem como objetivo buscar melhorias e possibilitar a identificação de alguns fatores intrínsecos e extrínsecos, que possam estar envolvidos nas decisões e satisfação das pessoas sobre a aceitação e uso das tecnologias de informação e, para alcançar esse objetivo, utilizam-se de alguns testes, procedimentos e avaliações (Dias, 2006).

Um desses estudos resultou no Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), desenvolvido por Davis (1989). Ele consegue auxiliar no entendimento do porquê de uma tecnologia específica ser aceita ou rejeitada pelos usuários e, com isso, poder identificar medidas necessárias a serem tomadas, baseadas nessa aceitação ou rejeição (Lai, 2017).

O TAM é baseado em dois constructos principais: a Utilidade percebida e a Facilidade de uso percebida. O primeiro consiste no grau em que uma tecnologia irá

melhorar a performance de um indivíduo em seu trabalho, ao passo que a Facilidade de uso percebida é o grau de esforço percebido para a utilização da tecnologia (Davis, 1989).

Porém, em razão de alguns entraves identificados no TAM, o modelo sofreu algumas ampliações, que resultaram no TAM2 (Venkatesh; Davis, 2000) e, um tempo depois, no TAM3 (Venkatesh; Bala, 2008).



**Figura 1: Modelo TAM3**  
 Fonte: Martins (2022), adaptado de Venkatesh e Bala (2008).

O modelo TAM3 apresentou-se de forma bem mais completa em relação aos seus antecessores e leva em consideração diversas variáveis que influenciam na análise da aceitação da tecnologia. Nessa perspectiva, as variáveis se apresentam da seguinte maneira, conforme Quadro 1.

Constructos teóricos	Variável	Definição
----------------------	----------	-----------

<b>Influências Sociais</b>	Norma Subjetiva	Grau em que um indivíduo percebe que a maioria das pessoas consideradas importantes para ele pensa se ele deveria ou não usar o sistema.
	Imagem	Grau em que um indivíduo percebe que o uso de uma inovação aumentará seu <i>status</i> em seu sistema social.
<b>Processos Instrumentais Cognitivos</b>	Relevância profissional	Grau em que um indivíduo acredita que o sistema é aplicável ao seu trabalho.
	Qualidade dos resultados	Grau em que um indivíduo acredita que o sistema executa bem suas tarefas.
	Demonstração do resultado	Grau em que um indivíduo acredita que os resultados do uso do sistema são tangíveis, observáveis e comunicáveis.
<b>Moderadores</b>	Experiência	Nível de conhecimento do sistema.
	Voluntariedade	Conduta do indivíduo que entende que a adoção da tecnologia não é obrigatória, mesmo tendo sua utilização determinada pela organização. Então, seu comportamento varia porque ele não aceita a imposição do uso. Esse fator atua como moderador da norma subjetiva e da intenção de uso.
<b>Controle</b>	Autoeficácia do Computador	Grau em que um indivíduo acredita ter a capacidade de realizar uma tarefa/trabalho específico usando o computador.
	Percepção de Controle Externo	Grau em que um indivíduo acredita existir disponibilidade de recursos organizacionais e estrutura de suporte para apoiar o uso do sistema.
<b>Emoção</b>	Ansiedade em utilizar o computador	Grau de apreensão de um indivíduo, ou mesmo medo, quando ele se depara com a possibilidade de usar computadores.
<b>Motivação intrínseca</b>	Ludicidade	Até que ponto “a atividade de usar um sistema específico é percebida como agradável por si só, além de quaisquer consequências de desempenho resultantes do uso do sistema”.
<b>Ajuste</b>	Prazer Percebido	Até que ponto “a atividade de usar um sistema específico é percebida como agradável por si só, além de quaisquer consequências de desempenho resultantes do uso do sistema”.
	Usabilidade Objetiva	Comparação de sistemas com base no nível real (em vez de percepções) do esforço necessário para completar tarefas específicas.

Quadro 1 - Definição das variáveis do TAM3

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

A partir do modelo apresentado e dos seus constructos especificados, tem-se a base conceitual da pesquisa estabelecida, que servirá de norte para a realização da análise dos resultados obtidos. Desse modo, os caminhos metodológicos que foram percorridos estão descritos a seguir.

