

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Aline Garcia Lemes

Graduada em Administração de Empresas Cesuca

Ms Gelson Weschenfelder

Doutorando Unilasalle, Mestre em Educação – Unilasalle Graduador em Filosofia Unisinos. Docente na Cesuca

RESUMO

Em uma sociedade globalizada e altamente conectada, a internet assume um importante papel no cotidiano das pessoas. Por sua vez, no ambiente empresarial, cada vez mais ela está sendo utilizada para adquirir vantagens organizacionais. Neste contexto, o presente artigo traz um estudo sobre a influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção de pessoas sob a ótica de profissionais da área. O artigo teve como objetivo verificar como as redes sociais virtuais podem colaborar para o recrutamento de um perfil adequado. Para isso, foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa com 18 profissionais de recursos humanos. Os resultados obtidos foram tabulados através de gráficos, com auxílio do programa Excel, com a finalidade de apresentá-los de uma forma clara e de melhor compreensão. Sobre os resultados do estudo, pode-se identificar que a maioria dos gestores abordados costuma utilizar as redes sociais virtuais em alguma etapa dos processos de recrutamento e/ou seleção, os entrevistados também consideram que as redes sociais podem ser vistas, quando aliadas aos métodos tradicionais, como uma importante ferramenta de recrutamento e seleção que pode trazer resultados competitivos neste segmento para as organizações.

Palavras-chave: Recrutamento e Seleção, Redes sociais virtuais e Gestão de pessoas.

ABSTRACT

In a globalized and networked society, the internet plays an important role in daily life. In turn, the business environment, it is increasingly being used to acquire organizational advantages. In this context, this paper presents a study on the influence of virtual social networks in recruitment and selection of people from the perspective of professionals. The article aimed to examine how virtual social networks can collaborate to recruit a suitable profile. For this, a quantitative research approach with 18 human resource professionals was conducted. The results were tabulated through graphs, using the Excel program, in order to present them in a clear and better understanding. On the results of the study can be identified that most managers usually addressed using virtual social networks in some stage of the

recruitment and / or selection, respondents also believe that social networks can be seen, when allied to traditional methods, as an important tool for recruitment and selection that can bring competitive results in this segment for organizations.

Keywords: Recruitment and Selection, virtual social networks and people management.

1. INTRODUÇÃO

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.

O uso das redes de relacionamentos atingiu também o setor de recursos humanos, algumas empresas e agências de recrutamento e seleção já utilizam as redes sociais virtuais para recrutar, avaliar e selecionar candidatos. Para Chiavenato (2010) a internet veio para revolucionar o processo de recrutamento, devido à praticidade de interação na relação candidato/empresa que ela proporciona.

Em seus perfis virtuais, os candidatos expõem suas opiniões, valores, preconceitos e traços de suas personalidades. Essas informações podem ser usadas como forma de avaliação pelos recrutadores que irão julgar se o conteúdo exposto condiz com o perfil desejado pela empresa.

Com a finalidade de compreender como funciona este processo e de que forma ele pode auxiliar as empresas a obterem melhores resultados, o presente estudo visa realizar uma pesquisa quantitativa e descritiva para responder **de que forma o recrutamento e avaliação de candidatos via redes sociais virtuais facilitam o processo de recrutamento e seleção?**

Para responder esta questão, foi estabelecido como objetivo geral realizar uma pesquisa com agências especializadas em recursos humanos e profissionais da área de recrutamento e seleção para verificar como as redes sociais virtuais colaboram para o recrutamento de um perfil adequado. Os objetivos específicos são identificar vantagens e desvantagens desta prática, identificar um comportamento considerado adequado para seleção sob a visão dos recrutadores e apontar quais atitudes podem prejudicar o candidato no processo seletivo.

Atualmente, na era da informação, as empresas visam adquirir um diferencial competitivo no mercado de trabalho a fim de obter vantagens em relação aos concorrentes, elas buscam profissionais que possam agregar capital intelectual à organização. Para isto, a política de gestão de pessoas deve estar alinhada com a missão, visão e valores organizacionais.

Sendo assim, faz-se necessário um setor de recursos humanos que encontre através das mais variadas formas, um candidato engajado com os valores organizacionais e que melhor se encaixe com as competências requisitadas pela empresa.

Este estudo ajuda a compreender o processo de recrutamento e seleção através das redes sociais virtuais, um fenômeno recente, mas que já vem sendo utilizado por algumas empresas. Por tratar-se de um tema atual, ainda existem poucas literaturas que abordam o assunto, fato que torna este artigo relevante para área de gestão de pessoas, podendo contribuir com novos estudos e pesquisas.

A internet apresenta-se como uma possível vitrine profissional e o recrutamento e seleção por meio das redes sociais virtuais pode auxiliar os recrutadores a identificar traços da personalidade do candidato que muitas vezes não seriam percebidos nos métodos tradicionais.

A opção pelo estudo realizado ocorre pelo fato de ser um tema inovador na área de recursos humanos. Bem como, para através dos resultados obtidos na pesquisa, compreender como as redes sociais virtuais dos candidatos influenciam na de tomada de decisão dos recrutadores, podendo assim contribuir para as empresas que ainda não adotam essa ferramenta, encontrarem novas fontes de recrutamento e seleção.

Nos próximos capítulos, será apresentada a revisão da literatura, que abordará os principais temas do estudo, os quais são gestão de pessoas, recrutamento, seleção, redes sociais e recrutamento e seleção via redes sociais. Posteriormente, apresenta-se a metodologia a ser utilizada para a realização desta pesquisa, seguida da análise dos resultados e considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. GESTÃO DE PESSOAS

Alguns autores acreditam que empresas bem-sucedidas quebraram o paradigma de que pessoas são vistas apenas como recursos produtivos pertencentes à organização, na moderna gestão pessoas, os funcionários são vistos como parceiros do negócio. Chiavenato (2010) afirma que as pessoas constituem o principal ativo de uma organização, por este motivo, faz-se necessário às empresas estarem mais conscientes e atentas para os seus funcionários. Para o autor, empresas de sucesso estão percebendo que apenas podem crescer, prosperar e manter sua continuidade se forem capazes de otimizar o retorno sobre o investimento de todos seus *stakeholders*. Principalmente, o dos colaboradores, pois “quando uma organização está voltada para as pessoas, a sua filosofia global e sua cultura organizacional passam a refletir essa crença.” (CHIAVENATO, 2010, p.11).

Seguindo a mesma linha de pensamento, Bohlander e Snell (2010) também acreditam que as pessoas sejam o diferencial em uma empresa de sucesso, para eles a vantagem competitiva, em relação aos concorrentes, pertence às companhias que sabem como atrair, selecionar, utilizar e desenvolver talentos.

