



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

MAYSA FERNANDA CÔRTEZ DO NASCIMENTO

**O USO DAS REDES SOCIAIS NO RECRUTAMENTO E
SELEÇÃO DE PESSOAL: ENTENDENDO A PERCEPÇÃO
DA COMUNIDADE ACADÊMICA**

São Cristóvão - SE

2023

MAYSA FERNANDA CÔRTEZ DO NASCIMENTO

**O USO DAS REDES SOCIAIS NO RECRUTAMENTO E
SELEÇÃO DE PESSOAL: ENTENDENDO A PERCEPÇÃO
DA COMUNIDADE ACADÊMICA**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção de conceito na Disciplina Trabalho de Conclusão do Curso II, da Universidade Federal de Sergipe, Campus de São Cristóvão, Sergipe.

Orientador: Prof. Dr. Jefferson Sales

**São Cristóvão – SE
2023**

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo analisar a percepção dos docentes e discentes com relação ao uso das redes sociais no processo de recrutamento e seleção. Baseou-se em um referencial teórico que contempla o histórico da administração, a gestão de pessoas e as redes sociais. Procurou-se estudar o impacto das Redes Sociais como ferramenta emergente de recrutamento e seleção de pessoas. A pesquisa foi classificada como qualitativa. A unidade de pesquisa foi a Universidade Federal de Sergipe, tendo como respondente os docentes e discentes dessa instituição. Dessa forma, foi realizada a aplicação de um questionário estruturado e online sobre o tema. Tal questionário teve a participação de 138 pessoas, dentre elas docentes e discentes da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe, com o objetivo de traçar alguns parâmetros relacionados a o que essas pessoas pensam sobre a utilização das redes sociais na busca por oportunidades de emprego. A análise dos dados, que se deu por estatística descritiva, leva a crer que os sujeitos pesquisados enxergam a importância que as redes sociais têm no ato de influenciar ações de recrutamento e seleção de pessoas, mesmo não se sentindo confortáveis com essa atitude.

Palavras-chave: Administração; Pesquisa; Questionário; Redes Sociais.

ABSTRACT

The research aims to analyze the perception of teachers and students regarding the use of social networks in the recruitment and selection process. It was based on a theoretical framework that includes the history of administration, people management and social networks. We sought to study the impact of Social Networks as an emerging tool for recruiting and selecting people. The research was classified as qualitative. The research unit was the Federal University of Sergipe, with teachers and students from that institution as respondents. In this way, a structured and online questionnaire was applied on the topic. This questionnaire had the participation of 138 people, including teachers and students from the academic community of the Federal University of Sergipe, with the aim of outlining some parameters related to what these people think about the use of social networks in the search for job opportunities. Data analysis, which was carried out using descriptive statistics, leads us to believe that the researched subjects see the important of social networks have in influencing recruitment and selection actions of people, even if they do not feel comfortable with this attitude.

Keywords: Administration; Search; Quiz; Social media.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1. PROBLEMA	8
1.2. OBJETIVOS	8
1.2.1 Objetivo Geral	8
1.2.2 Objetivos Específicos	8
1.3. JUSTIFICATIVA	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Histórico da Administração no Contexto das Pessoas	10
2.1.1 Abordagem humanística (RH, comportamental e DO)	12
2.2 GESTÃO DE PESSOAS	17
2.2.1 Histórico	17
2.2.2 Processos de gestão de pessoas	19
2.2.3 Recrutamento e Seleção	21
2.3 REDES SOCIAIS	26
2.3.1 Instagram, LinkedIn, WhatsApp, X (Twitter) e TikTok	28
3. METODOLOGIA DA PESQUISA	31
3.1 Tipo de Pesquisa	32
3.2 Sujeitos da pesquisa	32
3.3 Técnica de Coleta dos Dados	33
3.4 Técnica de Análise dos Dados	33
4. ANÁLISE DOS DADOS	34
4.1 Utilização das redes sociais na procura por emprego	34
4.2. Redes Sociais como ferramenta de recrutamento e seleção	35
4.3. Perfil do candidato e influência na sua contratação	38
5. CONCLUSÕES	41
5.1. Respondendo às questões da pesquisa	41
5.2. Respondendo ao problema da pesquisa	42
5.3. Sugestões para trabalhos futuros	42
5.4. Delimitação da pesquisa	43
5.5 Considerações finais	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
APÊNDICE: Questionário com os Docentes e Discentes	48

1. INTRODUÇÃO

A gestão de pessoas surgiu no início do século XX, com o grande impacto da revolução industrial no relacionamento trabalhista e a complexidade das empresas, e era conhecida como relações industriais. Surgiu assim uma área específica na empresa responsável por gerenciar os conflitos entre empregador e empregado. Com o tempo as pessoas passaram a ser reconhecidas como recursos valiosos para o sucesso da empresa, e a gestão de pessoas passou a ser uma área estratégica na empresa.

Entende-se gestão de pessoas como sendo o conjunto dos empregados ou dos colaboradores de uma organização, o seu objetivo básico é alinhar as políticas de RH com a estratégia da organização. O sistema de Gestão de Pessoas é composto pelas funções de recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento e retenção: remuneração e benefícios. A gestão de RH também tem como objetivo atingir os objetivos organizacionais e proporcionar a satisfação e a realização dos seus colaboradores.

A gestão de pessoas é um fator importantíssimo para o funcionamento de qualquer organização, e é por meio da gestão pessoal que as empresas podem conquistar vantagens competitivas. As pessoas que fazem parte da organização podem proporcionar um diferencial nos produtos e serviços oferecidos pela empresa, assim as empresas serão capazes de colocar no mercado produtos e serviços suficientemente competitivos. Assim, faz-se necessário avaliar as formas de recrutar e selecionar pessoas.

O profissional de gestão de pessoas é responsável por desenvolver e gerenciar planos de carreira, analisar estratégias institucionais, elaborar planos táticos e operacionais de recrutamento, seleção, avaliação, treinamento de pessoal. Também planeja programas que visem a melhoria da qualidade de vida dos funcionários no ambiente de trabalho, e participa ainda da execução da política salarial da organização. O profissional de RH também avalia a carência ou o excesso do quadro de funcionários, para certificar-se se é necessário a contratação de novos colaboradores, nesse caso pode ser utilizada uma importante ferramenta estratégica, as redes sociais, em que seja possível conhecer melhor o candidato e verificar se ele se adequa ao perfil da empresa.

Hoje as redes sociais não são apenas uma mera ferramenta pessoal, elas podem se tornar um diferencial competitivo, sendo utilizadas no processo de recrutamento e seleção. As pessoas recorrem constantemente à internet para a busca de oportunidades no mercado de trabalho. E as empresas visualizam o perfil de um candidato através das redes sociais, e aproveitam para observar, monitorar, avaliar e selecionar possíveis candidatos para os processos de recrutamento e seleção.

As redes sociais têm ganhado espaço em função de sua praticidade e custos reduzidos nos processos de recrutamento e seleção, outra vantagem é o retorno mais rápido, e a possibilidade de constituir uma base de dados para a busca de profissionais com um perfil determinado. A avaliação de um determinado perfil pode ser positiva ou negativa, tudo vai depender do conteúdo exposto na página do candidato em potencial.

As empresas além de divulgar suas oportunidades de trabalho, também pode apresentar suas políticas e processos, cultura, objetivos organizacionais, interesses e desafios, dessa maneira podem atrair candidatos e afastar aqueles que não se identificam com a empresa. As redes sociais podem ser uma alternativa para a empresa na busca de profissionais mais qualificados para as suas vagas, pois é possível analisar um maior número de candidatos e escolher o melhor.

A empresa e seus profissionais devem tomar cuidado com o recrutamento junto as redes sociais, pois não é apenas criar um perfil em uma rede social, é necessário realizar um planejamento para esses tipos de canais, como identificar seus objetivos, se o posicionamento da companhia vai ser formal ou informal e criar conteúdo para fortalecer a cultura da empresa. Já os profissionais devem construir uma rede virtual de contatos positiva, se afastando de declarações e relações polêmicas.

Outro aspecto importante no recrutamento pelas redes sociais, é que a empresa pode notar que as redes sociais se apresentam como ferramenta a compor o processo de recrutamento, que é indispensável um aprofundamento no contato inicial, pois assim é possível o recrutador checar as informações obtidas através do perfil do candidato na sua rede social e perceber se efetivamente trata-se de um perfil relevante. Em tese, o recrutamento através das redes sociais torna-se mais

rápido, e as etapas seguintes de um processo seletivo são cumpridas em um menor espaço de tempo e com um custo mais baixo.

