



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RODRIGO FRANCISCO DA SILVA

**O USO DAS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE RECRUTAMENTO E
SELEÇÃO**

CARUARU
2025

RODRIGO FRANCISCO DA SILVA

O USO DAS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE RECRUTAMENTO E
SELEÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Administração.

Área de concentração: Recrutamento e seleção.

Orientador: Prof.^a. Dr.^a Luciana Cramer

Caruaru
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Rodrigo Francisco da.

O uso das redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção / Rodrigo Francisco da Silva. - Caruaru, 2025.

54p. : il.

Orientador(a): Luciana Cramer

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Administração, 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. recrutamento. 2. seleção. 3. redes. 4. sociais. 5. gestão. 6. pessoas. I. Cramer, Luciana. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

RODRIGO FRANCISCO DA SILVA

O USO DAS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE RECRUTAMENTO E
SELEÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Administração.

Aprovada em: 14/08/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Luciana Cramer (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Dr.^a Alane Alves Silva (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr.^a Maria Auxiliadora do Nascimento Melo (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho a minha família e a Deus por ser meu alicerce nessa etapa e sempre incentivar a buscar o meu melhor, por meio do estudo e tudo que ele pode propiciar.

AGRADECIMENTOS

É com grande alegria e gratidão que realizo este trabalho de conclusão de curso e não poderia primeiramente deixar de agradecer a Deus pela oportunidade e por tudo aquilo que fez e faz em minha vida, iluminando meus passos e permanecendo ao meu lado. A Nossa Senhora por interceder em tudo que sou e ser calma em dias difíceis.

Gostaria de agradecer também a minha família por ser apoio em dias difíceis e alegria, podendo compartilhar as conquistas do nosso cotidiano. Em especial, agradecer a minha mãe Aliete por sempre ser uma das maiores motivadoras e incentivar para a conclusão desse curso, acreditando sempre que as melhores coisas dessa vida são aquelas que persistimos, buscando nosso melhor. Aos amigos e colegas que partilham alegrias e felicidades, mas também foram ouvintes e conselheiros nos dias que precisei, meu muito obrigado.

Não poderia deixar de agradecer também a universidade que me acolheu, ensinou e contribuiu fortemente com o profissional que sou e a cada dia busca melhorar. Aos professores que buscam diariamente partilhar conhecimento e realizar com maestria seu trabalho. A banca que fez parte da defesa do meu trabalho e também em toda graduação, saibam que vocês foram fundamentais em toda construção profissional. Em especial agradeço a minha orientadora professora Luciana Cramer por acreditar que seria possível realizar esse trabalho de graduação e em todas as vezes que busquei seu auxílio, se fez presente e foi incentivadora, muito obrigado.

Por fim, termino esses agradecimentos ressaltando que por mais difícil e exaustivo que seja a jornada, nunca devemos deixar de acreditar que a educação é transformadora. A educação transforma a vida das pessoas e para aqueles que apenas tem o pouco de cada dia, ela é uma das motivadoras para alcançarmos os nossos objetivos. Sejamos resilientes e firmes na caminhada.

"Sou todo teu, e tudo o que é meu te pertence
Totus Tuus ego sum, et omnia mea tua sunt."
(São João Paulo II)

RESUMO

O processo de recrutamento e seleção se faz presente no ingresso do discente ao mercado de trabalho, trazendo desafios e oportunidades. Com o avanço das redes sociais e a facilidade na comunicação, as empresas estão passando por processos de mudança na forma de recrutar e selecionar novos colaboradores. Com base nessas inovações, foi realizado um questionamento sobre o presente estudo, analisando de que forma as redes sociais se torna ferramenta no recrutamento e seleção dos estudantes do curso de administração da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste. Para obter as informações para a pesquisa, foi disponibilizado um questionário aos discentes, classificando como um estudo de caso quali-quantitativo, descritivo exploratório, tendo o objetivo de analisar esse campo de estudo que se faz presente nas organizações. Com os resultados obtidos na pesquisa, como por exemplo a utilização das redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção e a sua utilização para divulgação de novas oportunidades no mercado de trabalho, foi possível analisar a percepção dos discentes em relação ao tema proposto e obter informações sobre a utilização da ferramenta como inovação dentro do campo da gestão de pessoas.

Palavras-chave: recrutamento e seleção; redes sociais; gestão de pessoas

ABSTRACT

The recruitment and selection process is present in students' entry into the job market, bringing both challenges and opportunities. With the advancement of social media and ease of communication, companies are undergoing changes in the way they recruit and select new employees. Based on these innovations, a question was raised for the present study, analyzing how social media becomes a tool in the recruitment and selection of students from the Business Administration program at the Federal University of Pernambuco – Agreste Academic Center. To gather information for the research, a questionnaire was made available to students, classifying the study as a qualitative-quantitative, descriptive, and exploratory case study, with the objective of analyzing this field that is present in organizations. Based on the results obtained, such as the use of social media as a recruitment and selection tool and its use for promoting new job market opportunities, it was possible to analyze students' perceptions regarding the proposed topic and gather information on the use of this tool as an innovation within the field of people management.

Keywords: recruitment and selection; social media; people management

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 –	Idade dos participantes	33
Gráfico 2 –	Período em que os participantes da pesquisa estão matriculados	34
Gráfico 3 –	Discentes empregados em estágio ou trabalho	35
Gráfico 4 –	Divulgação/interesse em vagas ofertadas por redes sociais	36
Gráfico 5 –	Quais redes sociais os discentes utilizam?	38
Gráfico 6 –	Percepção dos discentes em relação a divulgação de vagas de emprego em redes sociais	39
Gráfico 7 –	Redes sociais mais utilizadas por recrutadores na percepção do discente	39
Gráfico 8 –	Percepção dos discentes em relação as empresas em relação a divulgação de novas vagas de emprego	41
Gráfico 9 –	Imagem pessoal como critério de seleção	42

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAA	CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
GP	GESTÃO DE PESSOAS
UFPE	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	PERGUNTA DE PESQUISA	13
1.2	OBJETIVOS	13
1.2.1	Objetivo geral	14
1.2.2	Objetivos específicos	14
1.3	JUSTIFICATIVA	14
2	REFERÊNCIAL TEORICO	17
2.1	GESTÃO DE PESSOAS	17
2.2	RECRUTAMENTO E SELEÇÃO	20
2.3	TECNOLOGIA E REDES SOCIAIS	23
2.4	ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO E AS REDES SOCIAIS	26
2.4.1	Centro acadêmico do agreste/ UFPE /curso de administração	27
3	METODOLOGIA	29
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	33
4.1	PERFIL DOS PARTICIPANTES	33
4.2	INGRESSO DOS ESTUDADNTES NO MERCADO DE TRABALHO	34
4.3	RECRUTAMENTO E SELEÇÃO E AS REDES SOCIAIS.	37
4.4	VANTAGENS E DESVANTAGENS DO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO POR MEIO DAS REDES SOCIAIS	40
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
	REFERÊNCIAS	47
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DISPONIBILIZADO AOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – UFPE/CAA	52

1 INTRODUÇÃO

Atualmente com as diversas mudanças ocorrendo no ambiente corporativo e a agilidade na mudança dos comportamentos, práticas e estudos, o estudante passa por diversas fases ao ingressar em um curso superior, precisando se adaptar às inovações que ocorrem durante a sua graduação. Mudanças e adaptação a novos desafios fazem parte da composição do profissional que se tornará ao finalizar a sua graduação. Diante disso, o ensino superior entrega conhecimento técnico, tornando um profissional apto diante das organizações. Para ingressar ao mercado de trabalho, as organizações passam a buscar profissionais qualificados e o estudante (discente) precisa passar por processos de triagem que busca por novos colaboradores, que são chamados de recrutamento e posteriormente uma seleção, diante dos candidatos que almejam uma vaga de trabalho.

Com as mudanças do mercado de trabalho e a busca por novas oportunidades de inclusão, as organizações passam a cada vez mais buscar por profissionais qualificados e aptos a ocupar seus cargos em suas organizações. Com isso, o processo de recrutamento e seleção se torna um processo importante na busca por colaboradores qualificados. Ao longo dos anos, o recrutamento e seleção passou por diversas mudanças, desde o recebimento das informações de candidatos para entrevistas, até as diversas fases que os atuais processos realizam para integrar sua equipe de colaboradores.

Cada dia mais ocorre o avanço da tecnologia e suas ferramentas, onde com o recrutamento e seleção não ocorre de forma diferente. Atualmente no mercado de trabalho existem diversas plataformas utilizadas pelas organizações para realizar a triagem de seus candidatos. Outro fator que ao longo dos anos ganha notoriedade e um grande alcance de pessoas são as redes sociais, onde cada vez mais as organizações utilizam delas para divulgação dos seus produtos ou serviços e também na divulgação de vagas de emprego, atraindo novos talentos para sua organização.

Devido aos altos custos que anteriormente era utilizados para divulgar novas vagas nas organizações, onde para atrair um novo colaborador eram utilizados outros métodos como rádio, TV e outros veículos de comunicação, com o avanço da internet e chegada das redes sociais esses custos foram otimizados. Anteriormente existia um método manual de realizar toda e qualquer seleção, desde a entrega do currículo na empresa até o seu arquivamento e manuseio. Segundo Souza Silva e Molon da Silva

(2021) os meios analógicos estão sendo substituídos pelos meios digitais, onde os locais menos utilizados para buscas de novas vagas estão sendo os jornais, empresas especializadas em recrutamento e até mesmo os próprios sites de empresas.

A próxima seção será descrita a pergunta de pesquisa que foi utilizada como base nos estudos da pesquisa.

1.1 PERGUNTA DE PESQUISA

Nos dias atuais com os avanços tecnológicos cada vez mais frequentes e com a forma de comunicação mais rápida, o mercado de trabalho se encontra em expansão e se atualizando constantemente. As mudanças significativas na forma de se comunicar e interagir, estão mudando o comportamento das pessoas e até mesmo impactando em como as organizações estão selecionando seus novos colaboradores. As empresas se encontram cada vez mais conectadas e em constante evolução, acompanhando as novas tendências e formas de atrair novos talentos para seu ambiente corporativo.

Com avanços significativos nas redes sociais não é diferente, pois grandes empresas e marcas utilizam a internet e as redes sociais como vitrine de divulgação de seus produtos e serviços, interagindo com novos candidatos, almejando a excelência em seu trabalho. As plataformas digitais tornaram-se uma ferramenta para que as pessoas possam expor suas experiências, certificações e competências. No campo da gestão de pessoas, o comportamento da área vem ocorrendo mudanças em sua forma de otimizar processos, atrair novos talentos, pois a tecnologia vem se tornando uma ferramenta indispensável. As práticas manuais vêm sendo substituída por processos mais ágeis e eficazes, modernizando o setor.

Diante disso, os estudantes que estão em busca de uma oportunidade no mercado de trabalho, entender que as transformações digitais estão causando mudanças na forma de selecionar e recrutar, surge o questionamento sobre o estudo que iremos abordar ao longo do trabalho: De que forma as redes sociais são utilizadas como ferramentas no processo de recrutamento e seleção dos estudantes universitários do curso de administração UFPE/CAA para ingressarem no mercado de trabalho?