Complementando, Marras (2000) ressalva que a gestão de pessoas tem, nos dias de hoje, um papel preponderante nas organizações, o de assessorar a estrutura organizacional com técnicas, ideias e informações que permitam trabalhar como se deve o recurso mais valioso de que se dispõe: as pessoas.

2.1.1 RECRUTAMENTO

O recrutamento é um processo de troca, onde a empresa anuncia o interesse em contratar determinados candidatos e os candidatos demonstram o desejo em fazer parte de sua equipe de funcionários. Para Milkovich e Boudreau (2000)

recrutamento é um processo de identificação e atração de um grupo de candidatos, dos quais alguns serão escolhidos e contratados pela empresa. Marras (2000) define recrutamento como uma atividade de responsabilidade da área de gestão de pessoas que tem como finalidade a captação de pessoas interna e externamente à organização com o intuito de municiar o subsistema de seleção de pessoal no seu atendimento aos clientes internos da empresa.

Para Chiavenato (2010) trata-se de uma escolha recíproca que depende de diversos fatores e circunstâncias. O autor ressalva que para esta relação ser possível, o setor de recursos humanos deverá comunicar e divulgar as oportunidades de trabalho da organização afim de que as pessoas saibam como procurá-las e iniciar o seu relacionamento. “Este é o papel do recrutamento: divulgar no mercado as oportunidades que a organização pretende oferecer para as pessoas que possuam determinadas características desejadas.” (CHIAVENATO, 2010, p. 104).

Quanto às fontes de captação de pessoas, conta-se com o recrutamento interno que, segundo Chiavenato (2010) atua sobre os candidatos que já atuam dentro da organização a fim de promovê-los ou transferi-los para atividades mais complexas ou motivadoras. E também com o recrutamento externo que, para o mesmo autor, aborda um grande contingente de candidatos que estão espalhados pelo mercado de recursos de humanos.

Para utilizar o recrutamento externo, o profissional responsável pela área deverá levar em consideração quanto tempo a empresa dispõe para contar com o novo funcionário e quanto financeiramente estará disposta em investir neste processo. Marras (2000) afirma que o início do recrutamento externo se dará a partir da decisão com relação a dois tópicos essenciais nesta etapa: a variável tempo e a variável custo, e cabe ao gestor de recursos humanos escolher qual caminho deverá ser seguido para definir as melhores fontes a serem utilizadas na prospecção de candidatos.

O recrutamento externo utiliza diversos meios de comunicação para que a vaga oferecida pela empresa chegue até o conhecimento do candidato. Ivancevich (2008) diz que com a crescente escassez de força de trabalho, as empresas estão adotando uma postura mais proativa nos esforços de recrutamento, em

concordância, Bohlander e Snell (2010) enfatizam a importância de procurar novas fontes para o recrutamento de candidatos potenciais, pois para os autores, atualmente muitos cargos exigem níveis de habilidades superiores e os gestores não podem depender apenas de currículos recebidos por candidatos. Para estarem a frente dos concorrentes, as companhias devem procurar seus candidatos em âmbito global, tornando-se essencial que as empresas não meçam esforços para ampliar o seu quadro de funcionários com pessoas talentosas. Bohlander e Snell (2010) entendem que as empresas devem apostar em pessoas que tenham condições em contribuir com o sucesso organizacional e devem investir em diversas maneiras para recrutar e manter profissionais com este perfil.

Sobre a avaliação dos seus resultados, Chiavenato (2010) diz que o recrutamento não pode ser visto como uma atividade isolada da estratégia da empresa, pois como os negócios mudam e surgem novas necessidades a cada dia, torna-se essencial contar pessoas flexíveis capazes de adaptar-se a mudanças constantes. Para o mesmo autor, a avaliação dos resultados é importante para identificar se o recrutamento está cumprindo a sua função e a que custo, no enfoque quantitativo, quanto mais candidatos forem influenciados melhor será o seu desempenho, ao tempo que no enfoque qualitativo, o mais importante é trazer candidatos que sejam triados, entrevistados e encaminhados para o processo de seleção.

2.1.2 SELEÇÃO

O processo de seleção é feito após o recrutamento, apesar de estas duas atividades estarem ligadas, pode-se notar as suas singularidades, como afirma Chiavenato (2010) enquanto o recrutamento é um mecanismo de atração, divulgação e comunicação, uma atividade positiva e convidativa, em contraponto, a seleção é uma atividade de escolha, classificação e decisão, sendo assim ela é restritiva. Enquanto o recrutamento tem como finalidade abastecer o processo seletivo, a seleção tem como objetivo escolher candidatos adequados que satisfaçam as necessidades da organização.

O propósito da seleção de pessoal é escolher candidatos, de acordo com a estratégia da empresa. Marras (2000) diz que os processos seletivos baseiam-se fundamentalmente na comparação entre a exigência do cargo, que são as

características exigidas pela empresa para desempenhar a função e o conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que o candidato dispõe. Para Milkovich e Boudreau (2000) as empresas não devem selecionar pessoas apenas para preencher determinada vaga e sim escolher àquelas que poderão contribuir a longo prazo, trabalhando em equipes flexíveis, grupos de trabalho e aprendizado contínuo.

São vários os aspectos que tornam importante o processo de seleção, partindo do pressuposto que todas as pessoas são diferentes, é preciso identificar àquela que melhor se encaixará no perfil desejado. Em concordância com esta afirmação Chiavenato (2010) diz que se não existissem diferentes características individuais e se todas as pessoas fossem iguais com as mesmas condições para aprender e trabalhar, a seleção de pessoas seria desnecessária. Porém, segundo o autor, as distinções humanas tanto no plano físico (estatura, peso, força, capacidade visual e auditiva, resistência à fadiga e etc.) quanto no plano psicológico (temperamento, caráter, inteligência, aptidões, habilidades, competências e etc.) levam os indivíduos a terem comportamentos diferenciados e a perceberem situações de maneiras distintas, o que faz com que tenham desempenhos diferentes, com maior ou menor sucesso nas organizações.

Sobre critérios de seleção, Marras (2000) afirma que, na atualidade, as empresas não devem preocupar-se apenas com os limites do cargo, mas o parâmetro de avaliação deve ser a comparação entre o indivíduo e a empresa, “Isto é, seus valores, seus ritos, seus mitos, sua história, suas idiossincrasias. Sua cultura, enfim. (MARRAS, 2000, p. 261)”.

