O TRABALHO HOME OFFICE E AS TRANSFORMAÇÕES DOS AMBIENTES ORGANIZACIONAIS: TENSÕES ENTRE COMUNICAÇÃO PRESENCIAL E NÃO PRESENCIAL

THE WORKING FROM HOME AND THE TRANSFORMATIONS OF ORGANIZATIONAL ENVIRONMENTS: TENSIONS BETWEEN FACE TO FACE AND NON FACE TO FACE COMMUNICATION

Flavio Tassi de Castro – flavio.castro01@fatec.sp.gov.br
Faculdade de Tecnologia de São Carlos –São Carlos- São -São Paulo–Brasil

Mariele Cristina Spila Françoso- mariele.francoso@fatec.sp.gov.br
Faculdade de Tecnologia de São Carlos –São Carlos- São -São Paulo–Brasil

Ana Teresa Colenci Trevelin – atcol@yahoo.com.br
Faculdade de Tecnologia de São Carlos –São Carlos- São -São Paulo–Brasil

RESUMO

O teletrabalho não é um assunto novo a ser debatido, porém com o avanço da pandemia de COVID-19 desde o início no ano de 2020, diversas empresas brasileiras têm utilizado recursos tecnológicos como alternativa para simultaneamente manter suas operações, evitar o contágio e a disseminação do vírus entre seus empregados. Desta forma, o trabalho remoto desde então vem se expandindo exponencialmente acarretando mudanças significativas na comunicação pessoal e profissional, um fato relevante que merece ser melhor analisado. Assim, este artigo aborda está questão e mais especificamente as tensões ocorridas entre a comunicação presencial e a comunicação em *home office* mediada por sistemas digitais no mundo do trabalho. Com o intuito de mapear e identificar os tipos de comunicações nas empresas, utilizando um questionário de caráter quantitativo, foi possível verificar quais as ferramentas de comunicação mais utilizadas nas empresas e sua eficiência, assim demonstrar as novas ferramentas digitais incorporadas no mundo empresarial, colocando em discussão a utilização desses meios comunicativos sendo um benefício ou desvantagem para o futuro.

Palavra-chave: Trabalho presencial; trabalho remoto; *home office*; pandemia; ambientes comunicacionais.

ABSTRACT

Teleworking is not a new subject to be discussed, but with the advancement of the pandemic of COVID-19 since the beginning in the year 2020, several Brazilian companies have used technological resources as an alternative to simultaneously maintain their operations, avoid contagion and spread of the virus among their employees. Thus, remote work has been expanding exponentially since then, bringing about significant changes in personal and professional communication, a relevant fact that deserves to be better analyzed. Thus, this article addresses this issue and more specifically the tensions between face-to-face communication and virtual communication – while working remotely - mediated by digital systems in the workplace. In order to map and identify the types of communications in companies, using a quantitative questionnaire, it was possible to verify which communication tools are the most used in companies and their efficiency, thus demonstrating the new digital tools incorporated in the business circles, bringing into discussion the use of these communicative means as a benefit or a disadvantage for the future.

Keyword: Present work; remote work; Working from Home; pandemic; communication environments.

1. INTRODUÇÃO

Com a chegada da pandemia de coronavírus ao Brasil, em março de 2020, uma das alternativas para dar continuidade nos negócios e preservação de empregos, foi a adaptação por parte dos trabalhadores na modalidade de teletrabalho. Segundo Stürmer e Fincato (2020), o teletrabalho foi construído no espaço entre a administração de empresas e a tecnologia da informação. Assim, esta nova categoria não pode ser singelamente equiparada apenas ao trabalho à distância, permitindo identificar algo além do mero trabalho fora do estabelecimento do empregador.

É de conhecimento geral que o teletrabalho não é um assunto novo no ambiente organizacional. Tose (2005), resgata que a proposta de trabalho realizada fora das instalações do empregador foi apresentada no início da década de 1970 por Jack Nilles, autor que é considerado precursor do termo *telework (TOSE, 2005 P. 29).*

O percurso e a gravidade de uma pandemia fizeram com que as empresas tivessem que se adequar a uma mudança rápida para uma modalidade pouco utilizada no século XXI, mas por conta da circunstância, as adaptações a nova etiqueta de

higiene, houve também impacto da pandemia na dinâmica econômica, social e cultural da população mundial, logo, na vida pessoal e profissional de muitos indivíduos. Tratava-se de uma nova cepa (tipo) de coronavírus que não havia sido identificada antes em seres humanos, em 11 de fevereiro de 2020, recebeu o nome de SARS-CoV-2 esse novo coronavírus é responsável por causar a doença COVID-19. (OPAS, 2020), obrigando a adequação das empresas aderindo ao modelo de trabalho *home office*.

Embora a legislação trabalhista do país e, de modo geral, a literatura, faça referência a essa modalidade de trabalho como “teletrabalho”, adotou-se no presente cenário com o conceito de “trabalho remoto”, referenciado no Brasil também como “*home office*”. Tal trabalho transferido para o ambiente doméstico se distingue de outras modalidades de trabalho realizadas distantes do espaço da empresa ou da instituição, caso dos *coworkings*, trabalhadores de rua (por aplicativos) ou “em domicílio”.

Home office como um tipo de teletrabalho, ou seja, o trabalho é prestado de casa, isso porque também há o teletrabalho prestado em telecentros. Existe ainda o teletrabalho móvel ou nômade, aquele em que a pessoa trabalha com um notebook em uma cafeteria, por exemplo. Resumindo, teletrabalho é um termo mais abrangente, que inclui o trabalho realizado em casa ou em outros locais que não sejam a empresa em espaço de *coworking*, cafeterias, etc. Já o *home office* é um termo específico ao trabalho realizado em casa, abrangendo também trabalhadores autônomos e freelancers. (TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO,2020).

