

## O IMPACTO DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NA COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS

**Andressa Santos Silva<sup>1</sup>**  
andressasantossilva653@gmail.com1  
ESTÁCIO1

**Priscila Alves<sup>2</sup>**  
priscila.alves@aedb.br2  
AEDB2

**Letícia Rocha Maciel<sup>3</sup>**  
leticia.maciel@aedb.br3  
AEDB3

**Fernanda Ellen Francisco<sup>4</sup>**  
fernanda.francisco@aedb.br4  
AEDB4

### RESUMO

*Este trabalho tem a objetividade de avaliar e expor os impactos tecnológicos sofridos nas empresas, em seus processos, sendo a principal abordagem quanto ao de comunicação, tanto interna quanto externa, assim também como apresentar os benefícios e os malefícios do uso de redes sócias e seus derivados no meio empresarial. Com base bibliográfica demonstrando os impactos causados pela evolução tecnológica oriunda da revolução industrial, ambas já ocorridas, e apresentar as suas influências no meio empresarial e os resultados utilizados e aprimorados na atualidade, que transformaram a administração dos processos nas Organizações.*

Palavras-Chave: Comunicação; Tecnologia; Organizações.

---

### 1. INTRODUÇÃO

O uso da mídia digital está por fazer grandes mudanças no mercado. Como a implementação do uso de aplicativos de troca de mensagens dentro e fora da empresa, na resolução de problemas e até mesmo em tomadas de decisões, Albertin e Albertin (2008), definem que os potenciais benefícios da TI podem ser compreendidos como ofertas da tecnologia. Benefícios estes que podem se tornar o diferencial competitivo da empresa no mercado em que atua, frente aos concorrentes.

Para Bowditch e Buono (1997), a onda de desenvolvimento tecnológico e a inovação empresarial ocorrida, embora evidencie a melhora nas nossas vidas com o surgimento de tarefas mais criativas que melhoram os níveis de eficácia e eficiência da empresa, podem acarretar também a preocupação de ser incompetente frente às mudanças e preocupações psicológicas e sociológicas, sob características desumanizadas do trabalho automatizado.

ARAÚJO (2011), diz que dentro do ambiente empresarial, deve existir o ambiente receptivo a mudanças, como sendo as de capital intelectual (que é a capacidade do indivíduo de domínio sobre a totalidade de tecnologias precisas), a qualidade dos sistemas de informações e quanto ao número de participantes dos movimentos de mudança sobre o seu quadro funcional. Desse modo, a seguinte pergunta de pesquisa surge: De que forma a evolução tecnológica tem influenciado a comunicação nas empresas?

Esta pesquisa tem por objetivo analisar e demonstrar como é a evolução tecnológica nas empresas e como sua comunicação é feita nos dias de hoje.

Justifica-se a pesquisa devido ao fato de que com o uso exacerbado da tecnologia pelos consumidores, as empresas estão aprimorando e inovando a sua carta de apresentação ao público. Ou seja, a sua forma de expor os seus produtos e serviços, onde assim disponibilizam aos seus clientes seu catálogo e mediante a isto, realizam as suas vendas. Mas é preciso saber como utilizar a tecnologia, entendendo qual é o seu impacto na empresa.

Para Lupianhes (2016), assim como a evolução das redes sociais é crescente, deve-se tratar da mesma forma a gestão efetiva das mesmas dentro da gestão empresarial, devidos aos seus benefícios e malefícios. O uso das redes sociais tem alcançado cada vez mais espaço e interessando ao gosto e aprovação do público de forma rápida e acentuada. O aplicativo WhatsApp em especial com bilhões de usuários espalhados por todo o globo, tem sido essencial na vida de muitas empresas que o utilizam como ferramenta de trabalho no processo de comunicação, tanto interna como externa com seus envolvidos, fazendo assim a otimização dos seus processos comunicacionais.