Para o mesmo autor o processo de seleção deve basear-se em três perguntas, se o candidato é o ideal para a organização, se este tem o perfil cultural próximo ao da companhia e em que medida o seu sistema de valores aproxima-se do da empresa.

2.2 REDES SOCIAIS VIRTUAIS

Na sociedade atual globalizada e altamente conectada, a internet torna-se uma ferramenta de comunicação cada vez mais utilizada por proporcionar a troca de informações de maneira instantânea e com uma abrangência mundial. Segundo Siqueira (2007 *apud* Molina, 2011) a internet é considerada uma das invenções

tecnológicas mais úteis da era moderna, por abranger softwares, aplicativos e plataformas que dispõem soluções capazes de integrar todas as áreas do conhecimento humano, tornando ágeis várias operações e facilitando a vida em sociedade. Castells (2003) também ressalta a importância da internet afirmando que na era da informação ela pode ser comparada ao que foi a eletricidade na era industrial, em razão de sua capacidade de distribuir informação por todo domínio da atividade humana:

[...] se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era industrial, em nossa época a internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. Ademais, à medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, a internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da informação: a rede. (2003, p. 7).

Com toda a praticidade de comunicação que a internet oferece, segundo Santana (2006 *apud* Molina, 2011) a interação é ainda maior nas comunidades virtuais e nas redes sociais virtuais, levando em consideração que nestes espaços a possibilidade de encontrar um grande número de pessoas ao mesmo tempo supera qualquer outro meio de comunicação, estruturando grupos de pessoas livres para discutir qualquer assunto e compartilhar inúmeras informações. Complementando esta ideia Recuero (2009) afirma que sites de redes sociais virtuais são aqueles que estão na categoria dos sistemas focados em expor e publicar as redes sociais dos atores, tendo como foco principal a exposição pública das redes conectadas ao usuário. Já para Afonso as redes sociais são definidas como responsáveis pelo compartilhamento de ideias entre pessoas que possuem interesses, objetivos e valores em comum. Logo, um grupo de discussão online é formado por indivíduos com identidades semelhantes. “Estas redes sociais estão hoje instaladas principalmente na internet devido ao fato desta possibilitar uma aceleração e ampla maneira das ideias serem divulgadas e da absorção de novos elementos em busca de algo em comum.” (AFONSO, 2009, p.31).

De acordo com dados divulgados pelo Ibope, em janeiro de 2013, entre os 53,5 milhões de usuários brasileiros ativos da internet, 46 milhões afirmaram que utilizam algum tipo de rede social virtual, fato que indicou um crescimento de 15%

em relação ao mesmo período do ano anterior. Com base nestes números bastante expressivos, conclui-se que as redes sociais virtuais estão cada vez mais presentes na rotina das pessoas.

2.2.1 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO VIA REDES SOCIAIS VIRTUAIS

O recrutamento e seleção com o auxílio das redes sociais virtuais é uma nova prática na área de recursos humanos. Alguns estudiosos já tratam o assunto como uma realidade que tende a crescer nos próximos anos, devido à facilidade de interação que esta ferramenta proporciona. Colaborando com esta afirmação, Milkovich e Boudreau (2000) em sua publicação já alertavam que a tecnologia avança a cada dia nos processos de seleção externa e que a internet traria novas ferramentas e oportunidades. Ivancevich (2008) diz que provavelmente nenhum outro método tenha tido um efeito tão revolucionário nas práticas de recrutamento organizacional como a internet, para o mesmo autor, são várias as razões da popularização deste método, sendo no ponto de vista da empresa uma alternativa relativamente barata para atrair candidatos qualificados e para os candidatos, a internet oferece uma grande possibilidade de busca de emprego, pois pode ser feita em qualquer lugar do mundo e junto a um número considerável de empresas.

Estudos já publicados sobre o tema trazem resultados bastante receptivos por parte das empresas em relação a esta nova prática. Molina (2011) em seu estudo traz uma pesquisa realizada pela *Jobvite*¹ com 800 empresas norte-americanas, as quais 89% revelaram que pretendiam usar as redes sociais virtuais no ano de 2011 para fins de recrutamento, além disso, estas afirmaram que 2/3 das contratações já realizadas a partir deste método obtiveram sucesso. Outro estudo que comprova este fato é o de Almeri; Martins e Paula (2013) que realizaram uma pesquisa com vinte agências brasileiras, especializadas em recrutamento e seleção, onde 100% afirmaram utilizar as redes sociais virtuais em alguma etapa do processo de recrutamento e/ou seleção.

Da mesma forma que as redes sociais podem auxiliar os candidatos a serem selecionados à vaga almejada, também pode excluí-los. Molina (2011) apresenta uma pesquisa realizada pela *Repple*², com 300 profissionais da área de gestão de

¹ Empresa americana que atua oferecendo soluções de recrutamento para outras empresas.

² Consultoria americana especializada em gerenciamento de imagem nas mídias sociais.

peças, no ano de 2011, a qual revelou que 69% dos recrutadores norte-americanos assumem já ter dispensado um candidato devido às informações contidas em seus perfis em redes sociais. Entre os principais motivos que levam o candidato à eliminação estão: mentir sobre as qualificações, postagem de fotos e comentários inapropriados.

Entre as vantagens obtidas através desta prática comparada aos procedimentos de recrutamento e seleção tradicionais, para Januzzi (2004 *apud* Molina, 2011) destacam-se rapidez, baixo custo e quebra de limites geográficos, o que facilita a procura. Em sua publicação Afonso (2009) afirma que as pessoas cadastradas em uma rede social possuem o mínimo de conhecimento de tecnologia exigido por qualquer empresa atualmente, além de que empresas que praticam recrutamento e seleção nas redes sociais mais do que um simples currículo, existe a possibilidade de rastrear as informações ali postadas e acompanhar informações adicionais sobre o candidato. Já para Kluemper e Rosen (2009 *apud* Gomes; Scherer e Lobler, 2012) nas avaliações realizadas a partir das redes sociais virtuais pode-se obter uma ampla quantidade de informações pessoais que são reflexo de comportamentos e interações com outros usuários das redes, e podem fornecer informações exclusivas não encontradas em outros métodos de seleção.

Em contrapartida como desvantagens Januzzi (2004 *apud* Molina, 2011) destaca que nem sempre os candidatos familiarizados com informática são de interesse da empresa, a falta de contato físico pode atrapalhar e também o investimento em informática e treinamento para os contratantes. Para Capelli (2001 *apud* Gomes; Scherer e Lobler, 2012) o ponto negativo é o fato de este processo incentivar o recrutamento externo em detrimento do desenvolvimento e colocação interna. Segundo Afonso (2009) para o processo de recrutamento e seleção via redes sociais ser eficaz é necessário ao candidato, manter um perfil real e totalmente transparente com informações atualizadas e tomar cuidado para que suas publicações não contradigam a imagem que este tentou passar à empresa, para não colocar a sua credibilidade em risco.