## Metodologia

Para atingir o objetivo da pesquisa, que é a compreensão do uso e aceitação do WhatsApp para atividades laborais em uma universidade, realizou-se uma pesquisa de abordagem quantitativa e de natureza aplicada.

Em relação ao procedimento adotado, foi utilizado o levantamento (*survey*) como estratégia para a obtenção dos dados da pesquisa.

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

Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário *on-line* com os servidores assistentes em administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Esses servidores foram considerados porque desempenham atividades mais voltadas à parte administrativa, provavelmente fazendo maior uso do WhatsApp para desempenharem suas funções laborais cotidianas. De acordo com o site da Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (PROGESP/UFRN, 2023), a Universidade possui um quadro de 729 servidores assistentes em administração, distribuídos em todos os seus *campi*.

O questionário foi desenvolvido pelo *Google Forms* e enviado para os *e-mails* de todos esses servidores. Foi dividido em três blocos temáticos: o Bloco 1 diz respeito ao perfil do participante (idade, sexo, nível de escolaridade e localização do setor de trabalho) e apresentou questões fechadas de múltipla escolha; o Bloco 2 refere-se ao uso das ferramentas de comunicação instantânea no cotidiano laboral dos participantes e também dispôs de questões fechadas de múltipla escolha; e o Bloco 3 diz respeito à aceitação das

ferramentas de comunicação instantânea pelos participantes, sendo baseado no Modelo de Aceitação de Tecnologia – TAM 3, disponibilizado por Venkatesh e Bala (2008). Para esse último bloco, o questionário seguiu o modelo de escala Likert de 7 pontos, em que o 1 correspondeu a “discordo fortemente” e o 7 a “concordo fortemente”.

Ele ficou disponível para recebimento de respostas durante um mês e, nesse período, foram obtidas 186 respostas ao formulário, representando 25,2% do total da população. Em amostras mais homogêneas, como neste caso, esse quantitativo representa um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%. Os dados coletados pelo questionário foram tabulados eletronicamente e processados por meio do programa *Microsoft Excel*. Após isso, eles foram analisados estatisticamente, utilizando-se das técnicas de distribuição de frequência, média e desvio padrão. Com isso, os resultados dessa análise são descritos a seguir.

## **Análise e resultados**

A análise dos resultados do questionário com os assistentes em administração da UFRN sobre o uso do WhatsApp no contexto laboral desses servidores revelou que 98,4% utilizam o WhatsApp em seu cotidiano laboral, enquanto o restante não utiliza nenhuma ferramenta de comunicação instantânea para esse fim. O resultado assemelha-se muito ao apresentado por Gaviolli (2017), o qual mostrou que 99,15% dos participantes de sua pesquisa relataram que utilizam o WhatsApp para trocar mensagens a respeito de trabalho. Além disso, pôde-se tirar algumas outras conclusões sobre esse uso, conforme observado a seguir.

O Bloco 1 do questionário consistia em uma análise demográfica da amostra, evidenciando que quase metade da amostra (49,5%) é composta por adultos entre 29 e 39 anos, seguido de adultos entre 40 e 50 anos (25,3%), o que representa quase 75% da população estudada. Além disso, 82,8% deles possuem algum tipo de pós-graduação, sendo a maior incidência de especialização (42,5%) e mestrado (28%). Dessa maneira, conclui-se que a população estudada é majoritariamente composta de jovens adultos e que são bem capacitados para seu cargo, que exige apenas o nível médio. Esse fator corrobora a pesquisa analisada por Da Silva, Ziviani e Ghezzi (2019), constatando que o uso das TIC pelos

indivíduos está relacionado aos seus aspectos cognitivos, sendo o nível de escolaridade um desses aspectos.

Em seguida, o Bloco 2 do questionário dizia respeito à caracterização do uso dessa ferramenta, buscando um entendimento sobre como os indivíduos utilizam a ferramenta em seu cotidiano laboral. De acordo com a pesquisa, a maioria dos servidores (67%) utiliza a ferramenta há, pelo menos, três anos, mostrando uma boa experiência com o manuseio dela.

Além disso, grande parte desses servidores (74%) declara que utiliza a ferramenta com uma alta frequência em seu cotidiano laboral, acessando-a principalmente por *smartphones* (95%). Os indivíduos relataram, ainda, que quase metade deles (45,7%) usa tanto dispositivos próprios quanto dispositivos institucionais para ter acesso à ferramenta.

