

ESCOLA SUPERIOR ABERTA DO BRASIL – ESAB

Sistemas de Informações por mídia social em empresa pública - WhatsApp

Sara Caçado Dutra Cota¹

Resumo

Este artigo teve o objetivo de analisar a mídia social WhatsApp, que merece destaque nas formas de comunicação e interação, principalmente em um ambiente de empresa pública, mais especificamente na Empresa de Transporte e Trânsito de Belo Horizonte². Dentre os autores pesquisados para a constituição conceitual deste trabalho, destacaram-se Telles (2010), Chiavenato (2000), Recuero (2005), Thompson (2009) e Lima Jr (2009). A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória e descritiva, tendo como coleta de dados o levantamento bibliográfico e informações coletadas no perfil do WhatsApp usado em uma empresa pública. As conclusões mais relevantes são que o WhatsApp tem se mostrado uma ótima ferramenta de interação entre a empresa pública e seus operadores de transporte público.

Palavras-chave: WhatsApp. Aplicativos. Empresa Pública. Mídias Sociais. Canais de informações, interação. BHTRANS. Uso empresarial de Redes Sociais. Permissionários. Operadores. Transporte Público.

1 Introdução

A idéia de rede social começou a ser usada há mais ou menos um século, para designar um conjunto complexo de relações entre os membros de um sistema social a diferentes dimensões. A partir dos anos 1990, surgiu a internet com o acesso aos usuários ao redor do mundo e consequentemente foram surgindo as redes sociais na internet, e, do ponto de vista sociológico, permanecem os mesmos conceitos usados anterior a internet porém com abrangências a outros tipos de tecnologia, computadores, desktops e notebooks até os dias de hoje evoluírem e alcançar as tecnologias como: smartphones, tablets e todo tipo de tecnologia em geral.

Sites de relacionamento ou redes sociais na internet são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como

¹ Pós-graduando em Engenharia de Sistemas na Escola Superior Aberta do Brasil — ESAB.
saracdota@gmail.com

² Empresa de Transporte e Trânsito de Belo Horizonte - BHTRANS

fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades (TELLES,2010, pag.7).

Os empresários e CEO's de grandes empresas perceberam cada dia mais a importância de se contratar profissionais especializados em redes sociais ou consultores para direcionar sua equipe interna com o objetivo de garantir o gerenciamento com sucesso de suas contas nas redes sociais.

No livro de Telles(2010) temos os conceitos de que Mídias Sociais querem dizer: permitir conversações. Telles também acredita que você não pode controlar conversações, mas você pode influenciá-las; seja social nas mídias sociais; sua empresa não pode falar apenas dela mesma; construa relacionamentos, dê respostas rápidas, seja honesto e sincero, e lembre-se que as mídias sociais são um diálogo, não um monólogo. A linguagem usada nas mídias sociais deve ser de acordo com seu público alvo. O gestor deve sempre avaliar no planejamento se a forma de comunicação vai ser formal, informal ou intermediária.

Este artigo tem como intuito, por meio de livros, site e artigos, explorar e analisar as formas que o WhatsApp é utilizado dentro das organizações e a forma que o aplicativo é usado para auxiliar a melhora da comunicação entre empresa pública e operadores dos transportes de táxi, escolar, suplementar e motofrete da cidade de Belo Horizonte, facilitar o acesso às informações dos permissionários³ e operadores⁴ do transporte público, melhorar o atendimento dentro da empresa e também a relação interpessoal dos funcionários públicos da Empresa de Transporte Público de Belo Horizonte.

Será abordado o uso do WhatsApp como estratégia de comunicação interna nas empresas públicas, e também demonstrar as vantagens e desvantagens do uso desse aplicativo nas organizações como um dos meios de comunicação, tornando-se uma ferramenta indispensável. Vamos falar da história e do crescimento do WhatsApp na sociedade e sobre sua importância na comunicação dentro da empresa e benefícios que ele pode trazer.