3. METODOLOGIA

Nesta seção do artigo serão explicados os meios pelos quais se pretende realizar a pesquisa. Serão apresentados ao leitor os seguintes itens, a classificação

do método, o instrumento de coleta de dados escolhido, a população a ser abordada, bem como a tabulação e a análise de dados a ser realizada.

Barros e Lehfeld (2007) afirmam que pesquisar é um ato dinâmico de questionamento, indagação e aprofundamento que busca uma resposta satisfatória a determinado problema. Gil (2010) diz que uma pesquisa faz-se necessária quando não se dispõe de informações suficientes para responder um problema, ou quando as informações disponíveis encontram-se desorganizadas de maneira que o problema não possa ser solucionado.

Para obter-se maior conhecimento do tema a ser trabalhado, primeiramente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que para Gil (2010) é desenvolvida com base em materiais já publicados. Barros e Lehfeld (2007) acrescentam que para uma pesquisa ser considerada científica, o pesquisador deverá utilizar metodologia e técnicas adequadas para a obtenção de informações relevantes.

Após pesquisar sobre bibliografias já existentes, será estabelecida uma pesquisa quantitativa e descritiva. Marconi e Lakatos afirmam que:

O enfoque quantitativo vale-se do levantamento de dados para provar hipóteses na medida numérica e da análise estatística para estabelecer padrões de comportamento. Ele procura principalmente a expansão dos dados, ou seja, a informação. (MARCONI E LAKATOS, 2009, p.285)

Para Roesch (2009), se o propósito do projeto é obter informações sobre determinada população: contar quantos, ou em que proporção seus membros têm certa opinião ou característica, ou com que frequência certos eventos estão associados entre si, a opção é utilizar um estudo de caráter descritivo.

A coleta de dados ocorreu via questionário com perguntas fechadas, elaborado através da ferramenta eletrônica *Google Docs* e encaminhado aos participantes por e-mail. Barros e Lehfeld (2007) entendem que este instrumento é o mais utilizado para o levantamento de informações, pois, possibilita ao pesquisador abranger um maior número de pessoas e informações em um curto espaço de tempo, facilita a tabulação dos dados obtidos, garante o anonimato, fato que pode gerar maior liberdade nas respostas obtidas e menor influência do pesquisador sobre elas, além de economizar tempo e recursos financeiros em sua execução.

A população alvo foi composta por uma amostra não probabilística, definida por conveniência, de 18 profissionais da área de gestão de pessoas que atuam no setor de recrutamento e seleção de empresas ou de agências deste segmento. A opção por este público alvo deu-se, pela pesquisadora, entender que estas pessoas podem contribuir com respostas significativas ao artigo que está sendo desenvolvido.

Os dados obtidos foram demonstrados através de gráficos, elaborados pelo programa Excel, para facilitar o melhor entendimento e visualização dos resultados. Barros e Lehfeld (2007) constatam que a classificação é uma maneira de distribuir e selecionar os dados obtidos, na fase de coleta, reunindo-os em classes ou grupos, de acordo com os objetivos de pesquisa. Os autores afirmam também que a disposição dos dados graficamente auxilia a interpretação da análise e facilita o processo de interpretação deles.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Serão apresentados os resultados obtidos através da pesquisa realizada com 18 profissionais, da área de recursos humanos, de empresas de Porto Alegre e região metropolitana.

Com base nos dados coletados, 16 (89%) dos 18 gestores abordados afirmaram utilizar ou já ter utilizado redes sociais virtuais para fins de recrutamento e/ ou seleção de pessoas. Quando questionados quando começaram a utilizar as redes sociais, 28% iniciaram no período de 2008 a 2010, 50% no período de 2011 a 2013 e 11% a partir de 2014. Conforme ilustrado na figura 1.

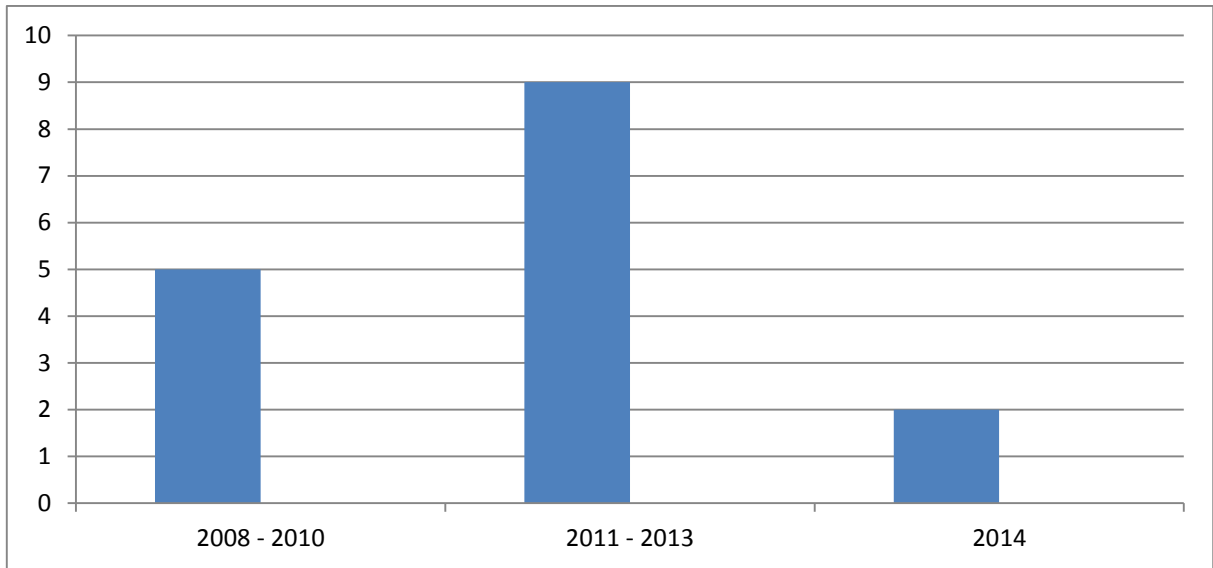


Figura 1: Início da utilização das redes sociais com fins de recrutamento e seleção.