De acordo com a pesquisa, dentre as finalidades relatadas do uso do *WhatsApp*, é possível destacar, principalmente, a comunicação com os integrantes do setor de trabalho (95,7%), a comunicação com outros setores da UFRN (87,1%), o atendimento ao público externo (71%), a participação em grupos de trabalho (64%), o envio de documentos (56,5%), o envio de avisos e comunicados (54,3%) e a comunicação com outras instituições (40,3%).

Em relação à divulgação dos contatos dos setores para serem contactados pela ferramenta, 49% dos indivíduos acreditam que existe uma boa divulgação, enquanto 47,3% deles consideram que essa divulgação não é satisfatória. Há ainda uma questão importante a se observar: 30,7% dos indivíduos apontam que nem sempre recebem um bom atendimento no contato pelo *WhatsApp*. Tal fato revela uma certa ineficiência no atendimento, que não pode ser generalizada, mas também não pode ser ignorada, sendo importante, dessa maneira, pensar em estratégias para suprir essa necessidade, uma vez que a comunicação interna adequada de uma organização traz diversos benefícios, promovendo meios de compartilhamento de informações entre seus integrantes e aflorando alguns sentimentos como motivação, confiança, engajamento e credibilidade (Lemos; Barbosa, 2021).

Ademais, para finalizar o Bloco 2, ao serem questionados se já receberam algum tipo de orientação sobre o uso da ferramenta voltado para fins laborais, por exemplo, a respeito do compartilhamento de documentos, arquivamento de conversas e outros aspectos, 81,7% dos indivíduos declararam nunca ter recebido orientação. Esse resultado é

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

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

### **Análise da aceitação do WhatsApp, baseada no modelo TAM3**

Como mostrado pela pesquisa, o uso do WhatsApp, para fins laborais pelos servidores estudados é de alta intensidade. O Bloco 3 da pesquisa teve, portanto, o objetivo de analisar a aceitação dessa ferramenta, baseando-se no modelo TAM3, de Venkatesh e Bala (2008).

Para tanto, foram avaliados os constructos abordados pelo modelo: Utilidade percebida, Facilidade de uso percebida, Autoeficácia do computador, Percepções de Controle Externo, Ludicidade, Ansiedade com a ferramenta, Prazer percebido, Norma subjetiva, Voluntariedade, Imagem, Relevância profissional, Qualidade dos resultados, Demonstração do resultado e Intenção Comportamental de Uso. A análise consistiu na formulação das médias e medianas de cada constructo, de acordo com a escala Likert de 7 pontos, em que as opções de respostas representadas por 1, 2 ou 3 significavam uma discordância em grau decrescente; por 5, 6, ou 7, uma concordância de forma crescente; e pelo 4 significava uma postura neutra, ou seja, nem discordando nem concordando com o que havia sido proposto. Dessa maneira, obteve-se o resultado mostrado na Tabela 1:

**Tabela 01 - Análise Geral do TAM**

<b>CONSTRUCTO</b>	<b>MÉDIA</b>	<b>MEDIANA</b>
Utilidade Percebida	6,19	7
Facilidade de Uso Percebida	6,37	7
Autoeficácia do Computador	5,17	6
Percepção de Controle Externo	6,02	7

Ludicidade	5,01	5
Ansiedade em Utilizar a Ferramenta	1,79	2
Prazer Percebido	4,83	5
Norma Subjetiva	5,09	5,5
Voluntariedade	4,66	5
Imagem	3,07	4
Relevância para o Trabalho	6,13	7
Qualidade dos Resultados	5,76	6
Demonstrabilidade dos Resultados	5,37	6
Intenção Comportamental	6,21	7
Média Geral	5,36*	5,89

\*Para o cálculo da média total, foram utilizados os valores inversos ao constructo “Ansiedade”, para ser obtido o mesmo sentido dos outros constructos.

Fonte: Autoria própria, com base em dados de pesquisa (2023).

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

Ao serem analisados os constructos, nota-se que a maior média atingida foi a da “Facilidade de Uso Percebida”. De acordo com a pesquisa, 99,5% dos indivíduos concordaram, em algum nível, que é fácil utilizar a ferramenta, mostrando que o WhatsApp possui um uso acessível.