O trabalho em *home office* já existia no século XXI, porém o que ocorreu foi um grande aumento por conta da pandemia, mas esse movimento de trabalho remoto vem desde o meio do século passado.

O perfil dos trabalhadores em *home offic*e segue estável desde a primeira análise, feita com base nos dados de maio de 2020. Em novembro, 57,8% das pessoas em trabalho remoto eram mulheres, 65,3% eram da cor branca, 76% tinham nível superior completo e 31,8% apresentavam idade entre 30 e 39 anos. Permanece o predomínio do setor formal no teletrabalho, que equivale a 6,2 milhões de pessoas (84,8% do total), enquanto os outros 15,2% dos trabalhadores em *home office* estavam na informalidade (1,1 milhão de pessoas). O estudo mostrou o seguinte perfil médio dos trabalhadores em *home office* na pandemia em 2020: 56,1% eram mulheres, 65,6% eram brancos, 74,6% possuíam escolaridade de nível superior

completo, 31,8% estavam na faixa de 30 a 39 anos, e 63,9% estavam empregados no setor privado. (IPEA, 2021).

Com base nos dados do Ipea (2021), apresenta uma proporção do sexo feminismo nesta modalidade, com quase 75% delas com nível superior completo e tendo uma faixa de 30 a 39 anos de idade, a grande maioria no setor privado.

Com o objetivo de analisar e identificar os meios de comunicação utilizados pelos profissionais buscou-se coletar dados justo a este perfil através da aplicação de um questionário diagnóstico, em diferentes atividades que trabalham simultaneamente entre *home office* e presencial para entender como os colaboradores estão se comunicando devido às novas mudanças.

Para se alcançar o objetivo geral, alguns objetivos específicos tornam-se necessários, tais como: identificar o perfil do colaborador, verificar a modalidade de trabalho e analisar as formas de comunicação dos colaboradores. Neste sentido, os problemas de comunicação ocorridos nas empresas ao longo do trabalho remoto, estando em lados opostos, um com experiência em home office e o outro no trabalho de forma presencial, levantou o tema e análise do uso da tecnologia nos ambientes de trabalhos e as estratégias organizacionais de comunicação para poder entender melhor toda essa dinâmica.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A natureza do trabalho humano e o perfil esperado do trabalhador vêm se alterando rapidamente nas últimas duas décadas, acompanhando a introdução e o desenvolvimento de novas tecnologias de produção e gestão. Formas tradicionais de organização do trabalho estão cedendo lugar a modelos e arranjos mais flexíveis, especialmente em tempos de mudanças nas organizações, aceleradas por crises, como a pandemia do novo coronavírus ou Covid-19. É o caso do teletrabalho. A expressão arranjos flexível de trabalho envolve as mudanças organizacionais estratégicas, as quais ganham conotação especial em tempos de crises, que apontam para novas formas de trabalho flexível, sustentadas pelas tecnologias de informação e comunicação e por elementos como tempo, local e organização funcional. (VILARINHO 2021).

Todos os dias, pessoas estão se comunicando com outras pessoas de diversas formas, seja ela presencial, ligação, mensagens e e-mail, definir o que é comunicação

não é algo tão normal quanto parece. A comunicação tem quatro funções básicas dentro da organização: controle, motivação, expressão emocional e informação (Fonte: AJA 2022).

De acordo com Schuler (2004), *a* comunicação está presente em todas as formas de organização conhecidas na natureza, tanto que se pode afirmar que a única maneira de haver uma organização é por meio da comunicação.

Conforme explica Gagliardi e Formentini (2009, p.19), a comunicação é vital, por meio dela nos relacionamos, aprendemos a conviver uns com os outros e ainda nos ajuda a obter nosso próprio espaço na sociedade.

Mesquita (2020) comenta que os canais de comunicação precisam estar sempre abertos, é muito importante que toda a comunicação aconteça como se estivesse presencialmente, utilizando as ferramentas de comunicação. Também é essencial que os colaboradores não esqueçam que home office não é um trabalho individual, ainda existe uma equipe e que todos precisam estar em comunicação constante, seja para tirar dúvidas sobre alguma atividade, informar algum problema e/ou dificuldade, ou ainda informar a conclusão de uma determinada tarefa, tanto para seus companheiros de equipe quanto para a liderança.

Com o passar do tempo a comunicação cada vez mais vem ganhando espaço, seja por telefone, chamadas de vídeo e até mensagens em aplicativos, então aquela história onde quem está home office está afastado da sociedade, não é verdade, pois a pessoa passa o dia todo se comunicando com sua equipe e outros colaboradores. A comunicação se dá de diferentes formas e canais, porém necessita sempre de elementos como: o emissor, o receptor, o canal, a mensagem e o feedback para constituir o processo" (GAGLIARDI & FORMENTINI, 2009, p. 19). Por isso os gestores e colaboradores precisam sempre estar atentos ao meio de comunicação que sua empresa utiliza, para que a pessoa no presencial e no home office consigam ter uma comunicação mais clara possível.

Barbosa (2012) diz que o planejamento dá visão daquilo que deve ser feito e como será feito, e ainda reduz riscos e prever resultados. Planejar é definir, sempre por escrito, o caminho que será percorrido. É prever os possíveis problemas, identificar os passos intermediários, definir os prazos e os recursos. Planejar é economizar tempo – tanto na realização de suas metas quanto no trabalho diário. Sucesso por obra do acaso é raro. (BARBOSA, 2012, p. 71).