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

A figura 2 mostra em que momento as redes sociais são utilizadas nos processos de recrutamento e seleção, onde a maioria dos entrevistados, correspondente a 61% da amostra, utiliza para recrutar possíveis candidatos, 17% após receber o currículo do candidato, 6% após a entrevista e 6% afirmaram utilizar em outro momento, não informado. Para Chiavento (2010) o recrutamento externo utiliza diversas técnicas para influenciar e atrair candidatos, trata-se de escolher o melhor método para atingir o candidato desejado e trazê-lo para organização.

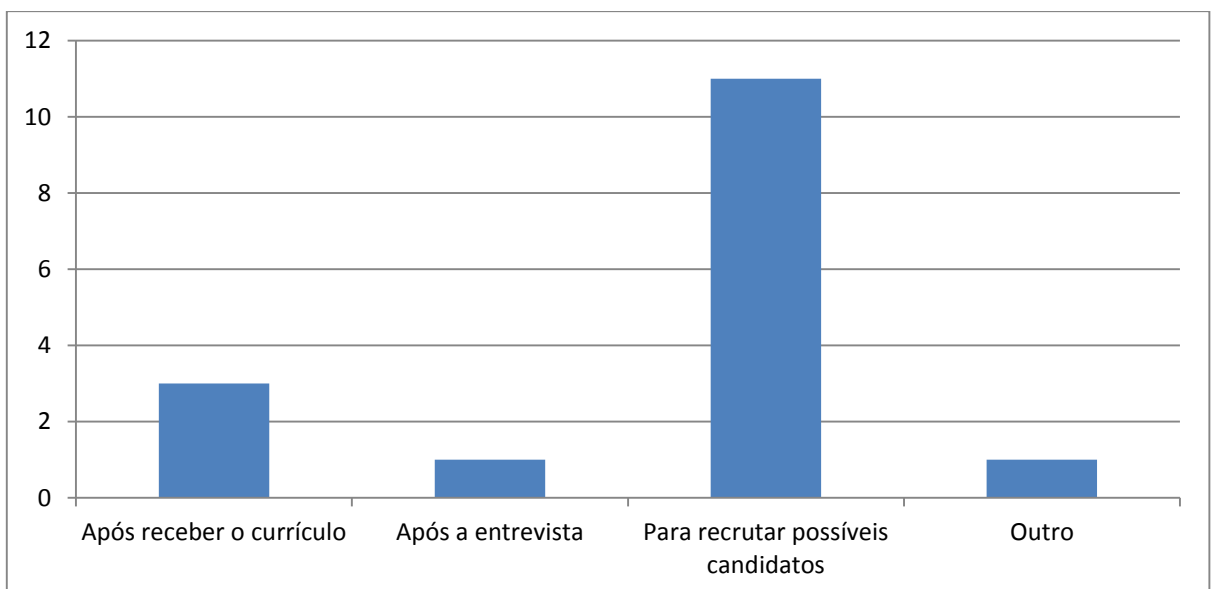


Figura 2: Em que momentos as redes sociais são utilizadas pelas empresas.

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

O próximo gráfico indica quais as páginas de relacionamento virtual são mais utilizadas pelos gestores, sendo a pergunta de múltipla escolha, cada participante poderia assinalar todas as redes sociais que utiliza. As três páginas de maior aderência foram: Facebook (93,75%), LinkedIn (62,50%) e Twitter (37,5%), as demais redes sociais somaram apenas 6,25%.

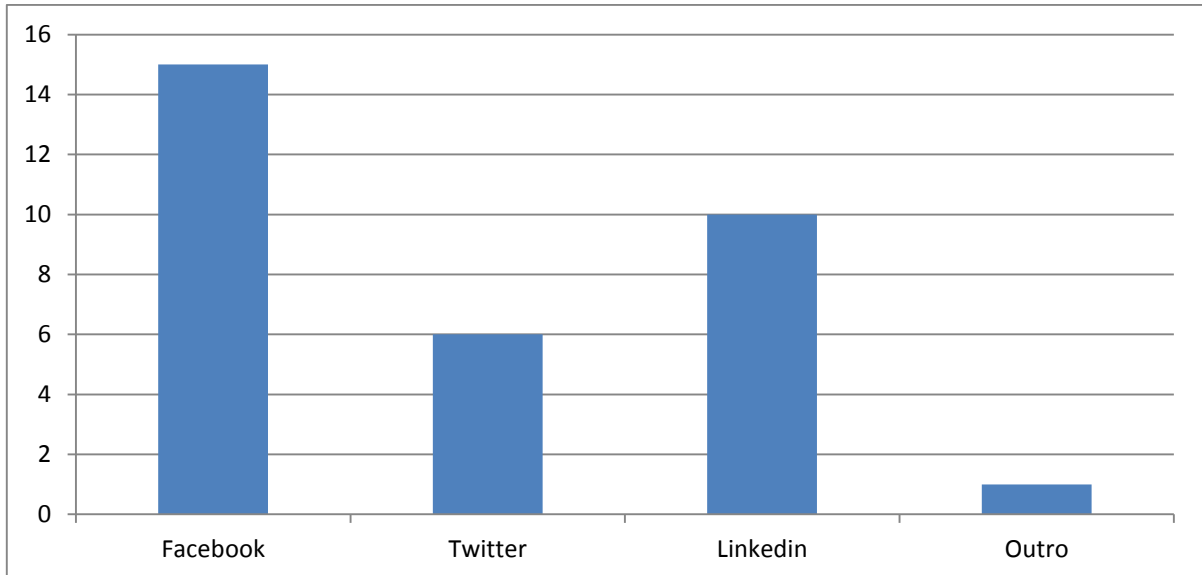


Figura 3: Redes sociais utilizadas com fins de Recrutamento e Seleção

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

Para identificar quais atitudes são mais favoráveis ao candidato em um ambiente virtual, foram listados 6 exemplos de comportamento, onde os gestores deveriam avaliar qual a sua relevância para o processo seletivo. A avaliação ocorreu através de notas, sendo nota 1 para a atitude menos relevante e 6 para a mais relevante, para analisar o resultado foi realizada uma média simples das respostas. Segundo os entrevistados, o fator melhor avaliado foi a coerência que o postulante a vaga de emprego deve demonstrar entre suas atitudes e suas publicação na rede social com 5,4, seguida pela importância de apresentar boa redação, consistência e credibilidade em seu perfil online com 5,3, conforme ilustrado na figura 4.

