



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**LEONILDO SOUSA DE OLIVEIRA**

**O CRESCIMENTO DO USO DE INTERNET COMO FERRAMENTA DE GESTÃO  
PESSOAL DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 NO MUNICÍPIO DE  
ARAGUAÍNA-TO.**

**Araguaína, TO**

**2022**

**Leonildo Sousa de Oliveira**

**O crescimento do uso de internet como ferramenta de gestão pessoal durante a  
pandemia de covid-19 no município de Araguaína- TO**

Artigo apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT), Campus Universitário de Araguaína para obtenção do título de Tecnólogo em Logística.

Orientador: Prof. Dr. Degson Ferreira

**Araguaína, TO**

**2022**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

O48c Oliveira, Leonildo Sousa de.

O crescimento do uso de internet como ferramenta de gestão pessoal durante a pandemia de covid-19 no município de Araguaína- TO. / Leonildo Sousa de Oliveira. – Araguaína, TO, 2022.

24 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Logística, 2022.

Orientador: Degson Ferreira

1. Covid-19. 2. Gestão pessoal. 3. Internet. 4. Pandemia. I. Título

**CDD 658.5**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

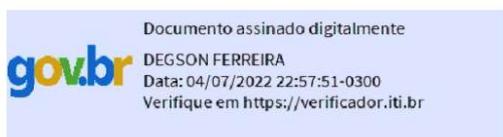
**Leonildo Sousa de Oliveira**

**O crescimento do uso de internet como ferramenta de gestão pessoal durante a  
pandemia de covid-19 no município de Araguaína- TO**

Artigo apresentado à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Araguaína, Curso Superior de Tecnologia em Logística, foi avaliado para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística e aprovado em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 27 / 06 / 2022

Banca Examinadora



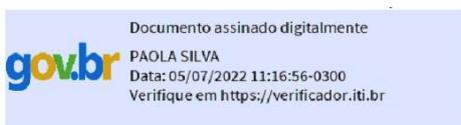
---

Prof. Dr. Degson Ferreira Orientador, UFT

MARIANA RIBEIRO DE MATOS:00246704136  
Assinado de forma digital por MARIANA RIBEIRO DE MATOS:00246704136  
Dados: 2022.07.05 11:42:59 -03'00'

---

Prof.<sup>a</sup> Ma. Mariana Ribeiro de Matos Examinadora, UFT



---

Prof.<sup>a</sup> Dr. Paola Silva Examinadora, UFT

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar ao amável Jesus, pela mão estendida, abraço disponível, ouvido atento e olhar amoroso em todos os momentos da minha vida, a Santíssima Virgem Maria que me ensina os passos de seu filho, me põe no colo e me conduz a Deus.

A minha Família, meu pai e minha mãe, que são para mim exemplo de honestidade e amor aos meus filhos, Anna Hellóa e Leonildo Junior que me ensinam a ser um homem melhor a cada dia e minha esposa Ana Maria a quem eu amo. A minha amiga Karynne Alves, que me ajudou tanto nessa jornada.

Ao meu professor, orientador Degson Ferreira que foi também um amigo para mim. E os demais professores que se fizeram presente ao longo desta jornada que foram tão importantes na minha formação. A todos os colegas de curso e outras pessoas que direta ou indiretamente me ajudam a ser uma pessoa melhor e contribuem com minha vida, muito obrigado.

## RESUMO

O objetivo geral do trabalho foi analisar o crescimento do uso de internet no município de Araguaína- TO durante a pandemia de Covid-19 como ferramenta de gestão pessoal, bem como analisar a quantidade de contratos feitos pela população desse município em provedores de internet. Além de comparar a diferença contratual com relação ao ano anterior (antes da pandemia). Para alcançar os objetivos deste trabalho foi utilizado como matriz teórica aspectos ligados ao histórico da internet, ao crescimento do uso da internet, Home office no contexto da pandemia e a importância da internet, a internet e o marketing digital em meio a pandemia. O trabalho teve as seguintes etapas: Coleta de dados sobre a empresa provedora de internet, aplicação de questionários para o provedor. Foi evidente que o número de contrato dos serviços de comunicação e multimídia tiveram um crescimento expressivo nos anos de 2020 e 2021, o que está intimamente ligado à disseminação do vírus que causa a covid-19, às medidas restritivas utilizadas desde o início da pandemia e as tentativas de enfrentamento da emergência de saúde pública. A internet se mostrou essencial como ferramenta de gestão pessoal no município de Araguaína -TO.