Barbosa (2012) ainda comenta que a falta de planejamento está relacionada ao nível de estresse, quando não se planeja as coisas “urgentes” acontecem com maior frequência. Planejamento é algo que devemos cultivar, pois precisamos dele para cumprir metas e elaborar projetos, o “segredo é tornar o planejamento algo natural”. (BARBOSA, 2012, p.71).

No caso da modalidade home office se exige uma disciplina a mais dos colaboradores, organizar e planejar o seu tempo, onde alguns têm horário flexível e tem que fazer o seu próprio horário, tendo apenas as metas para ser entregue, para pessoas nesta modalidade planejamento e organização são algo indispensável.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Com o intuito de obter o máximo de informação, o estudo foi desenvolvido através do método de pesquisa quantitativa, com uma revisão bibliográfica, utilizando, livros, artigos científicos, monografias, dissertações e tese sobre a comunicação das empresas, em base de dados aberta, observando o trabalho em home office e presencial. Segundo Gil (2010), uma pesquisa é baseada em materiais já elaborados como artigos científicos e livros sobre o tema que será pesquisado, sendo assim, esse procedimento foi feito para unir distintos conhecimentos acerca do tema central desta pesquisa.

Consecutivamente, foi realizado um diagnóstico através de um formulário estabelecido criado pelos autores, de caráter quantitativo, elaborado de acordo com os artigos científicos e sites, aplicando o método *survey*. A pesquisa survey pode ser descrita como obtenção de dados ou informação sobre características, ações e opiniões de determinados grupos de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente um questionário. Esse procedimento é conceituado por GIL (2010, p. 37) como “estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetivos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento”. Uma vez que os dados obtidos se deram através de pesquisa e análise do formulário com dados coletados em diversas empresas, esta pesquisa classifica a pesquisa como um estudo de caso.

Os entrevistados fazem parte da cadeia de indústria no ramo de prestadora de serviços, metalúrgicas e tecnológicas na cidade de São Carlos SP, receberam o *link* do formulário do *google* para a participação do estudo de caso através de rede social

de mensagens instantâneas e e-mails através dos elaboradores da pesquisa. O questionário foi elaborado com vinte e três perguntas e enviado para os participantes no período de 29 de abril a 03 de maio de 2022. A análise dos dados foi realizada através de estatística descritiva no *Microsoft Excel* e representados por gráficos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

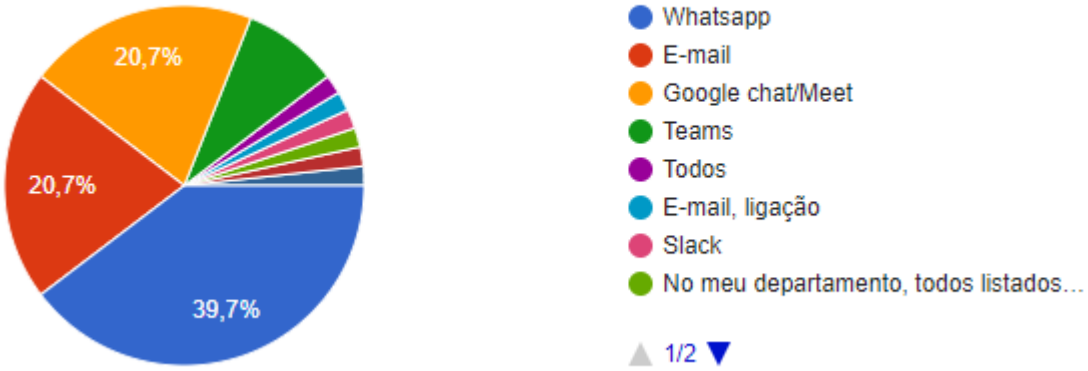
O formulário da pesquisa, foi enviado às pessoas que trabalham na modalidade de home office, híbrido e presencial em algumas empresas de São Carlos-SP por meio da internet. Como esperado, a grande maioria com 70,1% respondeu o questionário no primeiro dia, no segundo dia houve uma representatividade de 15,08%, no terceiro dia 12%, no quarto dia 2,91%, no quinto e último dia não houve nenhuma resposta, encerrando a pesquisa e evidenciando que geralmente as pesquisas são respondidas logo que são recebidas.

A pesquisa foi composta por 58 participantes (51,7% por homens e 48,3% por mulheres), onde 12,1% dos participantes tinham entre 18 a 25 anos, de 26 a 33 anos foram 36,2%, entre 34 a 40 anos foram 29,3%, de 41 a 48 foram 19% e acima de 49 anos foram 3,4%. Os dados coletados apontam que no que se refere à escolaridade dos participantes, 41,4% dos entrevistados responderam ter ensino superior incompleto, 39,7% responderam ter ensino superior completo e 19% responderam ter ensino médio completo.

A comunicação primária (BETH; PROSS, 1987) e seus elementos da presencialidade, a tais como a troca de olhares (GOFFMAN, 2010), metacomunicação (BATESON, 1955) e a linguagem corporal (BIRDWHISTELL, 1971) trazem elementos ao processo comunicacional que parecem torná-los mais seguros em alguns aspectos. Com avanço da tecnologia, os meios de comunicação foram evoluindo e as empresas foram adotando novas formas para ajudar na comunicação entre seus colaboradores, algo imprescindível para o crescimento da organização, disponibilizando de ferramentas onde se faz necessário para que a equipe entenda de forma clara e objetiva, outro exemplo é a passagem de serviço que na maioria das vezes adotam um modelo de comunicação padrão nas empresas para que fiquem registrados o que cada um fez durante a jornada de trabalho, com o cenário de pandemia, algo inesperado, surge como alternativa das empresas o trabalho home office para determinada atividades utilizando assim outras formas para a

comunicação, o *whatsapp* é um ótimo exemplo disso, outro muito utilizado é o e-mail, registrando assim na formalidade para que todos os interessados nessa comunicação fique ciente. No formulário foi perguntado quais as formas de comunicação que eles mais utilizam e a troca de mensagens informal do *whatsapp* foi a mais utilizada, seguido pelo tradicional envio de e-mail, outra forma, essa mais recente pelas melhorias do *software*, foi a utilização do *google chat/meet* para troca de informação e reuniões *onlines*, outras formas mencionadas foram *teams*, ligação e *slack*. Abaixo o gráfico representativo com as porcentagens.