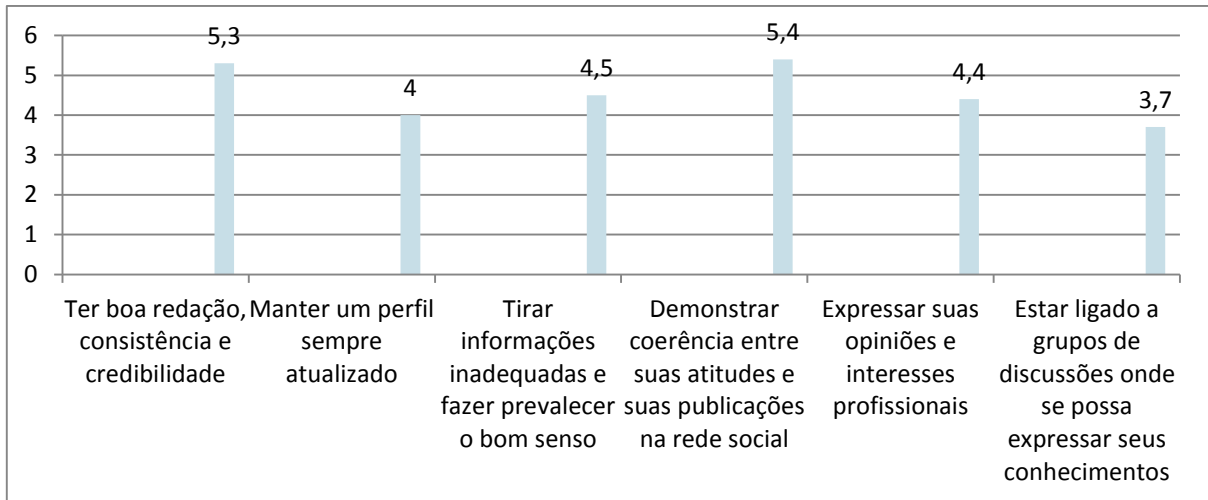


Figura 4: Quais atitudes são mais adequadas na busca de um perfil adequado em uma rede social

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

O gráfico 5 apresenta quais atitudes são consideradas negativas sob o ponto de vista dos recrutadores. Para analisá-lo foi utilizada a mesma metodologia do gráfico anterior, porém com uma escala de 1 a 9, considerando 1 para a atitude menos relevante e 9 para a mais relevante. Observa-se que comentários inapropriados escritos pelo candidato, fotos vídeos e informações inapropriadas, críticas a antigos empregadores, colaboradores, clientes e publicações de informações falsas foram as opções com maior pontuação, fato que sugere que essas tenham uma grande influência negativa para o candidato, os itens citados acima receberam notas de 8,5, 8,4, 8,3 e 8,3 respectivamente. As demais alternativas também foram bem pontuadas, todas atingiram médias maiores ou igual a 5,7 de relevância.

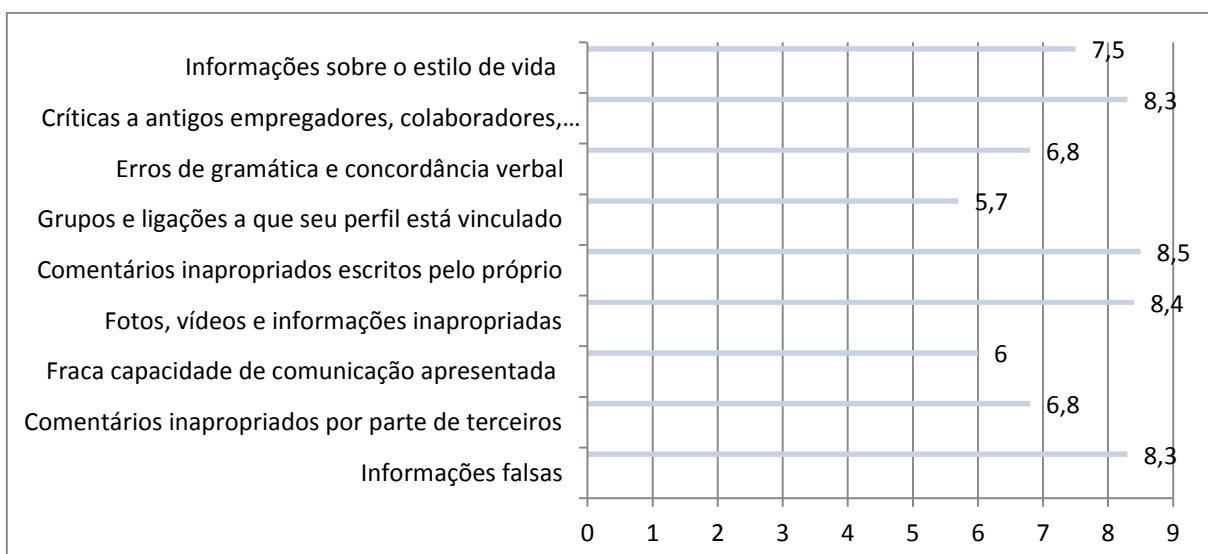


Figura 5: Quais atitudes são são prejudiciais ao candidato em uma rede social

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

As imagens a seguir apontam as vantagens e desvantagens da utilização das redes sociais virtuais como ferramenta de recrutamento e seleção. Considerando nota 8 como a mais relevante e nota 1 a menos, foi calculada uma média simples para apresentar os resultados.