## **2.REFERENCIAL TEÓRICO**

LUPIANHES (2016) retrata que, “diante da globalização e de um cenário no setor empresarial cada vez mais competitivo, as empresas têm buscado diariamente aperfeiçoar suas relações com os clientes internos e externos, isso por intermédio da otimização de seus processos comunicacionais, em vistas da melhoria dos resultados e a assertividade das ações”. Com isso entende-se que as empresas não podem acomodar-se e meio ao mercado exigente e altamente competitivo em que se encontra. Em meio aos avanços tecnológicos no meio comunicacional, os seus benefícios são definidos da seguinte forma:

Os benefícios do uso de TI podem ser definidos como custo, produtividade, exigibilidade, qualidade e inovação, e esses benefícios podem ser entendidos como a oferta que a tecnologia traz para as organizações. Porém, tão importante quando a oferta é o seu aproveitamento no desempenho empresarial. (ALBERTIN E ALBERTIN, 2008, p.3)

Segundo Murphy (2002), os benefícios de TI podem ser divididos em dois, os tangíveis que são aqueles que afetam diretamente os resultados da empresa, tais como redução de custo e geração de lucros. E os intangíveis que causam melhorias de desempenho do negócio, mas não afetam diretamente no resultado da empresa, tais como informações gerenciais, segurança e etc.

A tecnologia da informação (ti) tem um forte impacto sobre o desempenho empresarial. Hoje, a TI é essencial dentro de uma organização, seja para tomada de decisão, como para melhorar seu resultado. Segundo

Araujo (2011), as tecnologias modernas de estudo e gestão empresarial apontam principalmente a gestão de processos críticos como a melhor alternativa para a dinâmica do dia a dia das empresas. Oferecendo assim, seus benefícios para o sucesso nas empresas.

LUCAS (1999) aponta que a relação entre a TI e o desempenho empresarial é influenciada pelo processo de gerenciamento de empreendimento de TI e pela TI em si, e que os dois componentes contribuem para o uso adequado dessa tecnologia. Nesse contexto, pode-se considerar que o desempenho empresarial é influenciado pelo uso de TI e de outras variáveis.

MAHMOOD E SZEWCZAK (1999) argumentaram que o desempenho empresarial é influenciado pela governança de TI, pelo investimento em TI, pela estruturação da função de TI e o próprio uso dessa tecnologia. A conversão efetiva de TI inclui o investimento em TI, a estruturação da função de TI e o próprio uso da tecnologia.

Junior (2009, p.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”. Logo podemos definir que o aplicativo WhatsApp é uma mídia social, pois ele possui todas essas funcionalidades e realiza a comunicação das pessoas por mensagens de texto, áudio, chamada de vídeo, fotos e expressões de humor.

### **3. METODOLOGIA**

Este artigo é baseado em pesquisa qualitativa, a qual para Gil (2002), pode ser considerada como o levantamento de dados e materiais bibliográficos, onde se enquadra o artigo, no qual as suas informações são baseadas em artigos, livros e referenciais eletrônicos que embasam as afirmações e apresentando também novos conceitos de que no ramo tecnológico, tudo é instável. Partindo da premissa que o mercado para este setor está em constante evolução e aprimorando cada vez mais os seus meios.

Assim, observando os conceitos de Richardson et al. (1999, p. 22), constata-se que “método é o caminho ou a maneira para se chegar a determinado fim ou objetivo, e metodologia são os procedimentos e regras utilizadas por determinado método”.

Partindo da definição do autor, percebe-se que “ao realizar uma pesquisa científica, faz-se necessário estabelecer claramente quais são os procedimentos metodológicos que são utilizados”.

A natureza desta pesquisa classifica-se como “pesquisa pura”, objetivando resolver problemas, de natureza teórica.