O objetivo geral é mostrar a forma que o aplicativo WhatsApp é utilizado como uma ferramenta de comunicação interna e externa nas empresas públicas para facilitar o acesso, interação entre os envolvidos e principalmente minimizando os custos e o tempo sendo um meio de comunicação mais eficiente. Mantém uma relação mais próxima entre empresa e operador, onde empresa pública pode compartilhar informações pertinentes ao interesse coletivo ou por determinado grupo selecionado. Já os objetivos específicos são as vantagens e desvantagens que o

³ Permissionário: pessoa física detentora de permissão ou autorização municipal;

⁴ Operadores: Permissionário, condutor Auxiliar, Agente de bordo ou agente de linha;

aplicativo pode trazer para dentro de uma empresa pública mesmo sendo uma ferramenta que auxilia na melhoria da comunicação.

A metodologia deste trabalho será a pesquisa bibliográfica, que de acordo com Cervo (2007 pag. 60) “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses”.

2 Desenvolvimento

As pessoas acreditavam que o surgimento de novos meios de comunicação substituiriam os antigos, mas na verdade não foi exatamente isso que aconteceu; os meios começaram a se interagir, trabalhar em conjunto e melhorar sua comunicação. Segundo Thompson (2009, pag.77), “durante a maior parte da história humana, as interações foram face a face”. Ao passar dos anos e com o desenvolvimento da tecnologia, as interações foram tomando novos rumos e com isso foram surgindo novas formas de se interagir, relacionar e de se comunicar sem a necessidade apenas da presença física. De acordo com Thompson (2009), a partir dos novos meios de comunicação, há possibilidade de interação “cujas relações sociais básicas aparecem intactas”. Segundo o autor, os indivíduos podem interagir mesmo que não partilhem do mesmo ambiente (Thompson, 2009, pag.119).

As formas de interação são estendidas no tempo e no espaço. Nesse sentido, a partir dos meios de comunicação, as interações podem ser diferentes das interações face a face. Thompson (2009, pag.120) afirma que “existem 3 tipos de interação: interação face a face; interação mediada e quase interação mediada”. Para Thompson (2009, pag. 78), a interação face a face “acontece num contexto de copresença, os participantes estão imediatamente presentes e partilham de um mesmo sistema referencial de espaço e tempo”, por isso eles podem usar expressões denotativas. É importante notar que as interações face a face têm um “caráter dialógico, no sentido de que geralmente implicam ida e volta no fluxo de informação e comunicação” (THOMPSON, 2009, pag.78).

O emissor e o receptor podem estar em locais diferentes. “as interações mediadas implicam o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que possibilitam a transmissão de informação e conteúdos simbólicos para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo ou em ambos” (THOMPSON, 2009, p.120).

Assim, quando a interação não é face a face, corre-se o risco de acontecer uma falha ou não entendimento correto da comunicação, pois temos os participantes em contextos e ambientes diferenciados. Por isso, a relevância na análise das informações trocadas é bastante significativa para a empresa pública, com objetivo de que a comunicação entre empresa e operador possa ser a mais precisa possível.

Quando se trata da “quase interação” mediada, Thompson afirma que “tem-se um caráter monológico, que implica na produção de formas simbólicas para um número indefinido de receptores potenciais”, sendo melhor classificada então como um tipo de “quase interação”. Thompson (2009, pag.122).

Embora não tenha o nível de reciprocidade interpessoal das outras formas de interação, é importante destacar ainda que é uma forma de interação, não podendo ser desconsiderada. Isso porque é através dela que se cria certo tipo de situação social na qual as pessoas se conectam umas às outras em um processo de comunicação e intercâmbio simbólico. Embora Thompson tenha definido esses três tipos de interação possíveis, uma vez que as interações vão se desenvolvendo podem se encaixar em mais de uma ou nenhuma definição.