Gráfico 1: Qual ferramenta de comunicação usada na empresa?



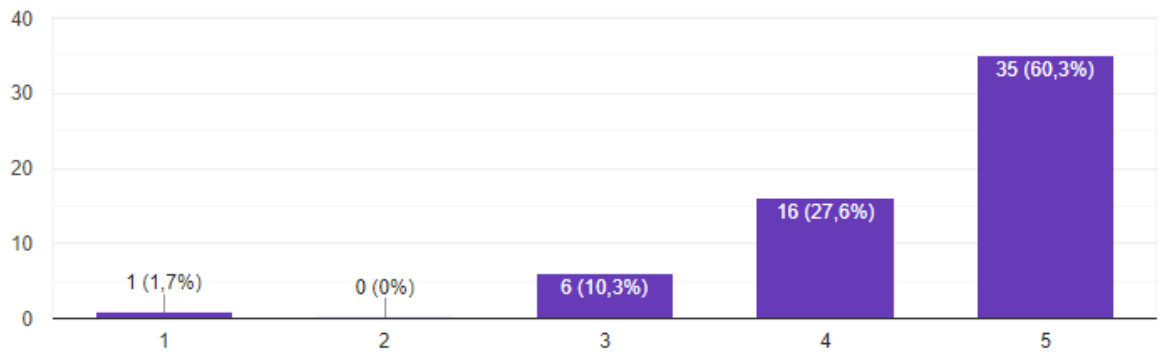
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

O Gráfico 1 apresenta dados sobre as formas de comunicação mais utilizadas pelos colaboradores. A troca de mensagens informal do *whatsapp* foi a mais utilizada, seguido pelo tradicional envio de e-mail, outra forma, essa mais recente pelas melhorias do software, foi a utilização do *google chat/meet* para troca de informação e reuniões *onlines*, outras formas mencionadas foram *teams*, ligação e slack. Acima o Gráfico 1 apresentou os percentuais de utilização das ferramentas, sendo 39,7% *whatsapp*, 20,7% e-mail e *google chat/meet*, 8,6% *teams* e 10,3% outros.

Relacionado às três formas de comunicação mais utilizadas hoje nas empresas, *whatsapp*, e-mail e *google chat/meet*, questionou-se o quanto essas ferramentas são eficientes entre os colaboradores no dia a dia. Em uma escala de 1 a 5 (onde 1 é ruim e 5 é excelente) os resultados apontam que para os entrevistados,

a classificação do *whatsapp* é excelente, sendo eficiente para 60,3% dos entrevistados, como mostra o gráfico abaixo.

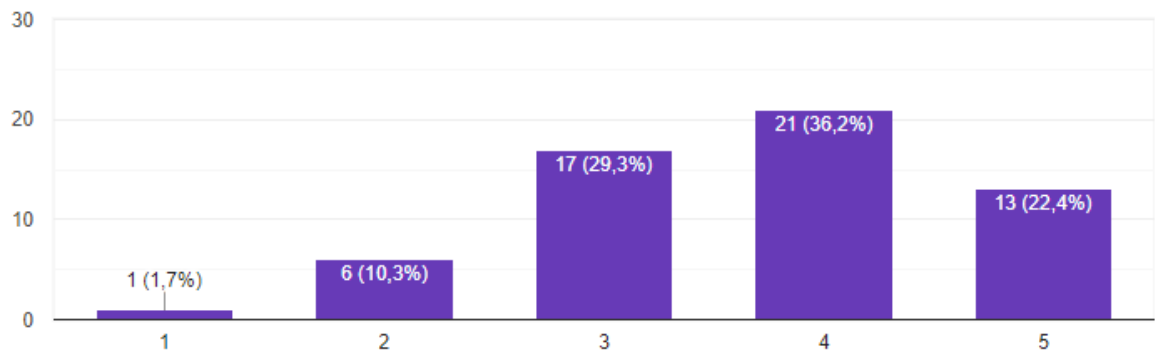
Gráfico 2: O quanto o *whatsapp* é eficiente na comunicação?