1.2 OBJETIVOS

A seguir serão apresentados o objetivo geral e específicos que serviram como instrumento de estudo deste trabalho.

1.2.1 Objetivo geral

Analisar como as redes sociais são utilizadas no processo de recrutamento e seleção dos estudantes do curso de administração para ingressarem no mercado de trabalho.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conhecer como se dá o ingresso dos estudantes no mercado de trabalho.
- Verificar como é realizado o recrutamento e seleção por meio de redes sociais.
- Identificar as vantagens e desvantagens do uso de redes sociais para o recrutamento e seleção dos estudantes.

1.3 JUSTIFICATIVA

Com a evolução do mercado digital e o avanço significativo dos últimos anos das redes sociais, as organizações estão se reinventando e se adaptando as novas formas de atrair novos talentos, captando todos aqueles que buscam por oportunidades em diferentes regiões. As redes sociais têm um perfil de unir e diversificar a busca por novos colaboradores, pois abre espaço para diversos profissionais que buscam novas oportunidades mesmo sendo em diferentes localidades do país.

Conforme Cruz Pereira Silva e Silva Albuquerque (2019) o uso de tecnologias de informação com objetivo de recrutar e selecionar novos colaboradores apresenta a sociedade qual o propósito e metas que espera dos candidatos e dissemina a comunicação, retirando aqueles que não se identificaram com o perfil da vaga solicitada.

Com as mudanças significativas do ambiente corporativo em relação a sustentabilidade e controle de desperdícios, a valorização por novas técnicas relacionadas a diminuição da forma física (uso de papel) e migração para os métodos

digitais, está transformando a forma do recrutamento e seleção com novas práticas, envolvendo a conscientização que se estendem por todo o trabalho realizado dentro da organização e trazendo novos talentos com essa nova percepção consciente.

O tema recrutamento e seleção vem sendo bastante analisado e utilizado como uma forma de estratégia dentro das organizações para melhor compor suas equipes de trabalho, evitando desgastes na busca por novos colaboradores e trazendo novos talentos para a organização. Quando se analisa historicamente a busca por novos profissionais e como eram realizadas anteriormente, observa-se um passado onde todo o trabalho era feito manualmente, demandando um gasto de tempo com suas equipes na busca por novos profissionais e em alguns casos até ineficazes, pois havia um grande número de candidatos, porém não correspondendo aos objetivos da vaga ofertada. Com base nisso, será iniciada mudanças no ambiente corporativo onde a gestão de pessoas traça um papel fundamental e estrategista na busca e capacitação dos novos talentos que incorporarão as organizações.

A realização desse trabalho ocorre devido a vivência do pesquisador no mercado de trabalho a alguns anos, observando que as empresas começaram a mudar significativamente o seu comportamento relacionado a gestão de pessoas, percebendo a importância da área de atuação como ponto estratégico da organização. Essas mudanças ocorrem de diversas formas dentro da área da GP, desde o desenvolvimento das lideranças até o meio operacional, motivando e trazendo um diferencial para a organização. Com essas mudanças, foi observado também a evolução na forma de buscar por novos colaboradores, deixando os métodos mais antigos de lado e optando por evoluir junto a tecnologia, usando ferramentas que tivessem um maior alcance de pessoas, como é o caso do uso das redes sociais. Ao longo do curso estudando teoria e vivenciando na prática como o mercado de trabalho se comporta, onde é compartilhado com outros estudantes as suas percepções sobre os métodos utilizados para ingressar no mercado de trabalho, foi onde surgiu a motivação para o estudo dessa pesquisa.

A fim de dar continuidade ao seguinte trabalho, é essencial justificar a pesquisa devido à grande utilização das redes sociais nos dias atuais. Os estudantes começaram a mudar seus comportamentos na utilização das redes sociais, utilizando agora não só por lazer e sim para busca profissional de oportunidades e crescimento pessoal. As empresas estão mudando sua forma de recrutar e promover oportunidades. Esse trabalho contribuirá para uma nova percepção crítica em um

tema presente no cotidiano, relacionando a teoria já existente com a percepção dos estudantes de um curso de gestão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para analisar como o recrutamento e seleção é realizado nos dias atuais com o auxílio das redes sociais e tecnologia, deve-se realizar uma pesquisa sobre quais temas são pertinentes para melhor desenvolvimento do tema estudado.

2.1 GESTÃO DE PESSOAS

A gestão de pessoas é a área responsável por analisar todo perfil dos colaboradores na organização desde seu recrutamento e seleção até no cotidiano de sua rotina, alinhando os princípios da organização com técnicas de saúde e bem estar dos seus colaboradores. Objetivos como motivação, clima organizacional, eficiência são fatores que devem estar ligados e alinhados ao desenvolvimento organizacional.

Segundo Coradini e Murini (2009) a gestão de pessoas orienta e gerencia o comportamento humano no ambiente organizacional, sendo o diferencial quando sabem selecionar pessoas certas e com competências necessárias para desenvolvimento da empresa. De acordo com Chiavenato (2014) a gestão de pessoas está correlacionada entre pessoas e organizações, pois muito tempo de suas vidas acontece dentro da organização, onde o esforço dessas pessoas é essencial para alcançar os objetivos.

É observado que a área de gestão de pessoas tem um papel fundamental dentro do ambiente organizacional, contribuindo para o crescimento e sustentabilidade além de se tornar uma fonte estratégica para crescimento organizacional. De acordo com Sgarbossa e Mozzato (2021) as práticas exercidas pela gestão de pessoas tem papel fundamental no ambiente de trabalho. Quando os colaboradores se sentem motivados e engajados ao meio que estão inseridos, todo o trabalho cresce naturalmente trazendo bem-estar e satisfação.

Vieira (2014, p.86) afirma:

A empresa que implanta uma política de gestão de pessoas diferenciada busca através de suas políticas e práticas de gestão, conciliar suas necessidades e expectativas organizacionais, com as necessidades e as expectativas das pessoas que nela trabalham, visando permitir à ambas a realização de seu potencial de crescimento e conseqüentemente a empresa que não adota, de certa forma está enfraquecida e carente desse diferencial.

Com a afirmação citada, um grande diferencial para o desenvolvimento organizacional é a introdução da gestão de pessoas dentro das estratégias organizacionais, sendo alinhada com os propósitos que os colaboradores esperam. Segundo Xavier (2006) uma característica importante na gestão de pessoas é quando os colaboradores são contratados para atingirem metas específicas, pois ao conseguirem realizar o que foi proposto, a contratação foi realizada de forma concreta e válida.

As relações de trabalho se tornam cada vez mais sólidas quando o ambiente corporativo saudável é alinhado com a busca por novos colaboradores que tenham clareza dos princípios organizacionais.

Pedro (2005, p. 82) explica:

A gestão de pessoas deve ocupar-se também da determinação de objetivos, de políticas, de diretrizes e da estruturação das organizações. Sua missão é conduzir as pessoas com produtividade, eficiência e qualidade à realização dos objetivos organizacionais, de modo conciliatório com as aspirações individuais e sociais. Seu desafio maior é integrar a valorização da organização e a humanização das relações de trabalho.

De acordo com Pestana *et al.* (2003, p. 78), “a busca constante por processo de gestão de pessoas faz parte da organização que visa cada vez mais à satisfação de seus funcionários para que, motivados, executem suas tarefas com eficiência e eficácia.”

Segundo Oliveira & Limongi-França (2005) uma ferramenta importante para mensurar resultados em ambientes organizacionais é avaliar os resultados concebidos pela gestão de pessoas, pois monitora as práticas exercidas pela empresa e os objetivos traçados.

Chiavenato (2014, p.8) explica:

A GP é uma área muito sensível à mentalidade e à cultura corporativa que predomina nas organizações. Ela é extremamente contingencial e situacional, pois depende de vários aspectos, como a arquitetura organizacional, a cultura corporativa, as características do seu mercado, o negócio da organização, a tecnologia utilizada, os processos internos, o estilo de gestão e uma infinidade de outras variáveis.

Diante disso, o autor explica que a gestão de pessoas deve ser utilizada de diferentes formas, porém com base na realidade organizacional, respeitando a cultura que a empresa se encontra, processos internos e demais funcionalidades que venham a interferir em suas decisões.

Cruz (2023) explica que a gestão de pessoas tem papel estratégico junto ao departamento de recursos humanos na efetivação dos novos colaboradores. A união da GP e do RH visa buscar engajamento na parte operacional da organização como também alinhar esses novos colaboradores aos princípios da empresa, trazendo um ambiente sustentável, motivador e elevando o desempenho de toda a organização. A GP tem se tornado uma área que busca inovação e transformação ao longo de toda as mudanças que as organizações tem passado nos últimos anos. Ao conseguir a adaptação as diferentes situações, ela se torna parte fundamental na busca por melhores condições de trabalho, desenvolvimento organizacional e parte estratégica na organização (MELO; ANDRADE, 2023).

As funções da gestão de pessoas são diversas, trazendo melhorias e práticas para todos os colaboradores da organização. Com o avanço da área, diversas práticas foram desenvolvidas e incorporadas. Pode-se citar como exemplo um assunto relevante dentro das organizações que é o clima organizacional:

O clima está diretamente ligado ao bem-estar do colaborador, a forma como ele desempenha seu trabalho, como se relaciona com a equipe e como estes estão satisfeitos com o decorrer do processo de trabalho. Um bom clima proporciona ambiente adequado para a realização de tarefas atribuídas a cada um na organização (NUNES, 2017, p. 9).

Conforme o autor explica, o clima organizacional causa interferência significativa no ambiente de trabalho, trazendo benefícios para os colaboradores e para a empresa. Produtividade, bom relacionamento da equipe, satisfação em seus serviços prestados, são exemplos práticos da relevância do tema proposto pela GP. Outro tema pertinente e presente na GP é a avaliação de desempenho, onde “A avaliação é uma apreciação sistemática do desempenho de cada pessoa – ou de uma equipe – em função das atividades que desenvolve, das metas e dos resultados a serem alcançados, das competências que oferece e do potencial de desenvolvimento.” (CHIAVENATO, 2014, p. 210) Essa análise do autor, demonstra o papel fundamental desse método, onde proporciona a organização uma visão ampla

do trabalho dos colaboradores, as competências desenvolvidas pelo colaborador, orientando para o melhor desempenho dentro da organização.

