

CAPÍTULO 19

O IMPACTO DA TELEFONIA MÓVEL E DAS MÍDIAS SOCIAIS NO DESEMPENHO DOS COLABORADORES DE UMA EMPRESA DO SETOR EDUCACIONAL

Francisca Leiliene Sousa Siqueira

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Inta(UNINTA), Graduada em Gestão de Recursos pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA) , Especialista em Gestão Educacional pelo Centro Universitário Inta (UNINTA). Centro Universitário Inta -UNINTA, Sobral – CE, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/7998642613808731>

Andreia Medeiros de Almeida

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Inta(UNINTA), Graduada em Gestão de Recursos pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA), Esp. em Gestão e Liderança pelo Centro Universitário Inta (UNINTA). Centro Universitário Inta -UNINTA, Sobral – CE, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/4873178740986529>

Larice Lourenço de Sá

Graduanda em Psicologia pela Universidade Maurício de Nassau-UNINASSAU, Graduada em Gestão de Recursos Humanos pelo Instituto de Estudos e Pesquisas do Vale do Acaraú (IVA), Esp. em Neuropsicologia e avaliações neuropsicológicas e Psicologia das organizações pela Universidade Anhaguera (UNIDERP). Universidade Maurício de Nassau-UNINASSAU, Sobral– CE, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/4950485441292612>

Maria Janaina Duarte Sousa

Graduanda em Psicologia pelo Centro Universitário Inta (UNINTA). Centro Universitário Inta -UNINTA, Sobral – CE, Brasil
<https://lattes.cnpq.br/2910249147398027>

Thayza de Freitas Parente

Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Ceará (UFC), Graduada em Administração pelo Centro Universitário Inta (UNINTA), Esp. em Gestão Financeira pelo Centro Universitário Inta (UNINTA), Esp. em Gestão Pública pelo Centro Universitário Inta (UNINTA), Esp. em Gestão de Pessoas e Liderança pelo Centro Universitário Inta(UNINTA). Centro Universitário Inta -UNINTA, Sobral – CE, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/2323452497953376>

RESUMO: O presente artigo discorre sobre a influência do telefone móvel e das mídias sociais no desempenho dos colaboradores de uma empresa do setor educacional em um cenário a qual a tecnologia é constante no dia a dia de todos, algo que está tão presente e de tão fácil acesso que se tornou uma importante ferramenta para o

funcionamento ágil e o andamento de diversos processos até mesmo no local de trabalho. O objetivo deste trabalho é identificar os prejuízos causados pelo mau uso do telefone móvel e das mídias sociais, e apontar quais as medidas que poderão ser aplicadas para evitar tais prejuízos e analisar de um modo geral os benefícios que estas tecnologias trazem para o ambiente organizacional. A metodologia utilizada na realização deste estudo foi uma pesquisa de natureza quantitativa com delineamento exploratório descritivo, onde foi elaborada uma entrevista, utilizando como ferramenta para coleta de dados um questionário com questões fechadas composto por doze perguntas, em um cenário onde existem acerca de um pouco mais de 800 (oitocentos) funcionários, tirando-se uma amostra de cinco gestores para obter as respostas necessárias. A pesquisa foi realizada durante o período de 08 a 10 de Janeiro de 2020. Concluiu-se que o impacto das tecnologias móveis e das mídias sociais no desempenho dos colaboradores em empresas do setor educacional é misto, pois quando utilizadas corretamente e estrategicamente, essas tecnologias podem ser poderosas aliadas para melhorar a eficiência e a comunicação, facilitando os processos internos. No entanto, o uso excessivo ou inadequado das mesmas pode gerar distrações e afetar negativamente o desempenho dos colaboradores.

PALAVRAS - CHAVE: Telefone móvel. Mídias sociais. Desempenho.