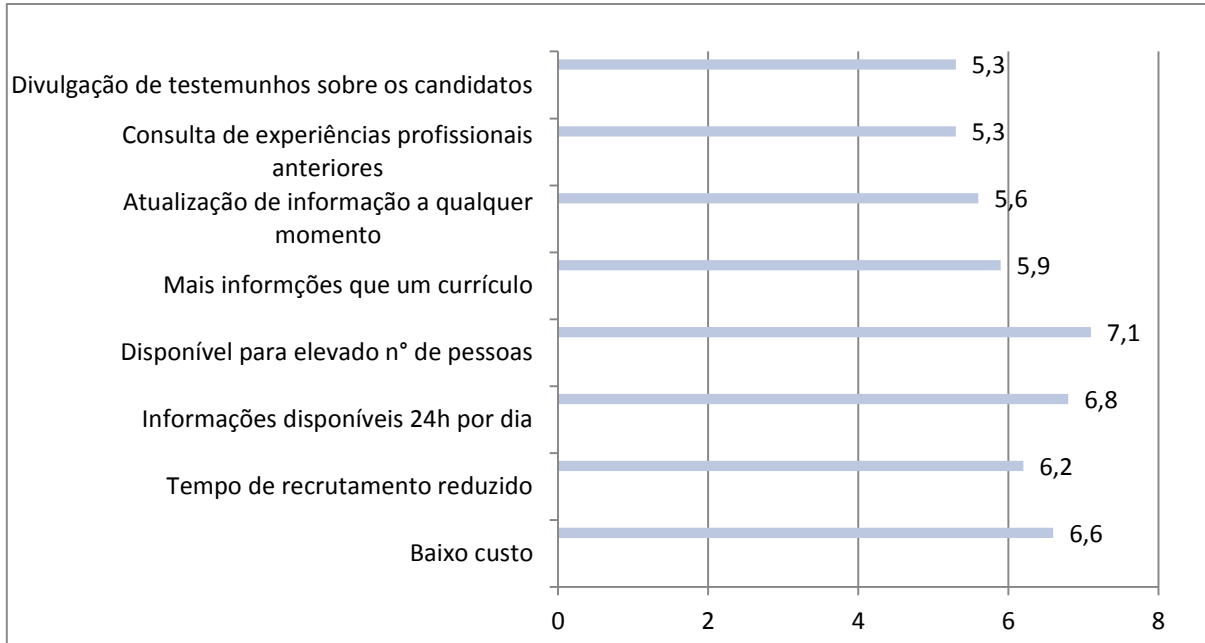


Figura 6: Principais vantagens da utilização das redes sociais.

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

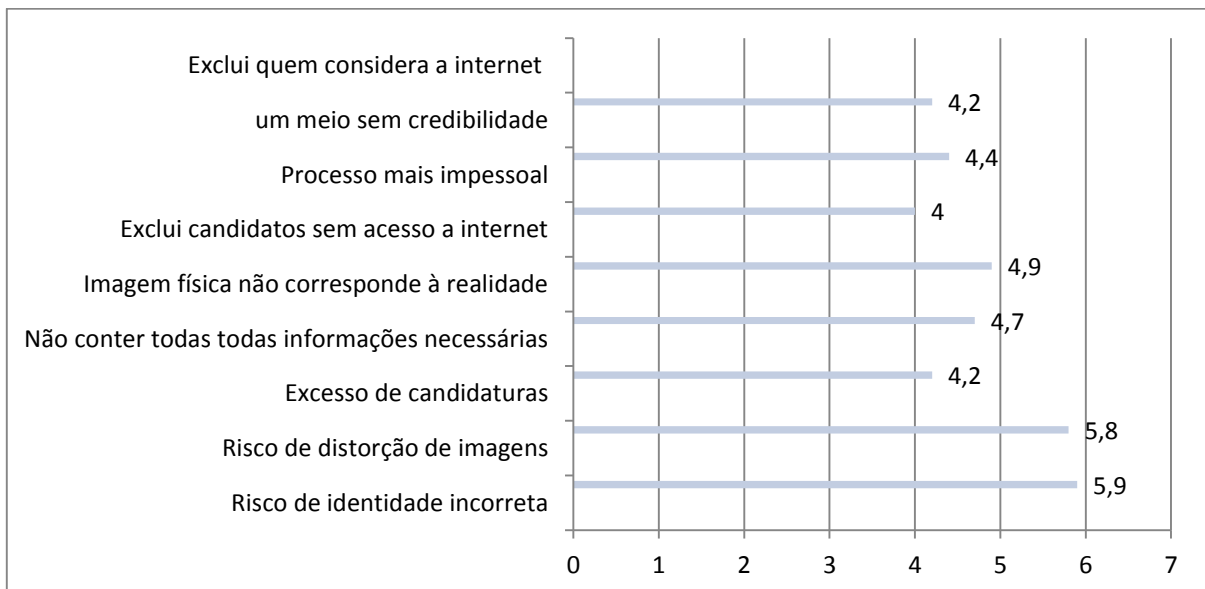


Figura 7: Principais desvantagens da utilização das redes sociais.

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

Com relação à figura 6, é percebida como principal vantagem das redes sociais, a capacidade de estar disponível para uma elevada quantidade de

candidatos, sendo atribuída uma nota de média de 7,1, logo após, estão a disponibilidade de informações a qualquer momento com 6,8 e o baixo custo que o recrutamento online oferece com 6,6. Colaborando com Milkovich e Boudreau (2000) que afirmam que as fontes de recrutamento devem gerar um número suficiente de candidatos qualificados a um custo razoável. Para Marras (2000) a variável custo de recrutamento representa as condições financeiras que a empresa dispõe para iniciar um processo seletivo, ao mesmo tempo em que possibilita identificar as fontes de recrutamento pela diferenciação de custos que cada uma representa. Em 4º lugar, na escala de preferência dos gestores está o tempo reduzido de recrutamento com média de 6,2, seguido pela alternativa afirmando que as redes sociais oferecem mais informações que um currículo com 5,9, a possibilidade de atualização a qualquer momento dos perfis virtuais obteve média de 5,6 e as alternativas de possíveis consultas a testemunhos sobre os candidatos e experiências profissionais dos mesmos figuram com 5,3 de relevância para os participantes.

Analisando o gráfico 7, que demonstra as desvantagens das redes sociais nos processos de recrutamento e seleção, as três opções com maior média foram, respectivamente: Risco de identidade incorreta com 5,9, risco de distorção de imagens com 5,8 e imagem física não corresponde à realidade com 4,9. Com base nestes dados, pode-se identificar que os recrutadores demonstram certo receio em confiar apenas na rede social do candidato. As demais desvantagens citadas no questionário apresentaram as seguintes pontuações: Perfil do candidato não contém todas as informações necessárias 4,7, processo mais impessoal 4,4, excluem pessoas que consideram a internet um meio sem credibilidade 4,2, excesso de candidaturas 4,2 e exclui candidatos que não têm acesso a internet 4. Porém, comparando os gráficos 6 e 7 observa-se pelas médias obtidas que, em geral, as vantagens oferecidas pelas redes sociais virtuais são mais relevantes que as desvantagens.

Para mensurar até que ponto a rede social do candidato pode influenciá-lo negativamente, foi perguntado aos participantes da pesquisa se já excluíram alguém do processo seletivo por informações adquiridas através de seu perfil online, 61% afirmaram nunca ter excluído candidatos apenas por consultar sua rede social e 39% responderam positivamente, conforme ilustrado na figura 8.