O que muitos chamam de "mídia social" hoje, compreende um fenômeno complexo, que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares e as apropriações sociais que foram e que são geradas em torno dessas ferramentas. É um momento de hiperconexão em rede, onde estamos não apenas conectados, mas onde transcrevemos nossos grupos sociais e, através do suporte, geramos novas formas de circulação, filtragem e difusão dessas informações. (LIMA JR,2009,pag.15)

Sites de rede social foram especialmente significativos para a revolução da "mídia social" porque vão criar redes que estão permanentemente conectadas, por onde circulam informações de forma síncrona (como nas conversações, por exemplo) e assíncrona (como no envio de mensagens). Redes sociais tornaram-se a nova mídia, em cima da qual a informação circula, é filtrada e repassada; conectada à conversação, onde é debatida, discutida e, assim, gera a possibilidade de novas formas de organização social baseadas em interesses das coletividades. Esses sites atingem novos potenciais com o advento de outras tecnologias, que aumentam a mobilidade do acesso às informações, como os celulares, tablets, smartphones e etc. (LIMA JR,2009,pag.16).

A mídia social conectada é um formato de comunicação mediada por computador (CMC) que permite a criação, o compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais de relevância social para entender as Mídias Sociais de forma

descentralizada, colaborativa e autônoma tecnologicamente. Possui como principal característica a participação ativa (síncrona e/ou assíncrona) da comunidade de usuários na integração de informações.

Recuero (2005) faz uma proposta de estudo de elementos para uma rede social na internet. Trata-se de, a partir de uma discussão teórico-prática, “selecionar os elementos que deveriam ser levados em conta em um modelo de estudos que dê conta das particularidades de uma rede social no ciberespaço” (RECUERO, 2005, pag.1).

Embora haja certa propriedade nos modelos elencados por Recuero (2005), a “ciência das redes” não tem condições de planificar a integridade das redes de forma definitiva. O aplicativo WhatsApp garante essa segurança entre o interlocutor e o receptor mesmo a rede não sendo segura.

Mas o que demonstra maior peso é a incapacidade destes modelos em perceber o sentido que as relações sociais possuem, como o contexto e o capital social gerado nas redes sociais. Segundo Recuero (2005), a abordagem das ciências da rede é o foco no todo, e não somente nas partes, e nas interconexões entre elas, tentando observar os padrões que os unem. Com esta abordagem, procura-se resolver os problemas básicos: “adaptação, integração, conquista dos objetivos e manutenção dos padrões motivacionais e culturais.” (RECUERO, 2005, pag.3).

É importante destacar que a rede social é um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições, empresas, organizações ou grupos, tribos e bandos) e suas conexões.

Para Recuero (2005, pag.5), “a organização constitui-se na totalidade de relações de um determinado agrupamento social. Neste sentido, pode-se dizer que a organização é composta pela interação social que constitui as relações de determinado grupo”, sendo assim, a interação representa um processo comunicacional, mensagens trocadas pelas pessoas, apresentando um caráter social voltado ao processo comunicativo. No entanto, no ciberespaço, a interação social ocorre de forma particular, mediado pelo computador, smartphone ou tablet.

Recuero (2005, pag.6) explica que “a estrutura da rede social compreende aquilo que ela possui de mais permanente, ou ainda, o resultado das interações repetidas. Trata-se de uma sedimentação dessas trocas, que pode ser observada através dos laços sociais e do capital social”.

Nos laços fortes pode-se perceber a existência e predominância da intimidade entre dois ou mais indivíduos ao passo que laços fracos há a inexistência dessa interação mais intimista. Os laços

sociais, sejam fortes ou fracos, contribuem para a identificação e compreensão da estrutura de uma rede social.

Para Recuero (2005, pag.8), “o capital social é, portanto, um conjunto de recursos, que pode ser encontrado a partir das conexões entre os indivíduos de um determinado grupo, pois é conteúdo dessas relações”. Quando se fala em capital social, portanto, estamos referindo-nos ao conteúdo das relações sociais, que são institucionalizadas através da permanência e da repetição, de forma a constituir o “cimento” das relações sociais dentro de um grupo. Sem investimento, os laços sociais tendem a enfraquecer com o tempo, depreciando o capital social de um determinado grupo. O capital social se divide em dois níveis, sendo o primeiro relativo às características individuais dos membros, enquanto o segundo diz respeito à coletividade. Os níveis são dependentes um do outro, ou seja, para que o segundo exista, é necessário que haja o primeiro. O segundo nível tem mais maturidade até mesmo pela ordem natural dos fatos (RECUERO, 2005).