1.1. PROBLEMA

Talvez hoje as redes sociais são a atual vantagem competitiva, tanto para as organizações, quanto para os candidatos que se relacionam nessas redes. Com a rede social é possível melhorar o processo de comunicação da empresa com os seus funcionários e os profissionais que podem vir a trabalhar na empresa. Há um grande número de redes sociais no mundo de hoje, e o foco desta pesquisa são as redes sociais “*Instagram*”, “*LinkedIn*”, “*WhatsApp*” e “*X(Twitter)*”, a qual podem ser usadas para a procura de novos profissionais por diversas empresas, principalmente quando o perfil do candidato é jovem ou estudante.

Existem diversas redes sociais, e não é possível definir qual a melhor rede para um processo seletivo, isso vai depender de com quem você está se comunicando, por que e quais são os seus objetivos. A gestão pessoal deve utilizar poucas ferramentas para não perder o foco, e assim conseguir realizar a estratégia proposta pela empresa. Hoje as redes sociais são indispensáveis, sejam elas usadas para fins pessoais ou corporativo. Essas redes são fontes de informação para os departamentos de Gestão Pessoal, e cada profissional deve analisar o que pode ser prejudicial ou não para a sua carreira.

A partir da visualização deste panorama, percebe-se a necessidade de uma análise do uso das redes sociais no processo de contratação de um funcionário. Com isso chegou-se a seguinte questão: **Qual a percepção da comunidade acadêmica em relação ao uso das redes sociais no recrutamento e seleção de pessoas?**

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Entender a percepção da comunidade acadêmica com relação ao uso das redes sociais para o recrutamento e seleção de pessoal.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Levantar um panorama geral da utilização das redes sociais para a procura de emprego;
- Listar as vantagens e desvantagens de utilizar as redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção;
- Entender como o perfil do candidato nas redes sociais pode influenciar em sua contratação;
- Avaliar o impacto das redes sociais no processo de recrutamento e seleção.

1.3. JUSTIFICATIVA

Desde o aparecimento das redes sociais, houve uma profunda revolução na forma de se comunicar através da internet, com isso as empresas procuraram reformular seus métodos para conseguir acompanhar essas alterações.

As redes sociais possibilitam avaliar antes de uma entrevista, aspectos mais pessoais do candidato, objetivos de vida e carreira, rede de contatos estabelecida, aspirações, entre outros relevantes aspectos, também possibilita chegar mais facilmente a um contato e identificar possíveis candidatos que talvez, não responderiam a um anúncio de emprego tradicional.

As redes sociais podem ser utilizadas como uma ferramenta importante nos processos de recrutamento e seleção. As vantagens dessa utilização, são a obtenção dos melhores candidatos de forma eficaz e eficiente, mais rápido e ao menor custo possível. A empresa também pode adquirir um diferencial competitivo no mercado de trabalho em relação aos concorrentes. De outro lado, os candidatos também utilizam esse caminho para chegar até os recrutadores.

Outro aspecto importante no recrutamento pelas redes sociais é que a própria empresa ao utilizá-las para divulgar suas oportunidades de trabalho, poderá apresentar suas políticas e processos, cultura, objetivos organizacionais, interesses e desafios, atraindo candidatos e afastando aqueles que não se identificam com a companhia.

Os resultados deste estudo, além de fomentar a discussão no campo de estudo, podem ajudar a compreender o processo de recrutamento e seleção através das redes sociais, que já vem sendo utilizado por algumas empresas. A opção pelo estudo realizado ocorre pelo fato de ser um tema inovador na área de gestão pessoal.

Através dos resultados obtidos na pesquisa, iremos compreender como as redes sociais virtuais contribuem para o aperfeiçoamento dos processos de recrutamento e seleção das empresas, podendo assim contribuir para as empresas que ainda não adotam essa ferramenta, encontrarem novas fontes de recrutamento e seleção. As redes sociais são e virão cada vez mais a tornar-se o mercado de trabalho do futuro.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Histórico da Administração no Contexto das Pessoas

Com a Revolução Industrial houve o aparecimento da empresa e da moderna administração, esse fenômeno trouxe rápidas e profundas mudanças econômicas, sociais e políticas. No início do século XX, Frederick Taylor, um engenheiro americano, apresentou os princípios da Administração Científica e o estudo da Administração como Ciência. Outra contribuição foi de Henri Fayol, ele foi o primeiro a definir as funções básicas do administrador.

A partir de 1940, nos Estados Unidos foi desenvolvida a Teoria das Relações Humanas, por Elton George Mayo, e a partir de 1950 foi desenvolvida a Teoria Estruturalista, que teve início com a Teoria da Burocracia de Max Weber, que se baseia na racionalidade, para que se obtenha o máximo de eficiência. Henri Fayol, Frederick Taylor, Henry Ford e Max Weber contribuíram com teorias nos primórdios da Administração, essas teorias serão sempre os pilares da evolução e do desenvolvimento da ciência da Administração.

Segundo Maximiano (2000, p.54):

A administração começou a nascer como corpo independente de conhecimentos na Europa do século XVIII, durante a Revolução Industrial. Naquela época, as primeiras fábricas modernas começaram a colocar em prática diversos conceitos que se tornariam universais nos séculos seguintes. Um desses conceitos era a divisão do trabalho.

Segundo Maximiano (2000, p. 55):

A partir do século XX a organização eficiente do trabalho nas empresas tornou-se a base do desenvolvimento da teoria e da prática da administração. Muitas pessoas e grupos participaram desse processo. Eram pesquisadores e estudiosos, como Frederick Taylor; industriais, como Henry Ford; executivos, como Henri Fayol; cientistas, como Max Weber. Essas pessoas formam a chamada Escola Clássica da Administração.

Uma das principais características da Revolução Industrial foi a divisão e especialização do trabalho que permitiu aumentar a produção das mercadorias. Com a Divisão do trabalho, houve um aumento da produtividade, mas como o trabalhador conhecia somente uma única etapa da produção, ocasionou o surgimento de trabalhadores alienados quanto ao processo produtivo, tornando se muito limitado. A Escola Clássica da Administração surgiu com bases nos fundamentos de Henri Fayol, os seus integrantes criaram e sistematizaram os fundamentos da administração durante a transição para o século XX, nessa escola os trabalhadores eram vistos como peças de máquinas, seus sentimentos e comportamentos não eram levados em conta.

Segundo Maximiano (2000, p.56)

Nos Estados Unidos, entre o fim da Guerra Civil, no século XIX, e o começo do século XX, a indústria expandiu-se aceleradamente. [...]. Essa expansão estimulou o estudo sobre as formas de aumentar a eficiência dos processos de produção. [...]. As condições no início do século XX fizeram essa preocupação dar origem ao primeiro evento importante na história da administração contemporânea: o movimento da administração científica.

“A pessoa que transformou o debate sobre a eficiência num conjunto de princípios e técnicas foi Frederick Winslow Taylor, líder de um grupo que promoveu o movimento da administração científica.” [...]. “As contribuições que Taylor deixou contam-se entre as mais importantes da história das teorias e práticas da administração.” (MAXIMIANO, 2000, p. 56).

O movimento da administração científica tem como intuito garantir o melhor custo benefício aos sistemas produtivos. Taylor procurou elevar o nível da produtividade, fazendo com que os trabalhadores produzissem mais em menos tempo, sem elevar os custos de produção da empresa. Essa teoria de Taylor causou uma verdadeira revolução no sistema produtivo, e apesar das críticas recebidas, o

movimento prevaleceu e continuou sendo aperfeiçoada ao longo dos anos, e é sem dúvida alguma a pioneira da Teoria Administrativa.

Segundo Maximiano (2000, p. 58):

Outra importante contribuição para a administração foi feita por Henry Ford, fundador da Ford Motor Company e criador da linha de montagem móvel. Ford, com a linha de montagem móvel, estabeleceu o padrão de organização de processos produtivos que se tornaria universal.

“Ao lado de Taylor e Ford, Fayol é um dos contribuintes mais importantes do desenvolvimento do conhecimento administrativo moderno.” [...] “Fayol foi o pioneiro no reconhecimento de que a administração deveria ser vista como uma função separada das demais funções da empresa.” [...] (MAXIMIANO, 2000, p. 60).