O tipo de pesquisa utilizado neste artigo foi à pesquisa exploratória. Segundo Gil (2002, p.41), pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

### **4. DESENVOLVIMENTO**

#### **4.1. OS IMPACTOS DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NAS EMPRESAS**

O processo de comunicação nas empresas sofreu várias mudanças pós-revolução industrial, os seus conceitos, formas de condução de tarefas e funções mudaram drasticamente. As novas tecnologias como exemplifica

Gonçalves (1994), se deu pela mudança de procedimentos manuais para o uso de máquinas de datilografia e de calcular, que foram substituídas por microcomputadores, e, atualmente, por redes de computadores. Sendo que as novas tecnologias sempre vão provocar mudanças no ambiente social da organização, sendo difícil a imaginação de uma mudança tecnológica que ao ser inserida não cause nenhum efeito na empresa, como diz o autor. Desta forma a revolução industrial fez com que os produtos artesanais, passassem a ser produzidos em massa e assim o seu preço tornou-se mais acessível, assim também como a sua oferta no mercado.

Segundo Bowditch e Buono (1997), a comunicação é o processo o qual nós conduzimos nossas vidas e sendo ela tão importante nas empresas que os gerentes passam cerca de 75% do tempo comunicando-se. O processo de comunicação pode ser considerado um processo mecânico, partindo de um destino no qual pode sofrer com distorções e erros em seu percurso. O canal de comunicação sendo o modo o qual ela é transmitida e o seu contexto, foram às etapas as quais mais sofreram com a evolução tecnológica e Revolução Industrial.

O uso de meios tecnológicos nas organizações da atualidade tem trazido inúmeros benefícios não só para a empresa, mas também para a saúde de seus membros e colaboradores. Embora, em um mapeamento dos impactos da tecnologia no setor de prestação de serviços, Gonçalves (1994) aponta os seguintes impactos nos indivíduos ao nível micro: temores, resistências, ajustamento, formação / enquadramento, desempenho e saúde ocupacional.

Ainda segundo ALBURQUE E LIMONGI (1998, p.41),

A qualidade de vida no trabalho é um conjunto de ações de uma empresa que envolve diagnóstico e implantação de melhorias e inovações gerenciais, tecnológicas e estruturais dentro e fora do ambiente de trabalho, visando a propiciar condições plenas de desenvolvimento humano para e durante a realização do trabalho.

#### 4.2. A INFLUÊNCIA DA REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

Para Gonçalves (1994, p. 66),

Além de presente em todas as formas de organização, a tecnologia é também uma potente força. Ela pode estender as capacitações humanas. A revolução industrial utilizou tecnologia para estender a capacidade física do homem realizar trabalho. A revolução da informática está estendendo a nossa capacidade de realizar trabalho mental e redistribuindo o tempo que dedicamos à realização das nossas diversas atividades.

Nas empresas gestão e tecnologia devem andar de “mãos dadas”, para que seus processos possam fluir de forma rápida, segura e eficaz. Albertin e Albertin (2008), definem que a gestão da TI, com suas funções de planejamento, organização, direção e controle, tem a objetividade a garantia da realização bem-sucedida dos esforços para o seu uso, da concepção ao aprimoramento de seus planos, influenciado pelo contexto, até a verificação dos seus impactos no desempenho da empresa. O uso da reengenharia é uma ferramenta de muita valia como diz Araujo (2011), para os gestores e profissionais administrativos que querem apresentar para seus clientes o real valor de seus produtos, tendo eles o pensamento administrativo e fazendo o uso

desta ferramenta em seus processos acrescentará enriquecimento e a expansão de seu pensamento.

Partindo do princípio da reengenharia na divisão do trabalho, as organizações devem procurar atualizar os seus processos e métodos de produção e trabalho, reduzindo assim os seus custos e meios de produção. Readequando as suas tarefas e até funções para que possam reduzir custos e tempo em sua linha de produção. Entretanto, não são apenas os processos que devem ser modificados, mas também as pessoas. Araujo (2011), apresenta como sendo fatores fundamentais à organização, também a informação que nela circula e as suas relações interpessoais (apud Morris e Brandon, 1994). As autoras Tomaél; Alcará e Chiara (2005) citam como o maior desafio da era da informação, a constituição de uma empresa capaz de disseminar o conhecimento, tendo como foco o prestígio das redes, fazendo base disto, para que ela melhore seus ativos e faça a separação das suas características para que assim com o seu compartilhamento tenha lucros.