THE IMPACT OF MOBILE TELEPHONY AND SOCIAL MEDIA ON THE PERFORMANCE OF EMPLOYEES IN AN EDUCATIONAL COMPANY

ABSTRACT: This article discusses the influence of mobile phones and social media on the performance of employees in a company in the education sector, in a scenario where technology is a constant in everyone's daily life, something that is so present and easily accessible that it has become an important tool for the agile functioning and progress of various processes, even in the workplace. The aim of this work is to identify the damage caused by the misuse of mobile phones and social media, and to point out what measures can be applied to avoid such damage and to analyze in general the benefits that these technologies bring to the organizational environment. The methodology used to carry out this study was quantitative research with a descriptive exploratory design, where an interview was carried out, using a questionnaire with closed questions comprising twelve questions as a data collection tool, in a scenario where there are just over 800 (eight hundred) employees, taking a sample of five managers to obtain the necessary answers. The survey was carried out between January 8 and 10, 2020. We concluded that the impact of mobile technologies and social media on employee performance in companies in the education sector is mixed, because when used correctly and strategically, these technologies can be powerful allies for improving efficiency and communication, facilitating internal processes. However, their excessive or inappropriate use can generate distractions and negatively affect employee performance.

KEYWORDS: Mobile phone. Social media. Performance.

1. INTRODUÇÃO

O uso inadequado de dispositivos móveis e de mídias sociais no ambiente de trabalho tem se tornado uma crescente fonte de preocupação para os empregadores,

especialmente no que se refere à queda da produtividade e à ineficiência das atividades realizadas pelos colaboradores. Diante disso, este estudo aborda como essa prática pode se configurar em um desafio significativo para as empresas, uma vez que o uso descontrolado desses recursos pode comprometer o desempenho dos funcionários, caso não haja uma supervisão adequada e uma educação voltada para o uso consciente da referida ferramenta. Além disso, examina-se como essas tecnologias podem ser aproveitadas para aumentar a agilidade nas atividades laborais.

A tecnologia, embora traga inovações e facilidades, também fomenta uma dependência crescente de seu uso, especialmente no contexto atual, no qual é fácil observar em qualquer ambiente como os aparelhos eletrônicos, em especial os celulares e as redes sociais têm ocupado cada vez mais o tempo e a atenção das pessoas.

Devido a um mundo onde tudo pode ser acessado com um simples clique, o controle sobre o uso dessas ferramentas se torna um desafio constante, tendo em vista que regular o uso do celular e supervisionar o que os colaboradores acessam em seus dispositivos, sejam pessoais ou empresariais, mostrou-se uma tarefa difícil.

Ademais, a constante necessidade de estar conectado, atualizado e de compartilhar experiências nas redes sociais aumenta a dependência dessas plataformas. E é por este motivo, que muitas empresas têm estudado e implantado soluções para esse problema, incluindo a criação de políticas de utilização, estabelecimento de normas internas e até a proibição do uso inadequado desses recursos.

Diante desse cenário, surge o questionamento: o uso inadequado do telefone celular e das mídias sociais no ambiente corporativo pode, de fato, gerar prejuízos organizacionais? O objetivo deste estudo é identificar tanto os prejuízos quanto os benefícios decorrentes do uso dessas tecnologias no ambiente de trabalho, além de propor medidas para minimizar os impactos negativos e explorar o potencial benéfico que essas ferramentas podem oferecer quando utilizadas de forma adequada no contexto organizacional.

2. METODOLOGIA

O estudo buscou analisar o impacto da telefonia móvel e das mídias sociais no desempenho dos colaboradores de uma empresa do setor educacional, utilizando os dados coletados através de estudos de livros e artigos relacionados ao tema, além do acompanhamento em campo e a elaboração e realização de um questionário com os gestores dos setores com maior número de colaboradores e cujas atividades são as mais frequentes da empresa.

A metodologia utilizada na realização deste estudo foi uma pesquisa de natureza quantitativa com delineamento exploratório descritivo. Fonseca (2002) esclarece que

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e

consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente. (Fonseca, 2002, p.20)

Fora elaborada uma entrevista, utilizando como ferramenta para coleta de dados, um questionário, com questões fechadas, composto por doze perguntas em um cenário onde existem cerca de um pouco mais de 800 (oitocentos) funcionários, tirando-se uma amostra de cinco gestores para obter as respostas necessárias. A referida entrevista foi realizada durante o período de 08 a 10 de janeiro de 2020.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Um breve histórico sobre telefones móveis e mídias sociais

Atualmente, o uso do telefone móvel e das redes sociais se tornou intrínseco no cotidiano das pessoas. Vale mencionar que, até pouco tempo atrás, o aparelho celular era considerado um artigo de luxo que poucos poderiam ter acesso, porém, com o desenvolvimento da sociedade, esta pequena tecnologia se tornou muito útil, passando de restrita a uma necessidade, transformando a comunicação em ágil e moderna, cumprido um papel fundamental na vida profissional e pessoal.