**Palavras-chaves:** Covid-19. Gestão pessoal. Internet. Pandemia.

## **ABSTRACT**

The general objective of the work was to analyze the growth of internet use in the city of Araguaína-TO during the Covid-19 pandemic as a personal management tool, as well as to analyze the number of contracts made by the population of that city with internet providers. In addition to comparing the contractual difference with the previous year (before the pandemic). To achieve the objectives of this work, aspects related to the history of the internet, the growth of internet use, Home office in the context of the pandemic and the importance of the internet, the internet and digital marketing in the midst of the pandemic were used as a theoretical matrix. The work had the following steps: Data collection about the internet provider company, application of questionnaires for the provider. It was evident that the number of contracts for communication and multimedia services had an expressive growth in the years 2020 and 2021, which is closely linked to the spread of the virus that causes covid-19, to the restrictive measures used since the beginning of the pandemic and the attempts to face the public health emergency. The internet proved to be essential as a personal management tool in the city of Araguaína -TO.

**Key-words:** Covid-19. Personal management. Internet. Pandemic.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>10</b>
<b>2.1</b>	Breve histórico da internet	10
<b>2.2</b>	Crescimento do uso da internet	11
<b>2.3</b>	O Home office no contexto da pandemia e a importância da internet	12
<b>2.4</b>	A internet e o marketing digital em meio a pandemia	13
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>15</b>
<b>3.1</b>	Metodologia da Pesquisa	15
<b>3.2</b>	Procedimentos Metodológicos	15
<b>4</b>	<b>RESULTADO E DISCUSSÃO</b>	<b>16</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>19</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>20</b>
	<b>APÊNDICES</b>	<b>24</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A internet causou muitas mudanças na população no decorrer dos anos. Segundo Kenski (2015), isto aconteceu em todos os setores da sociedade, onde todos modificaram suas práticas e maneiras de comunicações dos recursos e funcionalidades fornecidas no meio digital.

Machado (2014), afirma que internet foi muito importante, pois por meio dela é possível fazer muitas tarefas em um mesmo local, sendo assim, um dos meios prediletos para pesquisas, compras e entretenimentos. Diante disso, percebe-se que o uso da internet cresceu bastante nos últimos anos, inclusive na educação. Segundo o IBGE (2021), em 2019, o percentual de estudantes que tinham a faixa etária de 10 anos ou mais que tiveram acesso à internet, cresceu cerca de 86,6% no ano de 2018 para 88,6% no ano de 2019.

Nas empresas, a internet também apresenta uma grande relevância por meio do marketing digital. Para Amâncio (2009), o marketing digital foi um meio encontrado para chamar atenção dos clientes através do uso da internet e de outros meios para que se tenha uma maior e melhor comunicação com o cliente.

De acordo com Cezanne (2016), a internet influencia em muitos aspectos da vida, e que isso parece ser imperceptível no cotidiano das pessoas, e na área de gestão de pessoas ela já interferiu na realização de vários processos tais como, a diminuição de burocracias; criação de novos cargos de especialização; novas condições de trabalho do tipo home office e entre outros. Tendo em vista as condições da realidade atual (pandemia), houve um significativo aumento do uso da internet como ferramenta para gerir necessidades pessoais dos usuários no município de Araguaína- TO entre os anos de 2019 e 2021.

Nesse contexto, o objetivo geral do trabalho foi analisar o crescimento do uso de internet no município de Araguaína- TO durante a pandemia de Covid-19 como ferramenta de gestão pessoal que favorece em diversos processos e auxilia o desenvolvimento, bem como analisar a quantidade de contratos feitos pela população desse município em provedores de internet. Além disso, comparar a diferença contratual com relação ao ano anterior (antes da pandemia de covid-19).

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Breve histórico da internet

Segundo Castells (1999), a Internet se originou por meio da Agência de Projetos de pesquisa avançada (ARPA) do departamento de defesa dos Estados Unidos, denominada ARPANET, que começou a funcionar em 1969. Barros (2013) explica como funcionava:

A agência tinha um sistema de chaveamento de pacotes, onde as informações são divididas em pacotes menores que possui trechos dados, endereço que possibilitava a recriação da mensagem original. Isso era uma forma proteger o país dos ataques soviéticos (BARROS, 2013).

Conforme foi afirmado acima, a internet se originou em um meio conflituoso, segundo Rock Content (2020):

Há 40 anos, enquanto os principais meios de comunicação eram o telégrafo e o telefone, os computadores eram grandes máquinas que realizavam cálculos e armazenavam informações. De forma geral, seu uso tinha fins exclusivamente científicos e governamentais. (...) Em 1957, os Estados Unidos e a União Soviética protagonizavam a Guerra Fria, um embate em termos ideológicos, econômicos, políticos, militares e, é claro, tecnológicos. Devido ao conflito, os Estados Unidos estavam interessados em encontrar uma maneira de proteger suas informações e comunicações no caso de um ataque nuclear soviético. As inovações que tentaram resolver esse problema levaram ao que conhecemos hoje como Internet (ROCK CONTENT, 2020, p.1)

Goethals, Aguiar e Almeida (2000), discorrem sobre a história da *internet*, de acordo com as autoras, no ano 70, a ARPANET foi criada e possui 15 nós que interligavam cerca de 20 máquinas. Já 1973, o nome *INTERNET* começou a ser utilizado. Nos anos de 1980 e 1981 começou os militares, cientistas e universitários se uniram para criação de duas redes a *BitNet* e *CSNET*, a fim de potencializar o aparecimento de uma rede alargada com várias aplicações. Em 1982, os protocolos utilizados nestas redes foram firmados num standard o TCP-IP. Posteriormente, no ano de 1990, surge nos EUA, o primeiro *Internet Service Provider* comercial, e ARPANET deixou de existir.