Recuero (2005) utiliza vários autores para definir e explicar que o capital social é heterogêneo. Para tanto, há categorias que são encontradas na definição de capital social. As categorias seriam: a) relacional - que compreenderia a soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos de uma determinada rede; b) normativo - que compreenderia as normas de comportamento de um determinado grupo e os valores deste grupo; c) cognitivo - que compreenderia a soma do conhecimento e das informações colocadas em comum por um determinado grupo; d) confiança no ambiente social - que compreenderia a confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente; e) institucional - que incluiria as instituições formais e informais, que constituem-se na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as “regras” da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto (RECUERO, 2005, pag.9).

As interações são as impulsionadoras dos processos de: cooperação, conflitos e competição. Ocorre que a cooperação para existir precisa haver envolvimento de indivíduo para indivíduo ou mesmo de um para a coletividade e vice versa. A competição é um fator preponderante para o avanço e fortalecimento da estrutura das redes. A cooperação auxilia na expansão dessa rede, bem como a interação entre os grupos, “O conflito e a competição podem gerar mudanças, desequilíbrio e obrigar a comunidade a adaptar-se. Entretanto, se o conflito suplantar a cooperação, tem-se uma ruptura na estrutura social” (RECUERO, 2005, p.10).

O termo que se adota neste artigo para se referir às redes sociais na internet é mídia social, acreditando-se que ela representa um conjunto de redes sociais em uma plataforma digital, ou seja,

mídia social é um desdobramento de redes sociais. Lima Jr (2009, pag.97) destaca que as plataformas de mídias sociais “permitem aos usuários espaços ilimitados para armazenar ferramentas para organizar, promover e transmitir os seus pensamentos, opiniões, comportamentos e mídias para os outros”.

As mídias sociais são espaços de interação entre usuários. São considerados exemplos de mídias sociais: blogs, redes sociais (Facebook, LinkedIn, Instagram), messengers, wikis, sites de compartilhamento de conteúdo multimídia (YouTube, Flickr) e o abordado neste artigo o WhatsApp. Nestes canais, as pessoas podem dialogar e compartilhar informação. O conteúdo de uma mídia social tende sempre ao infinito, uma vez que qualquer membro pode contribuir a qualquer momento.

Este diálogo entre operador de transporte público e empresa pública constitui blocos colaborativos de opinião e trocas de informação. O WhatsApp está disponível para smartphones e tablets, pode ser instalado nos aparelhos/modelos com sistemas operacionais: IOS, Windows Phone, Android, Mac ou Windows PC, desde que tenham a configuração mínima exigida pelo desenvolvedor do aplicativo.

Mais de 1 bilhão de pessoas, em mais de 180 países usam WhatsApp para manter contato com amigos e familiares, em qualquer hora, em qualquer lugar. O WhatsApp é grátis e disponibiliza serviços de mensagens e chamadas de uma forma simples e segura. Está disponível em telefones celulares ao redor do mundo todo.

O nome do aplicativo WhatsApp é um trocadilho com a frase "What's Up" em inglês que significa “o que está acontecendo aí?”. De acordo com o próprio site do aplicativo <<https://www.whatsapp.com/about/>>, o WhatsApp tem a missão de oferecer suporte ao envio e recebimento de uma variedade de arquivos de mídia: fotos, vídeos, documentos, compartilhamento de localização e também textos e chamadas de voz. As mensagens e ligações estão protegidas com criptografia de ponta-a-ponta, o que significa que terceiros, incluindo o WhatsApp, não podem lê-las ou ouvi-las. Por trás de cada decisão, encontra-se o desejo em possibilitar que as pessoas se comuniquem sem barreiras em qualquer lugar do mundo.