Conforme Chiavenato (2014, p. 13 e 14) descreve os seis processos básicos da Gestão de Pessoas da seguinte forma:

“A GP é um conjunto integrado de processos dinâmicos e interativos. Os seis processos básicos de GP são os seguintes:

1. **Processos de agregar pessoas:** utilizados para incluir novas pessoas na empresa. Podem ser denominados processos de provisão ou de suprimento de pessoas. Incluem recrutamento e seleção de pessoas.
2. **Processos de aplicar pessoas:** utilizados para desenhar as atividades que as pessoas realizarão na empresa, orientar e acompanhar seu desempenho. Incluem desenho organizacional e desenho de cargos, análise e descrição de cargos, orientação das pessoas e avaliação do desempenho.
3. **Processos de recompensar pessoas:** utilizados para incentivar as pessoas e satisfazer suas necessidades individuais mais elevadas. Incluem recompensas, remuneração e benefícios, e serviços sociais.
4. **Processos de desenvolver pessoas:** utilizados para capacitar e incrementar o desenvolvimento profissional e pessoal das pessoas. Envolve treinamento e desenvolvimento das pessoas, gestão do conhecimento e gestão de competências, aprendizagem corporativa, programas de mudanças e desenvolvimento de carreiras e programas de comunicações e consonância.
5. **Processos de manter pessoas:** utilizados para criar condições ambientais e psicológicas satisfatórias para as atividades das pessoas. Incluem administração da cultura organizacional, clima, disciplina, higiene, segurança e qualidade de vida e manutenção de relações sindicais.
6. **Processos de monitorar pessoas:** utilizados para acompanhar e controlar as atividades das pessoas e verificar resultados. Incluem banco de dados e sistemas de informações gerenciais.”

Para dar continuidade, será abordado na próxima seção um dos assuntos mais presentes e essenciais dentro da gestão de pessoas, que é o recrutamento e seleção de novos colaboradores para a organização.

2.2 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

O recrutamento e seleção é a etapa inicial para que novos talentos sejam adicionados dentro das organizações, buscando ampliação em seu quadro de colaboradores e crescimento da organização que serão inseridos. De acordo com Chiavenato "O recrutamento consiste em tornar público no mercado as vagas disponíveis, buscando atrair candidatos que possuam as características exigidas pela organização." (CHIAVENATO, 2014, p. 94)

Segundo Chiavenato (2014, p. 118) "a seleção busca entre os vários candidatos recrutados aqueles mais adequados aos cargos existentes na organização ou que possuam as competências requeridas pelo negócio".

Segundo Borges et al. (2023, p. 9) afirmam que:

Há diferenças entre o recrutamento e seleção, sendo que o recrutamento é o anúncio pela vaga, focado em atrair e selecionar os candidatos com a maior finalidade pela vaga disponível, e a seleção é o processo de contratar a pessoa mais qualificada para aquela vaga.

Conforme a citação do autor explica, os papéis dos termos recrutamento e seleção se completam, porém com finalidades diferentes e conceitos relevantes para a área da gestão de pessoas. Seguindo a relevância e presença do tema na rotina das organizações, podemos verificar outros autores trabalhando a importância do recrutamento e seleção nas organizações.

A gestão de pessoas administra as relações das pessoas com a organização, isto é, o profissional de recrutamento e seleção exerce papel fundamental na formação do quadro de profissionais de uma empresa, utilizando métodos para avaliação do comportamento humano na identificação das características ideais às vagas. (CORADINI e MURINI, 2009, p. 56)

Para Ferreira e Vargas (2014) o processo de recrutamento e seleção é essencial dentro das organizações e quando o processo de triagem é realizado de forma clara e objetiva a escolher as pessoas certas para cada função, toda a organização tende a ganhar, pois é identificado as necessidades para alcançar o objetivo necessário. Segundo Miglioli (2018) o recrutamento é a fase inicial para ingresso do novo colaborador dentro da organização, atraindo novos talentos com perfil almejado e assim efetivando a importância da seleção. Conforme Figueiras et al., "quando esses processos são feitos adequadamente, garantem a entrada de novos talentos com potencial e qualidade, preparados para motivar o processo de crescimento empresarial" (FIGUEIRAS et al., 2019, p. 1).

Podemos concluir que faz-se necessário para o recrutamento dos novos candidatos saber selecioná-los e os meios para isso, dependem muito da gestão de pessoas, que trabalha em conjunto com o departamento de recursos humanos, abonando a empresa colaboradores capazes, eficientes e produtivos para desempenhar suas respectivas atividades (CRUZ, 2023, p. 6).

De acordo com Migliolli (2018) quando é realizado um planejamento na fase inicial de recrutamento, ocorre uma redução nas falhas do processo, trazendo mais exatidão para o processo. Para Coradini e Murini (2009) o processo de recrutamento e seleção tem como objetivo buscar candidatos que tenham o perfil exigido pela organização, buscando profissionais compatíveis com o que a organização pretende alcançar, alinhando suas habilidades em um mercado diversificado. Ainda no âmbito atual na busca por profissionais, o recrutamento e seleção se torna um movimento estratégico e fundamental dentro das organizações, onde novas práticas de busca por novos talentos devem ser incorporadas para melhores resultados nos processos seletivos (SALOMÃO et al., 2025).

Segundo Moreira (2017) o recrutamento e seleção de pessoas no âmbito da gestão de recursos humano é um processo onde o candidato deve estar devidamente alinhado com a função, com as habilidades técnicas exigidas e todo o ambiente organizacional, garantindo produtividade e eficiência na função ocupada. Ferreira e Vargas (2014) destacam que as organizações precisam analisar os métodos de seleção dos seus candidatos, garantindo as conformidades entre a vaga disponibilizada e o candidato selecionado. Ferreira e Vargas (2014) também ressaltam que com o avanço frequente da tecnologia e uso de ferramentas para novos métodos de recrutamento e seleção, vem se tornando cada vez mais comum esse processo de triagem. A tecnologia contribui agilizando os processos que anteriormente eram manuais, trazendo mais agilidade na identificação dos perfis essenciais para as vagas disponibilizadas.

Antônio (2024, p.2) explica:

O processo de recrutamento e seleção é crucial para o sucesso de uma organização, pois garante a contratação de profissionais qualificados e alinhados às necessidades da empresa. No entanto, quando esse processo não é bem estruturado, pode resultar em impactos negativos na execução das tarefas dos funcionários. A qualidade do recrutamento e seleção pode influenciar diretamente o desempenho dos colaboradores, afetando a produtividade, a motivação e a permanência na organização.

Uma forma de recrutamento e seleção que vem crescendo e trazendo novos talentos para a organização é a utilização das redes sociais. “As redes sociais representam uma ferramenta estratégica para o recrutamento, ampliando o alcance e

possibilitando a atração de talentos que não estariam acessíveis por meios tradicionais.” (MIGLIOLLI, 2018, p. 67)

Porém, todo esse processo envolve não apenas a divulgação de vagas em redes sociais, mas também o uso de ferramentas tecnológicas para a realização da seleção de currículos, manutenção de um banco de dados atualizado e eficiente, que atue na busca por características específicas e modernas no processo de recrutamento e seleção. (Melo & Andrade, 2023, p. 129)

Segundo os autores, a utilização e novas formas de recrutamento e seleção, é necessário falar um pouco mais da utilização da tecnologia e redes sociais no meio corporativo, como ferramenta para busca de novos colaboradores para a organização. Atualmente, a comunicação por meio desse veículo se tornou imprescindível, proporcionando um relevante alcance na visibilidade de vagas ofertadas. Para melhor compreensão, será abordado o tema na seguinte seção.

2.3 TECNOLOGIA E REDES SOCIAIS

Para que se possa olhar para novas forma de recrutamento e seleção, devemos observar o avanço da tecnologia ao longo do tempo, onde nos dias atuais a busca constante por informações está cada vez mais acessível por meio das redes sociais. Aragão e Miranda (2023) afirmam que a tecnologia provocou mudanças nas relações sociais, trazendo um impacto na estrutura organizacional da empresa. Com isso, um novo método foi desenvolvido para que ocorra o recrutamento e seleção por meio de ferramentas digitais. O ambiente empresarial vem se adaptando as inovações, mantendo a empresa competitiva e atualizada.

De acordo com Lima (2013) as redes sociais são formadas por pessoas ou organizações que tem por objetivos e valores em comum, como amigos, familiares, compartilhamento de conhecimentos, onde existe um interesse coletivo em compartilhamento de informações.

Rede social é uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais, designadas por atores, que estão conectadas por um ou vários tipos de relações que podem ser de amizade, familiares, comerciais, sexuais etc. Nessas relações, os atores sociais desencadeiam os movimentos e fluxos sociais, através dos quais partilham crenças, informação, poder, conhecimento, prestígio etc. (FERREIRA, 2011, p.213)

Segundo Silva e Albuquerque (2019) com o auxílio das redes sociais, houve uma agilidade na busca por novos profissionais, otimizando o tempo nas próximas fases e assim diminuindo os custos. Seguindo uma percepção para estudantes, de acordo com Souza Neto et al. (2015, p. 315), “Para os estudantes à procura do primeiro emprego, em particular, as redes sociais representam uma ferramenta profissional valiosa.” As redes sociais vêm trazendo mudanças na forma de se comunicar em sociedade, trazendo agilidade e novas possibilidades no ambiente organizacional.

A tecnologia está cada vez mais presente no cotidiano das pessoas e no ambiente empresarial não é diferente. Em meio à inclusão da geração Y no mercado de trabalho, a qual é extremamente adepta às tecnologias e sente necessidade em se relacionar, nos últimos anos foi notório o crescimento das redes sociais virtuais para fins de estratégias organizacionais. (LEMES; WESCHENFELDER, 2015, p. 20)

Nesse contexto de novas atualizações no meio corporativo, a presença da tecnologia e redes sociais fica claro uma nova percepção que as novas gerações estão se adaptando as novas formas de se comunicar e buscar por novas oportunidades de emprego digitalmente. Melo e Andrade (2023) afirmam que a tecnologia está presente na vida social das pessoas, já que selecionar um novo colaborador por meio de tantas ferramentas tecnológicas se torna mais fácil, pois aqueles que possuem redes sociais e são aptos as mudanças tecnológicas, serão mais facilmente selecionados do que aqueles que não possuem redes sociais. Mitter e Orlandini (2005) afirmam que o recrutamento online não deve se limitar apenas na divulgação das vagas, mas também utilizar das ferramentas tecnológicas para realizar a filtragem dos currículos, manter o banco de dados atualizados, realizar a triagem dos candidatos específicos para a vaga entre outras funções.

Segundo Chiavenato (2014) a internet transformou de forma significativa o processo de recrutamento, pois essa nova forma trouxe agilidade nos processos. Com a internet e as novas tecnologias a comunicação entre candidato e empresa se tornou mais rápida e acessível, tornando o processo mais simples. Ainda trazendo o contexto sobre as novas tendências na utilização da tecnologia e redes sociais, Silva et al. (2023) falam que as redes sociais se tornaram uma forma presente em relação a sua utilização para informações sobre os candidatos. Essas informações servem como base para realização de entrevistas, formações de bancos de talentos, porém essas

informações podem ser positivas ou negativas, caso o recrutador não tenha uma visão ampla sobre as qualificações do candidato.

Ferreira (2014, p.2) explica:

As redes sociais vêm ganhando espaço isso porque a internet transformou completamente nosso modo de interagir com as pessoas e o mundo, o que fez com que todos tivéssemos acesso a seu conteúdo, isso ganhou tanto espaço que as empresas começaram a ver determinados assuntos de diversos ângulos. Hoje algumas empresas já buscam candidatos por meio desta nova ferramenta, assim como candidatos buscam emprego. Para as empresas esse é um instrumento que auxilia os selecionadores a conhecer melhor os seus candidatos antes mesmo de realizar a entrevista, sendo um complemento no processo seletivo.