No ano de 1992, o governo federal começou a implementar a Internet no Brasil logo após a criação da Rede Nacional de Pesquisa (RNP) pelo Ministério da Ciência e Tecnologia. Foi necessário a instalação de *backbone* para receber sinais de fora do país para depois distribuir para as universidades e centros de pesquisas localizados em diferentes capitais do país (VIEIRA, 2003).

Logo após 20 anos de funcionamento no Brasil, a Internet comercial foi em busca de formas para universalizar o acesso em todo o país, pois nem todos tinham acesso à Internet (CGI, 2018).

## 2.2 Crescimento do uso da internet

Atualmente o uso de internet está cada vez mais presente na sociedade, proporcionando comodidade, auxiliando na gestão de tempo e facilitando a comunicação, a internet está presente em todos os lugares se fazendo presente no cotidiano dos usuários. O uso da internet vem crescendo cada vez mais. Moura (2018) discorre:

Nos últimos anos estamos vivenciando um grande crescimento da internet. Tal crescimento tem influenciado diretamente o nosso dia a dia, visto que hoje usamos a internet para quase tudo o que precisamos fazer. O aumento das tecnologias nos celulares, tablets, computadores e smartphones trouxe inúmeras possibilidades com o uso da internet, desde o modo de se relacionar, nos comunicar, fazer compras, realizar pagamentos, contratar serviços etc. (MOURA, p.3, 2018).

Como foi citado, a internet é utilizada rotineiramente pelo mundo todo. Ela é uma das ferramentas imprescindíveis em todas as áreas da sociedade. Comer (2016), relata que:

O crescimento contínuo da Internet global é um dos fenômenos mais interessantes e empolgantes em redes. Em 1980, a internet era um projeto de pesquisa que envolvia algumas dezenas de sites. Hoje, ela cresceu e se tornou um sistema de comunicação produtivo que alcança milhões de pessoas em todos os países povoados do mundo. Muitos usuários já têm acesso à internet de alta velocidade por meio das conexões a cabo (cable modem), DSL, fibra óptica e tecnologias sem fio (COMER, 2016, p. 3).

Nogueira (2019), discorre sobre uma pesquisa realizada pelo Internacional Communications Union, onde mostrou que o mundo on-line cresceu muito nos últimos anos e isso foi representado percentualmente por meio de estudos. Um dos estudos, mostrou que cerca de 56% da população mundial acessa a internet, ou seja 4,3 bilhões de pessoas ficam on-line.

León (2021), também aborda sobre uma pesquisa que foi promovida pelo Comitê Gestor da Internet do Brasil em 2020, que indicou como fator de crescimento de usuário na internet, foi devido a pandemia.

### 2.3 O Home office no contexto da pandemia e a importância da internet

Em fevereiro de 2020, em lei enviada pelo Ministério da Saúde, aprovada pelo Congresso Nacional e publicada pelo Governo Federal (BRASIL, 2020), iniciou-se a disposição das primeiras medidas de enfrentamento da pandemia iminente, o esclarecimento do que era uma quarentena e a organização das medidas que seriam tomadas, como as regras de entrada e saída do país, os exames médicos que deveriam ser feitos, entre outras.

Os estados da União de modo independente estipularam suas próprias regras e implementam distanciamento social ou quarentena em casos mais severos, o que levou ao fechamento de empresas de serviços não essenciais, e consequentemente a adoção do home office em diversas empresas (PONTES, *et al.*, p. 4, 2020).

No início da pandemia de Covid-19, ainda sem muitas certezas sobre quase nada, a única forma de conter o avanço dos casos encontrada pelas autoridades de saúde foi o distanciamento social (PONTES, *et al.*, 2020). Os autores documentam que foi em março de 2020 que houve a regulamentação dos critérios de isolamento, onde vários trabalhadores foram obrigados a trabalhar de casa/home office.

Ferreira (2021), descreve que home office:

(...) como trabalho remoto, trabalho à distância ou escritório em casa, sem a necessidade de estar fisicamente na empresa; é fruto das novas tecnologias e também das novas formas de administração (FERREIRA, p.18, 2021).

Losekann e Mourão (2020), afirmam que “O teletrabalho, home office, já era uma prática em algumas empresas e, com o novo coronavírus, passou a ser uma urgência para todas, atingindo muitos trabalhadores em todo o mundo. O que era exceção virou regra”.

O home office em massa consequente da pandemia trouxe várias consequências negativas, as distrações e falta de disciplina na gestão de tempo é um dos fatores que contribui com as desvantagens encontrando no home office.