Uma desvantagem é que a partir do momento que é feito backup dos dados nas nuvens o whatsapp não garante a criptografia dos dados, e fica de total responsabilidade do usuário os dados que copiou e os mandou para nuvem ou armazenamento externo.

“Comunicação é o processo de transmitir a informação e compreensão de uma pessoa para outra” (CHIAVENATO, 2000, pag. 142). O WhatsApp está se tornando cada vez mais presente nas áreas de comunicação nas empresas públicas, pela possibilidade de ser um canal de comunicação mais rápido e eficiente em enviar informações. O aplicativo foi desenvolvido por Brian Acton e Jan Koum e foi lançado em 2009.

A empresa que desenvolveu o WhatsApp, com sede no Vale do Silício, pensou em criar uma alternativa melhor do que o SMS utilizados em telefones, pois afirmam que em breve todas as pessoas terão um smartphone. Os fundadores da mídia social, Jan Koum e Brian Acton trabalharam mais de 20 anos na empresa de tecnologia Yahoo. Faziam parte do funcionamento do site, vendendo anúncios, sendo essa a filosofia da empresa Yahoo, que coletava dados, servia páginas e vendia anúncios, e com essa percepção de mercado viram a Google engolir a concorrência, com informações do site do WhatsApp onde se faz o download do aplicativo: <<https://www.whatsapp.com/download/>>.

Quando os fundadores da mídia social WhatsApp começaram o negócio juntos, idealizaram um produto que não fosse apenas mais uma central de anúncios, oferecendo um serviço que fosse funcional, econômico e melhorasse a vida de seus usuários. O desejo é que o WhatsApp seja o produto que deixa o usuário entusiasmado e com necessidade de uso constante e diário. Eles acreditam que a publicidade é prejudicial à estética, com insultos à sua inteligência e interrupção de sua cadeia de pensamentos, afirmando que “quando há anúncios, você, o usuário, é o produto.”

Em 2014 o WhatsApp foi comprado pelo Facebook, aumentando assim seu número de usuários e também passou a ser utilizado pelo computador, através site <<http://web.whatsapp.com>>. Em setembro do mesmo ano, o aplicativo alcançou a marca de 900 milhões de usuários ativos.

Antes do aplicativo ganhar importância comercial entre as organizações, redes sociais eram mal vistas, e muitas delas proibidas ou bloqueadas nas empresas. Depois da aquisição do Facebook ao aplicativo WhatsApp, as organizações passaram a usar o aplicativo para auxiliar na melhora da comunicação dentro das empresas e com seus clientes.

Existem muitas vantagens que o WhatsApp proporciona para uma comunicação rápida e eficiente dentro das empresas, sendo elas; envio de informações a qualquer hora; troca de informações entre as gerências e principalmente entre a empresa pública e o operador do transporte público de Belo Horizonte. A estratégia mais utilizada no caso de uma empresa pública é a

comunicação entre as partes, desde o empregado informando qualquer atraso ou imprevisto; qualquer tipo de informação ao superior imediato pelo aplicativo. Com a mesma agilidade pode ser informado qualquer tipo de informação ao operador do transporte público em tempo real, sendo que o alcance que as mensagens enviadas aos operadores podem atingir diretamente todo contexto social da cidade, pois o serviço de transportes está diretamente relacionado com o impacto na vida da cidade e do cidadão.

Em Belo Horizonte, na BHTRANS, temos cadastrados no WhatsApp operadores de todos os serviços de transporte (por Táxi, Escolar, Suplementar e Motofrete). Foram criadas listas de transmissão contendo 256 operadores em cada lista e que são informados dados das alterações, criações, extinções de normas, serviços, informações pertinentes e necessárias para melhorar a organização e transparência dos serviços de transporte público municipal.

Ainda em fase de expansão, já alcançamos, 11137 operadores do transporte por táxi, 1806 do transporte escolar, 332 do transporte suplementar e 5954 do motofrete, cadastrados nos respectivos serviços do município. ao todo são 19229 operadores cadastrados. Estamos em fase de divulgação do serviço de comunicação através do WhatsApp. Para tal, estamos solicitando aos operadores que mantenham o número do celular atualizado e que informem o número do celular que possua o aplicativo WhatsApp em todas as movimentações feitas na empresa.