A referida ferramenta tem uma história relativamente recente, com uma evolução que se iniciou há pouco mais de quarenta anos, sendo que o aparelho celular, o *smartphone* que se conhece hoje, com todas as suas funções e recursos, só começou a ganhar forma há cerca de duas décadas. Destaca-se aqui, o termo “*smartphone*”, que é o mais correto ao considerar os aparelhos que se utiliza hoje, pois já não são somente telefones celulares, deixaram de ser exclusivamente aparelhos de comunicação, para se tornarem computadores móveis e equipados com sistema operacional.

Quanto à utilização das mídias sociais e inclusão no meio atual, pode-se considerar que desde sempre existiu no ser humano a necessidade de se relacionar com os outros, pois os indivíduos têm buscado estabelecer conexões e compartilhar informações baseadas em suas próprias experiências. No entanto, com o surgimento da internet, essa necessidade aumentou, porque se tornou possível que as relações sociais quebrassem barreiras geográficas, físicas e temporais em que tudo acontece em tempo real. Pereira, Pistori e Souza (2014, p. 4) afirmam que as pessoas não vivem isoladas, ou seja, possuem contato com outros indivíduos. Sendo assim, elas se relacionam de modo contínuo com

outras pessoas ou com o ambiente, no qual estão inseridas, por meio da comunicação. (*apud* Chiavenato, 2009).

Destarte, quando a tecnologia nos possibilitou transmitir a todos informações de maneira rápida, ágil e *online*, possibilitou que as relações sociais tomassem uma proporção muito grande de modo que a criação de redes de contatos e fortalecimento dos vínculos tanto pessoal como profissional proporcionou uma conectividade que vai além de qualquer outro meio de comunicação já existente.

Diante do contexto apresentado, devido à praticidade e à funcionalidade dos celulares e das mídias sociais, é possível afirmar que eles constituem elementos essenciais do cotidiano da população. Estes dispositivos não são apenas ferramentas auxiliares, fazem parte da vida das pessoas. Essa combinação de tecnologias tornou-se indispensável na resolução das demandas no ambiente corporativo, facilitando a comunicação e o entretenimento, além de contribuir na organização dos compromissos pessoais.

Essa conexão tecnológica é o efeito direto de como os celulares e as mídias sociais modificaram a maneira de interação com o mundo. No ambiente corporativo, por exemplo, os smartphones permitem o acesso imediato a e-mails e reuniões virtuais, o que contribui para a eficiência na execução das tarefas. Já, nas demandas pessoais, as tecnologias proporcionam conexões com amigos e familiares de forma rápida e imediata, diminuindo até mesmo a distância geográfica entre os sujeitos.

Assim sendo, as tecnologias estão tão presentes no cotidiano das pessoas, que fica até difícil imaginar uma vida sem a utilização de tais recursos. Entretanto, é indispensável avaliar os impactos dessa dependência, que pode ser tanto benéfica quanto prejudicial, dependendo do uso que se faz dessas tecnologias. Porém, em um mundo totalmente digital, o desafio está em encontrar um bom senso que permita elevar os benefícios sem que o uso excessivo interfira na qualidade de vida e no bem-estar dos indivíduos.

3.2 Inserção das mídias sociais e do aparelho celular no cenário organizacional

Considerando a capacidade e o poder de comunicação das mídias sociais e dos aparelhos celulares no ambiente corporativo têm sido uma revolução significativa na forma como as empresas operam e se comunicam. A capacidade de comunicação proporcionada por essas tecnologias, aliada à facilidade de uso dos dispositivos móveis, transforma profundamente as dinâmicas empresariais. Com apenas um toque na tela de um celular, é possível realizar uma extensa gama de atividades, desde o contato imediato com clientes e parceiros até o gerenciamento de transações financeiras, compartilhamento de informações e a realização de videoconferências com sócios e equipes, independentemente da localização física. Desta forma, potencializa a eficiência operacional e a agilidade nas comunicações corporativas.