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

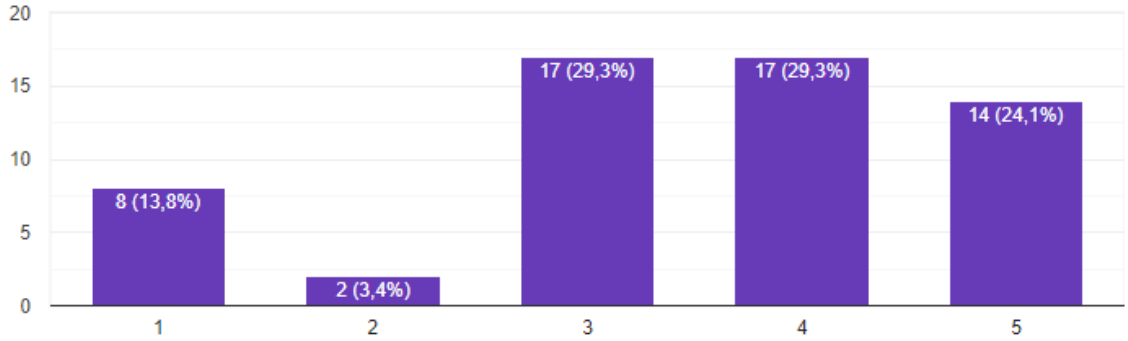
Com relação ao e-mail e *google chat/meet*, questionou-se também sobre a eficiência numa escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5 é excelente, tivemos a as seguintes respostas respectivamente, o e-mail e o *google chat/meet* tiveram na escala de 4 (muito bom) e de 3 e 4, sendo o e-mail eficiente e o *google chat/meet* regular para bom na escala, como mostra o Gráfico 4 e 5.

Gráfico 3: O quanto o e-mail é eficiente na comunicação



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Gráfico 4: O quanto o *Google Chat/Meet* é eficiente na comunicação?

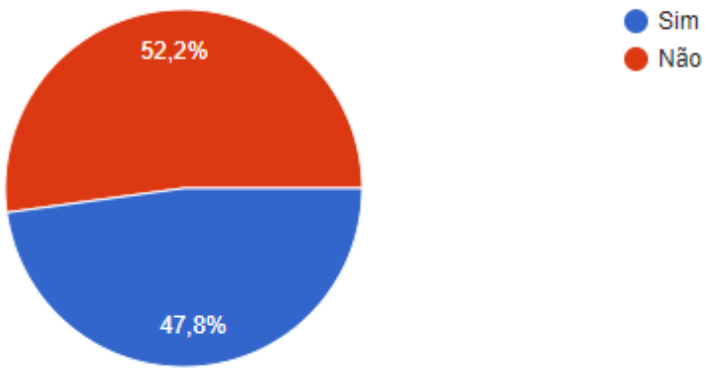


Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Não só o atual cenário, mas todas as empresas vêm sendo afetadas direta e indiretamente pela inclusão de novas tecnologias, com tudo, a pandemia, acelerou essas mudanças e têm afetado diretamente a vida profissional dos trabalhadores. Com essas mudanças, as empresas se viram obrigadas a fazer variações no método de jornada de trabalho. Segundo Chiavenato (2007), o mundo em acelerada mudança, o impacto do desenvolvimento tecnológico, as novas formas de organização e configuração empresarial, novos produtos e serviços e novos processos de trabalho. Com o formulário foi possível verificar que 65,5% trabalham presencialmente, 20,7% trabalham em home office e 13,8% trabalham no modelo híbrido, flexibilizando e deixando a escolha do funcionário onde atuar em determinado dia.

No formulário, foi perguntado sobre o tipo de trabalho realizado aos participantes e se sua resposta fosse home office ou híbrida, se teria que conciliar o trabalho do home office com os trabalhos domésticos. A resposta mostra que o trabalho em home office ou híbrido, pode se tornar uma jornada dupla para as pessoas, seja ela nos afazeres de casa, busca dos filhos na escola, entre outros deveres no lar. O Gráfico 5 abaixo mostra esse cenário.

Gráfico 5: Se a opção foi Home office, você tem que conciliar a carga de trabalho com os deveres domésticos?



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

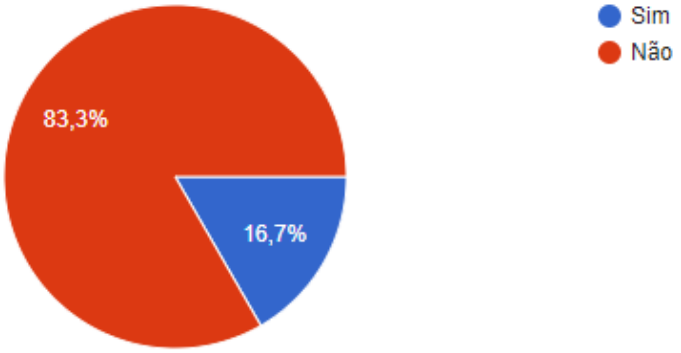
Esse gráfico mostra a realidade vivida por muitas pessoas. Quase metade respondeu que tem que executar outras tarefas conciliando com o trabalho da empresa, com isso, pode-se pensar numa proporção maior quando comparado com o estado, país e o mundo. Essa jornada dupla é reflexo do mundo atual, a vida frenética que as empresas e a sociedade nos colocam para enfrentar.

Questionou-se também, se os participantes da pesquisa tiveram um aumento de produtividade, o resultado acaba sendo surpreendente, onde 61,9% responderam que sim, revelando também que o trabalhador teve a percepção do aumento na sua produtividade no trabalho home office, onde não tem a distração de um colega de trabalho chamando a todo momento, celular e barulhos de conversas paralelas.

Passado mais de um ano do início das restrições por conta da pandemia, o trabalhador (a) teve a percepção de que a produtividade no home office é maior que no período de trabalho presencial, mas os profissionais apontam dificuldades no bem-estar e no equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. Mais de 58% dos respondentes afirmaram ser mais produtivos ou significativamente mais produtivos em home office (Fonte PORTAL G1).

Questionou-se às pessoas que trabalham em home office e híbrido sobre a adaptação a nova modalidade de trabalho, 83,3% responderam que não tiveram dificuldade na adaptação e 16,7% responderam que tiveram dificuldade de adaptação, como mostra o gráfico abaixo.