Henry Ford foi o mais famoso criador de veículos de todos os tempos. Ele criou o fordismo, que consistia em um método de produção em massa, através de uma linha de montagem automatizada. Esse método revolucionou a indústria automobilística e até hoje é empregada, mas com variações. Ford tinha uma grande preocupação com o social, e buscava oferecer uma melhor qualidade de vida aos seus funcionários e as comunidades ao redor da sua fábrica. A evolução da teoria administrativa ocorreu através dos estudos de Taylor, Ford e Fayol.

“O quarto integrante da Escola Clássica é Max Weber, um importante cientista social e jurista alemão, que se ocupou de inúmeros aspectos das sociedades humanas.” [...] (MAXIMIANO, 2000, p. 62).

Segundo Maximiano (2000, p.65):

Para Weber, a sociedade e as organizações modernas são sistemas de normas impessoais que regem o comportamento das pessoas. Essa ideia estimulou a imaginação de muitos cientistas que se propuseram a explicar as organizações e o comportamento das pessoas.

Por intermédio dessa ideia proposta por Weber, vários cientistas começaram a explicar as organizações e o comportamento das pessoas, surgindo a escola humanista, a qual analisa as organizações como sistemas sociais, onde o que mais importa é o comportamento humano. O trabalho de Weber foi bastante importante, pois diversos autores retomaram suas pesquisas e estudos ao longo dos anos.

2.1.1 Abordagem humanística (RH, comportamental e DO)

A abordagem humanística surgiu em oposição a Administração Científica e a Teoria Clássica, com essa teoria o foco sai da tarefa e passa para as pessoas. O desenvolvimento das Relações Humanas se deu em uma época de grande euforia, causada pelo crescimento econômico das grandes corporações, esse período difícil foi marcado por recessão econômica, inflação e forte atuação de sindicatos. As teorias trazidas por essa abordagem criaram novas perspectivas para a administração.

“A abordagem Humanística ocorre com o aparecimento da Teoria das Relações Humanas, nos Estados Unidos, a partir da década de 1930.” [...]. (CHIAVENATO, 2003, p. 98).

Segundo Chiavenato (2003, p.98):

Com a abordagem humanística, a teoria administrativa passa por uma revolução conceitual: a transferência da ênfase antes colocada na tarefa (pela Administração Científica) e na estrutura organizacional (pela Teoria Clássica) para a ênfase nas pessoas que trabalham ou que participam nas organizações.

Segundo Chiavenato (2003, p.101)

A Teoria das Relações Humanas (ou Escola Humanística da Administração) surgiu nos Estados Unidos, como consequência das conclusões da Experiência de Hawthorne, desenvolvida por Elton Mayo e colaboradores. Foi um movimento de reação a oposição à Teoria Clássica da Administração.

A abordagem humanística da administração foi a primeira teoria administrativa que se preocupou com as necessidades e características dos colaboradores, e passou a vê-los mais como seres humanos e não apenas como simples empregados. A Teoria das Relações Humanas iniciou-se com a Experiência de Hawthorne, a qual enfatiza as pessoas, os grupos e a organização informal, ao contrário da Teoria Clássica que era formal e possuía ênfase nas tarefas.

“A experiência de Hawthorne proporcionou o delineamento dos princípios básicos da Escola das Relações Humanas.” [...]. (CHIAVENATO, 2003, p. 105). “As conclusões de Hawthorne somente tiveram um impacto decisivo e definitivo na teoria

administrativa a partir da década de 1950, com o aparecimento da Teoria Comportamental.” [...] (CHIAVENATO, 2003, p. 110).

A experiência Hawthorne surgiu do interesse de uma empresa conhecer melhor seus empregados e não pela necessidade de melhorar a produção. Essa experiência demonstrou que o funcionário não é apenas uma máquina, que ele pode ser influenciado por suas necessidades, as quais podem e devem ser supridas pela organização. Apesar das críticas recebidas, por causa dos resultados generalistas, a experiência Hawthorne contribuiu para uma mudança, ainda que parcial, dos gestores em relação aos trabalhadores.

“O advento da Teoria das Relações Humanas trouxe uma nova linguagem que passou a dominar o repertório administrativo: fala-se agora em motivação, liderança, comunicação, organização informal, dinâmica de grupo etc.” [...]. (CHIAVENATO, 2003, p. 116).

“A Escola das Relações Humanas abriu novos horizontes à teoria administrativa em duas orientações bem definidas. A primeira orientação é a chamada equação humana: o sucesso das organizações depende diretamente das pessoas.” [...]. “A segunda orientação é o novo papel do administrador. O administrador deve saber comunicar, liderar, motivar e conduzir as pessoas.” [...]. (CHIAVENATO, 2003, p. 139 e 140).

A Teoria das Relações Humanas entrou em declínio no final da década de 1950, com várias críticas recebidas, suas concepções passaram a ser revistas e atualizadas. Mas apesar das críticas, essa teoria colaborou de maneira significativa com a administração, pois trouxe um olhar mais atento as necessidades e características dos colaboradores, passando a enxergá-los mais como seres humanos e menos como meros empregados. Essa teoria também teve uma importância fundamental nos conceitos sobre a motivação e o comportamento organizacional, pois todo o seu estudo sobre a motivação no trabalho, passou a ser aplicado dentro das organizações. Outra importante contribuição das Relações Humanas foi que ela abrangeu tanto o lado psicológico, como o lado sociológico das organizações.

Segundo Chiavenato (2003, p. 328):

A Teoria Comportamental (ou Teoria Behaviorista) da Administração trouxe uma nova concepção e um novo enfoque dentro da teoria administrativa: a abordagem das ciências do comportamento (*behavioral sciences approach*), o abandono das posições normativas e prescritivas das teorias anteriores (Teorias Clássica, das Relações Humanas e da Burocracia) e a adoção de posições explicativas e descritivas. A ênfase permanece nas pessoas, mas dentro do contexto organizacional mais amplo.

“Para explicar o comportamento organizacional, a Teoria Comportamental fundamenta-se no comportamento individual das pessoas.” [...]. (CHIAVENATO, 2003, p. 329).

Segundo Chiavenato (2003, p. 329):

Os autores behavioristas verificaram que o administrador precisa conhecer as necessidades humanas para melhor compreender o comportamento humano e utilizar a motivação humana como poderoso meio para melhorar a qualidade de vida dentro das organizações.

A Teoria Comportamental é decorrência da teoria das Relações Humanas, ainda permanece com a ênfase, mas dentro de um contexto organizacional mais amplo. Essa teoria fundamenta-se no comportamento individual das pessoas, e para isso é necessário o estudo da motivação humana, com ela o administrador pode melhorar a qualidade de vida dentro das organizações.

“A Teoria Comportamental oferece uma variedade de estilos de administração à disposição do administrador.” [...]. “Os estilos de administração dependem das convicções que os administradores têm a respeito do comportamento humano na organização.” [...]. “As organizações são projetadas e administradas de acordo com teorias administrativas. Cada teoria administrativa baseia-se em convicções sobre a maneira pela qual as pessoas se comportam dentro das organizações.” (CHIAVENATO, 2003, p. 336).

“Um dos temas preferidos pelos behavioristas é o conflito entre os objetivos que as organizações procuram atingir e os objetivos que individualmente cada participante pretende alcançar.” [...]. “O importante é que o alcance do objetivo de uma das partes nunca venha a prejudicar ou a tolher o alcance do objetivo da outra. Ambas as partes devem contribuir para o alcance dos seus respectivos objetivos.” (CHIAVENATO, 2003, p. 355 e 356)

“A Teoria Comportamental deu novos rumos e dimensões à TGA, enriquecendo profundamente o seu conteúdo e sua abordagem. Por essa razão, seus conceitos são os mais conhecidos e populares de toda a teoria administrativa.” (CHIAVENATO, 2003, p. 363).

Essa teoria representou um avanço para a administração, com ela houve um reconhecimento dos conflitos entre os objetivos individuais e objetivos organizacionais, os quais podem ser resolvidos por uma mudança no comportamento e na estrutura organizacional. Com essa teoria o trabalhador passou a ser visto como um ser motivacional, pois as pessoas estão dispostas a cooperar com os objetivos organizacionais desde que as suas atividades na organização também contribuam para o alcance dos seus objetivos pessoais.