Em segundo lugar, tem-se a “Intenção Comportamental”, demonstrando que 91,1% dos servidores possuem interesse na continuidade do seu uso nos próximos meses. Esse pode ser um ponto positivo quando visto sob a ótica de Ramly (2022), cuja pesquisa sobre utilização do WhatsApp em uma organização, para fins de comunicação interna entre seus funcionários, evidenciou que a intenção de uso possui um importante papel na comunicação eficaz da organização.

Observa-se que, além desses constructos, a “Utilidade Percebida”, a “Percepção do Controle Externo”, a “Relevância do Trabalho” e a “Qualidade dos Resultados” também



obtiveram altas médias. Esses resultados indicam que a amostra acredita na utilidade da ferramenta para o desempenho de suas atividades laborais e possui suporte necessário e capacidade para manuseá-la, além de acreditar que os resultados das atividades realizadas nela são satisfatórios. Ademais, o resultado da “Utilidade Percebida” assemelha-se ao encontrado por Ramly (2022), indicando que o uso do WhatsApp pelos funcionários de uma organização os ajuda a melhorar seus desempenhos e, por consequência, os motiva a usarem ainda mais a ferramenta em suas rotinas laborais.

Em relação a “Autoeficácia do Computador”, “Ludicidade”, “Norma Subjetiva” e “Demonstrabilidade dos Resultados”, também foi possível observar uma concordância a respeito desses constructos, porém em grau mais leve. Isso significa que os servidores, de certo modo, consideram ter capacidade para realizar tarefas utilizando a ferramenta, se sentem confortáveis em utilizá-la e acreditam que as pessoas próximas e a organização possam, de alguma maneira, influenciar o uso da ferramenta. Além disso, demonstram acreditar que os resultados de seu uso são reais.

Essa percepção da “Ludicidade” pode ser influenciada pelo tipo de interface apresentado pelo sistema, uma vez que as interfaces amigáveis, como a apresentada pelo WhatsApp, propiciam maiores chances de o usuário permanecer utilizando o sistema por um tempo prolongado. De acordo com Dias (2007), esse tipo de interface se caracteriza pela facilidade do seu uso, eficiência e agradabilidade pela perspectiva do usuário.

O “Prazer Percebido” e a “Voluntariedade” obtiveram resultado neutro, demonstrando que ter uma experiência agradável ou prazerosa ao utilizar a ferramenta para fins laborais não é tão importante. O mesmo acontece ao pensar na questão da “Voluntariedade” ao usar a ferramenta.

A respeito da “Voluntariedade”, também é possível analisá-la sob a ótica da cultura organizacional. Uma vez que quase 100% dos servidores utilizam o WhatsApp para a realização de suas atividades, entende-se que, mesmo não havendo institucionalização de alguma ferramenta, o uso delas já está enraizado dentro da cultura organizacional da instituição. Dessa maneira, o conceito de voluntariedade pode gerar uma confusão de interpretação, visto que muitos indivíduos, mesmo não sendo obrigados a usarem a ferramenta, necessitam utilizá-las para acompanhar a cultura de uso que foi estabelecida.

Em relação à menor média, obtiveram-se os menores números para a “Ansiedade em utilizar a Ferramenta”, sendo um ponto positivo, nesse caso, uma vez que reflete que o desconforto ao utilizá-la praticamente não existe. Tais resultados fazem inferência à teoria de Venkatesh (2000), a qual indicava que, à medida que o indivíduo ganhava mais experiência com o sistema, menos ansiedade em usar o sistema ele demonstrava. Esse cenário assemelha-se a esta pesquisa, visto que a maioria dos indivíduos possui um tempo de uso da ferramenta de, no mínimo, três anos.

Por fim, houve também um grau de discordância em relação à “Imagem”, demonstrando que o uso da ferramenta, dentro de um contexto laboral, não representa nenhum tipo de *status* social para a amostra. Essa situação pode refletir que esse tipo de ferramenta já faz parte do cotidiano das pessoas dentro da organização, uma vez que 98,4% dos servidores afirmaram utilizar algum tipo de ferramenta de comunicação instantânea para fins laborais, não representando algum tipo de inovação ou fora do padrão esperado para o contexto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um momento em que as tecnologias digitais vêm tomando cada vez mais espaço em diferentes áreas, esta pesquisa busca entender como se dão a aceitação e o uso do WhatsApp para a comunicação interna de uma organização pública, sob a ótica dos assistentes em administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Para tanto, foi realizado um levantamento (*survey*), por meio de questionário *online*, que revelou um altíssimo índice (quase 100%) do uso da ferramenta para desempenho das atividades laborais desses servidores.