No entanto, o impacto dessas tecnologias no ambiente de trabalho tem gerado discussões. Enquanto muitos consideram que a utilização dessas ferramentas facilita a

vida profissional e melhora a produtividade, outros apontam que elas podem ser a origem de diversos problemas. Como mencionado por Lobosco, Moraes e Teixeira (2013, p. 6), “A mídia social mexe com a imagem das pessoas e empresas, e possibilita influenciar e interagir entre elas, pois a tecnologia moderna aumentou a quantidade de informação disponível” (*apud* Safko e Brak, 2010, p. 3). Esta citação confirma que o acesso facilitado a informações e a possibilidade de interação instantânea mudaram a forma como as organizações e indivíduos se percebem e se comunicam.

A presença constante das mídias sociais e a integração dos aparelhos celulares nas operações diárias de trabalho tornaram inevitável seu uso em diversos contextos organizacionais. No entanto, a rápida disseminação de informações e a necessidade de uma interação constante geram desafios, como a gestão da privacidade e a potencial sobrecarga de dados. Dessa forma, a utilização dessas tecnologias demanda uma abordagem equilibrada e consciente, que reconheça tanto as suas vantagens quanto os seus possíveis impactos negativos no ambiente organizacional.

3.3 Uso do telefone móvel e das mídias sociais no ambiente organizacional: Vantagens e Desvantagens.

Refletindo sobre o contexto exposto, observa-se como o uso do telefone móvel e das mídias sociais no ambiente de organizacional tem se mostrado uma realidade crescente, refletindo mudanças significativas na forma como as empresas operam e se comunicam. O uso dessas tecnologias oferece diversas vantagens, mas também apresenta desafios que precisam ser cuidadosamente geridos. A análise do impacto dessas ferramentas é fundamental para compreender quando sua utilização é benéfica ou prejudicial.

As mídias sociais têm se tornado ferramentas essenciais para vários profissionais, principalmente para aqueles na área de marketing. Esses profissionais utilizam as plataformas digitais para promover suas empresas, monitorar a presença online e interagir diretamente com o público. A capacidade de obter dados sobre o perfil e a satisfação dos clientes, bem como de realizar campanhas de marketing direcionadas, demonstra como essas ferramentas podem fortalecer a comunicação e a imagem de uma marca. A utilização dos celulares permite uma comunicação ágil e eficiente, possibilitando que ações como pagamentos, compartilhamento de informações e videoconferências sejam realizadas rapidamente, otimizando o processo operacional das empresas (Lobosco; Moraes e Teixeira, 2013).

A digitalização crescente e o investimento em plataformas online proporcionaram às empresas uma visibilidade maior e um engajamento mais efetivo com seus clientes. Segundo Lobosco, Moraes e Teixeira (2013, p. 3), “a propaganda no mundo virtual é obrigatória” para empresas que desejam expandir e se manter competitivas. O uso das redes sociais para criar um canal de comunicação direto com os clientes mostrou-se uma estratégia vital para o crescimento e a notoriedade das empresas no mercado.

Mesmo com os benefícios, a utilização de celulares e mídias sociais também podem apresentar desafios significativos. O uso inadequado dessas ferramentas pode levar a distrações afetando a produtividade. Estudos indicam que a frequente consulta a redes sociais durante o expediente pode reduzir o foco dos funcionários e comprometer a eficiência no trabalho.

A segurança da informação é uma preocupação relevante. O acesso facilitado e a troca de dados via dispositivos móveis podem expor a empresa a riscos de cibersegurança, como ataques de *phishing* e vazamento de informações sensíveis.

Outro aspecto crítico é a gestão da ética e da atenção no atendimento ao cliente. Funcionários que se distraem com mensagens pessoais ou redes sociais durante o atendimento podem prejudicar a qualidade do serviço, impactando negativamente a reputação da empresa e a satisfação do cliente.