Segundo Chiavenato (2003, p. 370):

A partir da Teoria Comportamental, um grupo de cientistas sociais e consultores de empresas desenvolveu uma abordagem moderna, democrática e variada ao desenvolvimento planejado das organizações, que recebeu o nome de *Desenvolvimento Organizacional* (DO).

“O conceito de DO está relacionado com os conceitos de mudança e de capacidade adaptativa da organização à mudança que ocorre no ambiente. Isso levou a um novo conceito de organização e de cultura organizacional.” (CHIAVENATO, 2003, p. 371).

“O foco principal do DO está em mudar as pessoas e a natureza e a qualidade de suas relações de trabalho. Sua ênfase está na mudança da cultura da organização. Em princípio, o DO é uma mudança organizacional planejada.” (CHIAVENATO, 2003, p. 380).

O desenvolvimento organizacional é considerado uma teoria aberta, democrática e participativa, o DO é uma resposta da organização as mudanças, e tem por finalidade mudar crenças, as atitudes, os valores e a estrutura das organizações. Para a organização conseguir uma maior capacidade de realizar as mudanças necessárias ao desenvolvimento organizacional, ela deve se voltar mais as pessoas do que as técnicas e recursos, com essas mudanças a organização pode se adaptar melhor aos novos mercados, tecnologias e desafios.

“O DO constitui um processo que leva anos para mudar uma organização e que pode continuar indefinidamente. Para um programa dessa magnitude, o apoio decidido da alta administração é essencial.” (CHIAVENATO, 2003, p. 384).

Segundo Chiavenato (2003, p. 385):

Os agentes de mudança utilizam várias técnicas de DO para fazer a colheita de dados, diagnóstico organizacional e ação de intervenção. As técnicas são utilizadas para melhorar a eficácia das pessoas, as relações entre duas ou três pessoas, o funcionamento de grupos, as relações entre grupos ou a eficácia da organização como uma totalidade.

Segundo Chiavenato (2003, p. 402 e 403):

O DO proporcionou à TGA uma literatura ampla e rica de abordagens variadas. No fundo, porém, existe uma convicção de que o DO é um rótulo utilizado para a embalagem de princípios da Teoria Comportamental dentro de novas formulações. Com a crise das Relações Humanas e do Behaviorismo, o DO passou a ser saída para o aumento da eficácia organizacional.

Com o desenvolvimento organizacional, a organização pode ter uma visão clara do que está ocorrendo no ambiente interno e externo. Para haver uma mudança na organização, é necessário mudar sua cultura, e para obter um clima organizacional favorável, o moral e as necessidades humanas dos seus funcionários precisam estar satisfeitas. Há críticas em relação ao DO, por enfatizar demais a educação emocional e por não haver comprovação científica de que as técnicas de DO realmente melhorem o alcance de objetivos das organizações.

2.2 GESTÃO DE PESSOAS

2.2.1 Histórico

Na década de 1960, houve o início da Administração de Recursos Humanos e Gestão Pessoal, substituindo a Administração de Relações Industriais, com o objetivo de oferecer para a organização uma visão sistêmica de seu pessoal. Com a era da informação em 1990, surge a Gestão de pessoas, com o foco no gerenciamento com e para as pessoas, porque a organização é formada por pessoas, e precisa delas para atingir suas metas e cumprir sua missão.

“É a partir da Revolução Industrial que surge o conceito atual de trabalho. E é no decorrer do século XX que o trabalho recebeu a configuração que hoje está assumindo.” [...]. “O século XX trouxe grandes mudanças e transformações que influenciaram poderosamente as organizações, sua administração e seu comportamento.” [...]. (CHIAVENATO, 2004, p. 34).

Segundo Chiavenato (2004, p. 34):

Podemos visualizar ao longo do século XX três eras organizacionais distintas: a Era Industrial Clássica, a Era Industrial Neoclássica e a Era da Informação, a visão das características de cada uma delas permite compreender melhor as filosofias e as práticas de lidar com as pessoas que participam das organizações.

Segundo Chiavenato (2004, p. 41):

As três eras ao longo do século XX, Industrialização Clássica e Neoclássica e a era da Informação, trouxeram diferentes abordagens sobre como lidar com as pessoas dentro das organizações. Ao longo das três eras, a área de ARH passou por três etapas distintas: Relações Industriais, Recursos Humanos e Gestão de Pessoas. Cada abordagem está ajustada aos padrões de sua época, à mentalidade predominante e às necessidades das organizações.

Na era Industrial Clássica, as pessoas eram consideradas apêndice das máquinas, o importante para a organização era o funcionário cumprir suas tarefas, essa era ficou conhecida como Departamento de Pessoal. Na era Industrial Neoclássica, surgem o departamento de Gestão de Pessoas, essa era significou uma etapa de forte transição no mundo dos negócios. Na era da informação surgem as equipes de Gestão de Pessoas, e as pessoas passam a ser consideradas como parceiro da organização.

Segundo Milkovich (2009, p. 19):

Os recursos humanos (RH) trazem o brilho da criatividade para a empresa. As pessoas planejam e produzem os produtos e serviços, controlam a qualidade, vendem os produtos, alocam os recursos financeiros e estabelecem as estratégias e objetivos para a organização. Sem pessoas eficazes, é simplesmente impossível para qualquer empresa atingir seus objetivos.

“O contexto de gestão de pessoas é formado por pessoas e organizações. As pessoas passam boa parte de suas vidas trabalhando dentro das organizações.” (CHIAVENATO, 2004, p. 4). “As organizações jamais existiriam sem as pessoas que

lhes dão vida, dinâmica, energia, inteligência, criatividade e racionalidade.” [...] “Uma relação de mútua dependência na qual há benefícios recíprocos.” [...]. (CHIAVENATO, 2004, p. 5).

A Gestão de Pessoas faz a relação entre empresa e funcionário, e é responsável por elaborar práticas que sejam sempre adequadas para as necessidades e objetivos organizacionais. Com a Gestão de Pessoas, a organização passa a ver seus funcionários como parceiros ou colaboradores, e a empresa antes de alcançar os seus objetivos, passa a perceber a importância de cada um para a organização, de alinhar os seus valores, comportamento com a missão da empresa, com isso passa a incentivar e capacitar os seus colaboradores, e a mostrar as vantagens que um serviço de qualidade traz tanto para a organização quanto para o colaborador.

Segundo Chiavenato (2004, p. 5):

As organizações são constituídas de pessoas e dependem delas para atingir seus objetivos e cumprir suas missões. E para as pessoas, as organizações constituem o meio através do qual elas podem alcançar vários objetivos pessoais, com um custo mínimo de tempo, de esforço e de conflito.

Segundo Chiavenato (2004, p. 42):

O mundo dos negócios ficou completamente diferente, exigente, dinâmico, mutável e incerto. E as pessoas sentem o impacto dessas influências e necessitam de um apoio e suporte por parte dos seus líderes e gerentes. E eles requerem, por seu lado, o apoio e suporte da ARH.

A gestão de pessoas visa primeiramente o ser humano que existe em cada colaborador, para depois se importar com os resultados, ao priorizar o ser humano, os excelentes resultados serão consequência, e tanto os colaboradores como os gestores serão beneficiados com os resultados obtidos.

2.2.2 Processos de gestão de pessoas

A Gestão de Pessoas é uma área bastante abrangente na vida das organizações e das pessoas que nelas trabalham, não é apenas deixar seus colaboradores satisfeitos ou motivados, a organização precisa criar uma estratégia

que envolva todos seus colaboradores, com processos que podem motivar, desenvolver, monitorar e manter o capital intelectual.

Segundo Chiavenato (2004, p. 13):

A moderna Gestão de Pessoas consiste de várias atividades integradas, como descrição e análise de cargos, planejamento de RH, recrutamento, seleção, orientação e movimentação das pessoas, avaliação do desempenho, remuneração, treinamento e desenvolvimento, relações sindicais, segurança, saúde, bem-estar, etc.

“Na verdade, a Gestão de Pessoas é um conjunto integrado de processos dinâmicos e interativos. Os seis processos básicos de Gestão de Pessoas são os seguintes: Processos de Agregar Pessoas; Processos de Aplicar Pessoas; Processos de Recompensar Pessoas; Processos de Desenvolver Pessoas; Processos de Manter Pessoas; Processos de Monitorar Pessoas.” [...] “Todos esses processos são desenhados de acordo com exigências das influências ambientais externas e das influências organizacionais internas para obter a melhor compatibilização entre si.” [...]. (CHIAVENATO, 2004, p. 14 e 15).