Uma delas, a falta do convívio entre os colegas, o que proporciona a troca de ideias e experiências e acaba contribuindo no trabalho, agregando no todo as ideias de cada um. Um dos aspectos mais complexos do autoisolamento ou do trabalho remoto é administrar a solidão, que já é um problema cada vez maior entre os trabalhadores. A solidão é ruim para a mente e para o corpo, aumentando o risco de pressão alta, obesidade e alterações emocionais como ansiedade ou depressão. Há, ainda, a deficiência nos equipamentos e na capacidade da internet, que dificilmente é igual à estrutura oferecida nas empresas [...] outra desvantagem é a sobrecarga nos ombros das mulheres. Com os filhos em casa, sem aulas, e sem a possibilidade de pedir ajuda aos avós – crianças [podem ser] assintomáticas e podem transmitir o vírus para adultos e os mais velhos –, sobra para as mães a maior parte das tarefas (ASSIS, p. 212-213, 2020).

Apesar dos desafios, os autores concluem que mesmo que os trabalhadores tenham gastado mais com energia elétrica e em com a contratação dos serviços de internet, estão gastando menos com transporte pois não precisam se deslocar por longas distâncias para chegar ao seu local de trabalho e que com o home office as pessoas tendem a alcançar uma melhor qualidade de vida.

## **2.4 A internet e o marketing digital em meio a pandemia**

Com o avanço da tecnologia no mundo e o crescimento do uso da internet, foi fundamental para o desenvolvimento do marketing digital. Devido sua finalidade enorme amplitude de troca de informações a internet compõe vários aspetos na sociedade estando presente em todo lugar e assim se tornando indispensável. “A internet não é questão de opção” (SILVA, et al., p. 5, 2021).

Em uma de suas mais recentes modalidades, no Marketing Digital, as ações são voltadas para atividades executadas “online”, onde pessoas ou empresas objetivam atrair novos negócios, criam relacionamentos e desenvolvem identidades de marca dentro de um ambiente digital (SILVA, et al., p. 2, 2021).

O mesmo autor afirma que marketing digital é uma área que busca satisfazer as necessidades da sociedade e garantir que o serviço ou produto ofertado tenha significado para os consumidores.

Para Oliveira e Menezes (2021) o objetivo do marketing é:

Identificar desejos e gerar valor para criar relacionamentos com sua audiência. Com o objetivo de conquistar e fidelizar clientes, o marketing visa agregar valor a um produto, serviço ou sobre a própria marca de um negócio. Percebe-se que ele abrange várias concepções para definir suas atividades, conjuntos e processos para se criar, comunicar, entregar e oferecer valor tanto para consumidores, clientes, parceiros e para a sociedade de um modo geral (OLIVEIRA e MENEZES, p. 6, 2021).

Júnior *et al.* (2020), salienta a importância do meio digital, que se tornou a melhor forma de contenção do desemprego e até mesmo da falência de inúmeros comerciantes durante o fechamento das lojas, principalmente no início de 2020 quando as medidas restritivas mais rigorosas foram adotadas na tentativa de evitar o avanço do contágio da pandemia.

Quando você ouve falar de Marketing Digital, Publicidade on-line, Marketing Web, Publicidade na Internet ou quaisquer outras composições criativas que se possa fazer dessas palavras, estamos falando em utilizar efetivamente a Internet como uma ferramenta de Marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo o arsenal de estratégias e conceitos já conhecidos na teoria do Marketing (TORRES, p.45, 2009).

Quarentena, lockdown, isolamento social fizeram com que a maioria das pessoas ficassem em casa e, dessa forma, aumentar o consumo das mídias sociais (SOUSA JÚNIOR et al., 2020). Não só o consumo das mídias sociais mais também das suas ferramentas que são fundamentais técnicas de marketing digital que favorecem o desempenho das empresas (SOUSA JÚNIOR; SILVA JUNIOR, 2018).

Pinheiro e Macêdo (2021) argumentam que:

Com a pandemia, o marketing digital foi 100% fundamental, contribuindo com as metas estabelecidas e fez com que as empresas vendessem ainda mais que em dias normais. Não somente, aumentando de maneira considerável a lucratividade empresarial, melhoria significativa nos relacionamentos entre cliente e varejista de uma maneira simples, onde toda essa interação se deu através de uma simples divulgação em uma rede social, por exemplo. (PINHEIRO & MACÊDO, p. 203, 2021).

Bazi Filho (2021), diz que os avanços tecnológicos e o grande crescimento da internet, o marketing digital se consolidou como um instrumento de grande valia para empresas que estão à procura de aumentar seu *Market share*.

## **3 METODOLOGIA**

### **3.1 Metodologia da Pesquisa**

A pesquisa é do tipo descritiva. Segundo Gil (2008), este tipo de pesquisa possibilita ter várias opiniões, ações de um determinado grupo de pessoas, além disso, pode-se conhecer características específicas. A pesquisa em questão é de caráter qualitativo, que conforme Marconi e Lakatos (2010) afirmam que o trabalho qualitativo diz respeito a uma pesquisa que busca analisar e interpretar aspectos de forma mais profunda, abordando sobre o comportamento humano, tendo assim, verificações mais minuciosas.