Com a revolução tecnológica trazendo o advento das mídias sociais, as empresas têm ganhado com tempo e distância nos processos de comunicação a serem executados, inclusive nas tomadas de decisão. Assim, Lupianhes (2016), retrata o uso das mídias sociais em uma pesquisa realizada por ela, como o WhatsApp, e expõe os seus benefícios e malefícios no meio empresarial relatando os aspectos sobre a comunicação e os indivíduos. A autora expõe os principais benefícios: aumento da eficiência nos fluxos de trabalho; busca e desenvolvimento de talentos e engajamento das equipes e também relata o WhatsApp como uma ferramenta de trabalho, pois ele agiliza e facilita a comunicação interna, além de diminuir custos com mensagens, além de auxiliar o trabalho. Em contraponto, apresenta os seus malefícios: dispersão dos colaboradores; queda de produtividade e vazamento de informações e considera que devido a rapidez e imediatismo das redes não é possível controlá-las e sim acompanhar interna e externamente. Assim consideramos os avanços tecnológicos, como o uso de microcomputadores e telefones ultramodernos como vantagem estratégica para a organização.

Dentro dos conceitos dos sistemas de informação que as organizações utilizam, nós podemos dizer que ele é segundo, OLIVEIRA (1999).

Um instrumento administrativo que pode otimizar as comunicações e o processo decisório nas empresas. E deve-se lembrar de que as organizações e o processo decisório são, de acordo com várias pesquisas efetuadas, dois problemas sérios para a eficiência, eficácia e efetividade das empresas.

Assim, com o uso dos aplicativos Mobile, como o Whatsapp, as empresas ganham inovação, versatilidades e sobretudo rapidez nas comunicações, tanto interna quanto externa. Para Oliveira (1999), as regras de gerenciamento foram desenvolvidas e organizadas para o mercado, tendo tecnologias estáveis e mutáveis com processos lentos.

Com o avanço da tecnologia da informação (TI), Albertin e Albertin (2008) argumentam como sendo um dos componentes mais importantes do ambiente empresarial da atualidade, em qualquer nível organizacional. A utilização da TI pode gerar grandes oportunidades para as empresas com sucesso no aproveitamento dos seus benefícios oferecidos pelo seu uso e

também oferece desafios para a administração de TI da qual as empresas passam a dependência e que apresenta particularidades de gestão. Nesse cenário complexo da organização, outro desafio é a identificação do grau de contribuição que essa tecnologia oferece para os resultados das empresas. Baseando-se neste conceito ressalta-se que o incremento tecnológico que é atualizado em velocidades inconstantes na atualidade, induz a empresa a buscar por atualizações no mercado que aprimorem seus processos, em especial o de comunicação.

Nas últimas décadas os consumidores têm aprimorado e refinado as suas preferências, eles estão cada vez mais observadores e exigentes, quanto ao que buscam. Lupianhes (2016) defende, que com uso das novas tecnologias foram alterados os relacionamentos e as atitudes comportamentais de maneira sistêmica, e relata que a evolução tecnológica favorece a interculturalidade e a disseminação de informações, sendo grande parte não qualificada. Como exemplo, cita-se o aplicativo WhatsApp, o qual no ano de 2016, possuía cerca de 1 bilhão de usuários mundialmente, com mais de 42 bilhões de mensagens trocadas por meio dele todos os dias.

Para Recuero (2005, p.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, neste conceito, a interação social ocorre de forma particular, mediado pelo celular no WhatsApp. Recuero (2005, p.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”.

### 4.3.DEFINIÇÃO DE MÍDIA SOCIAL WHATSAPP E CIBERCULTURA

O termo utilizado neste artigo para se referir às redes sociais na Internet é mídia social, acredita-se que ela representa um conjunto de redes sociais em uma plataforma digital, ou seja, mídia social é um desdobramento de redes sociais. Junior (2009, p.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”.