Conforme a autora explica, as mudanças estão acontecendo significativamente no meio pessoal e corporativo, fazendo com que as empresas se atualizem em sua forma de interagir com candidatos a vagas ofertadas. Ainda segundo Biazin e Assis (2024) com o avanço e desenvolvimento da tecnologia houve ampliação na forma de se comunicar, possibilitando a comunicação em um alcance maior. Com isso o uso da internet e das redes sociais, possibilitou que as informações fossem compartilhadas de diferentes locais e com mais agilidade.

Os avanços tecnológicos dentro da área de gestão de pessoas são diversos encontrando também sistemas de informação que auxiliam além do recrutamento e seleção de novos colaboradores, as outras demandas que compõem essa área. Nesse sentido a tecnologia se faz presente, participando ativamente nesse processo.

A introdução de novas tecnologias ou equipamentos, novos processos para elaborar os produtos ou serviços da organização, novos produtos e serviços ou desenvolvimento dos atuais produtos e serviços são sinais de que novas habilidades e competências devem ser adquiridas ou construídas pelas pessoas. (CHIAVENATO, 2014, p 318)

As redes sociais vêm ganhando cada vez mais espaço no ambiente corporativo, participando como ferramenta de recrutamento e seleção na área de gestão de pessoas. LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok e X (Twitter) são exemplos de redes sociais que são utilizadas para realização do recrutamento nas organizações. Segundo Aguilar (2020, p. 4), "as redes sociais, em especial o LinkedIn, têm-se consolidado como ferramentas estratégicas no processo de atração e seleção de candidatos, destacando-se no contexto do mercado das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em português."

2.4 ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO E AS REDES SOCIAIS

Ao ingressarem no ensino superior, os estudantes de administração buscam, na formação acadêmica, uma oportunidade de crescimento profissional e desenvolvimento no curso da área almejada. Devido a um mercado competitivo, onde as exigências por um profissional cada vez mais qualificado faz parte da dinâmica de transformação, utilizar de ferramentas que causem impactos positivos aos recrutadores, é um diferencial positivo de ampliação de suas competências e atribuições.

Cembranel et al. (2022, p. 14) destacam:

A cada ano, o mercado de trabalho recebe recém-formados. Muitos deles sem experiência para concorrer com profissionais que atuam há anos em empresas. Desses jovens, muitos sonham em construir uma carreira sólida e com reconhecimento profissional. Por esse motivo, é essencial que os estudantes comecem a traçar seus planos de carreira já na faculdade.

Em sua citação, o autor explica sobre como o estudante deve fazer o seu planejamento para concorrer a vagas no mercado trabalho, devido a concorrência e a diversificação de profissionais buscando uma oportunidade em uma organização.

Dentre tais transformações destaca-se a reestruturação produtiva, acarretando em uma nova dinâmica nas questões de trabalho. Devido ao fato de as organizações estarem inseridas em um contexto de alta competitividade, torna-se necessário que as mesmas busquem se adequar a essa dinâmica, o que é feito por meio da busca de profissionais competentes e flexíveis. (MURAD, 2017, p. 83)

Segundo a autora, o novo profissional busca por transformações positivas e sua adaptação é fundamental ao ambiente corporativo. Devido à grande demanda que acontece nas organizações de profissionais almejando um bom cargo e seus benefícios. Ainda seguindo as mudanças no ambiente educacional e corporativo, as redes sociais seguem causando mudanças no comportamento dos estudantes, em relação ao uso dessa ferramenta. Segundo Andreoli et al. (2019), ao longo do tempo, as redes sociais se tornaram relevantes no âmbito profissional, pois ampliam sua rede de conhecimento, colaboram com seus estudos e até ampliam seus contatos profissionais, fortalecendo conexões.

Para que se possa entender melhor a percepção do estudante em relação às redes sociais, deve-se considerar quais são os seus objetivos e o que ela pode agregar em seu desenvolvimento profissional.

Segundo Oliveira (2019, p. 63)

Considerando a crescente importância das redes sociais, é necessário compreender e enquadrar a importância das interações sociais/educacionais em redes sociais, acompanhar as mudanças tecnológicas e sociais, e monitorizar de perto estes ambientes, procurando formas de fortalecer vínculos e responder às exigências sociais dos estudantes.

De acordo com Silva et al. (2018) ao ingressarem no mercado de trabalho, os estudantes e aqueles recém-formados em administração, tem dúvidas em relação ao início de sua carreira, pois é criada toda uma expectativa em relação ao seu trabalho. As empresas, por sua vez, ao recrutarem, esperam que esses profissionais estejam preparados e capacitados para as demandas que irão aparecer no dia a dia do administrador. Como apontam Matsumoto et al. (2015) transformações acontecem diariamente no mercado de trabalho, buscando cada vez mais profissionais versáteis e com facilidade em adaptações.

Os estudantes de administração participam ativamente dessas mudanças do mercado devido ao seu perfil profissional abranger diferentes áreas e buscar atualização constante para acompanhar a evolução do mercado onde está inserido. Com isso, uma formação de ensino superior eficaz, é essencial para a formação do atual profissional de administração.

2.4.1 Centro acadêmico do agreste/UFPE/curso de administração

O curso de administração, ministrado na Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste – UFPE/CAA executa um papel fundamental na formação dos discentes, contribuindo para que novos profissionais estejam aptos a atuarem no mercado de trabalho. Com uma visão estratégica e consolidada a anos, a UFPE/CAA desenvolve um trabalho técnico, preparando seus discentes para as diversas práticas organizacionais. A instituição busca unir teoria e prática, incentivando o desenvolvimento de estudos que contribuam para o desenvolvimento em sociedade.

O Centro Acadêmico do Agreste (CAA) foi construído em 2006 e fez parte do processo de interiorização das universidades federais, sendo o primeiro campus inaugurado fora da sua área de origem (Recife). A expansão e interiorização da Universidade Federal de Pernambuco tem por objetivo contribuir para a formação profissional da região, trazendo inovação e conhecimento em suas atividades. O campus CAA deu início as suas atividades com cinco graduações que ao passar dos anos trouxe novos cursos de graduação em áreas como por exemplo de comunicação, licenciaturas, engenharias e saúde, contribuindo ainda mais para o crescimento da região. Também é oferecido programas de pós-graduação, fortalecendo ainda mais sua atuação acadêmica.

Atualmente, o curso de administração da UFPE/CAA conta com 654 estudantes vinculados (2025), distribuídos em diferentes períodos e em dois turnos de atuação (manhã e noite), vinculado ao núcleo de gestão. O curso oferece uma carga horária de 3120 horas, incluído cadeiras presenciais que envolvem teoria e estágio obrigatório, desenvolvendo a união da teoria e prática. Anualmente são oferecidas 160 vagas para ingresso, distribuídas em duas entradas e divididas igualmente entre os dois turnos.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho tem por objetivo buscar informações sobre uma área presente dentro das organizações, onde tem papel fundamental na construção de suas equipes de trabalho. Visando proporcionar um melhor entendimento e fundamentação ao presente trabalho, será descrito nesse capítulo a metodologia utilizada.

Sabe-se que a pesquisa se faz presente nas diversas esferas da sociedade – política, econômica, social, educacional –, e em diversos fenômenos e instâncias da vida social. Tem como objetivo promover e confrontar dados e informações sobre determinado assunto, a partir de um embasamento teórico sólido a respeito do objeto que está sendo pesquisado, por meio do estudo de um problema de interesse do pesquisador, proporcionando o conhecimento de aspectos da realidade e a criação de soluções para as problemáticas existentes.” (SANT ANA; LEMOS, 2018, p. 534)

Para iniciar a pesquisa, se faz necessário buscar informações que auxiliem na compreensão do tema proposto e forneça dados que contribuam na compreensão.

Refere-se aos métodos e procedimentos de coleta de dados seguidos para se alcançar os resultados da pesquisa. A metodologia de pesquisa varia conforme o tipo de trabalho escolhido pelo pesquisador, o tipo de área do conhecimento da qual faz parte e o tema destacado para o trabalho. (LIBÓRIO; TERRA, 2015, p 14)

Essa pesquisa tem uma abordagem quali-quantitativa e tem o objetivo de verificar como as redes sociais auxiliam no recrutamento e seleção dos estudantes ingressarem ao mercado de trabalho. A iniciativa dessa pesquisa ocorre devido às mudanças que acontecem no dia a dia e a forte presença das redes sociais no ambiente corporativo e pessoal. Vale destacar qual é a percepção dos estudantes em relação a como as empresas estão se adaptando a esse modelo de recrutar novos colaboradores.

Segundo Sant Ana e Lemos (2018) na pesquisa qualitativa a observação é utilizada com frequência, pois possibilita que o pesquisador crie uma conexão com o que está sendo estudado, avaliado. Com essa avaliação mais cautelosa, é criada uma perspectiva mais clara do que está sendo visto.

Cyriaco et al. (2017, p. 5) destacam:

A pesquisa qualitativa parte de questões amplas que vão se refinando ao longo do processo de coleta de dados.¹ A maior contribuição da pesquisa qualitativa é buscar entender o significado que determinado fenômeno tem na vida das pessoas, preferencialmente no ambiente natural do sujeito, com o propósito de viabilizar uma compreensão neutra e dinâmica do ser humano.

Em pesquisas cuja abordagem é quantitativa é observado a utilização de dados estatísticos e informações numéricas. Essa abordagem tem objetivo estatístico em muitos casos, com a finalidade de validar e interpretar resultados.

Silva, Dirceu da; Lopes, Evandro Luiz; Braga Junior, Sérgio Silva (2014, p. 17) afirmam:

Por outro lado, a pesquisa quantitativa por ser executada em amostras grandes e com critérios de abrangência de possibilidades pode – quando bem executada – permitir entender o que de fato uma área ou atividade ou segmento manifesta e assim permitir a tomada de decisão sobre uma questão de relevo gerencial.

Para orientar os procedimentos utilizados na pesquisa quali-quantitativa, utilizaram-se estudos realizados nesse procedimento metodológico, fazendo menção a sua utilização e sua contribuição ao meio acadêmico. Esse método contribuiu para a elaboração do presente estudo.

Com efeito, diversas pesquisas bem sucedidas utilizam técnicas eminentemente qualitativas em conjunto com outras quantitativas, por exemplo, conduzindo entrevistas ou grupos focais para preparar um questionário ou para ajudar a entender os resultados do survey. Em suma, ambas as abordagens podem ser consideradas complementares muito mais do que antagônicas, a despeito do esforço de alguns para enfatizar a dicotomia” (CANO, 2012, p. 110).

De acordo com Dal-Farra e Lopes (2013) os métodos qualitativo e quantitativo quando utilizados separadamente apresentam resultados relevantes, porém existem limitações citadas por pesquisadores. Em contrapartida, a utilização dos dois métodos juntos pode gerar resultados satisfatórios, porém com análise minuciosa realizada pelos pesquisadores devido às restrições de cada método existente.