Os processos de Gestão de Pessoas são importantes para proporcionar qualidade de vida no ambiente de trabalho, e contribuir para que as organizações sejam eficazes, obtenha a cooperação dos seus colaboradores para que desenvolvam produtos e serviços competitivos de alta qualidade, assim a empresa alcança tanto os objetivos individuais quanto os organizacionais. Contribuir para o desenvolvimento do capital humano é importante para a organização, pois é o que a diferencia de outra.

Segundo Milkovich (2009, p. 31):

As atividades da administração de RH são programas desenhados em respostas à fixação dos objetivos e gerenciadas para sua obtenção. Nossa abordagem diagnóstica identifica quatro grandes categorias de atividades: *staffing*, desenvolvimento, recompensa e relações trabalhistas.

“O recrutamento determina a composição da gestão pessoal em uma organização.” [...]. “A equipe e não o indivíduo tem aparecido como o bloco básico da construção do desenho de uma organização.” (MILKOVICH, 2009, p. 31).

“O desenvolvimento das pessoas e as atividades de treinamento [...] têm por finalidade ensinar novas habilidades, melhorar as já existentes, afetando as atitudes dos empregados.” (MILKOVICH, 2009, p. 31 e 32).

“As atividades de RH mudam o ambiente organizacional e conduzem a novas condições.” [...]. “Os componentes do modelo são inter-relacionados e sua influência pode ser multidimensional.” (MILKOVICH, 2009, p. 33).

É importante a realização das atividades de RH junto as pessoas que compõem a empresa. As estratégias utilizadas no recrutamento devem estar alinhadas com as outras áreas, o desenvolvimento de pessoas contribui para a formação de equipes preparadas para constantes mudanças, tornando assim a organização competitiva e adaptável ao mercado, a empresa deve recompensar os colaboradores que possuem bom desempenho, para isso é necessário a empresa realizar um planejamento detalhado de que forma será a recompensa, por fim as relações trabalhistas, que trata das rotinas que são base do RH.

Segundo Milkovich (2009, p. 32):

São assuntos relevantes para o sistema de remuneração a situação da organização em relação aos seus concorrentes, a garantia de diferenças salariais justas entre os empregados e a decisão sobre o aumento dos ganhos deve basear-se no desempenho dos indivíduos, das equipes ou no desempenho de toda a empresa.

O sistema de remuneração é um dos pontos mais importantes para uma adequada gestão de Recurso Humanos, esse sistema é voltado para a dinâmica, estratégia e eficiência dos negócios da organização. Com esse sistema a organização procura satisfazer seus colaboradores de acordo com suas competências e qualidades.

“As atividades de relações com as pessoas têm por intuito promover uma convivência harmoniosa entre patrões e empregados.” [...]. “O gerenciamento do ambiente de trabalho inclui hoje administração participativa, comissão dos empregados, acordos para resolução de conflitos e programas para melhoria da qualidade de vida.” [...]. (MILKOVICH, 2009, p. 32).

Segundo Milkovich (2009, p. 32):

Como essas atividades devem ser planejadas e executadas vai depender das duas fases prévias do modelo: as condições dos

recursos humanos da empresa e os objetivos que foram estabelecidos para eles. As decisões aí tomadas formam a estratégia de RH da organização. Os resultados dessas atividades são avaliados como parte do processo de monitoramento das condições da empresa.

A Gestão Pessoal, através dos recursos humanos, deve realizar constantes avaliações para conhecer como está o relacionamento entre os gestores e colaboradores, pois funcionários insatisfeitos, podem demonstrar um baixo desempenho, e assim diminuir a produtividade da organização. Com os resultados das atividades de RH, a organização pode realizar uma estratégia de RH juntamente com seus colaboradores, e ter funcionários mais satisfeitos, eficazes e produtivos, assim a organização mantém um ambiente de trabalho saudável, aumenta a capacidade dos seus colaboradores, e gera uma estabilidade para a empresa, e resultados lucrativos.

2.2.3 Recrutamento e Seleção

Recrutamento e Seleção são uma das áreas do departamento de Gestão de Pessoas, são responsáveis por atrair e alocar candidatos nas vagas disponíveis da organização, de acordo com as competências e habilidades exigidas pela empresa, para os cargos ofertados. O processo de recrutamento e seleção deve ser bem planejado, para que a empresa tenha um diferencial em relação ao mercado.

“O recrutamento é o processo de identificação e atração de um grupo de candidatos, entre os quais serão escolhidos alguns para posteriormente serem contratados para o emprego.” (MILKOVICH, 2009, p. 162). “O recrutamento corresponde ao processo pelo qual a organização atrai candidatos no MRH para abastecer seu processo seletivo.” (CHIAVENATO, 2004, p. 112).

O processo de recrutamento de pessoas é uma atividade de atração, divulgação e comunicação, esse processo varia de acordo com cada organização. Os profissionais de Gestão de Pessoas responsáveis por essa área procuram identificar os candidatos mais qualificados para ocupar determinado cargo dentro da empresa, para isso utilizam técnicas de investigação para analisar no candidato, seus conhecimentos, habilidades, postura para o trabalho, características pessoais, entre outras.

Segundo Chiavenato (2004, p. 113):

O recrutamento pode ser interno ou externo. O recrutamento interno atua sobre os candidatos que estão trabalhando dentro da organização – isto é, funcionários – para promovê-los ou transferi-los para outras atividades mais complexas ou mais motivadoras. O recrutamento externo atua sobre candidatos que estão no MRH, portanto fora da organização, para submetê-los ao seu processo de seleção de pessoal.

Segundo Milkovich (2009, p. 311 e 312):

O recrutamento interno enfoca os empregados já existentes; portanto, o processo de atração/identificação é contínuo, com uma comunicação bilateral que ocorre durante todo o período do emprego. A organização e seus empregados são participantes ativos na construção de um grupo adequado de candidatos às oportunidades. A empresa pode enfatizar os anúncios dessas oportunidades para que os empregados se interessem por elas, ou podem acompanhar e construir características nos empregados e chamar apenas aqueles mais promissores para essas oportunidades. São também possíveis combinações dessas duas abordagens.

“Enquanto o recrutamento interno aborda um contingente circunscrito e conhecido de funcionários internos, o recrutamento externo aborda um enorme contingente de candidatos que estão espalhados pelo MRH.” [...]. “Por essa razão, o recrutamento externo utiliza várias e diferentes técnicas para influenciar e atrair candidatos.” [...]. “O recrutamento deve ser uma atividade contínua e ininterrupta.” (CHIAVENATO, 2004, p. 115).

O processo de recrutamento pode adotar meios diferentes de recrutar, sendo eles interno ou externo, isso vai depender das políticas da organização e da gestão de RH. Cada processo de recrutamento, possui suas vantagens e desvantagens, a empresa ao utilizar o recrutamento interno, tem vantagens de ter um menor custo, tempo, a motivação dos seus funcionários e sua melhor adaptação, as desvantagens são que a empresa ao treinar e capacitar seus funcionários para outros cargos, pode correr o risco de perdê-los para outra empresa. O recrutamento externo possui a vantagem de trazer novos talentos e experiências para a empresa, podendo tornar a empresa mais competitiva, e estimular a inovação e o crescimento da empresa, as suas desvantagens é que o processo é mais demorado e caro, e menos seguro por trazer pessoas desconhecidas para a empresa, pode também acabar frustrando os seus funcionários em relação ao seu crescimento na empresa.

“O recrutamento não apenas diz respeito às qualificações dos empregados, mas também a diversidade do quadro de pessoal.” [...]. “O recrutamento não é importante apenas para a organização.” [...]. “Os candidatos desejam informações precisas sobre como será trabalhar nessa empresa. Por seu lado, a organização deseja saber que tipo de empregado será o candidato, caso seja contratado.” (MILKOVICH, 2009, p. 163).

“Enquanto o objetivo do recrutamento é abastecer o processo seletivo de sua matéria-prima - os candidatos -, o objetivo da seleção é escolher e classificar os candidatos mais adequados às necessidades do cargo e da organização.” (CHIAVENATO, 2004, p. 130).