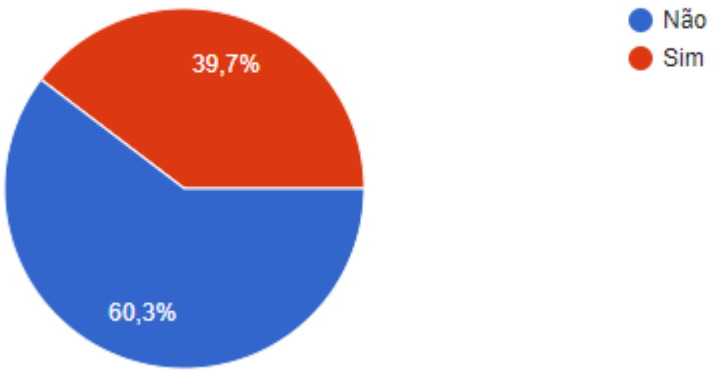
Gráfico 6: Houve dificuldade de adaptação do Home office/Híbrido?



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Dentre os entrevistados, questionou-se sobre a área de atuação no mercado de trabalho, 36,2% atuam na produção, 24,1% na área da analista, 17,2% gestores, 12,1% auxiliares e 10,3% são assistentes. Dentre todas as áreas, pode-se verificar no Gráfico 8 que 60,3% das funções exercidas oferecem a opção de trabalho home office ou híbrido e 39,7% não tem esta opção.

Gráfico 7: A função oferece opção de Home office?

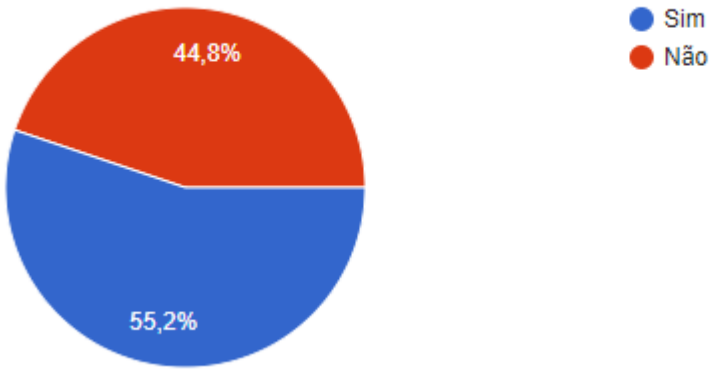


Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A pesquisa contempla, se os entrevistados teriam que se relacionar com as pessoas que trabalham no presencial estando home office, onde 55,2% necessitam

da interação com as pessoas no presencial e 44,8% não necessitam da interação com as pessoas para desempenharem o trabalho, conforme Gráfico 8.

Gráfico 8: Você tem que lidar com pessoas no presencial trabalhando em home office?

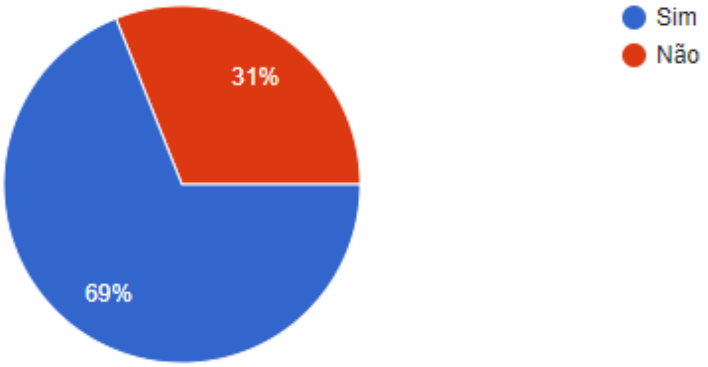


Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A inovação em tempos de crise é benéfica, pois ela causa desenvolvimento e melhoria nas atividades organizacionais, resultando no aprimoramento dos processos, além disso, redução de custos e o aumento da produtividade (SANTANA, 2018).

Como mostra o Gráfico 8, os colaboradores 69% dos entrevistados trabalham em home office e necessitam da interação com os colaboradores na modalidade presencial, enquanto 31% não têm interação com pessoas em home office.

Gráfico 9: Você tem que lidar com pessoas em home office trabalhando presencial?



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A pesquisa abordou como é a comunicação entre os colaboradores no trabalho presencial e home office numa escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5 é excelente, 44,8% responderam nota 4, sinalizando uma nota boa para ótima, 29,3% colocaram 5, mostrando a excelência na comunicação, 19% responderam nota 3 e 6,9% responderam nota 2, mostrando a insatisfação com a comunicação entre as partes. Alguns participantes comentaram a respeito desta pergunta:

"a comunicação entre as pessoas em geral é falha, necessita ser mais precisa e diversas informações não podem ser esquecidas, precisando ser reportadas a todos envolvidos de forma clara e objetiva"