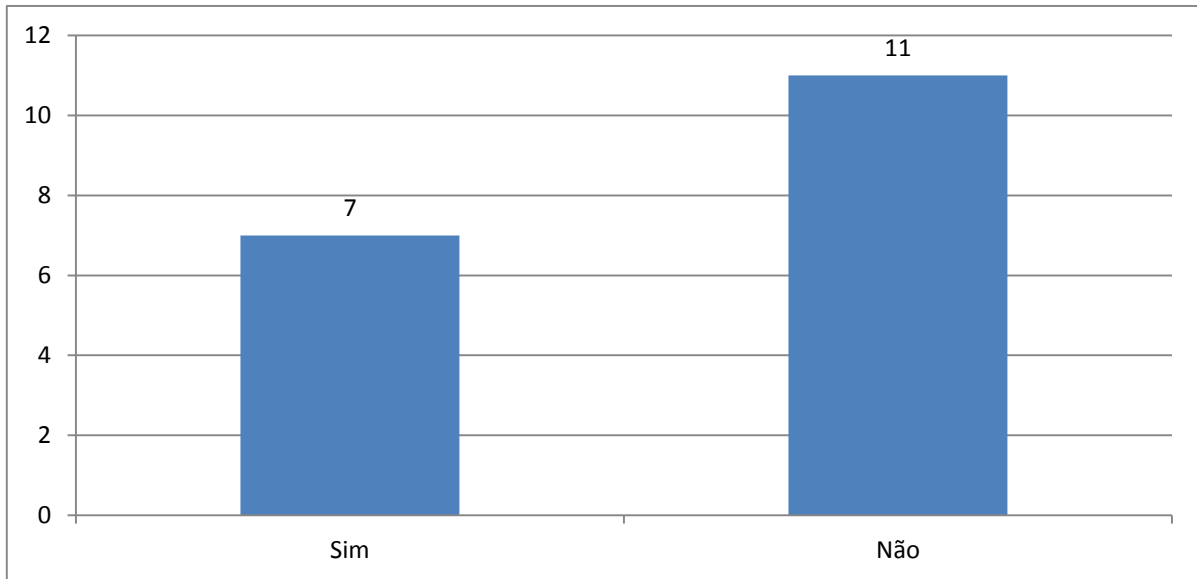


Figura 8: Exclusão de candidatos do processo seletivo.

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora.

Quanto à percepção dos gestores sobre as perspectivas futuras em relação ao tema tratado neste artigo, 11% acreditam que em alguma circunstância os processos de recrutamento e seleção através das redes sociais virtuais podem eliminar os métodos tradicionais, 83% creem que as redes sociais serão utilizadas como complementares aos métodos tradicionais e 6% têm intenção de utilizar apenas técnicas tradicionais de recrutamento e seleção. Quando questionados se pretendem utilizar as redes sociais futuramente, 89% dos entrevistados responderam que sim e os mesmos 11% que nunca usaram as redes sociais para fins de recrutamento e/ ou seleção afirmaram que continuarão não as utilizando. Contudo, 94% dos participantes consideram este método um diferencial competitivo entre as organizações e apenas 6% dos entrevistados não concordam com esta afirmação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho foi verificar como as redes sociais virtuais colaboram para o recrutamento de um perfil adequado, com a pesquisa realizada foi possível identificar que a maioria dos gestores participantes da amostra, costuma utilizar as redes sociais para estes processos, principalmente para atrair candidatos.

Os objetivos específicos também foram atendidos, verificou-se como principais vantagens a capacidade que as redes sociais possuem de atingir um

número elevado de candidatos, informações disponíveis em tempo real e o baixo custo que esta oferece. Como principais desvantagens destacaram-se o receio por parte dos gestores, em confiar na veracidade das informações publicadas pelos candidatos, como risco de identidade falsa e distorção de imagens. Porém, em geral, as vantagens foram avaliadas como mais relevantes do que as desvantagens.

No objetivo que propunha identificar um perfil adequado para a seleção sob a visão dos recrutadores, as características encontradas como mais relevantes foram demonstrar coerência entre suas atitudes e suas publicações, tão como demonstrar boa redação, consistência e credibilidade no ambiente virtual. No que tange as atitudes prejudiciais aos candidatos estão comentários, fotos e vídeos inapropriados postados pelo próprio, críticas a antigos empregadores, clientes e colaboradores e informações falsas publicadas na rede virtual.

Estes resultados mostram que as redes sociais virtuais, nos dias de hoje, podem ser utilizadas como uma importante ferramenta auxiliar de recrutamento e seleção que aliada aos métodos já tradicionais tais como entrevistas, testes e dinâmicas podem gerar resultados valiosos para as empresas. Em contrapartida, para o candidato as redes sociais podem significar uma vitrine profissional, desde que este a saiba usar corretamente. Embora as redes sociais virtuais, em sua maioria, sejam páginas voltadas para o lazer, este artigo ajuda a comprovar que empresas as estão utilizando pra fins estratégicos, o que salienta a importância dos candidatos manterem um perfil coerente e evitar uma exposição negativa desnecessária que pode vir a prejudicá-los profissionalmente.

A pesquisa teve limitações para ser realizada, como pouco tempo para coleta de dados, adesão por parte dos gestores a pesquisa, falta de recursos para ampliar a amostra e por tratar-se de amostra específica, os dados não podem ser generalizados.

Para pesquisas futuras, recomenda-se um estudo com um número maior de respondentes a fim de obter dados mais precisos e abrangentes. Com o intuito de adquirir um melhor entendimento sobre o funcionamento deste processo, sugere-se uma pesquisa qualitativa com uma única empresa que utilize as redes sociais para recrutar e selecionar candidatos e se os perfis virtuais de seus funcionários já contratados ainda são avaliados pelos profissionais de recursos humanos.

REFERENCIAIS

AFONSO, Alexandre Soares. **Uma Análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. 2009. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

ALMERI, Tatiana Martins; MARTINS, Karina Ramos; Paula, Diego da Silva de. **O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção**. ECCOM, v. 4, n. 8, jul./dez.2013. Disponível em: <<http://publicacoes.fatea.br/index.php/eccom/article/view/635/453>>. Acesso em Mar. de 2014.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahor, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, Tarizi Cioccarri; SCHERER, Laura Alves; LOBLER, Leodir Mauri. **Uso das Redes Sociais Virtuais no processo de Recrutamento e Seleção de Pessoal: Uma análise na perspectiva de profissionais de Recursos Humanos**. Disponível em: <http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/artigos/E2012_T00264_PC12758.pdf>. Acesso em Mai. de 2014.

IBOPE. **Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros**. 2013. Disponível em: <<https://www.ibope.com.br>>. Acesso em Mai. de 2014.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de Recursos Humanos**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos: Do operacional ao estratégico**. 3.ed. São Paulo: Futura, 2000.

MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2000.

MOLINA, Marina Vasconcelos. **Redes sociais virtuais como uma nova ferramenta nos processos de recrutamento, seleção e controle de pessoal**. 2011. Projeto de monografia (Graduação em Administração) – Universidade de Brasília – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Brasília, DF.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura). ISBN: 978-85-205-0525-0.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.