As empresas mudaram a sua forma de recrutar, devido a globalização, o advento da tecnologia, onde as redes sociais já são utilizadas pelas empresas para atrair novos candidatos, os quais também utilizam a internet para buscar informações da empresa a qual deseja trabalhar. Após o recrutamento, vem a etapa de selecionar o candidato mais qualificado para preencher a vaga ofertada pela empresa. A organização que possui o processo de recrutamento e seleção eficiente e eficaz, consegue ter mais segurança para realizar os processos de gestão de pessoas, e também se adaptar as mudanças que ocorrem no cenário mundial.

Segundo Chiavenato (2004, p. 130):

A seleção de pessoas integra o processo de agregar pessoas e funciona logo após o recrutamento. Ambos, o recrutamento e a seleção de pessoas fazem parte de um mesmo processo: a introdução de novos elementos na organização.

“A seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas algumas pessoas possam ingressar na organização: aquelas que apresentam características desejadas pela organização.” [...]. (CHIAVENATO, 2004, p. 130).

O processo de seleção de pessoas é uma atividade de mapeamento, escolha, classificação e decisão. Esse processo é capaz de identificar talentos com potencial para fazer a diferença no mercado, mas nem todo processo seletivo é o mesmo, apesar de seu objetivo final ser a escolha de um candidato que atenda às

necessidades da empresa, o seu critério de seleção varia de acordo com o cargo que precisa ser preenchido.

Segundo Milkovich (2009, p. 208):

A seleção externa é o processo de coletar e utilizar informações sobre os candidatos recrutados externamente para escolher quais deles receberão propostas de emprego. Frequentemente, é antecedido por uma *triagem*, que identifica aqueles candidatos obviamente sem qualificações, antes de coletar qualquer informação adicional.

“O processo de seleção é geralmente o primeiro contato que os candidatos têm com a organização e essas atividades servem para eles como sinalizadoras de outros aspectos da empresa.” [...]. (MILKOVICH, 2009, p. 210). “O processo de seleção externa tem sido entendido como voltado à adequação do indivíduo à função.” [...]. (MILKOVICH, 2009, p. 211).

“As decisões no processo de seleção externa são, na verdade, previsões.” [...] “Assim, as organizações precisam escolher entre os vários candidatos com base em indicadores que não podem relacionar-se diretamente com o futuro desempenho deles.” [...]. (MILKOVICK, 2009, p. 212).

A primeira etapa no processo de seleção de pessoas, é a triagem, nessa etapa são eliminados mais da metade dos candidatos, esse processo permite que apenas algumas pessoas, as mais aptas ou adequadas para desenvolver o trabalho, possam ingressar na organização. O profissional de Gestão Pessoal responsável pela seleção, deve possuir preparo e técnica, pois é a partir desse processo que as pessoas ingressam na organização.

Segundo Milkovich (2009, p. 319):

A seleção interna está exposta aos mesmos limites legais que a externa, daí a preocupação com a validade das técnicas utilizadas que possam excluir grupos protegidos. Como a seleção interna é feita entre empregados já existentes, existe mais informação disponível. Sempre que empregados forem rejeitados para as oportunidades internas continuarem a trabalhar na empresa, a forma como serão tratados tem implicações ainda mais sérias.

Com a seleção interna, a organização recorre aos profissionais que já atuam na empresa e que podem atuar em outro cargo com uma melhor performance da que já exerce no seu cargo atual, para isso a organização deve manter sempre atualizadas as informações dos seus colaboradores, pois durante o decorrer do

tempo, muitos podem ter realizado capacitações. Mas apesar da empresa já conhecer os profissionais, as etapas de um processo tradicional não devem ser dispensadas.

Segundo Chiavenato (2004, p. 138):

A partir das informações sobre o cargo a ser preenchido ou das competências a serem agregadas, o passo seguinte é a escolha das técnicas de seleção para conhecer, comparar e escolher os candidatos adequados. As técnicas de seleção são agrupadas em cinco categorias: entrevista, provas de conhecimento ou capacidade, testes psicológicos, teste de personalidade e técnicas de simulação.

“Cada técnica de seleção proporciona certas informações a respeito dos candidatos. As organizações utilizam uma variedade de técnicas de seleção para obter todas as informações necessárias a respeito dos candidatos” [...]. (CHIAVENATO, 2004, p. 151). “Uma boa técnica de seleção deve ter alguns atributos, como rapidez e confiabilidade”. (CHIAVENATO, 2004, p. 138).

Após a etapa da triagem, os candidatos são submetidos a testes, tanto de conhecimento, desempenho e testes psicológicos, cada uma dessas técnicas, tem como objetivo verificar um determinado aspecto da personalidade do candidato. Um dos pontos principais da seleção, é a entrevista, pois a organização escolhe o candidato com o melhor conhecimento e habilidade para desempenhar as tarefas do cargo a ser contratado, e assim contribuir para o sucesso da organização.

“Existe provavelmente uma variedade infinita de formas de medir as informações dos candidatos e outras tantas sendo criadas a cada dia.” [...]. “No entanto, as técnicas tradicionais de coleta de informações, como o uso de formulários e entrevistas, ainda são as mais amplamente utilizadas.” [...]. (MILKOVICH, 2009, p. 215).

Segundo Chiavenato (2004, p. 151):

Existe uma variedade de procedimentos de seleção que podem ser combinados de diversas maneiras. Cada organização precisa determinar quais são os processos e procedimentos de seleção mais adequados e que proporcionam os melhores resultados. O processo seletivo precisa ser eficiente e eficaz.

Para a organização conseguir uma percepção mais abrangente do comportamento dos candidatos e diminuir a possibilidade de erro na escolha de um

candidato, é necessário a utilização de diversas técnicas que se complementam. Uma boa técnica de seleção deve possuir rapidez e confiabilidade. A seleção de pessoas é o processo pelo qual a organização escolhe seu capital humano, e através dele consiga alcançar seus objetivos e obter sucesso em suas estratégias.

2.3 REDES SOCIAIS

De acordo com Tomél *et al* (2005, p. 93), “as pessoas estão inseridas na sociedade por meio das relações que desenvolvem durante toda sua vida, primeiro em âmbito familiar, em seguida na escola, na comunidade em que vivem e no trabalho”. Comentam ainda que a natureza humana faz ligações entre as pessoas e estrutura a sociedade em rede.

Para Marteleto (*apud* Tomél *et al*, 2005, p. 93) as redes sociais são “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Tomél *et al* (2005, p. 94) afirmam que “a rede, que é uma estrutura não-linear, descentralizada, flexível, dinâmica, sem limites definidos e auto organizável, estabelece-se por relações horizontais de cooperação”.

O conceito de redes sociais acompanhou o desenvolvimento da tecnologia. Segundo Almeri *et al* (2013, p. 81):

Com a emergência da globalização, a banalização e o crescimento desenfreado da tecnologia, surge, também, com a virada do século, um novo conceito de redes que revolucionária as relações de tempo-espço. O que antes era necessário passa a se tornar obsoleto, dando espaço a novas ferramentas, como, por exemplo, o computador que assumiu a funcionalidade da máquina de escrever, possibilitando a inserção de novos conectados às Redes Sociais Virtuais.

Capra (*apud* Tomél *et al*, 2005, p. 94) afirma que:

“[...] na era da informação – na qual vivemos – as funções e processos sociais organizam-se cada vez mais em torno de redes. Quer se trate das grandes empresas, do mercado financeiro, dos meios de comunicação ou das novas ONGs globais, constatamos que a organização em rede tornou-se um fenômeno social importante e uma fonte crítica de poder”.

Poltronieri (2011, p. 212) assevera que a tecnologia nos aproxima e que os profissionais da área de Gestão Pessoal, que atuam através e para as pessoas, são impulsionados a buscar formas de estreitar essa relação na esfera profissional. A autora afirma ainda que:

Quando atentamos para o ciclo do capital humano nas empresas e olhamos para o início deste ciclo que é o recrutamento de profissionais, estamos descobrindo novos e interessantes instrumentos de informação e atração de candidatos através das Redes Sociais Virtuais.