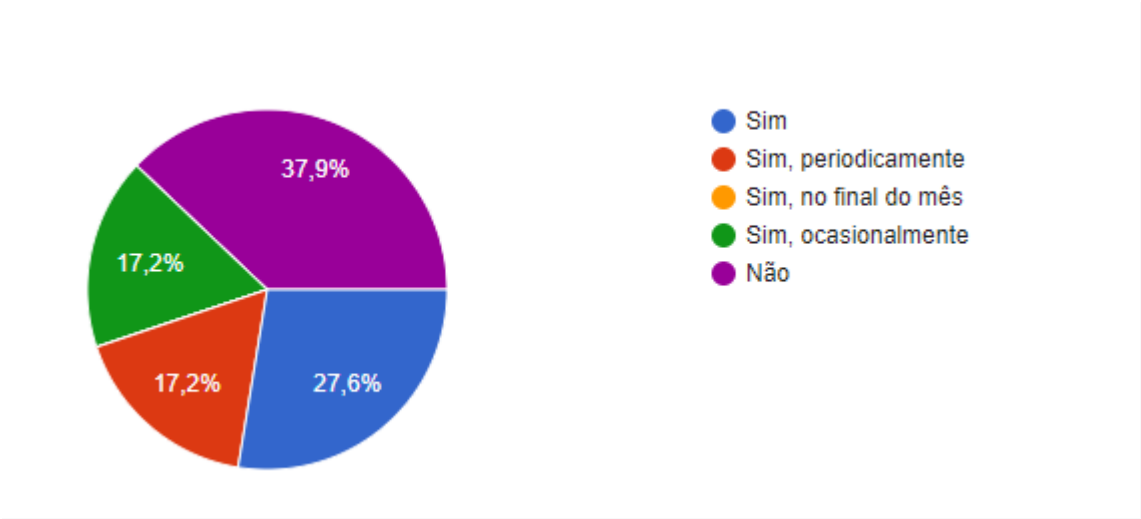
"a maior deficiência da comunicação a distância, é quando um profissional em home office não está disponível no momento no qual é solicitado por um no presencial, o que gera desconforto e atrasos para o mesmo, acredito que seria de grande valia um recurso para facilitar com que as respostas sejam enviadas no momento solicitado".

Diante dos comentários recebidos, mesmo com a porcentagem de eficiência alta na comunicação sempre há pontos que precisam melhorar na comunicação que por mais eficiente que procure ser, não supera o contato presencial.

A comunicação primária (BETH; PROSS, 1987) e seus elementos da presencialidade, tais como a troca de olhares (GOFFMAN, 2010) metacomunicação (BATESON, 1955) e a linguagem corporal (BIRDWHISTELL, 1971), trazem mais elementos ao processo comunicacional que parecem torná-lo mais seguro em alguns aspectos. O contato presencial também proporciona o que Cyrulnik (1999) chama de encantamento: a magia da presencialidade proporciona momentos únicos no estabelecimento de vínculos. A autor exemplifica que criamos distinção dos laços

sociais na presencialidade, por exemplo quando o recém-nascido é amamentado (CYRULNIK, 1997, p. 15) ou quando promovemos socialização com ritos e comportamentos de mesa (CYRULNIK, 1997, p. 49), como no *happy hour*, em um almoço durante a jornada de trabalho, no *coffee break* de eventos ou até mesmo na pausa para tomar um café com colegas de trabalho. As empresas apesar de adotar novos modelos de trabalhos, pensam também em não deixar as pessoas sem nenhum tipo de contato, como demonstra o Gráfico 10, as empresas se preocupam em fazer algum tipo de interação social, podendo ser semanalmente, quinzenal ou mensalmente, totalizando em 62,1% responderam sim para algumas das situações citadas e 37,9% das empresas não oferece esse tipo de interação.

Gráfico 10: A empresa promove interação entre os colaboradores de home office e presencial?



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a pandemia, muitas mudanças ocorreram em todos os âmbitos, nas empresas não foi diferente, mesmo com toda a tecnologia não foram suficientes para evitar o impacto na vida de todos, principalmente no aspecto profissional. O isolamento obrigatório fez com que as empresas aderissem ao trabalho *home-office* e híbrido, algumas empresas que nunca trabalharam neste modelo tiveram que mudar

bruscamente, procurando se adaptar em relação à comunicação entre os funcionários, principalmente em empresas onde existiam trabalhos essenciais que não pode colocar todos em home office.

As empresas podem disponibilizar todos os recursos e tecnologias existentes, porém a boa comunicação é exercida pelas pessoas dentro e fora do ambiente organizacional, ela bem compreendida facilita todos os processos, mas se má recepcionada cria-se barreiras e atrapalha o processo como um todo

A comunicação sempre foi um ponto importante dentro de um ambiente organizacional, com o passar do tempo, as pessoas esquecem o princípio básico da comunicação, utilizando o conceito 3C's, clara, correta e concisa, para que todos dentro da organização possam entender com maior riqueza de detalhes a comunicação. O cenário epidêmico, só acendeu o alerta do problema da comunicação com o home office, que as empresas pequenas, médias ou grandes sofreram ou sofrem, a comunicação envolve o emissor e o receptor da mensagem, sendo que a percepção seletiva da mensagem fica por conta do receptor, ouve o que quer, distorcendo a mensagem de acordo com seu humor, afinidade e conhecimento. O uso da linguagem é adaptável em qualquer ambiente, muitas vezes o receptor filtra a mensagem para fazer o repasse da mesma, obedecendo hierarquia, ocultando fatos relevantes, por fim o excesso de informação pode se tornar uma barreira na comunicação, onde o receptor não conseguirá absorver todo conteúdo da mensagem.

A pesquisa mostrou os pontos frágeis da comunicação e os pontos fortes, para que possa melhorar entre os colaboradores da empresa, como ponto forte, o Gráfico 7, mostra o grupo que trabalhadores que não tiveram problemas em se adaptar com a modalidade híbrida ou home office, que no início, as empresas tinham uma interrogação em relação como as pessoas iriam obter a mesma produtividade ou até maior, com o fato da adaptação ter sido a parte fácil, a produtividade é alcançada com o dia a dia. Algo relevante a se comentar, é a nova ferramenta da comunicação nas empresas, o *whatsApp*, um aplicativo de mensagens instantâneas, desenvolvido para com o intuito de ter agilidade na comunicação informal, hoje dentro das organizações, tornou a ferramenta de comunicação número um entre os colaboradores, não só para a mensagem escrita, mas utilizando toda a capacidade do aplicativo, como chamadas de vídeo e de áudios.