O WhatsApp é uma mídia social pois, ele é um aplicativo gratuito para troca de mensagens disponível para Android e outras plataformas, que permite comunicar com os contatos, seja por mensagens escritas, de voz e até chamadas de vídeo. Através do aplicativo, é possível enviar documentos, imagens “arquivadas ou capturadas na hora”, e reenviar tudo isso de uma forma super-rápida e prática, com a possibilidade de informar ao emissor da mensagem se ela já chegou ao seu destino e por muitas vezes, obtém-se a resposta instantânea. O aplicativo permite também que se crie grupos, podendo assim criar também um grupo do trabalho, onde os profissionais possam trocar informações e documentos facilmente, independente do nível hierárquico. Sendo assim, torna-se uma ótima ferramenta estratégica, para ser utilizada nos

negócios, pois é capaz de ser utilizada melhorando a comunicação e o relacionamento dos colaboradores de uma empresa.

Os conceitos de cibercultura e ciberespaço são descritos na obra de Lévy (1999) e dele derivam todas as suas reflexões.

O termo ciberespaço especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

A cibercultura está presente no pós-mídia (redes de computadores, telefones móveis, televisão interativa, satélites) e é produto da digitalização desses meios, tornando o receptor um emissor em potencial (Lemos, 2013). A partir da confluência das tecnologias digitais e dos mass média de comunicação, há uma nova dinâmica social, redefinindo a noção de espaço e tempo, comunidade e indivíduo. Essa sinergia é o marco da cultura contemporânea (Lemos, 2013). Assim, podemos observar como esses meios evoluíram ao longo tempo.

O crescimento e a evolução deste tipo de interação criam novas oportunidades e opções para os indivíduos (J.B Thompson, 2011), entre elas, o aplicativo WhatsApp, que permite justamente a comunicação entre diferentes contextos espaciais e temporais. Nesse caso específico, também é possível associar a cibercultura e a tecnologia como “(...) novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários.” (Lemos, 2013, p. 82). Ou seja, a evolução das tecnologias gera benefícios para a sociedade e para as empresas. Contudo é imprescindível que sejam considerados os seus benefícios e malefícios, dentro do ambiente organizacional.

#### 4.4 OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NAS EMPRESAS

Com o advento das redes sociais e por consequência a sua utilização nas empresas, os meios de comunicação tornaram-se mais eficientes, ganharam rapidez e prestígio, como exemplo a divulgação das informações feita pela empresa aos seus envolvidos, através das mídias sociais e canais de comunicação, como o aplicativo Whatsapp. Assim, Tomaél; Alcará e Chiara (2005), defendem que tem que haver interação entre os processos internos e externos à organização, onde os seus envolvidos devem estar dispostos a compartilhar experiências e conhecimentos, em benefício da organização. Gonçalves (1994) aponta que a restrição na utilização da tecnologia nos processos, pode ser considerado como a desvalorização da mesma. Baseando nestes conceitos é possível afirmar que as mídias sociais advindas da evolução tecnológica, influenciam diretamente no ambiente organizacional, principalmente, na sua comunicação, contudo seus os gestores devem desempenhar o constante controle, como aponta Lupianhes (2016), porque assim como ela atrai inúmeras vantagens, à organização pode ser prejudicada devido aos malefícios causados por ela.

Associando tecnologia da informação e redes sociais no ambiente de trabalho, a empresa terá grandes oportunidades e poderá desfrutar dos

benefícios voltados para ela pelo uso da TI, como evidenciam Albertin e Albertin (2009). Pois, antes da evolução dos meios tecnológicos as empresas não possuíam muitos recursos para comunicação. Isso tornava a comunicação limitada e por vezes chegava a causar o atraso das informações. Sendo as divulgações dos produtos feitas por campanhas elaboradas para a televisão, rádios e jornais impressos...