Para coletar informações, foi utilizado um questionário com perguntas abertas e de múltipla escolha, onde o objetivo é entender as diferentes percepções dos estudantes, caracterizando a pesquisa como descritiva e exploratória. A pesquisa de campo realizada por meio de questionário tem por objetivo investigar e trazer

questionamentos sobre a forma de utilizar essa ferramenta “as redes sociais” e sua contribuição no ambiente organizacional.

Oliveira et al. (2016, p. 2) afirmam:

São vários os instrumentos que podem ser utilizados pelo pesquisador para garantir o êxito de sua pesquisa, no entanto é sempre importante lembrar que a escolha dos instrumentos de pesquisa não pode se dar de forma aleatória. Existe uma série de cuidados a serem observados no momento de escolher os instrumentos que serão utilizados na realização da pesquisa. Antes de fazer essa escolha é importante que o pesquisador reflita sobre algumas questões que podem nortear corretamente a sua decisão: Quais são os tipos de instrumentos de coleta de dados existentes? Quais instrumentos se adequam ao tipo de pesquisa que pretendo fazer? O instrumento ou instrumentos escolhidos ajudam a obter, de forma satisfatória, as informações que sejam precisas para chegar às conclusões que desejo com meu estudo?

O questionário produzido traz perguntas que facilita a compreensão do tema proposto e desperte a curiosidade dos participantes em trazer informações pertinentes para a pesquisa. O mesmo foi elaborado com perguntas objetivas e estruturadas com o propósito de estimular os estudantes e questionar sobre o tema que está sendo estudado. Utilizar dessa ferramenta para pesquisa de campo, permite que as informações sejam coletadas de forma padronizada, alcançando um público em diferentes faixas etárias, dentro do grupo a ser estudado.

Para Melo e Bianchi (2015) o questionário é uma ferramenta utilizada na construção da pesquisa como coletor de dados, onde sua importância é válida, pois motiva o andamento do trabalho.

O questionário foi estruturado ao público-alvo, que são os estudantes do curso de administração do 1º período ao 9º período e também discentes que estão sem período definido, que estão ingressos no mercado de trabalho ou que buscam seu primeiro emprego e também os que buscam estágio. Essa análise feita a esse grupo de pessoas, ajuda a compreensão e delimita o tema estudado, trazendo as diferentes percepções e experiência dos estudantes. Ao trazer o questionamento sobre o tema proposto junto aos estudantes, é visto as vantagens e desvantagens da utilização dessa ferramenta e como atualmente está a percepção dos estudantes em relação ao ambiente tecnológico por meio das redes sociais com foco no recrutamento e seleção.

A pesquisa foi realizada e aplicada no campus da Universidade Federal de Pernambuco, no Centro Acadêmico do Agreste (UFPE/CAA), com estudantes do curso de administração de diferentes períodos. O local escolhido para realização da

pesquisa ocorreu devido a percepção do autor em realizar questionamentos sobre a forma dos estudantes ingressarem no mercado de trabalho. A região também conhecida como um polo de empregabilidade, devido a fazer parte do polo têxtil onde dispõe de ofertas de emprego a estudantes que buscam uma oportunidade no mercado de trabalho. O questionário foi disponibilizado por meio do whatsapp, em grupos que os discentes estão inseridos, permitindo que o acesso fosse disponibilizado de forma mais rápida, onde foi respondido por 34 estudantes que compartilharam suas percepções em relação ao tema abordado.

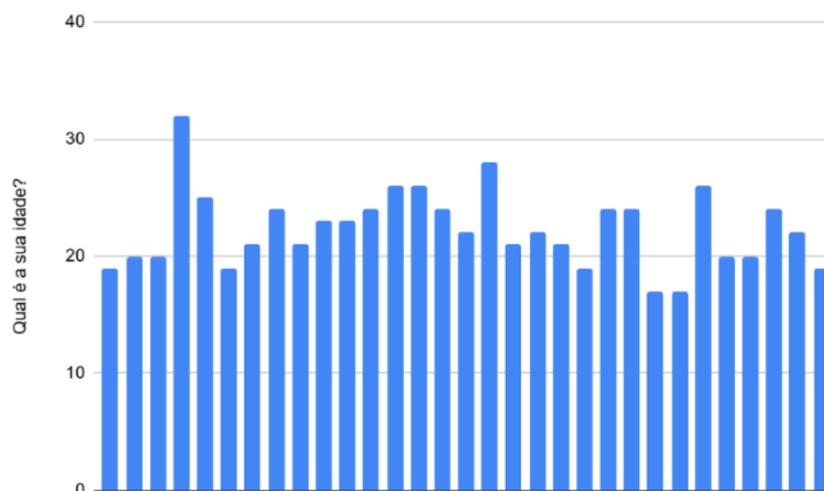
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse capítulo será abordado como foi realizada a análise da pesquisa, interpretando os dados obtidos por meio do questionário aplicado aos discentes. Os resultados serão analisados unindo a teoria citada no referencial teórico, trazendo embasamento entre teoria e prática.

4.1 PERFIL DOS PARTICIPANTES

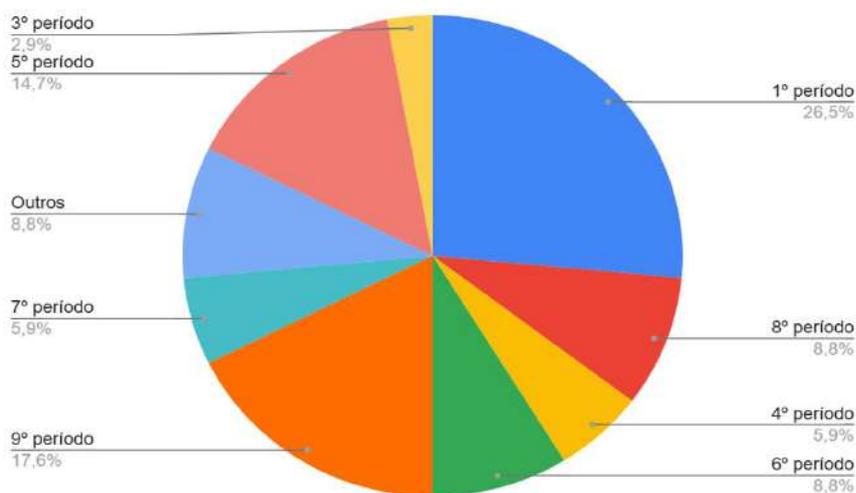
A faixa etária dos estudantes que participaram da pesquisa é de 17 a 32 anos, sendo discentes do 1º período ao 9º período e também discentes que estão sem período definido. Com essa abordagem, pode-se verificar as diferentes idades em diferentes períodos do ciclo de sua graduação e sua percepção acerca do tema estudado.

Gráfico 1 - Idade dos participantes



Fonte: O autor (2025).

Gráfico 2 - Período em que os participantes da pesquisa estão matriculados



Fonte: O autor (2025).

Para iniciar a análise de dados da pesquisa, foi realizado uma divisão em três categorias, seguindo a estruturação do questionário. Essa divisão em categorias, tem a finalidade de agrupar e organizar as informações recebidas, melhorando a compreensão do estudo realizado. As categorias foram divididas em:

- 1 – Ingresso dos estudantes no mercado de trabalho
- 2 – Recrutamento e seleção e as redes sociais
- 3 – Vantagens e desvantagens do recrutamento e seleção por meio das redes sociais.

4.2 INGRESSO DOS ESTUDANTES NO MERCADO DE TRABALHO

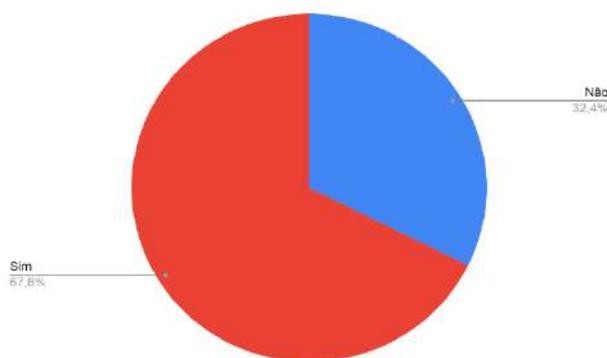
Nessa categoria, foram utilizados dados coletados por meio do questionário, onde foi perguntado aos estudantes como estava a sua situação atual em relação a empregabilidade. Foi questionado aos discentes se os mesmos já estavam empregados ou desempregados seja por meio de estágio ou trabalho, com o objetivo de compreender o posicionamento dos mesmos ao mercado de trabalho atualmente. Trazendo menção à pesquisa realizada com autores do referencial teórico, pode-se compreender o que os autores citaram:

Cembranel et al. (2022, p. 14) destacam:

A cada ano, o mercado de trabalho recebe recém-formados. Muitos deles sem experiência para concorrer com profissionais que atuam há anos em empresas. Desses jovens, muitos sonham em construir uma carreira sólida e com reconhecimento profissional. Por esse motivo, é essencial que os estudantes comecem a traçar seus planos de carreira já na faculdade.

Dos discentes que responderam à pesquisa, 67,6% já estão no mercado de trabalho, seja por meio de estágio ou trabalho e 32,4% ainda não estão empregados, buscando seu vínculo empregatício.

Gráfico 3 - Discentes empregados em estágio ou trabalho

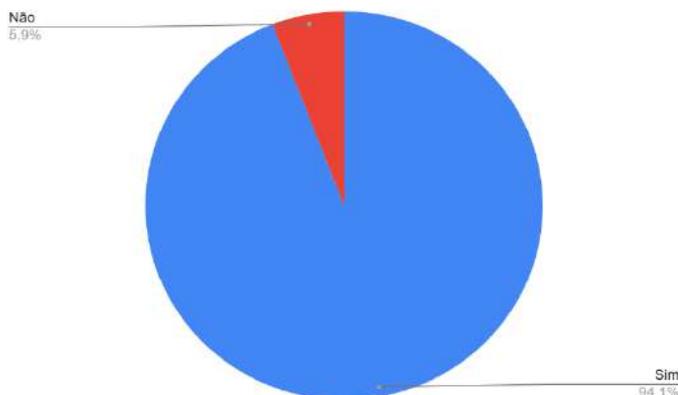


Fonte: O autor (2025).

Outra questão abordada na pesquisa foi a percepção do estudante em relação em relação às vagas de emprego divulgadas em redes sociais e se houve algum interesse em buscar por essa vaga, para que seja realizada a ingressão ao mercado ou até mesmo a busca por outras vagas de emprego. Trazendo referência ao que foi citado por Biazin e Assis (2024) no que diz respeito aos avanços tecnológicos e a ampliação mais rápida na forma de se comunicar.

Como resposta ao questionamento, foi gerado o seguinte gráfico trazendo informações, onde 32 estudantes responderam que já se interessaram por vagas disponibilizadas em redes sociais e 2 que não houve interesse.

Gráfico 4 - Divulgação/interesse em vagas ofertadas por redes sociais



Fonte: O autor (2025).

Seguindo a pesquisa, outra pergunta foi realizada de forma aberta aos estudantes sobre o ingresso ao mercado de trabalho. Foi perguntado se os mesmos já tinham ingressado ao mercado de trabalho por meio de vagas disponibilizadas por redes sociais ou se conhecem pessoas que ingressaram por meio delas.