Para mitigar os impactos negativos, as empresas têm adotado diversas estratégias, incluindo a criação de códigos de conduta e políticas de uso de dispositivos móveis. Tais medidas visam garantir que a tecnologia seja utilizada de forma a maximizar a eficiência e minimizar as distrações e riscos associados. A implementação de normas claras sobre o uso de celulares e a manutenção de um ambiente de trabalho focado são essenciais para proteger a produtividade e a segurança dos colaboradores.

Com a formação e conscientização dos funcionários sobre a utilização adequada das tecnologias podem ajudar a evitar problemas relacionados à distração e à segurança. A promoção de uma cultura de disciplina e responsabilidade é fundamental para assegurar que os benefícios das mídias sociais e dos telefones móveis sejam aproveitados, sem afetar o desempenho e a integridade do ambiente de trabalho.

Ao mesmo tempo as mídias sociais e os celulares oferecem vantagens significativas para a comunicação e operação das empresas, é crucial que sua utilização seja gerida com cuidado para evitar os potenciais desafios que podem surgir. A adoção de políticas adequadas e a conscientização sobre o uso responsável dessas tecnologias são essenciais para equilibrar seus benefícios e limitações no contexto organizacional.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As tabelas a seguir mostram a análise dos resultados da pesquisa a qual foi realizada de acordo com a ordem das questões apresentadas no questionário aplicado. As tabelas fornecem uma visão dos dados coletados, permitindo uma interpretação detalhada e abrangente, embasando reflexões e considerações sobre o estudo. Sendo possível assim, considerar tendências e padrões que sustentam as conclusões da pesquisa realizada.

Tabela 1 - Perfil de colaboradores e regras

Questão	Indicadores	Participação
Qual atividade principal do setor?	Atendimento a alunos ou outras	40%
Quantos colaboradores há em seu setor?	De 01 a 30 pessoas	40%
Qual a faixa etária de seus colaboradores	De 18 a 30 anos	60%
Sexo da maioria de seus colaboradores.	Feminino	60%
Na sua empresa o uso de telefones móveis (celulares) e mídias sociais para uso pessoal, no horário de trabalho é:	Permitido com regras	80%
Se existirem regras você tem conhecimento de quais são?	Tenho conhecimento	60%

Fonte: Pesquisa direta (2020)

Analizando a tabela acima exposta, evidencia-se que os setores estudados possuem entre 1 a 30 colaboradores, 40% das atividades desenvolvidas no setor são relacionadas ao atendimento aos alunos, e 40 % dos demais atuam em outras áreas diversas. As maiorias dos colaboradores são do sexo feminino, com faixa etária entre 18 a 30 anos, indicando predominância jovem, representando 60%, que está relacionado com afinidade com as tecnologias.

Quanto às regras de uso destas ferramentas nos locais de trabalho, segundo a tabela 1, 80% dos avaliados têm ciência que a utilização de celulares e mídias sociais para uso pessoal no horário de trabalho é permitido, mas com regras estabelecidas, revelando que a instituição reconhece a importância das ferramentas digitais, ao mesmo tempo, procura manter limites para não inferir no desempenho das atividades do setor. Ademais, 60% têm conhecimento das regras referente ao uso de dispositivos móveis e sua aplicabilidade na instituição, este dado é importante, mostra clareza nas diretrizes internas, evitando conflitos e garantindo um ambiente corporativo harmonioso.

Tabela 2 - Uso das ferramentas

Questão	Indicadores	Participação
Com qual frequência você leva e/ou utiliza o celular no trabalho?	Sempre	60%
Qual a frequência que você percebe que seus colaboradores levam seus celulares para o ambiente de trabalho?	Sempre	100%
Qual a frequência que você percebe seus colaboradores utilizando as mídias sociais, computador empresarial para atividades pessoais ou o próprio celular no horário de trabalho?	Raramente	60%
Você considera que o uso de tais ferramentas (celular e mídias sociais) são relevantes ou chegam a contribuir para o andamento do trabalho de seus colaboradores?	São relevantes	40%
Você considera que o uso destas ferramentas afeta de alguma forma o desempenho dos colaboradores?	Não afetam ou afetam muito	40%
Você considera que deveriam existir mais regras no uso dessas ferramentas em sua empresa ou em seu setor?	Não, as regras atuais são suficientes	60%