Gonçalves (1994) considera que o uso da tecnologia pode influenciar nos meios político, social, econômico e psicológico, de acordo com o seu grau de abrangência na sociedade e afirma ainda que a revolução industrial estendeu a capacidade física do homem no exercer de sua função. Como o homem associa-se em redes para a sua sobrevivência, Tomaél; Alcará e Chiara (2005), apontam que as interações entre as pessoas fortalecem o ambiente organizacional, os seus conhecimentos e refletem assim na capacidade de inovar dos seus indivíduos, que podem assim, colaborar para o desenvolvimento do ambiente ao qual estão inseridos. Desta forma, podemos evidenciar os benefícios e malefícios oriundos das redes sociais, nas empresas, como indica a tabela 1.

Tabela 1: Apresentação dos benefícios e malefícios do uso das redes sociais.

BENEFÍCIOS	MALEFÍCIOS
Facilidade de contatar um indivíduo em qualquer área geográfica;	Invasão de privacidade e da vida social dos funcionários;
Rapidez e eficiência nas comunicações;	Extravio de informações;
Comunicação instantânea, com a possibilidade de saber se a mensagem foi entregue ao destinatário, assim como a sua visualização;	Ociosidade de funcionários;
Diminuição no uso de papéis;	Perda de produtividade;
Armazenamento de informações em pen drives ,nuvem... o que tornou mais prático e fácil o acesso;	Impacto negativo na imagem da empresa;
Possibilidade de encontrar qualquer contato na internet, e não mais necessita de criação de listas;	Comunicação exacerbada;

Fonte: Lupianhes (2016); Tomaél, Alcará e Chiara (2005); Albertin e Albertin (2009).



As empresas sempre devem buscar o aperfeiçoamento de seu processo, como aponta Lupianhes (2016), assim as redes sociais tornam-se uma ferramenta aliada ao processo de comunicação, o qual a torna mais rápida, eficaz tornando a comunicação instantânea e simultânea. Facilitando a interação entre os indivíduos, considerando os demais benefícios, como a facilidade de contato com os envolvidos da empresa, facilitando assim a tomada de decisão e desenvolvendo a capacidade dos indivíduos, como aborda Gonçalves (1994). Se contrapondo, os malefícios podem causar sérios transtornos à organização como a ociosidade e falta de produtividade por parte dos funcionários, como relata Lupianhes (2016), relacionando também a perda da privacidade dos indivíduos, devido ao contato exagerado. Assim também, os gestores não podem deixar de acompanhar a rotinas das redes, pois através dela, informações sigilosas ou não, podem ser extraviadas, sem a sua percepção e assim tendo cautela ao tratar das informações que nela circulam, pois, uma informação mal administrada pode destruir a imagem da empresa.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas têm acompanhado de forma efetiva o uso das tecnologias pelos indivíduos e aprimorado os recursos tecnológicos em seus processos, indo de encontro às perspectivas do mercado. Com o uso das redes sociais as empresas estão cada vez mais envolvidas com os seus clientes, funcionários e fornecedores. Fazendo uso delas em seu processo de comunicação, para que assim, torne mais rápida, prática e eficiente a sua comunicação. Os Clientes estão cada vez mais exigentes e expõem as suas preferências de acordo com os produtos que atendem ou não os seus desejos, e buscando por meios cada vez mais fáceis para a sua obtenção.

Contudo os avanços tecnológicos surgiram para facilitar a vida dos indivíduos e na melhoria dos processos nas empresas. O processo de comunicação passou por grande evolução, desde contatos por telefones a vídeo transmissões ao vivo, nas comunicações interna e externa, inclusive em tomadas de decisão. Entretanto, os gestores devem ficar atentos quanto ao seu uso, pois os seus benefícios são muito vantajosos que podem alavancar a vida de um produto ou empresa, mas tendo malefícios catastróficos, que podem acabar com a imagem da empresa no mercado. As empresas devem buscar cada vez mais aprimorar os seus processos e por consequência a melhoria de seus produtos.

Com a proposta de as organizações compartilharem as suas descobertas e investir em pesquisas com empresas parceiras, formando assim um grupo de interesses afins, elas vão cada vez mais avançar em seus projetos e processos, apresentando desta forma inovações e melhorias no mercado, desenvolvendo os seus produtos e incrementando o seu lucro, detendo um percentual vantajoso no mercado.