### **3.2 Procedimentos Metodológicos**

A pesquisa foi desenvolvida em uma empresa provedora de internet do município de Araguaína no estado do Tocantins. O público-alvo foram funcionários da empresa provedora de internet do município em questão. A empresa foi selecionada com base nos seguintes critérios: pela maior cobertura de fibra óptica da cidade e a infraestrutura disponibilizada pela empresa.

O trabalho realizado constituiu-se nas seguintes etapas: Coleta de dados sobre a empresa provedora de internet, aplicação de questionários para o provedor. A análise dos dados foi feita logo após a coleta de informações por meio da ferramenta de pesquisa. Os dados qualitativos, foram transcritos e analisados com base em referências específicas disponíveis em livros e artigos científicos.

## 4 RESULTADO E DISCUSSÃO

De acordo com as respostas da funcionária do provedor que respondeu o questionário, é possível afirmar que durante a pandemia causada pela covid-19 houve uma maior procura pelos serviços de comunicação e multimídia (SCM) fornecidos/prestados pelo provedor em questão e que essa maior procura se destacou bastante com relação a 2019, quando o vírus que causa a covid-19 ainda não tinha sido disseminado.

Nogueira (2019), também afirma em pesquisa feita, que 56% da população mundial tem acesso a internet e isso representa 4,3 bilhões de pessoas.

Conforme notícia publicada no site da ABRINT (2021) (Associação Brasileira de Provedores de *Internet* e Telecomunicações), Rhian Duarte, então gerente de relacionamento institucional da associação afirma que “em termos de empresas, o mercado de provedores de internet praticamente dobrou de tamanho desde 2018, chegando atualmente a mais de 18 mil empresas”.

Mungkasa (2020), já aponta o aumento dos custos das famílias com eletricidade, água, internet, alimentação e com a aquisição de computadores, monitores, contratação de internet entre outras características que marcam a vivência da pandemia.

Um grande aumento no consumo de internet e contratação de serviços de informação são evidentes. A ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações), fala em um aumento de 40% a 50% por cento de crescimento do uso de internet durante a quarentena.

Matéria publicada em site do G1 (2022), explicita exatamente essa subida rápida nas contratações de internet devido a situação provocada em decorrência da pandemia de covid-19.

A pandemia de covid-19 foi um golpe doloroso para muitos comércios e negócios. Mas para o setor de provedor de internet no Brasil, a situação é bem diferente. De acordo, com os dados da Anatel, o número de acessos de banda larga fixa no Brasil cresceu 241% desde março de 2020 (de 16,6 milhões para 39,9 milhões), quando a OMS declarou oficialmente a pandemia de coronavírus.

Araújo e Lua, p. 9 (2020) também reafirmam que o que tem acontecido com a mudança dos locais de trabalho para o TR (trabalho remoto), “a transição para o TR tem gerado custos adicionais aos trabalhadores (as) (compra de computadores, Monitores, contratação de sistemas de internet e telecomunicações)”.

Segundo os dados coletados através do questionário, o número de novos contratos quase duplicou com relação a 2019. Em 2020 o crescimento contratual foi de 75,23% com

relação a 2019 e em 2021 (ano corrente), foi de 43,77% até o momento da pesquisa, também em relação a 2019 que foi o ano analisado antes do início da pandemia.

Quando questionado sobre a motivação do cliente no ato da contratação da internet foram obtidas diferentes respostas. Em 2019 a maior parte dos clientes tinha como motivação o uso da internet como forma de entretenimento, de lazer, buscava-se essa ferramenta na maioria das vezes para o uso recreativo, com exceção das empresas que já utilizavam os serviços como ferramenta de trabalho.

Em 2020, a procura mais evidente pelos serviços dos provedores objetivou o “estudo”, como verificado no questionário. O que é justificado pela suspensão das aulas presenciais e início das aulas remotas ou à distância.

Sobre a utilização da internet como ferramenta educacional no período pandêmico Santana et al. p. 78867, 2020:

O vírus transformou o que antes era conveniência online em uma necessidade diária. Desta forma, problemáticas antes minimizadas pelo ensino presencial vieram à tona com a necessidade de acesso à internet e a dispositivos que deem suporte a tal feito.

Na contemporaneidade o uso da internet se faz indispensável devido a sua multifuncionalidade, como diz Moraes, p. 68, 1997:

Com ela, é possível se comunicar, pesquisar, criar desenhos, efetuar cálculos, simular fenômenos, e muito outras ações. Nem outro recurso didático possui tantas funções, além de ser o recurso tecnológico mais utilizado em todas as áreas do mercado de trabalho. Nessa abordagem, a educação é concebida como um sistema aberto, com mecanismos de participação e descentralização flexíveis, com regras de controle discutidas pela comunidade e decisões tomadas por grupos interdisciplinares.