De acordo com Poltronieri (2011, p. 212), as redes se fazem por pessoas e por elas são disseminadas. A autora comenta que se tem uma vasta fonte de divulgação, pois as pessoas expõem publicamente como pensam, como agem, do que gostam e o que querem. Com isso, Poltronieri (2011, p. 212) afirma que “as redes sociais abriram a possibilidade de avaliar, antes de uma entrevista, aspectos mais pessoais do candidato, objetivos de vida e carreira, redes de contatos estabelecida, aspirações, entre outros relevantes aspectos”. Além disso, segundo Poltronieri (2011, p. 212):

Estas redes tem possibilitado chegar mais facilmente a um contato e identificar possíveis candidatos que talvez não responderiam a um anúncio de emprego tradicional. Com isto, o processo de busca de profissionais acaba por tornar-se mais rápido e as etapas seguintes de um processo seletivo são cumpridas em um menor espaço de tempo e com um custo muito baixo.

Poltronieri assevera que outro aspecto importante em relação a utilização das redes sociais é o fato que as empresas podem divulgar suas oportunidades de trabalho, apresentar suas políticas, processos, cultura, objetivos, interesses e desafios atraindo candidatos e afastando aqueles que não se identificam. Poltronieri (2011, p. 213) afirma que:

“Utilizar as redes sociais tem significado para as empresas uma alternativa para encontrar profissionais mais qualificados para as suas vagas, preencher vagas difíceis, obter referências sobre o candidato, avaliar o valor deste profissional no mercado, além de possibilitar analisar um maior número de candidatos e escolher o melhor”.

Dentro desse contexto, observa-se que há influência das redes sociais nos processos de Recrutamento e Seleção de profissionais.

2.3.1 Instagram, LinkedIn, WhatsApp, X (Twitter) e TikTok

Essa pesquisa tem como objetivo principal as redes sociais Instagram, LinkedIn, WhatsApp, X(Twitter) e TikTok, que hoje englobam as redes sociais de relacionamento mais utilizadas no Brasil. Marques (*apud* Fragoso, 2017, p.24) afirma

que “Para além do perfil, para uso exclusivo pessoal, é uma importante opção para uma página de negócios”.

Para englobar as redes sociais atuais, faz-se necessária uma menção à principal rede social, que deu início à essa era: o Facebook. De acordo com Mezrich (*apud* Staudt, 2014, p. 15), as mídias sociais foram criadas em 2004 pelo estudante da Universidade Harvard, nos Estados Unidos, Mark Zuckerberg [...] com apenas algumas semanas de uso, o “thefacebook”, como era chamado no início, já fazia enorme sucesso. “As pessoas tinham dispensado o “the” e estavam chamando o *site* apenas de Facebook”. Teixeira (*apud* Monteiro, 2014, p. 13) comenta que o Facebook “a princípio era uma rede para atender somente aos estudantes da Universidade, e foi se expandindo aos poucos para outras Universidades e Institutos”.

Segundo Teixeira (2014, p. 13), o Facebook:

Destaca-se por permitir uma maior aproximação e discussão de assuntos da vida pessoal do ser humano, dando liberdade para se expor o que é relevante para cada um. Outro ponto interessante da rede social, é que organizações do mundo inteiro adotam a rede com intenção de aproximar-se dos seus públicos, pois o Facebook permite uma maior interação entre organização e usuários e um feedback impressionante.

De acordo com Bonsón *et al* (*apud* Pedroso, 2016, p. 36) “o uso das redes sociais como ferramenta de recrutamento é hoje parte integrante das estratégias das empresas e tem-se vindo a tornar progressivamente mais popular”. Para Melanthiou *et al* (*apud* Pedroso, 2016, p. 37), “isto acontece, essencialmente, porque as Redes Sociais Online representam uma ferramenta utilitária projetada para ajudar as empresas a localizar e a atrair candidatos e simultaneamente verificar com alguma fiabilidade o *background* profissional dos mesmos.”

Melanthiou (*apud* Pedroso, 2016, p.33) afirma que:

Diariamente, cada vez mais empresas se lançam no mundo digital através da criação da sua própria página no Facebook ou do seu perfil no LinkedIn, todas com um objetivo em comum: alcançar o maior número de indivíduos possível e tornar a sua empresa, uma insígnia reconhecida face às que já existem.

A rede social Facebook é uma importante ferramenta para recrutar jovens profissionais. Através dela, seus usuários podem expor o que consideram relevante

para sua vida pessoal e profissional. Da mesma maneira as organizações utilizam essa rede social para a busca de candidatos qualificados para a empresa.

Por sua vez, história do Instagram começa em 2009, quando o desenvolvedor Kevin Systrom começou inicialmente a desenvolver um aplicativo chamado Burbn. Em maio de 2010, o engenheiro de software Mike Krieger juntou-se à equipe para trabalhar na plataforma que se tornaria o Instagram (MARQUES, 2023).

Originalmente, o Instagram (ou Burbn) era um aplicativo de check-in semelhante ao Foursquare, com uma espécie de sistema de pontos para recompensar quem saía com amigos. Durante o período de testes de Burbn, os pesquisadores notaram que as pessoas estavam usando o aplicativo para uma finalidade diferente – o uso principal não era para fazer login, mas para compartilhar fotos, uma função secundária da plataforma (MARQUES, 2023).

Desde então, Systrom e Krieger mudaram completamente o rumo do aplicativo, focando em uma maneira fácil de postar fotos com filtros – o que conhecemos hoje como Instagram. O Instagram foi lançado oficialmente em outubro de 2010, apenas para iOS. Em 2011, o Instagram arrecadou US\$ 7 milhões em investimentos da Série A avaliados em aproximadamente US\$ 20 milhões. No ano seguinte, a rede social chegou ao Android e foi adquirida pela Meta (na época Facebook Inc.) (MARQUES, 2023).

Quanto ao LinkedIn, a própria plataforma disponibiliza uma aba contando sobre seu surgimento. Eles afirmam que o LinkedIn começou na sala de estar do fundador, Reid Hoffman, e foi lançado oficialmente em 5 de maio de 2003. Hoje, sob a liderança de Ryan Roslansky, o LinkedIn possui um modelo de negócios diversificado, com receitas provenientes de assinaturas, vendas de publicidade e soluções de recrutamento. Em dezembro de 2016, a Microsoft concluiu a aquisição do LinkedIn, que combina o maior serviço de nuvem profissional do mundo com a maior rede profissional do mundo (LINKEDIN, 2023).

Como se trata da maior rede social profissional do mundo, é possível usar o LinkedIn como ferramenta de busca de emprego e buscar novas oportunidades de emprego. Cada perfil criado é também um CV (Curriculum Vitae), onde o usuário pode descrever sua experiência e ramo de atuação e utilizar palavras-chave descrevendo suas habilidades para facilitar aos recrutadores a localização de seu

perfil. A plataforma também possui recursos sociais que permitem aos usuários do LinkedIn enviar mensagens para seus contatos e ler notícias. A rede social também identifica os Top Voices, que são pessoas marcantes que merecem ser seguidas.

Já o WhatsApp foi criado em 2009 pelo ucraniano Jan Koum. Ele estava desempregado na época da criação e decidiu criar do zero um aplicativo de mensagens para se comunicar com amigos. Cinco anos depois, ele vendeu sua ideia por 22 bilhões. De família pobre, Jan tornou-se fã do mundo da informática (LUCELIA, 2023).

O que mais se destaca no WhatsApp é a qualidade do aplicativo sem anúncios. Hoje, o WhatsApp foi vendido para o Facebook e tem um grande número de usuários e mensagens por dia. A grande preocupação hoje é que ele esteja sendo usado para divulgar notícias que afetam diretamente os resultados financeiros do Facebook. Podemos dizer que além de útil e prático de usar, o WhatsApp é gratuito. É por isso que muitas pessoas o consideram a aplicação ideal (LUCELIA, 2023).

Já o X(Twitter) foi fundado em março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass e lançado em julho de 2006 nos Estados Unidos. A ideia original dos fundadores era que o Twitter fosse uma espécie de “SMS para a Internet” e quot; com um limite de caracteres para mensagens móveis. Originalmente Twtr (sem vogal), o nome da rede social significa twittar em inglês. Desde a sua criação, o X ganhou ampla atenção e popularidade em todo o mundo (FOLHA, 2023).

Essa empresa foi adquirida pelo bilionário Elon Musk, ganhando muita visibilidade e se tornando concorrente crucial das redes sociais da Meta (WhatsApp, Instagram, Facebook). Elon pretende transformar o X na maior rede social do mundo, atingindo o máximo de pessoas e mercados possíveis.