As respostas coletadas se referem aos discentes enumerados por: discente 4, discente 14, discente 22 e discente 27.

“Sim. Uma conhecida minha viu uma divulgação de uma empresa no Instagram, mandou currículo e foi contratada”. (Discente 4).

“Sim, um colega conseguiu uma vaga como auxiliar administrativo através de um post no Instagram, viu a postagem e entrou em contato, passou os processos seletivos e foi contratado”. (Discente 14)

“Por meio do Instagram, vi postagem de vaga e a partir dos dados de contato presentes na imagem enviei meu currículo, onde fui chamado para entrevista presencial. Para conhecidos meus, o processo foi o mesmo”. (Discente 22).

“Atualmente, no meu estágio, trabalhamos com processos seletivos, então constantemente acompanho a jornada dos candidatos até a contratação”. (Discente 27).

O discente 4 relata sobre o ingresso e a fonte utilizada na em sua contratação e como ocorreu. Já o discente 14, encontrou uma vaga divulgada por uma empresa através de uma rede social, buscou o contato e foi contratado. O discente 22 relata todo o processo e que depois da divulgação (recrutamento) foi realizada a entrevista presencial para que ocorra a seleção dos candidatos. O discente 27 relata o processo utilizado seletivo que é utilizado e o seu acompanhamento perante os candidatos.

As falas dos discentes interagem com o que foi falado por Chiavenato (2014) onde diz que a internet transformou o processo de recrutar, pois tornou a comunicação rápida e acessível, possibilitando a comunicação mais eficiente entre o candidato e o recrutador.

4.3 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO E AS REDES SOCIAIS

Nessa categoria será abordado como as redes sociais está auxiliando os discentes em relação ao recrutamento e seleção segundo suas opiniões. As informações obtidas foram coletadas por meio do questionário, buscando extrair suas experiências em meio a diversificação de informações que as redes sociais nos proporcionam ao logo de sua rotina.

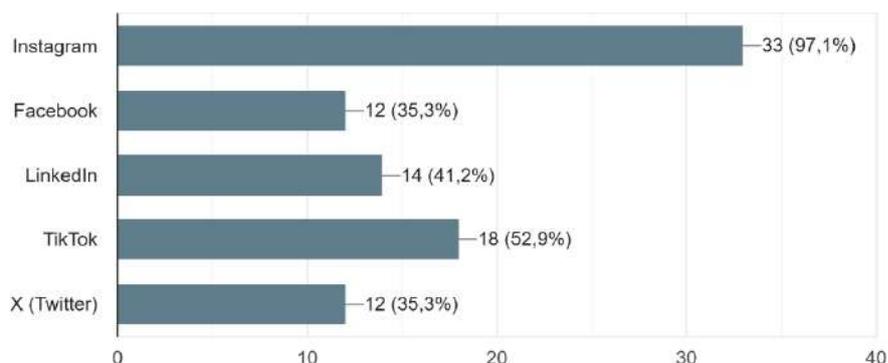
Para iniciar os questionamentos dessa seção, afim de obter informações válidas e entender quais redes sociais eram mais utilizadas por eles, teve início perguntando quais redes sociais atualmente os estudantes mais utilizavam no seu dia a dia. Essa pergunta teve o objetivo de entender por onde os estudantes compartilhavam conhecimento, ideia e buscavam conexões em sociedade. No questionário disponibilizado foi colocado cinco redes sociais atualmente conhecidas e utilizadas pelo público em geral. As redes sociais que serviram como base para formulação da pergunta de pesquisa foram: Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok e X (twitter).

Os respondentes poderiam informar mais de uma rede social (até mesmo as cinco disponibilizadas) pois o objetivo é entender em quais redes sociais os discentes estão inseridos atualmente. O seguinte gráfico mostra as redes sociais mais utilizadas pelos estudantes:

Gráfico 5 - Quais redes sociais os discentes utilizam?

Quais redes sociais você utiliza? (assinalar mais de uma rede social, caso tenha)

34 respostas



Fonte: O autor (2025).

A pergunta realizada e as respostas obtidas fazem conexão ao que foi citado no referencial teórico onde Lima (2013) faz referência em como as redes sociais são formadas, seja por pessoas ou até mesmo organizações e o interesse coletivo de compartilhar informações e conhecimentos.

Com base nas respostas obtidas diante dos discentes estarem inseridos em redes sociais, foi realizada mais duas perguntas que tem o objetivo de relacionar o tema recrutamento e seleção com as redes sociais e sua utilização como ferramenta no ambiente corporativo. As perguntas feitas aos discentes têm relação com suas percepções em relação a divulgação de novas oportunidades de emprego e também por quais redes sociais eram utilizadas por recrutadores. Como resposta foram obtidos os seguintes dados, em relação ao que foi perguntado:

Gráfico 6 - Percepção dos discentes em relação a divulgação de vagas de emprego em redes sociais

Na sua percepção, você considera as redes sociais uma fonte de divulgação para novas vagas de emprego?

34 respostas

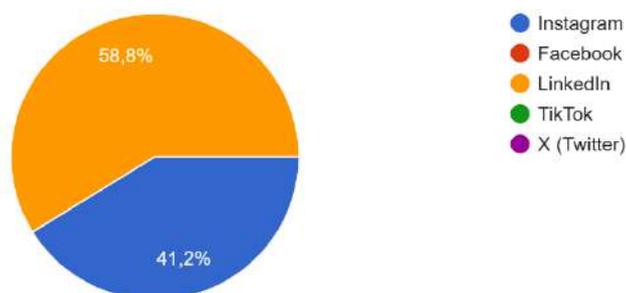


Fonte: O autor (2025).

Gráfico 7 - Redes sociais mais utilizadas por recrutadores na percepção do discente

Quais redes sociais na sua percepção são mais utilizadas por recrutadores para divulgação e recrutamento de novos colaboradores?

34 respostas



Fonte: O autor (2025).

Como respostas às perguntas realizadas, foi obtido o “sim” em unanimidade com relação ao uso das redes sociais como fonte de divulgação de novas vagas de emprego. Sobre quais redes sociais mais utilizadas, a pesquisa trouxe destaque a duas redes sociais mais utilizadas pelos recrutadores, que são o LinkedIn e o Instagram como fonte de divulgação, segundo a opinião dos discentes do curso de administração.

Essa resposta, aproxima sobre o que o autor trouxe sobre a utilização das redes sociais, no processo de recrutamento e seleção. “As redes sociais representam uma ferramenta estratégica para o recrutamento, ampliando o alcance e possibilitando a atração de talentos que não estariam acessíveis por meios tradicionais.” (MIGLIOLLI, 2018, p. 67)

Seguindo o cronograma de perguntas e fazendo conexão as respostas obtidas anteriormente, foi realizada uma pergunta aberta no questionário sobre o ingresso ao mercado de trabalho e seu recrutamento e seleção, onde eles pudessem descrever por onde ocorreu. As respostas coletadas estão enumeradas como discente 3, discente 14, discente 27 e discente 29:

“Através de links divulgados por LinkedIn”. (Discente 3)

“Por meio de divulgação de vagas por redes sociais”. (Discente 14)

“Para empregos: Instagram e grupos de whatsapp”. (Discente 27)

“Já ingressei em uma vaga por meio do WhatsApp, foi divulgado em um grupo do 3º ano do E.M e fui selecionada”. (Discente 29)

Nas respostas obtidas, é visto como as redes sociais auxiliou os estudantes na busca por emprego e as oportunidades obtidas, utilizando as redes sociais como ferramenta. É evidenciado que as organizações se propuseram a divulgar suas ofertas de emprego, ampliando a forma de comunicação e utilizando a ferramenta ativamente dentro do cenário da gestão de pessoas, na contratação de novos colaboradores. Essa iniciativa em utilizar a inovação tecnológica ao seu favor, vem transformando o cenário de recrutamento das organizações atualmente.

Esse cenário de transformações tecnológicas reflete no que foi citado por Aragão e Miranda (2023) no referencial teórico, onde falam sobre o novo método desenvolvido no recrutamento e as adaptações que as empresas estão realizando em relação a utilização de ferramentas digitais.

4.4 VANTAGENS E DESVANTAGENS DO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO POR MEIO DAS REDES SOCIAIS

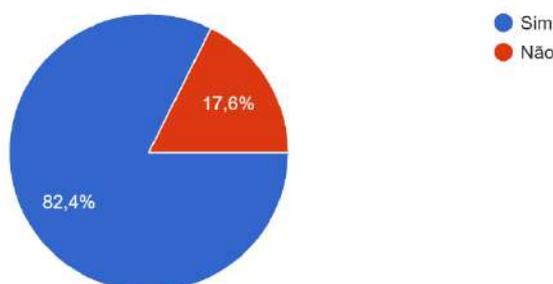
Na categoria em questão, foi analisado quais as vantagens e desvantagens que as redes sociais apresentam em relação ao recrutamento e seleção com a utilização das redes sociais como ferramenta. Com o questionário disponibilizado, foi realizado a triagem das informações com base na percepção e opinião que os discentes disponibilizaram, respondendo o questionário. As perguntas utilizadas para essa categoria, englobam o contexto de analisar a percepção dos discentes na utilização da ferramenta para recrutar e selecionar, vantagens e desvantagens e opinião dos estudantes em relação a sua imagem pessoal vinculada a rede social, como critério de seleção.

Para iniciar, foi perguntada a opinião dos discentes em relação a utilização das redes sociais na ótica das empresas, com o objetivo de sua utilização como fator diferencial no recrutamento e seleção, divulgando novas vagas de emprego. Foi obtido como resposta por 28 estudantes da pesquisa que as empresas utilizam e estão atualizando a forma de recrutar e selecionar, porém 6 estudantes responderam que as empresas não utilizam as redes sociais como meio de comunicação e divulgação de novas vagas no mercado de trabalho. Conforme segue o gráfico 8, exemplificando a pesquisa realizada.

Gráfico 8 - Percepção dos discentes em relação as empresas em relação a divulgação de novas vagas de emprego

Na sua opinião, as empresas estão se atualizando em relação a divulgação de novas vagas de emprego por meio das redes sociais?

34 respostas



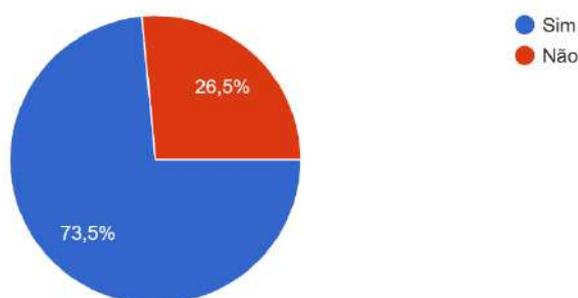
Fonte: O autor (2025).

Outro ponto analisado na pesquisa foi sobre a imagem pessoal como fator influenciador na seleção, onde 25 estudantes responderam que a imagem pessoal nas redes sociais influencia como fator na seleção e 9 responderam que não influencia. Essa percepção dos estudantes evidencia como as redes sociais podem causar impacto e preocupação com relação ao ambiente corporativo. Para melhor exemplificação, foi gerado um gráfico mostrando a opinião dos respondentes.