## 6. REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Benefícios do uso de tecnologia de informação para o desempenho empresarial. **Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal**. Rio de Janeiro, mar. /abr. 2008. Disponível

em: <<http://www.redalyc.org/html/2410/241016450004/>> Acesso em 20 abr./ 14 mai. 2018, às 21:45h, / 18:59h.

ALCARÁ, Adriana Rosecler *et al.* Das redes à inovação. **Scielo**, Brasília, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>/"elo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf/ > Acesso em 08 maio 2018, às 22:00h.

Araujo, Luiz Cesár G. de. **Organização sistemas e métodos e as tecnologias de gestão organizacional**: arquitetura organizacional, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. Vol.1. 5 ed. São Paulo, Atlas S.A., 2011.

FERNANDES, Camila Araújo. QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: fator decisivo no desempenho organizacional **Administradores - O Portal da Administração**, dez. 2008. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/qualidade-de-vida-no-trabalho-fator-decisivo-no-desempenho-organizacional/26723/>> Acesso em 16:38 em 17 mai. 2018.

FONSECA, Ana Flávia da. Guia do uso do corporativo do WhatsApp: o que pode e o que não pode. **Blog UNIPE**. 18 set. 2016. às 08:00h Disponível em: <<http://blog.unipe.br/pos-graduacao/guia-do-uso-corporativo-do-whatsapp>> Acesso em 06 mai. 2018.

FRAGA, Nayara. Whatsapp se torna ferramenta de trabalho. **O Estado de S. Paulo**. 08 Jun. 2013, 17h30. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,whatsapp-se-torna-ferramenta-de-trabalho,155959e>> Acesso em 20.24 h em 16 abr. 2018.

FRANÇA, Daniel Alencar de Souza. Administradores Tecnologia nas empresas. **Administradores - O Portal da Administração**. 02 mai.2013. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/tecnologia-nas-empresas/70427/>> Acesso em 16 abr. 2018, às 20:30h.

Gabellini, Laryssa..Importância de 4 novas tecnologias no crescimento das empresas. **Equipe use mobile** 08 mai. 2018. Disponível em: <<https://gerencianet.com.br/blog/4-novas-tecnologias-no-crescimento-das-empresas/>> Acesso em 18 abr. 2018, às 21:52h.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. Os impactos da novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviços. **Scielo**. Jan/ Fev. 1994. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v34n1/a08v34n1>> Acesso em 20 abr. 2018, às 21:26h.

GUMMESSON, E. **Marketing de Relacionamento Total**. São Paulo: Bookman, 2005.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice.Hall, 2006.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo, Vol. 4, nº10, p.23-40.

LEMOS, André. **Cibercultura - Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 4ª edição, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura - Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

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.

LUPIANHES, Karen. A influência das redes sociais na comunicação e no ambiente interno de trabalho. **REFAS**. Disponível em: < <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5854460.pdf> > Acesso em 25 mai. 2018.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistema de informações gerenciais: Estratégias, táticas, operacionais**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

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

Sebrae Paraná. Diferencial. Whatsapp para empresas. Vale a pena? 24/ mar. 2017. **SEBRAE**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/whatsapp-para-empresas-vale-a-pena,9975b00f1410b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 16 abr. 2018, às 20:14 h.

SOARES, Bruno. WhatsApp bate marca de 1,5 bilhão de usuários ativos. Atualizado 01 fev. 2018. **Para techtudo**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/whatsapp-bate-15-bilhao-de-usuarios-ativos.ghtml> > Acesso em 09 maio 2018, às 21:25h.

SOLLITO, A. O Whatsapp como ferramenta de comunicação. **Aberje**. 19 agos. 2016. Disponível em: < <http://www.aberje.com.br/revista/o-whatsapp-como-ferramenta-de-comunicacao/> > Acesso em 25 mai. 2018.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G. **SciELO**. Das redes à inovação. Mai/agos 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>> "elo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf/" > Acesso em 08 maio 2018