Já em 2021, além da busca por uma internet de melhor qualidade com vista às aulas *on-lines*, outra motivação foi elencada na lista de motivações para a contratação dos SCM, que foi a maior instituição do *Home office*. Isso se deu principalmente com a maior intensificação das leis, como a lei 14.151 de 12 de maio de 2021, que trata do afastamento das funcionárias gestantes dos serviços presenciais para o trabalho remoto durante a emergência de saúde que tem sido a pandemia de covid-19.

Com as medidas restritivas ocasionadas pela pandemia de COVID-19, mudanças drásticas precisaram acontecer até mesmo nos ambientes de trabalho. Esses ambientes foram obrigados a se adequarem diante da emergência de saúde, dessa forma, muitos profissionais tiveram que deixar seus locais de trabalho ao quais estavam habituados para que somente os conhecidos como trabalhadores essenciais pudessem permanecer e trabalhar também com maior segurança.

Portanto, uma saída encontrada nesse contexto foi a adesão ao teletrabalho, isto incluindo o setor de gestão de pessoas. Diante de pandemias de gripe o teletrabalho tem se mostrado essencial nos períodos de contágio no qual se deve evitar ao máximo a exposição do vírus a mais pessoas (Ahmed *et al*, 2020).

O teletrabalho hoje é uma realidade e é até uma necessidade. Diante desse cenário de crise, o teletrabalho pode significar uma estratégia de controle da pandemia, uma vez que pode diminuir as chances de proliferação do vírus (SOUZA, et al, p. 129, 2020).

É, portanto, notório o crescimento do uso de internet não só como ferramenta, mas como recurso de tempo eficiente de gestão pessoal durante a pandemia de covid-19 no município de Araguaína - TO, onde seus moradores tiveram que passar por várias medidas restritivas no intuito de conter o avanço dos casos de contaminação da doença.

Tiveram também que se adaptar a novas formas de estudar, trabalhar, comprar e de conviver com as outras pessoas. Dessa forma, o crescimento do uso de internet tornou-se necessário e benéfico para as pessoas que conseguem fazer uso desse recurso essencial atualmente.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término do trabalho é possível concluir que a presente pesquisa teve os objetivos cumpridos integralmente e que a hipótese inicial foi verificada. Foi evidente que o número de contrato dos serviços de comunicação e multimídia tiveram um crescimento expressivo nos anos de 2020 e 2021, o que está intimamente ligado à disseminação do vírus que causa a covid-19, às medidas restritivas utilizadas desde o início da pandemia e as tentativas de enfrentamento da emergência de saúde pública. A internet se mostrou essencial como ferramenta de gestão pessoal no município de Araguaína -TO.

O trabalho apresentado tem importância tanto documental quanto prática, pois registra dados significativos sobre o período histórico que é vivenciado pela sociedade e evidencia uma das mais importantes ferramentas de gestão pessoal que tem sido utilizada pela população desde o início da pandemia.

A presente pesquisa abre espaço para uma vasta possibilidade de pesquisas acerca do tema. Desde uma complementação do trabalho buscando dados em outros provedores às pesquisas a serem realizadas com os consumidores desses serviços.

Temas como “o crescimento do uso de internet durante e depois da pandemia”, “acesso domiciliar à internet como ferramenta para a educação à distância”, “*internet* como ferramenta de acesso à tratamentos de saúde psíquica”, entre outras inúmeras possibilidades.

## REFERÊNCIAS

- AHMED, Sara Kim Faruque, et al. **Paid leave and access to telework as work attendance determinants during acute respiratory illness, United States, 2017-2018. Emerging Infectious Diseases.** Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1981-77462020000200501&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462020000200501&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em 11 jun 2021.
- AMANCIO, Milena Ferraz da Cruz. **Marketing Digital e as novas ferramentas para atrair o consumidor do Séc. XXI.** Disponível em: <<https://docplayer.com.br/15733486-Marketing-digital-e-as-novas-ferramentas-para-atrair-o-consumidor-do-sec-xxi.html>>. Acesso em 07 de nov. 2021.
- ARAÚJO, Tânia Maria; LUA, Iracema. **O trabalho mudou-se para casa: trabalho remoto no contexto da pandemia de COVID-19.** Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/2317-6369000030720>>. Acesso em 15 de abr. 2022.
- ASSIS, Denise. **Home Office promete ser um dos principais legados da pandemia do coronavírus.** In: AUGUSTO, Cristiane B.; SANTOS, Rogério D. Pandemia e pandemônio no Brasil. Disponível em: <<http://www.defesaclasse-trabalhadora.com.br/wp-content/uploads/2020/05/Pandemias-e-pandem%C3%B4nio-no-Brasil.pdf>>. Acesso em: 10 de nov. 2021.
- BARROS, Thiago. **Internet completa 44 anos; relembre a história da web.** 2013. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2013/04/internet-completa-44-anos-relembre-historia-da-web.ghtml>>. Acesso em: 21 nov. 2021.
- BAZI FILHO, J. E. **A importância do marketing digital no contexto de pandemia.** 2021. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/18123/1/TCC%20FINAL%20JORGE%20E%20BAZI%20FILHO.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2022.
- BRASIL. **Ministério da Saúde.** Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/>>. Acesso em 08 de nov. 2021.
- BRIDI, Maria Aparecida; BOHLER, Fernanda Ribas; ZANONI, Alexandre Pilan. **Relatório técnico-científico da pesquisa: o trabalho remoto/home-of.** Disponível em: <[https://www.eco.unicamp.br/remir/images/Artigos\\_2020/ARTIGO\\_REMIR.pdf](https://www.eco.unicamp.br/remir/images/Artigos_2020/ARTIGO_REMIR.pdf)>. Acesso em: 24 de out. 2021.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em redes.** 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Disponível em: <<https://globalizacaoeintegracao regionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2021.
- CGI.BR. História. 2018.
- Cezanne. **A influencia da internet na gestão de pessoas.** 2016. Disponível em: <<https://cezannehr.com/pt/hr-blog/2016/11/influencia-internet-gestao-pessoas/>>. Acesso em 23 de out. 2021.