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

Em relação ao grau de aceitação dessa ferramenta, analisado pelo Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM3), de Venkatesh e Bala (2008), obteve-se que ela apresenta uma boa aceitação por parte dos indivíduos em questão, sendo também uma importante

aliada ao cumprimento das atividades laborais diárias desses servidores. No entanto, é válido ressaltar que não existe a institucionalização do WhatsApp pela UFRN e, embora haja um alto índice do seu uso, não há documento que o formalize como instrumento de trabalho.

Também foram identificados, durante a análise, pontos fortes e fragilidades em relação ao uso e aceitação da ferramenta. Percebe-se que a maior parte dos pontos foi bem avaliada e, entre eles, é possível citar como pontos fortes a sua relevante utilidade no cotidiano laboral, sendo usada em diversas situações; os resultados obtidos com o seu uso apresentam qualidade; já existem recursos técnicos disponibilizados pela instituição para esse uso, como também o apoio das chefias e da Universidade.

No que tange às fraquezas observadas, é possível listar que não existe uma orientação a respeito do uso do WhatsApp com finalidade laboral; nem sempre os atendimentos realizados por meio dele são considerados satisfatórios; os contatos de WhatsApp dos setores não são bem divulgados; e não há reconhecimento organizacional para o uso da ferramenta.

Diante desses pontos fracos identificados, foram sugeridas algumas melhorias para fortalecer seu uso dentro da instituição. Dessa forma, propuseram-se ações como a institucionalização da ferramenta; a formulação de um manual sobre o uso dessas ferramentas voltadas para a finalidade laboral, incluindo orientações a respeito de segurança da informação; a elaboração de documento para edição *on-line* com os contatos atualizados dos setores; e a realização de minicurso sobre atendimento em canais digitais, com carga horária destinada à progressão profissional dos servidores.

No que concerne às limitações do estudo, destaca-se que a pesquisa foi realizada apenas com um cargo (Assistente em Administração) entre os técnicos administrativos da UFRN. Dessa maneira, recomenda-se uma pesquisa mais abrangente, a fim de obter um resultado passível de ser propagado para toda a Universidade. Além disso, resalta-se que não foram avaliados, nesta pesquisa, os efeitos cruzados entre as variáveis do modelo TAM3, sendo essa uma fase considerada importante pelos autores do modelo.

Por fim, não foi possível avaliar, de forma mais consistente, as causas das fragilidades do uso e aceitação do WhatsApp identificadas na análise da pesquisa. Nessa

perspectiva, sugere-se um estudo mais aprofundado, com entrevistas ou grupos focais, para melhor entendimento desse ponto.

Conclui-se, portanto, que o WhatsApp possui um relevante espaço dentro do contexto laboral de uma organização, constituindo-se um meio facilitador da comunicação interna dos seus integrantes. Apesar de serem identificadas algumas fragilidades em seu uso, é inquestionável sua utilidade para fins laborais, sendo, desse modo, pertinente a continuidade de estudos para proporcionar, cada vez mais, melhorias em seu uso, as quais recaem na qualidade da comunicação interna da instituição e, conseqüentemente, de sua cultura organizacional.

## REFERÊNCIAS

ABDALLA, M. D. **O WhatsApp na comunicação interna**: desenvolvimento de ferramenta de diagnóstico de uso do aplicativo em ambiente organizacional a partir do caso Sebrae-MA. 2021. 159 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação) — Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021. Disponível em: [tede.ufma.br/jspui/bitstream/tede/4189/2/MIGUELDIASABDALLA.pdf](https://tede.ufma.br/jspui/bitstream/tede/4189/2/MIGUELDIASABDALLA.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

ALI, M. A.; NYAMBUGA, C.; YAKUB, A. Establishing internal communication channels preferred by the employees of public universities in western Kenya during unrest. **International Journal of Journalism and Mass Communication**, v. 4, n. 1, p. 61-66, Sept. 2018. Disponível em: <https://repository.maseno.ac.ke/bitstream/handle/123456789/4908/Establishing%20Internal%20Communication%20Channels%20Preferred%20by%20the%20Employees%20of%20Public%20Universities%20in%20Western%20Kenya%20during%20Unrest%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 4 dez. 2023.