Em muitas empresas não públicas os trabalhadores usam o aplicativo para divulgar os produtos da empresa, enviando fotos, áudios ou vídeos para que o cliente visualize melhor o produto oferecido, e também podem criar grupos com perfis similares para divulgar novos produtos e serviços, deixando os clientes atualizados nas novidades. No entanto, o uso excessivo desse aplicativo tem suas desvantagens; o operador de transporte (receptor) pode ficar importunado se for enviado muitas mensagens ou mensagens repetitivas.

Conforme pode ser visualizado na Figura 1, este é o ícone utilizado para o perfil no WhatsApp da Empresa de Transporte de Trânsito de Belo Horizonte, a logomarca foi criada no setor da Assessoria de comunicação e Marketing da empresa com intuito de identificar as mensagens enviadas, dando mais credibilidade às informações e tornar o instrumento de comunicação institucional da empresa, junto aos perfis do Twitter e Facebook, que já são usados de forma convencional desde meados de 2012 pela empresa.

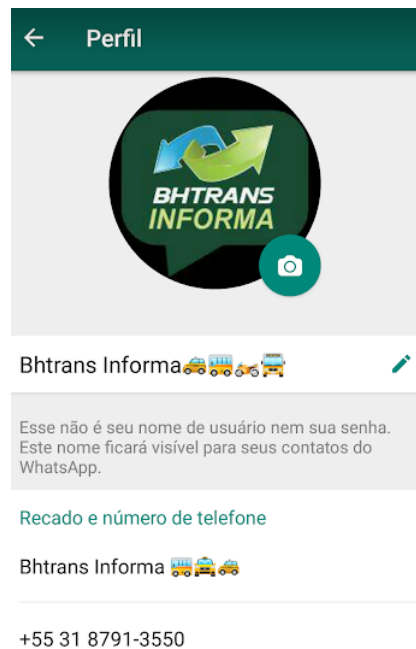


Figura 1 – Perfil no whatsapp

O aplicativo pode ser baixado gratuitamente em smartphones ou mesmo pelo site da empresa, bastando apenas possuir conexão com a Internet via wi-fi ou dados móveis.

É possível o cadastro de um perfil de usuário com informações da conta, definições das formas de conversas, formas de notificação, lista de contatos. Como pode ser observado na Figura 1, no perfil do usuário é possível adicionar uma foto e um nome, que serão visualizados pelos contatos. O aplicativo emite um alerta, informando que tem uma mensagem enviada por uma pessoa da sua rede de contatos.

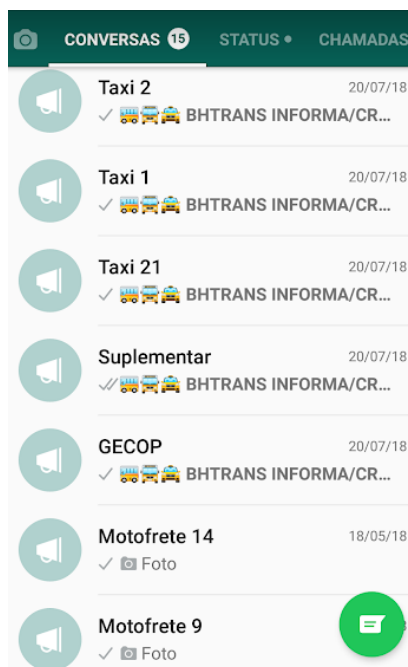


Figura 2 – Listas de transmissão

No WhastApp é possível criar listas de transmissão como pode ser observado na Figura 2, cada lista suporta 256 contatos. Todos os 256 contatos receberão individualmente em suas contas a mesma mensagem enviada pelo emissor e respondem individualmente somente para emissor.