COMER, Douglas E. **Redes de computadores e internet**. 2016. Disponível: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=1nwdDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=conceito+de+internet&ots=DshSK\\_qmx8&sig=FEbmsce1ByFEms0HdilBOhR7cew#v=onepage&q=conceito%20de%20internet&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=1nwdDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=conceito+de+internet&ots=DshSK_qmx8&sig=FEbmsce1ByFEms0HdilBOhR7cew#v=onepage&q=conceito%20de%20internet&f=false)>. Acesso em: 7 nov. 2021.

CRUVINEL, Ilton Belchior. **Marketing digital em tempos de pandemia**. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/22919/1/PDF%20-%20Walyson%20Monteiro%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em 14 de nov. 2021.

CRUZ, Cleide Ane Barbosa; SILVA, Lângesson Lopes. **MARKETING DIGITAL: MARKETING PARA O NOVO MILÊNIO**. Disponível em: <<https://assets.unitpac.com.br/arquivos/Revista/72/1.pdf>>. Acesso em 17 de out. 2021.

FERREIRA, E. B. **Desafios do home office na pandemia: construindo estratégias para a efetivação**. 2021. Disponível em: [https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2308/TCC\\_-\\_ELISABETE\\_B.\\_FERREIRA\\_assinado\\_assinado\\_assinado\\_assinado.pdf?sequence=1%20\(pagina%2077\)](https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2308/TCC_-_ELISABETE_B._FERREIRA_assinado_assinado_assinado_assinado.pdf?sequence=1%20(pagina%2077))). Acesso em 07 mai. 2022.

FIGUEREIDO, A. F.; MACÊDO, M. E. C. **Marketing Digital: Estratégias de Vendas com o Varejo Digital na Pandemia do COVID-19**. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3045/4760#>. Acesso em: 07 mai. 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. *E-book*. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2021.

GOETHALS, K; AGUIAR, A. A., E. **História da internet**. 2000. Disponível em: <<https://web.fe.up.pt/~mgi99015/projects/Goi/M1/final.doc>>. Acesso em: 21 nov. 2021.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD COVID19. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/investigacoes-experimentais/estatisticas-experimentais/27947-divulgacao-mensal-pnad-covid2.html?=&t=o-que-e>>. Acesso em 15 de nov. 2021.

IBGE. **Internet chega a 88,1% dos estudantes, mas 4,1 milhões da rede pública não tinham acesso em 2019**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30522-internet-chega-a-88-1-dos-estudantes-mas-4-1-milhoes-da-rede-publica-nao-tinham-acesso-em-2019>>. Acesso em: 05 de nov. 2021.

KENSKI, V. **Educação e internet no Brasil**. (2015), Disponível em: <[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38551673/Educao\\_e\\_internet\\_no\\_Brasil\\_Cadernos\\_Adenauer\\_2015\\_1-with-cover-page-v2.pdf?>](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38551673/Educao_e_internet_no_Brasil_Cadernos_Adenauer_2015_1-with-cover-page-v2.pdf?>). Acesso em: 14 nov. 2021.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LÉON, L. P. **Brasil tem 152 milhões de pessoas com acesso à internet. 2021**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-08/brasil-tem-152-milhoes-de-pessoas-com-acesso->

internet#:~:text=Pesquisa%20promovida%20pelo%20Comit%C3%AA%20Gestor,anos%20%C3%AAm%20internet%20em%20casa. Acesso em. 07 mai. 2022.

LOSEKANN, Raquel Gonçalves Caldeira Brant; MOURÃO, Helena Cardoso. **Desafios do teletrabalho na pandemia Covid-19: quando o home vira office**. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/41e0/4b4ebaf10ade862156eeab1f68da838d6614.pdf>>. Acesso em 09 de out. 2021.