CARVALHO, A. P. WhatsApp e as práticas comunicacionais: conexões virtuais e desconexões presenciais na comunicação empresarial. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CULTURA, 5., 2015, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2015. p. 1-15. Disponível em: [cisc.org.br/portal/jdownloads/comcult/ana\\_paula\\_pinto\\_de\\_carvalho.pdf](https://cisc.org.br/portal/jdownloads/comcult/ana_paula_pinto_de_carvalho.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

CORRÊA, E. S. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com os públicos. **Organicon**: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas, São Paulo, ano 2, n. 3, p. 94-111, 2005. DOI: [doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2005.138900](https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2005.138900). Disponível em: [revistas.usp.br/organicom/article/view/138900/134248](https://revistas.usp.br/organicom/article/view/138900/134248). Acesso em: 4 dez. 2023.

CURVELLO, J. J. A. **Comunicação interna e cultura organizacional**. São Paulo: Scortecci, 2002.

DA SILVA, F. A.; ZIVIANI, P.; GHEZZI, D. R. As tecnologias digitais e seus usos. In: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Texto para discussão**. Brasília: Rio de Janeiro: Ipea, 2019.

DAVIS, F. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, v. 13, n. 3, p. 319-340, Sept. 1989. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/249008>. Acesso em: 4 dez. 2023.

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

DIAS, F. S. Avaliação de sistemas de informação: revisão de publicações científicas no período de 1985-2005. **Perspectivas Em Ciência Da Informação**, v. 12, n. 1, p. 120, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22349>. Acesso em: 4 dez. 2023.

ETCHEVERRY, S. B. A. O uso do aplicativo de mensagens WhatsApp e a percepção de seus reflexos na comunicação interna e na cultura organizacional no órgão X. 2019. 274 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: [bdtd.ucb.br:8443/jspui/bitstream/tede/2601/2/SusanaBeatrizAlvisEtcheverryDissertacao2019.pdf](https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/bitstream/tede/2601/2/SusanaBeatrizAlvisEtcheverryDissertacao2019.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

FERNANDES, E. A. et al. A evolução da comunicação impactada pela tecnologia. **Ideias e Inovação-Lato Sensu**, v. 3, n. 2, p. 93-102, 2016. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/2973>. Acesso em: 4 dez. 2023.

FREIRE, O. B. L. **Comunicação, cultura e organização**: um olhar antropológico sobre os modos de comunicação administrativa na perspectiva da comunicação integrada. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: [teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14092009-175025](https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14092009-175025). Acesso em: 4 dez. 2023.

GAVIOLLI, F. M. Novas formas de expressão e comunicação nas organizações: impactos nas relações de trabalho a partir das interações em grupos e do uso da linguagem dos emojis por meio do WhatsApp. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 11., 2017, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: PUCRS, 2017. Disponível em: [ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivres/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/arquivos/16.pdf](https://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivres/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/arquivos/16.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

GIRÃO, G. S. **Formal ou informal?** O uso do WhatsApp na comunicação interna do Tribunal de Contas da União. 2019. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: [bdm.unb.br/bitstream/10483/26081/1/2019\\_GessicaSilvaGirao\\_tcc.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/26081/1/2019_GessicaSilvaGirao_tcc.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

GOVERNO DIGITAL. Estratégia de Governança Digital – EGD. In: **GOVERNO DIGITAL**, Brasília, 25 nov. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/estrategia-de-governanca-digital/historico>. Acesso em: 4 dez. 2023.