O ponto negativo a destacar é apresentado no Gráfico 6, onde as pessoas têm a dupla jornada de trabalho, onde quase 50% das pessoas em home office, executa

o contratado para a empresa e tendo a muitas vezes, a casa para limpar, o mercado para fazer, a busca do filho na escola, entre outras coisas, adequando a dupla jornada.

Em contrapartida a tudo isso, as empresas estão analisando que o home office tem uma economia considerável, na redução de energia elétrica, materiais de escritórios entre outros, mantendo a produtividade. Algumas empresas inovaram na pandemia, tendo assim que aumentar seu quadro de funcionários, sendo possível não limitar a quantidade de contratação por conta da modalidade home office, não ficando limitada ao espaço físico da empresa, outras alteraram o contrato de trabalho colocando os funcionários definitivamente nesta função, mas para haver a interação social, deixam aberto algumas possibilidades de encontro na empresa conforme mostra o Gráfico 10.

Fica evidente que os colaboradores reconhecem que a capacidade de inovação na comunicação será determinante para um melhor desempenho de suas funções, utilizando não somente os meios tradicionais meios de comunicação da empresa, mas trazendo a tecnologia usada no dia a dia como parte de ferramenta de comunicação, as empresas estão cada vez mais tecnológicas e os funcionários também, com celulares e *ipads*, com isso, o uso da ferramenta mais adequada para o uso no dia a dia para a comunicação num ambiente organizacional não importa, porque o que todos buscam no final de tudo, é se a mensagem chegou ao receptor de forma clara e correta.

REFERÊNCIAS

AJA, Instituto Administração Judicial Aplicada. **Conheça as 4 funções da comunicação e como elas auxiliam no trabalho da Justiça!** Disponível em: <https://institutoaja.com/conheca-as-4-funcoes-da-comunicacao-e-como-elas-auxiliam-no-trabalho-da-justica/> Acesso em 20 mai 2022.

BARBOSA, C. A. **Tríade do Tempo**, Editora Sextante, p.71,2012

BETH, Hanno; PROSS, Harry**. Introduccion a la Ciencia de la documentacion**: ANTHROPOS (Editorial del Hombre). Revista Española de Documentación Científica, v. 10, n. 4, p. 495, 1987.

BIRDWHISTELL, R. **El lenguage de la expression corporal**. Barcelona, Gustavo Gill, 1970.

CHIAVENATO, Idalberto**. Empreendedorismo**: **Dando asas ao espírito empreendedor**. 2° edição. São Paulo: Saraiva, 2007

CYRULNIK Boris. **O sexto sentido. O homem e o encantamento do mundo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999. p.15, p.49.

GAGLIARDI A.; FORMENTINI M.; **Comunicação Empresarial,** Editora Unijuí, p.19,2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**/–12. Reimpressão. – São Paulo: Atlas, 2009. _. Como elabora projetos de pesquisa. /5. Ed.–São Paulo: Atlas, 2010.

GOFFMAN, Erving. **Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos.** Vozes, 2010.

IPEIA. **Home office concentrou 17,4% do total de rendimentos do trabalho em novembro**. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=37463&catid=3&Itemid=3>. Acesso em: 05 abr. 2022.

MACHADO, Murilo José D.'Almeida; CHAVES, Ulisses Herrera. **Gregory Bateson e o construtivismo**. Nova Perspectiva Sistêmica, v. 25, n. 54, p. 29-44, 2016.

MESQUITA, A. **Mantenha-se disponível**, 26 de Março de 2020.Fonte: oitchau.com.br: https://www.oitchau.com.br/blog/como-implementar-home-office-de-forma-certa-em-sua-empresa/ Acesso em 06 abr. 2022.

OPAS. Organização Pan-Amenricana da Saúde. **Histórico da pandemia de COVID-19** https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%2031%20de%20dezembro%20de,identificada%20antes%20 em%20seres%20humanos. acesso em: 29 de março de 2022.

PORTAL G1 **Produtividade aumenta entre profissionais em home office, mas bem-estar está em queda, diz pesquisa.** Disponível em: < https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2021/05/06/produtividade-aumenta-entre-profissionais-em-home-office-mas-bem-estar-esta-em-queda-diz-pesquisa.ghtm> Acesso em 11 mai. 2022.

SANTANA, G. A. et al. **Adoção de inovações de processos em período de crise pelas empresas de Petrolina-PE**. Navus: Revista de Gestão de Tecnologia, v.8, n.4, p. 167-179, 2018.

STÜRMER, Gilberto; FINCATO, Denise Pires. Teletrabalho e Covid 19. A pandemia do Covid 19 e os desafios para o direito, 2020. Acesso em 07 abr. 2022.

SCHULER, Maria et al. **Comunicação estratégica**. São Paulo: Atlas, v141, 2004.
TOSE, Marília de Gonzaga Lima et al. **Teletrabalho: a prática do trabalho e a organização subjetiva dos seus agentes**. 2005.

TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO, **Teletrabalho: O trabalho onde você estiver.**, 2020. Disponível em: <https://www.tst.jus.br/-/especial-teletrabalho-o-trabalho-onde-voc%C3%AA-estiver> (tst.jus.br) acesso em 31 mar. 2022.

VILARINHO, Karina Pereira Bastos; PASCHOAL, Tatiane; DEMO, Gisela. **Teletrabalho na atualidade: quais são os impactos no desempenho profissional, bem-estar e contexto de trabalho?** Revista do Serviço Público, v. 72, n. 01, p. 133-162, 2021.