Gráfico 9 - Imagem pessoal como critério de seleção

Na sua percepção, as empresas utilizam a imagem pessoal dos participantes nas redes sociais como critério de seleção?

34 respostas



Fonte: O autor (2025).

Também foram analisadas quais as vantagens e desvantagens de utilizar as redes sociais como fator de recrutamento e seleção. Nessa pergunta, os discentes opinaram com suas experiências e visões do mercado de trabalho. Para melhor evidenciar as respostas, estão enumerados por discente 7, discente 21, discente 13 e discente 26.

“Vantagens seriam o alto alcance de disseminação das vagas, fácil inscrição e rápido acesso. Desvantagem seria uma avalanche de inscritos caso as vagas não sejam muito bem filtradas e direcionadas”. (Discente 7)

“Vantagens: maior alcance da divulgação da vaga, mais rapidez e facilidade na comunicação entre recrutador e candidato. Desvantagem: julgamento preconceituoso acerca da imagem pessoal do candidato como critério de seleção”. (Discente 13)

“vantagem - rápido acesso à informação de vagas, maior divulgação e a desvantagem - maior concorrência, devido o acesso mais disseminado sobre a vaga disponível”. (Discente 21)

“A vantagem é que pode alcançar diversas pessoas de uma forma simples e a desvantagem seria atrair atenção de pessoas não qualificadas”. (Discente 26)

Nas falas dos discentes 7, 13, 21 e 26, é exemplificado sobre a vantagem que as redes sociais tem em relação à divulgação da vaga ofertada, seja em relação a estágio ou emprego. Essa amplitude na divulgação utilizando as redes sociais, ultrapassa limites geográficos que dificilmente seria expandido anteriormente, sem a utilização dessa prática como ferramenta de divulgação.

Essas falas mostram como está a percepção dos estudantes, trazendo associação ao que foi mencionado no referencial teórico pelo autor.

Ferreira (2014, p.2) explica:

As redes sociais vêm ganhando espaço isso porque a internet transformou completamente nosso modo de interagir com as pessoas e o mundo, o que fez com que todos tivéssemos acesso a seu conteúdo, isso ganhou tanto espaço que as empresas começaram a ver determinados assuntos de diversos ângulos. Hoje algumas empresas já buscam candidatos por meio desta nova ferramenta, assim como candidatos buscam emprego. Para as empresas esse é um instrumento que auxilia os selecionadores a conhecerem melhor os seus candidatos antes mesmo de realizar a entrevista, sendo um complemento no processo seletivo.

Seguindo a análise com base nas respostas dos estudantes, é visto que cada uma evidência uma preocupação diferente no recrutamento e seleção, apontando desvantagens a utilização das redes sociais. Essas desvantagens trazem questionamentos as organizações, possibilitando aperfeiçoamento constante na sua utilização. O discente 7 faz referência a quantidade de informações que as empresas podem receber, caso a vaga disponibilizada não esteja bem estruturada, causando retrabalho na triagem das informações. O discente 13 faz menção em como a imagem pessoal pode afetar na seleção do candidato. Essa preocupação é evidenciada por outros estudantes, conforme pesquisa realizada e mencionada anteriormente. O discente 21 retrata sobre a ampla concorrência em sua divulgação e por consequência

uma disputa maior para conseguir a vaga de emprego. O discente 26, trouxe uma observação sobre a divulgação da vaga abertamente, trazer pessoas não qualificadas e assim causar o retrabalho na triagem dos candidatos.

Com base na pesquisa realizada, foi identificado importantes informações que contribuíram para o entendimento do presente estudo, com a percepção do estudante do curso de administração, ressaltando a utilização das redes sociais no processo de recrutamento e seleção.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como finalidade analisar a utilização das redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção, com foco na percepção dos estudantes do curso de administração da UFPE/CAA.

Com o propósito de responder à pergunta de pesquisa e os objetivos específicos, a presente pesquisa mostra que as respostas coletadas evidenciam que os objetivos propostos foram alcançados e respondidos. A pesquisa de campo realizada por meio de questionário e respondida pelos discentes do curso de administração, trouxe dados relevantes sobre a atual percepção dos estudantes diante da busca por oportunidades no mercado de trabalho, com foco na ferramenta utilizada que são as redes sociais. A pesquisa buscou correlatar a teoria e prática, criando conexão entre o tema proposto, referencial teórico e questionário em sua pesquisa de campo, trazendo elementos que despertassem questionamentos e experiência dos participantes.

Para cada objetivo específico foi feita a análise e a compreensão com auxílio das informações fornecidas pelos discentes. No primeiro objetivo específico pode-se observar sobre o ingresso ao mercado de trabalho, onde os discentes se interessam por vagas divulgadas em redes sociais, trazendo uma atenção para empresas que divulgam novas oportunidades no mercado de trabalho. Também é confirmado na pesquisa sobre o ingresso dos mesmos (discentes) e de terceiros por meio da divulgação das vagas de emprego. No segundo objetivo específico é analisado sobre a utilização das redes sociais como ferramenta, verificando em qual ambiente (redes sociais) os discentes estão inseridos e se na percepção dos discentes as redes sociais é uma fonte de divulgação, obtendo a resposta afirmativa de todos os participantes da pesquisa. Outro ponto de análise foi qual rede social na percepção dos discentes é mais eficaz no recrutamento e seleção e para os que estão empregados, qual foi a fonte utilizada (rede social) para ingressar ao ambiente corporativo, onde foram obtidas como resposta as redes sociais Instagram e LinkedIn.

No terceiro objetivo específico da pesquisa é analisado quais vantagens e desvantagens do recrutamento e seleção com utilização da ferramenta (redes sociais) sobre a percepção dos estudantes. Foi visto que os discentes acreditam que as redes sociais têm como vantagem a divulgação rápida das informações, trazendo amplitude e abrindo oportunidades a diversos candidatos em diferentes locais e regiões. Como

desvantagem relatam sobre os cuidados que se deve ter na divulgação de uma vaga de emprego para que não ocorra retrabalho na triagem dos candidatos.

Com relação a pergunta de pesquisa realizada no presente trabalho: “De que forma as redes sociais são utilizadas como ferramentas no processo de recrutamento e seleção dos estudantes universitários do curso de administração UFPE/CAA para ingressarem no mercado de trabalho?” é respondida, onde foi visto que as organizações estão inovando na sua forma de recrutar e selecionar, trazendo novas oportunidades para os estudantes ingressarem ao mercado de trabalho e até mesmo buscar novas oportunidades para aqueles que já estão inseridos. As redes sociais se caracterizam como uma ferramenta de inovação nos processos da gestão de pessoas, com foco na captação de novos colaboradores para as organizações. Como sugestão para trabalhos futuros, um tema pertinente é sobre a imagem do discente nas redes sociais como fator de seleção, pois a pesquisa mostrou uma atenção no processo de recrutar e selecionar na percepção dos discentes.

A motivação do presente trabalho é sobre acompanhar as inovações que o ambiente corporativo está passando e contribuir para que novos processos dentro da gestão de pessoas seja realizado de forma eficaz. A sociedade passa por mudanças tecnológicas constantes e a visão estratégica do administrador com auxílio das novas ferramentas é fundamental para o crescimento do colaborador e o crescimento organizacional.

REFERÊNCIAS

- AGUILAR, Afonso Fonseca de. *O LinkedIn como ferramenta de recrutamento: a perspectiva dos recrutadores no setor das Tecnologias de Informação e Comunicação*. 2020. Dissertação (Mestrado em Gestão de Recursos Humanos) – Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisboa, 2020. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/ce41f4cd291f1dbf32e361df51e81ea6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 16 jul. 2025
- ANDREOLI, Taís Pasquotto; LEONARDO, Sandra Bergamini; FARINA, Milton Carlos; DE LIMA, Ana Boteon. REDES FORMAIS E INFORMAIS ENTRE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: Uma análise e comparação de suas estruturas gerais, similaridades e diferenças. *Gestão & Regionalidade*, [S. l.], v. 35, n. 106, 2019. DOI: 10.13037/gr.vol35n106.5284. Disponível em: https://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/gr.v35i106.5284. Acesso em: 22 jul. 2025.
- ANTÓNIO, Maria Isabel dos Santos Rodrigues. Influência no processo de recrutamento e seleção na execução das tarefas dos funcionários. *RECIMA21*, [S. l.], v. 5, n. 4, p. e545174, 2024. DOI: <https://doi.org/10.47820/recima21.v5i4.5174>. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/5174>. Acesso em: 27 jun. 2025.
- BIAZIN, Gabrielle Anita; ASSIS, Leandro Martins de. Empregabilidade de redes sociais no processo de seleção e recrutamento: um estudo com base em empresas do setor do varejo na região do Norte Pioneiro do estado do Paraná. *Universitas: Revista Científica da Unifanorpi*, [S. l.], v. 2, n. 2, 2023. Disponível em: <https://fanorpi.com.br/universitas/index.php/revista/article/view/283>. Acesso em: 6 jul. 2025.
- BLUMEN, Daniel; CEPellos, Vanessa Martines. Dimensões do uso de tecnologia e Inteligência Artificial (IA) em Recrutamento e Seleção (R&S): benefícios, tendências e resistências. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 369–386, abr./jun. 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/90397>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- BORGES, Karen Eustáquio de O.; COSTA, Luís Henrique M.; SILVA, Maria Eduarda F.; TORRES, Maria Eduarda R.; SANTOS, Thiago Henrique da S.; SANTOS, Vitória Batista dos. *A evolução histórica do departamento pessoal e recrutamento*. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Técnico em Recursos Humanos) – ETEC Prof. Carmine Biagio Tundisi, Centro Paula Souza, Atibaia, 2023. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/13455>. Acesso em: 14 jul. 2025.
- CANO, Ignacio. Nas trincheiras do método: o ensino da metodologia das ciências sociais no Brasil. *Sociologias*, Porto Alegre, v. 14, n. 31, p. 94–119, set./dez. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/QC6rphm93gZgXmt6FSqWJys/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

CHIAVENATO, Idalberto. *Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CORADINI, J. R.; MURINI, L. T. Recrutamento e seleção de pessoal: como agregar talentos à empresa. *Disciplinarum Scientia. Série: Ciências Sociais Aplicadas*, v. 5, n. 1, p.55–78, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufn.edu.br/index.php/disciplinarumSA/article/view/1494>. Acesso em: 3 jun. 2025.

CRUZ, Walter Cristóvão da. Gestão de pessoas: um estudo acerca do recrutamento e seleção de pessoal. *Revista OWL*, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 1-10, 2023. Disponível em: <https://www.revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/6/4>. Acesso em: 25 maio. 2025

CYRIACO, Aline Figueiredo Falcão; NUNN, Danny; AMORIM, Rivadávio Fernandes Batista de; FALCÃO, Denise Pinheiro; MORENO, Heitor. Pesquisa qualitativa: conceitos importantes e breve revisão de sua aplicação à geriatria/gerontologia. *Geriatrics, Gerontology and Aging*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 4–9, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/7397/739780700012.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2025.