Fonte: Pesquisa direta (2020)

Segundo a tabela 2, pode-se afirmar que 60% dos colaboradores que responderam esta pesquisa confirmaram levar e/ou utilizar o celular no local de trabalho, muitas vezes por necessidade da própria função ou atividade, 100% dos avaliados consideraram que seus colaboradores ou colegas de trabalho levam sempre o celular para o local de trabalho, isso mostra a realidade moderna, os celulares fazem parte da vida profissional e pessoal. Na análise, 60% notam que estes colaboradores raramente utilizam estes celulares e outras ferramentas como mídias sociais no horário de trabalho, isso indica que a responsabilidade dos colaboradores em executar atividades sem desviar a foco são reflexos das regras restritivas internas.

Além disso, os 40% dos avaliados consideram que estas ferramentas são relevantes para o trabalho que seus colaboradores desempenham e chegam a contribuir com suas funções, e 40% acreditam que estas facilidades afetam muito o desempenho do colaborador se mal utilizadas, em contrapartida, 40% acham que as mídias sociais e celulares não afetam o desempenho em suas atividades, sugerindo que, para alguns colaboradores , o uso não afeta a execução das tarefas diárias, essa percepção pode estar relacionada ao fato da regras de uso pré-estabelecida pela instituição estudada.

Por fim, 60% dos respondentes se consideram satisfeitos com as regras já existentes em sua empresa ou em seu próprio setor, não necessitando de novos ajustes, indicando que as regras internas são compreendidas e que conseguem equilibrar o uso das ferramentas digitais.

É importante que as empresas revisem suas regras internas periodicamente para garantir que sejam aplicáveis com o surgimento de novas tecnologias digitais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluiu-se que o impacto das tecnologias móveis e das mídias sociais no desempenho dos colaboradores em empresas do setor educacional é misto, pois, quando utilizadas corretamente e estrategicamente, essas tecnologias podem ser poderosas aliadas para melhorar a eficiência e a comunicação facilitando os processos internos. Essa troca de mensagem imediata permite que as informações circulem de forma rápida e acessível, podendo contribuir na tomada de decisões e promover a troca de conhecimento, tornando o ambiente educacional mais dinâmico onde a atualização e inovação são contínuas.

Porém, o uso excessivo ou inadequado das mesmas pode gerar distrações e afetar negativamente o desempenho dos colaboradores, pois as notificações das redes sociais que não são relacionadas ao trabalho podem gerar distrações, e assim, fragmentar a atenção do colaborar, diminuindo sua capacidade de concentração em suas atividades provocando a queda da produtividade.

O uso desregulado dessas tecnologias pode afetar a qualidade do trabalho e a saúde mental dos funcionários, gerando estresse e promovendo uma cultura da procrastinação, impactando diretamente a eficiência no cumprimento das tarefas.

Ante o exposto, as organizações necessitam estabelecer políticas claras sobre o uso de tecnologias móveis e redes sociais no trabalho, além de promover programas de capacitação contínua para que os colaboradores saibam utilizar tais ferramentas de maneira mais produtiva e equilibrada em que a tecnologia atue como uma verdadeira aliada no desempenho das atividades, e, dessa forma, minimizar os pontos negativos, fortalecendo as relações interpessoais e o diálogo entre os níveis hierárquicos.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

LOBOSCO, Antonio. MORAES, Marcela Barbosa de. TEIXEIRA, Viviane Louredo. **A influência das mídias sociais na estratégia de marketing das empresas**. 2013. Disponível em: <https://convibra.org/publicacao/7862/>. Acesso em: 10 jul. 2024

PEREIRA, Naraiane Leni. PISTORI, Débora Scardine da Silva. SOUZA, Fábio José de. **O uso das redes sociais para fins pessoais no Ambiente de Trabalho: uma pesquisa de opinião**. 2014. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2014/34/2014_34_10140.pdf. Acesso em: 15 jul. 2024.