Não é possível os contatos da lista de transmissão interagirem entre si, o que facilita a disseminação da mesma informação entre todos os contatos com agilidade, eficiência e principalmente com discrição. Foram criadas aproximadamente 45 listas de transmissão para o tipo de transporte por Táxi, 8 listas de transmissão para o tipo de transporte por Escolar, 2 listas de transmissão para o tipo de transporte por Suplementar e 24 listas de transmissão para o tipo de transporte por Motofrete. Se a informação é pertinente apenas ao serviço por Táxi, podemos então selecionar apenas os operadores que iremos atingir, de acordo com o tipo de mensagem ou informação que estaremos enviando. Isso amplia a comunicação, pois podemos enviar mensagens distintas para cada tipo de transporte.

Foi criada também uma lista de transmissão contendo os funcionários da gerência de atendimento. Assim todos os funcionários têm ciência de todas as informações que estão sendo enviado aos operadores de todos os tipos de transporte público, o que facilita, agiliza e qualifica nosso atendimento presencial.

3 Conclusão

Neste trabalho foi relatado a importância das redes sociais para a interação entre empresas públicas e seus consumidores finais. Foi avaliada a utilização do aplicativo WhatsApp para a disseminação de informações entre a Empresa de Transporte e Trânsito de Belo Horizonte - BHTRANS e seus operadores. Através do autor Telles(2010) foi possível observar a criação das mídias sociais desde o início do desenvolvimento da raça humana; o ser humano sendo um ser social que convive em sociedade; posteriormente as cidade e países foram expandindo e com eles a grande necessidade da expansão da comunicação até os dias atuais.

O resultado do estudo foi muito positivo. Foi possível verificar que com um baixo custo financeiro é possível alcançar aproximadamente 20 mil operadores de transportes da capital mineira. Entre as principais vantagens temos: agilidade, eficiência, eficácia, baixo custo de tecnologia, grande satisfação dos operadores e dos empregados públicos. O ponto negativo é a BHTRANS não tratar o WhatsApp como um canal de comunicação de perguntas e respostas para as solicitações dos operadores pelo aplicativo. Seria necessário realizar melhorias no atendimento, como estabelecer os atendimentos pelo WhatsApp. Para isso seria necessária a implantação de uma equipe para gerenciar e responder às solicitações de todos contatos/operadores, evitando assim o deslocamento desses operadores a BHTRANS apenas para obter informações.

Em suma, a interação mútua demonstrada entre empresa pública e operadores foi constatada nas melhorias como: agilidade no atendimento, esclarecimento de dúvidas e pendências, ampliação do horário de atendimento, baixo custo para o operador/cliente e praticidade de interação. Hoje o WhatsApp é usado pela maioria das pessoas, facilitando o acesso a todos. Concluímos que foi ótimo a implantação da ferramenta e que para o futuro teremos que ampliar o pessoal e utilizar o WhatsApp para responder os questionamentos, dúvidas e pendências dos operadores.

Deixo como sugestão para um próximo trabalho o desenvolvimento de um projeto completo do WhatsApp como um canal de interação entre a empresa e clientes, com descrição do dimensionamento da equipe de pessoas, tecnologias, modernização e custos de operação para uma excelência no atendimento aos clientes.

Referências

CERVO, Amado Luiz; SILVA, Roberto da; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. 6ª. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 2º Ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000.

GADINI, Sérgio Luiz; PISMEL, Matheus Lobo. Conhecer o “público”: a análise do consumo do notícia em grupos de Whatsapp. **Revista ALTERJOR**, Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP) Ano 06– Volume 01 Edição 11 – Janeiro-Junho de 2015 Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária, São Paulo, CEP: 05508-020.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. **Mídia social conectada**: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. Revista de pós graduação da Faculdade Cásper Líbero. v.12, n.24, p. 95-106, dez 2009.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais**: Uma proposta de Estudo. Rio de Janeiro: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais**. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2010. Disponível em:

<<http://www.andretelles.net.br/downloads/a-revolucao-das-midias-sociais-andre-telles.pdf>>
acesso em: 10 jul. 2018.

THOMPSON, John B. **O Advento da interação mediada**. A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia. Petrópolis: Vozes, 1999.