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

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, M. (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, p.167-190. Disponível em: <portalidea.com.br/cursos/comunicacao-organizacional-apostila04.pdf>. Acesso em: 4 dez. 2023.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo y pensamiento**, [online], v. 26, n. 51, p. 38-51, 2007. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/28296804\\_Comunicacao\\_organizacional\\_na\\_era\\_digital\\_contextos\\_percursos\\_e\\_posibilidades/fulltext/03bf04290cf2e3cca5490c7c/Comunicacao-organizacional-na-era-digital-contextos-percursos-e-possibilidades.pdf?\\_tp=eyJjb250ZXh0ljp7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaWguliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaWgulin19](https://www.researchgate.net/publication/28296804_Comunicacao_organizacional_na_era_digital_contextos_percursos_e_posibilidades/fulltext/03bf04290cf2e3cca5490c7c/Comunicacao-organizacional-na-era-digital-contextos-percursos-e-possibilidades.pdf?_tp=eyJjb250ZXh0ljp7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaWguliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaWgulin19). Acesso em: 4 dez. 2023.

LAI, P. The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for The Novelty Technology. **JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 14, n. 1, p. 21-38, Jan. 2017. DOI: [doi.org/10.4301/S1807-17752017000100002](https://doi.org/10.4301/S1807-17752017000100002). Disponível em: [scielo.br/j/jistm/a/D3NXPz5WF4gQX9cSdLKQv6D/?format=pdf](https://scielo.br/j/jistm/a/D3NXPz5WF4gQX9cSdLKQv6D/?format=pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

LEMOS, A. B.; BARBOSA, R. R. Comunicação Organizacional e Gestão do Conhecimento: interface entre áreas. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 2, p. 267–293, 2021. DOI: [10.19132/1808-5245272.267-293](https://doi.org/10.19132/1808-5245272.267-293). Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/103913>. Acesso em: 4 dez. 2023.

LOBO, D. A. C. **Bolhas de ódio**: o ódio como componente político nas dinâmicas interacionais societárias mediadas por Tecnologias da Comunicação (TCIs). 2018. 159 p. Dissertação (Mestrado). Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

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

MARCHIORI, M. Os desafios da comunicação interna nas organizações. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, jan./jun. 2010. Disponível em: [uel.br/grupo-estudo/gecorp/images/os\\_desafios\\_de\\_comunica%C3%A7%C3%A3o\\_interna.pdf](http://uel.br/grupo-estudo/gecorp/images/os_desafios_de_comunica%C3%A7%C3%A3o_interna.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

MARTINS, L. J. N. S. **Aceitação e uso de ferramentas de computação em nuvem**: um estudo sobre o contexto informacional de secretários de pós-graduação em uma instituição de ensino superior. Orientador: Daniel de Araújo Martins. 2022. 143 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022. Disponível em: [repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/49503/1/Aceitacaousoferramentas\\_Martins\\_2022.pdf](https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/49503/1/Aceitacaousoferramentas_Martins_2022.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

MORAES, L. A.; NERCOLINI, M. J. Tecnologias Móveis, Vida Cotidiana e Comunicação Instantânea. **Mídia e Cotidiano**, v. 5, n. 5, 3 mar. 2015. DOI: [doi.org/10.22409/ppgmc.v5i5.9729](https://doi.org/10.22409/ppgmc.v5i5.9729). Disponível em: [periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9729/6856](https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9729/6856). Acesso em: 4 dez. 2023.

NASSIF, M. E.; RESENDE, W. C. Gestão da informação e do conhecimento e suas relações com segurança da informação, tecnologias da informação e compartilhamento. **Ciência da Informação**, v. 45, n. 3, 2018. DOI: [doi.org/10.18225/ci.inf.v45i3.4052](https://doi.org/10.18225/ci.inf.v45i3.4052). Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/4052/3568>. Acesso em: 4 dez. 2023.

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

PROGESP. **Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas - UFRN**, 2023. Disponível em: <https://progesp.ufrn.br/>. Acesso em: 4 dez. 2023.

RAMLY, R. K. B. **The usage of WhatsApp application as an internal communication medium using Technology Acceptance Model (TAM) at Alam Maritim Sendirian Berhad (AMSB)**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciência) — Universiti Utara Malaysia, Sintok, 2022. Disponível em: [https://etd.uum.edu.my/10531/2/s825621\\_01.pdf](https://etd.uum.edu.my/10531/2/s825621_01.pdf). Acesso em: 4 dez. 2023.

SILVA, P. M.; DIAS, G. A. Teorias sobre aceitação de tecnologia: por que os usuários aceitam ou rejeitam a tecnologia da informação? **Brazilian Journal of Information Science: Research Trends**, v. 1, n. 2, p. 69-91, jul. 2008. DOI: [10.36311/1981-1640.2007.v1n2.05.p69](https://doi.org/10.36311/1981-1640.2007.v1n2.05.p69). Disponível em: [revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/35/34](https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/35/34). Acesso em: 4 dez. 2023.