MACHADO, Camila Mendes. **A importância da internet para o marketing digital**. <Disponível em: <http://www.fanap.br/Repositorio/290.pdf>>. Acesso em 05 de nov. 2021.

MORAES, M. C. **O Paradigma educacional emergent**. Campinas: Papirus, 1997.

MOURA, B. A. **O crescimento da internet e o marketing digital: como encantar o consumidor através da criação de conteúdos para as redes sociais**. 2018. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/6613/Bruna%20Alt%20Mayer%20Moura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 13 mai. 2022.

MUNGKASA, O. **Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19**. Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning. Disponível em: <<https://journal.bappenas.go.id/index.php/jpp/article/view/119>>. Acesso em: 14 de abr. 2022.

NOGUEIRA, Luiz. **Dados mostram o crescimento impressionante da internet em 10 anos**. 2019. Disponível: <<https://olhardigital.com.br/2019/05/17/noticias/dados-mostram-o-crescimento-impressionante-da-internet-em-10-anos/>>. Acesso em: 14 nov. 2021.

OLIVEIRA, O. P.; MENEZES, N. K. B. **A pandemia antecipou tendências do marketing digital**. 2021. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2075/1/ORLANDO%20-%20A%20PANDEMIA%20ANTECIPOU%20TENDENCIAS%20NO%20MAKETING%20DIGITAL%20-%20finalizado%20REVISADO%20banca.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2022.

PONTES, Alexandre Lopes; HIRATA, Larissa Cerqueira; NEVES, Denise Lemes Fernandes. **O Home Office na pandemia de Covid-19: uma perspectiva da eficiência dos profissionais de Tecnologia da Informação**. Disponível em: <<http://revistarefas.com.br/index.php/RevFATECZS/article/view/429>>. Acesso em 04 de out. 2021.

ROCK CONTENT. **Conheça a história da Internet, sua finalidade e qual o cenário atual**. 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/historia-da-internet/>>. Acesso em: 21 nov. 2021.

SILVA, Matheus Alves, et al. **A importância do marketing digital frente à pandemia “COVID-19”**. Disponível em: <<https://fateclog.com.br/anais/2021/164-164-1-RV.pdf>>. Acesso em 17 de out. 2021.

SOUZA, Sílvia Rocha et al. **Gestão estratégica de pessoas no teletrabalho durante a pandemia da COVID-19**. Disponível em:

<<http://revista.escoladesaude.pr.gov.br/index.php/rspp/article/view/402/182>>. Acesso em: 20 de maio 2022.

SOUSA JÚNIOR, J. H.; SILVA JÚNIOR, A. S. **O Consultor em Marketing Digital na perspectiva de Consultores e Empresários**. Disponível em: <[file:///C:/Users/55639/Downloads/236264-133083-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/55639/Downloads/236264-133083-1-PB%20(1).pdf)>. Acesso em 13 de out. 2021.

SOUSA JÚNIOR, João Henrique, et al. “# Fiqueemcasa e cante comigo”: **Estratégia de entretenimento musical durante a pandemia de Covid-19 no Brasil**. Disponível em: <<http://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/143>>. Acesso em: 24 de out. 2021.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques et al. **Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil**. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/35978>> Acesso em: 15 de nov. 2021.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital. Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. 2. ed, São Paulo: Novatec, 2009. Disponível em: <[https://www.academia.edu/41000261/A\\_Biblia\\_do\\_Marketing\\_Digital\\_Claudio\\_Torres](https://www.academia.edu/41000261/A_Biblia_do_Marketing_Digital_Claudio_Torres)>. Acesso em: 12 de nov. 2021.

VIEIRA, E. **Os bastidores da internet no Brasil: as histórias de sucesso de fracasso que marcaram a web brasileira**. Barueri: Manole, 2003. WEB FOUNDATION. History of the Web. 2018.

## APÊNDICES

### **Questionário aplicado aos funcionários da empresa provedora de internet de Araguaína - TO.**

- 1 - É possível afirmar que em 2020 e 2021 houve uma maior procura pelos serviços de comunicação e multimídia (SCM) fornecidos pelo provedor? A qual (is) motivo (s) você atribui esse resultado?
- 2 - Qual o número de contratações feitas em 2019, 2020 e 2021 (até o presente momento)?
- 3 - Em 2019, os clientes que buscaram os serviços prestados pelo provedor afirmavam que procuraram os serviços tendo em vista quais interesses?
- 4 - Os interesses mencionados em 2020 e 2021 são diferentes dos citados em 2019? Quais motivos se sobressaem?
- 5 - Existe alguma relação entre o crescimento das contratações dos SCM e a pandemia de Covid-19? Se sim, justifique sua resposta.
- 6 - Você acredita que o serviço fornecido tem atendido às necessidades do cliente?
- 7 - Qual a importância da internet no cenário atual?