DAL-FARRA, Rossano André Paulo; LOPES, Tadeu Campos. Métodos mistos de pesquisa em educação: pressupostos teóricos. *Nuances: Estudos sobre Educação*, Presidente Prudente, v. 24, n. 3, p. 67–80, set./dez. 2013. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/Nuances/article/view/2698>. Acesso em: 10 ago. 2025.

FERREIRA, Franciele Silva; VARGAS, Eudes Cristiano. A importância do processo de recrutamento e seleção de pessoas no contexto empresarial. *Estação Científica (UNIFAP)*, Macapá, v. 4, n. 2, p. 67–84, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/estacao/article/view/1123>. Acesso em: 19 jun. 2025.

FERREIRA, G. C. *Redes Sociais de Informação: uma história e um estudo de caso*. Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, p. 208–231, set. 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362011000300013&lang=pt. Acesso em: 1 jul. 2025

FERREIRA, Jacqueline Pereira. *A utilização de redes sociais em uma empresa do DF como ferramenta no processo seletivo dos candidatos*. Brasília, 2014. Monografia (Graduação em Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos) – Centro Universitário de Brasília – UNICEUB, Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/5381/1/21000440.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2023.

FIGUEIRAS, Bruna S.; FELISBINO, Giovana S.; FELIZARDO, Tainá A. P.; FONSECA, Bruna G. A importância do recrutamento e seleção na organização: tipos de entrevista. *Revista Científica da UNILAGO*, São José do Rio Preto, v. 1, n. 1, p. 117–128, 2019. Disponível em: <https://revistas.unilago.edu.br/index.php/revista->

[cientifica/article/view/172/150](#).

Acesso em: 20 jun. 2025.

FREITAS ARAGAO, Jocileide; MIRANDA, Elcivan Bezerra. A Influência das Plataformas Digitais como Ferramenta no Processo de Recrutamento e Seleção. ID on line. *Revista de psicologia*, [S. l.], v. 17, n. 66, p. 341–351, 2023. DOI: 10.14295/online.v17i66.3774. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3774>. Acesso em: 5 jul. 2025.

<https://www.ufpe.br/administracao-bacharelado-cao>. Acesso em: 09 ago. 2025.

<https://www.ufpe.br/cao>. Acesso em: 09 ago. 2025.

JOÃO PAULO II. *Cruzando o limiar da esperança*. Tradução de Luiz Paulo Horta. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.

LEMES, Aline Garcia; WESCHENFELDER, Gelson. A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. *Revista de Administração do Cesuca*, Taquara, v. 2, n. 3, p. 20–32, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistaadministracao/article/view/834>. Acesso em: 1 jul. 2025.

MATSUMOTO, A. S.; PEREIRA, S. E.; FONSECA, F. R.; VIEIRA, M. N. Análise dos fatores que levam os estudantes a optarem pelo Curso de Administração. *Revista ADMPG*, [S. l.], v. 8, n. 1, 2015. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/admpg/article/view/14063>. Acesso em: 10 ago. 2025.

MELO, Amanda Cruz; ANDRADE, Jailza do Nascimento Tomaz. Recrutamento e seleção: do analógico ao digital. *Id on Line: Revista de Psicologia*, v. 17, n. 61, p. 1324–1335, maio 2023. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3767>. Acesso em: 19 jun. 2025.

MELO, Waisenhowerk Vieira de; BIANCHI, Cristina dos Santos. Discutindo estratégias para a construção de questionários como ferramenta de pesquisa. *Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia*, Curitiba, v. 8, n. 3, p. ..., maio-ago. 2015. DOI:10.3895/rbect.v8n3.1946. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rbect/article/view/1946/2179> . Acesso em: 28 jul. 2025.

MOREIRA, Fabiano Greter. A importância da gestão estratégica no recrutamento e seleção de pessoal nas organizações. *Práticas de Administração Pública*, v. 1, n. 2, p. 57–70, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/PAP/article/view/2648>. Acesso em: 24 jun. 2025.

MURAD, I. O MERCADO DE TRABALHO NA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO: analisando a formação profissional e as demandas das organizações. *REVISTA FOCO*, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 82–97, 2017. DOI: 10.21902/jbslawrev.foco.v10i2.197. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/197>. Acesso em: 10 ago. 2025.

NUNES, Wilsomar Pessoa. *Cultura e clima no contexto organizacional*. Semana Acadêmica, 2017. Disponível em: <https://www.semanaacademica.org.br/artigo/cultura-e-clima-no-contexto-organizacional>. Acesso em: 14 jul. 2025.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de et al. O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas. In: III Congresso Nacional de Educação. 2016. p. 1-13.

OLIVEIRA, Luciana. Gestão do Relacionamento Social com o Estudante: comunicação educativa em redes sociais. *Sensos-e, [S. l.]*, v. 6, n. 3, p. 61–73, 2019. DOI: 10.34630/sensos-e.v6i3.3102. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/sensos/article/view/3102>. Acesso em: 22 jul. 2025.

OLIVEIRA, Patrícia Morilha de; LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Avaliação da gestão de programas de qualidade de vida no trabalho. *RAE-eletrônica*, v. 4, n. 1, p. 1–19, jan./jun. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/raeel/a/SnkKp13ByL98UwVfBzX94Dr/?lang=pt>. Acesso em: 19 jun. 2025.

PEDRO, W. J. A. Gestão de Pessoas nas Organizações. *Revista Brasileira Multidisciplinar, [S. l.]*, v. 9, n. 2, p. 81-86, 2005. DOI: 10.25061/2527-2675/ReBraM/2006.v9i2.268. Disponível em: <https://www.revistarebram.com/index.php/revistauniara/article/view/268>. Acesso em: 17 jun. 2025

PESTANA, Maria Cláudia; PIRES, Pedra Margarete de Siqueira Guidil; FUNARO, Vânia Martins Bueno de Oliveira; UTUYAMA, Assako Sumiyasu; PACHECO, Floripes de Moura; GUIMARÃES, Teresa Beatriz Nunes. Desafios da sociedade do conhecimento e gestão de pessoas em sistemas de informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 32, n. 2, p. 77–84, maio/ago. 2003. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652003000200009>

SALOMÃO, P. E. A. et al. Recrutamento e seleção estratégica: o desafio de atrair e reter talentos certos. *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro*, v. 1, n. 2, p. 1–10, 2025. DOI: 10.61164/rnm.v1i2.3517. Disponível em: <https://revista.unipacto.com.br/index.php/multidisciplinar/article/view/3517/3551>. Acesso em: 27 jun. 2025.

SGARBOSSA, M.; MOZZATO, A. R. Ações da gestão de pessoas que contribuem para o florescimento no trabalho: revisão integrativa de literatura. *Revista Administração em Diálogo - RAD, [S. l.]*, v. 23, n. 3, p. 133–152, 2022. DOI: 10.23925/2178-0080.2021v23i3.52152. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/52152>. Acesso em: 18 jun. 2025

SILVA, Andressa Cruz Pereira; ALBUQUERQUE, Joyce da Silva. As redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção. *Business Journal*, v. 11, n. 1, p. xx-xx, 2019. Disponível em:

<https://www.cognitionis.inf.br/index.php/businessjournal/article/view/CBPC2674-6433.2019.001.0002>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SILVA, Francine Souza; SILVA, Francielle Molon da. *As redes sociais virtuais e a sua influência nos processos de recrutamento e seleção*. Revista de Carreiras e Pessoas, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 241-261, 2021. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/47266>. Acesso em: 18 maio 2025.

SILVA, Leila de Lima e; SILVA, Paula de Lima e; BONINI, Luci Mendes de Melo; SPAOLONZI, Liana Aparecida. Recrutamento e seleção com o auxílio das tecnologias de informação e comunicação: uma revisão da literatura. *Tecnologia & Linguagem*, v. 13, n. 2, p. 64–79, 2021. Disponível em: <http://www.revista.fatecbt.edu.br/index.php/tl/article/view/910/515>. Acesso em: 6 jul. 2025.

SILVA, M. D.; COLOMBELLI, G. L.; PORTO, A.; JUNIOR, D. L.; DE BARROS, R. S. A percepção de acadêmicos e egressos dos cursos de Administração de Cachoeira do Sul/RS em relação ao mercado de trabalho. *REVISTA ENIAC PESQUISA*, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 206–222, 2018. DOI: 10.22567/rep.v7i2.501. Disponível em: <https://ojs.eniac.com.br/index.php/EniacPesquisa/article/view/501>. Acesso em: 23 jul. 2025.

SOUZA NETO, Rômulo Andrade de; DIAS, Gabriela Figueiredo; RAMOS, Anatólia Saraiva Martins; MARTINS, Igor Felipe de Oliveira; SOUSA NETO, Manoel Veras de. Recrutamento e Seleção nas Redes Sociais: A Percepção dos Estudantes de Administração da UFRN. *Revista Organizações em Contexto*, São Bernardo do Campo, v. 11, n. 22, p. 313–346, dez. 2015.

VIEIRA, Lidiane. A importância da gestão de pessoas nas organizações. *Humanidades & Inovação*, Palmas, v. 1, n. 2, 2014. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/16>. Acesso em: 17 jun. 2025.

WALLACE PEREIRA SANT ANA; GLEN CÉZAR LEMOS. METODOLOGIA CIENTÍFICA: a pesquisa qualitativa nas visões de Lüdke e André. *Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar*, [S. l.], v. 4, n. 12, 2020. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/RECEI/article/view/1710>. Acesso em: 27 jul. 2025.

XAVIER, Ricardo de Almeida Prado. *Gestão de pessoas na prática: os desafios e as soluções*. 1. ed. São Paulo: Gente, 2006.

**APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DISPONIBILIZADO AOS DISCENTES DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – UFPE/CAA**

Tema: O uso das redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção

1º Qual é a sua idade?

2º Em qual período do curso de administração você se encontra?

- 1º período
- 2º período
- 3º período
- 4º período
- 5º período
- 6º período
- 7º período
- 8º período
- 9º período
- Outros

3º Você está atualmente empregado (estágio ou trabalho)?

- Sim
- Não

4º Quais redes sociais você utiliza? (assinalar mais de uma rede social, caso tenha)

- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- TikTok
- X (Twitter)

5º Você já se interessou por alguma vaga de emprego (estágio ou trabalho) divulgada em alguma rede social?

Sim

Não

6º Você ou outra pessoa que conhece já conseguiu uma vaga de emprego (estágio ou trabalho) por meio das redes sociais? Descreva como se deu o processo.

7º Na sua percepção, você considera as redes sociais uma fonte de divulgação para novas vagas de emprego?

Sim

Não

8º Quais redes sociais na sua percepção são mais utilizadas por recrutadores para divulgação e recrutamento de novos colaboradores?

Instagram

Facebook

LinkedIn

TikTok

X (Twitter)

9º Na sua opinião, as empresas estão se atualizando em relação a divulgação de novas vagas de emprego por meio das redes sociais?

Sim

Não

10º Quais os meios que você já utilizou para ingressar em estágios ou trabalho?

11º Na sua opinião, quais seriam as vantagens e desvantagens de utilizar as redes sociais como forma de ingressar no mercado de trabalho?

12º Na sua percepção, as empresas utilizam a imagem pessoal dos participantes nas redes sociais como critério de seleção?

Sim

Não