VENKATESH, V. Determinants of perceived ease of use: Integrating perceived behavioral control, computer anxiety and enjoyment into the technology acceptance model. **Information Systems Research**, v. 11, p. 342-36, 2000. DOI: [10.1287/isre.11.4.342.11872](https://doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872). Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Viswanath-Venkatesh/publication/220079911\\_Determinants\\_of\\_Perceived\\_Ease\\_of\\_Use\\_Integrating\\_Control\\_Intrinsic\\_Motivation\\_and\\_Emotion\\_into\\_the\\_Technology\\_Acceptance\\_Model/links/62380cfd1e27a083bcoa3ce/Determinants-of-Perceived-Ease-of-Use-Integrating-Control-Intrinsic-Motivation-and-Emotion-into-the-Technology-Acceptance-](https://www.researchgate.net/profile/Viswanath-Venkatesh/publication/220079911_Determinants_of_Perceived_Ease_of_Use_Integrating_Control_Intrinsic_Motivation_and_Emotion_into_the_Technology_Acceptance_Model/links/62380cfd1e27a083bcoa3ce/Determinants-of-Perceived-Ease-of-Use-Integrating-Control-Intrinsic-Motivation-and-Emotion-into-the-Technology-Acceptance-)

Model.pdf?\_tp=eyJjb250ZXhoIjpw7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uln19. Acesso em: 4 dez. 2023.

VENKATESH, V.; DAVIS, F. D. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: four longitudinal field studies. **Management Science**, [s. l.], v. 46, n. 2, p. 186-204, Feb. 2000. DOI: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Fred-Davis-3/publication/227447282\\_A\\_Theoretical\\_Extension\\_of\\_the\\_Technology\\_Acceptance\\_Model\\_Four\\_Longitudinal\\_Field\\_Studies/links/54ad669b0cf24aca1c6f3672/A-Theoretical-Extension-of-the-Technology-Acceptance-Model-Four-Longitudinal-Field-Studies.pdf?\\_tp=eyJjb250ZXhoIjpw7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uln19](https://www.researchgate.net/profile/Fred-Davis-3/publication/227447282_A_Theoretical_Extension_of_the_Technology_Acceptance_Model_Four_Longitudinal_Field_Studies/links/54ad669b0cf24aca1c6f3672/A-Theoretical-Extension-of-the-Technology-Acceptance-Model-Four-Longitudinal-Field-Studies.pdf?_tp=eyJjb250ZXhoIjpw7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uln19). Acesso em: 4 dez. 2023.

VENKATESH, V.; BALA, H. Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. **Decision Sciences**, Wiley, v. 39, n. 2, p. 273-315, May 2008. DOI: 10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Viswanath-Venkatesh/publication/247644487\\_Technology\\_Acceptance\\_Model\\_3\\_and\\_a\\_Research\\_Agenda\\_on\\_Interventions/links/62380c53be72d414dadoe9b5/Technology-Acceptance-Model-3-and-a-Research-Agenda-on-Interventions.pdf?\\_tp=eyJjb250ZXhoIjpw7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uln19](https://www.researchgate.net/profile/Viswanath-Venkatesh/publication/247644487_Technology_Acceptance_Model_3_and_a_Research_Agenda_on_Interventions/links/62380c53be72d414dadoe9b5/Technology-Acceptance-Model-3-and-a-Research-Agenda-on-Interventions.pdf?_tp=eyJjb250ZXhoIjpw7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uln19). Acesso em: 4 dez. 2023.

WHATSAPP LLC. WhatsApp, 2023. **Sobre nós**. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/about>. Acesso em: 4 dez. 2023.

## NOTA DE AUTORIA

MARIANA COSTA TORRES GALVÃO  
Autora

DANIEL DE ARAÚJO MARTINS  
Autor

## REVISÃO DO ARTIGO:

Gilceane Soares Batista — Graduação em Letras — Língua Portuguesa e Literatura.

Recebido em: 04/12/2023  
Parecer em: 10/01/2024  
Aprovado em: 01/03/2024