Por último, mas não menos importante, o TikTok. É uma das redes sociais de compartilhamento de vídeos mais utilizadas no Brasil e no mundo atualmente. Ela pertence à ByteDance, uma empresa da China, mais precisamente da cidade de Beijing, e fundada por Zhang Yiming em 2012. O aplicativo foi lançado mesmo em 2017, e ficou disponível tanto para iOS quanto para Android, se tornando em não muito tempo uma febre mundial (LIMA, 2020).

O TikTok permite a criação de pequenos vídeos, de 3 a 15 segundos, ou vídeos em looping de até 60 segundos, com fundo musical. O objetivo desses apps é voltado, ainda, muito mais ao entretenimento e comédia do que para outras áreas, se tornando assim uma das redes sociais que dominam a internet. Vale destacar que, em 2018, o TikTok foi o aplicativo mais baixado nos Estados Unidos e tem disponibilidade em mais de 150 mercados e em 75 línguas. No início de 2019, o TikTok atingiu a marca de um bilhão de downloads globalmente e no mesmo ano foi declarado o sétimo aplicativo mais baixado de toda a década (LIMA, 2020).

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Pereira (2016, p. 31) afirma que “a metodologia é o emprego do conjunto dos métodos, procedimentos e técnica que cada ciência em particular põe em ação para alcançar os seus objetivos”.

Para Gerhardt e Silveira (2009, p. 13) “a metodologia se interessa pela validade do caminho escolhido para se chegar ao fim proposto pela pesquisa, portanto, não deve ser confundida com a teoria, nem com os métodos”. Apesar de teoria e método não serem a mesma coisa, são dois termos inseparáveis. Minayo (2007, apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009) afirma que “devem ser tratados de maneira integrada e apropriada quando se escolhe um tema, um objeto, ou um problema de investigação”.

O mais comum entre os diferentes tipos de redes sociais é o compartilhamento de conhecimentos, informações, interesses e esforços para atingir objetivos comuns. Neste sentido, a intensificação da formação de redes sociais reflete o processo de fortalecimento da sociedade civil com o aumento da participação democrática e da mobilização social.

Os consumidores estão em contato constante com as marcas através de diversas redes sociais. Este fato é o resultado de uma revolução tecnológica que, com a ajuda dos tablets e smartphones, coloca o mundo nas mãos dos consumidores, e como resultado, há uma revolução no marketing e na forma como as empresas interagem com os consumidores.

Como resultado deste fenômeno, as marcas em muitas áreas de negócio percebem que as técnicas tradicionais de marketing são cada vez mais ineficazes e

caras. Isso ocorre porque a segmentação de marketing e a segmentação tradicional" é muito menos eficaz e a medição do impacto não é imediata, como acontece no marketing digital e principalmente no marketing nas redes sociais.

3.1 Tipo de Pesquisa

Trata-se de um estudo exploratório e descritivo, contendo coleta de dados através de um questionário eletrônico e leitura de dados e informações coletados em acervos físicos e digitais, com argumentos e teorias dos principais autores relacionados ao assunto. Assim, tal pesquisa quantitativa simples com estatística descritiva tem como escopo obter informações relacionadas à importância do uso das redes sociais no cotidiano das pessoas.

3.2 Sujeitos da pesquisa

Sujeito de pesquisa significa um indivíduo sobre o qual o pesquisador investiga e obtém informações por meio de intervenção ou comunicação com o indivíduo ou informações privadas identificáveis. Pode incluir, tanto os procedimentos físicos pelos quais são recolhidos os dados, como as manipulações do sujeito, ou do entorno do sujeito que se realizam com fins de pesquisa de TCC (FROSSARD, 2019).

O rol de respondentes foi composto pela comunidade acadêmica da UFS, de forma específica professores e alunos do curso de Administração da Instituição, que obtiveram acesso ao questionário através de e-mail e grupos de WhatsApp destinados ao assunto.

3.3 Técnica de Coleta dos Dados

Os questionários eletrônicos fazem parte de uma técnica de coleta de dados que serve para reunir informações sobre a realidade de algum assunto e que é essencial para a construção de opiniões. Entre os aspectos positivos, há sem dúvida um ponto extremamente importante: a praticidade do questionário. Neste sentido, o questionário seria, portanto, o democratizador da pesquisa (CHAER *et al.*, 2011).

O questionário utilizado nesta pesquisa foi construído a partir das referências bibliográficas e voltou-se para atingir os objetivos da pesquisa. Foi realizado um pré-

teste de alinhamento com o mesmo para deixar as perguntas objetivas e sucintas aos respondentes.

O instrumento contou com 12 questões fechadas, com tempo médio de resposta de 10 minutos, e foi encaminhado por meios eletrônicos. A plataforma utilizada foi a Google Forms.

3.4 Técnica de Análise dos Dados

A estatística descritiva é um conjunto de técnicas que podem ser utilizadas para organizar, descrever, analisar e interpretar sistematicamente dados obtidos em pesquisas ou experimentos em qualquer área do conhecimento. A estatística descritiva é a etapa inicial da análise de dados e tem como objetivo descrever os dados observados. Na tarefa de descrição de dados, tem como responsabilidades: coletar, organizar, reduzir e apresentar dados estatísticos para facilitar a descrição do fenômeno observado (CAPCS, 2019).

A aquisição ou coleta de dados geralmente é feita por meio de questionário ou observação direta de uma amostra. A organização do conhecimento consiste em ordenar os valores observados e criticar a correção. A redução de dados significa compreender grandes conjuntos de dados lendo seus valores individuais. A apresentação de dados inclui métodos para visualizar melhor os dados estatísticos, facilitando sua compreensão (CAPCS, 2019).

Os relatórios e gráficos realizados na coleta e análise dos dados foram gerados na plataforma Google Forms, sendo elaboradas médias aritméticas. No final, foram selecionadas 12 perguntas que foram consideradas essenciais para a análise dos dados realizada.

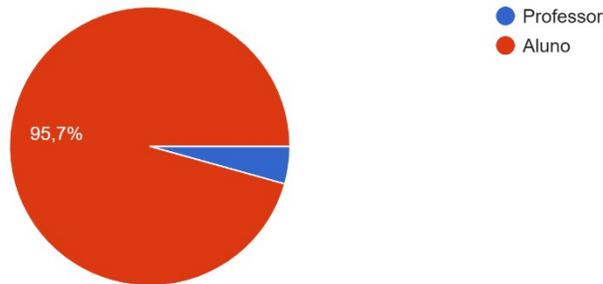
4. ANÁLISE DOS DADOS

O questionário eletrônico enviado para a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe foi selecionado com 12 perguntas, em 11 dessas, os participantes podiam dar uma nota entre 1 e 10 ou responder “sim” ou “não” sobre os questionamentos apresentados.

Houve a divisão entre docentes (professores) e discentes (estudantes). Ao todo, foi possível obter um total de 138 respostas, dessas; 95,7% discentes e 4,3% docentes.

Você é:

138 respostas



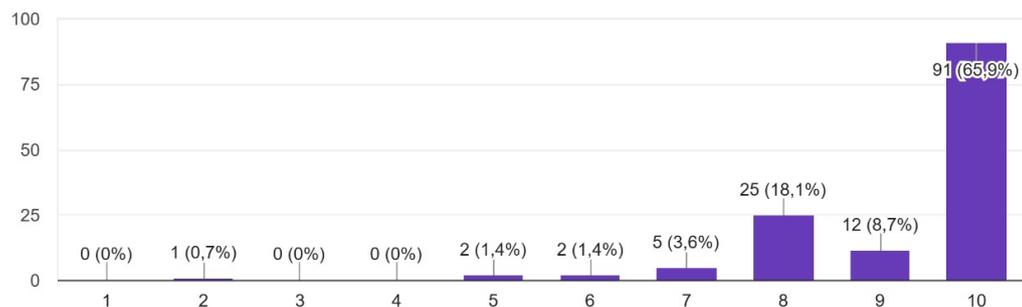
Com o objetivo de traçar um paralelo sobre a importância das redes sociais na vida das pessoas, principalmente na procura por oportunidades de emprego, o questionário foi conduzido de tal forma onde os participantes se sentissem o mais confortáveis possível para elaborar suas opiniões.

4.1 Utilização das redes sociais na procura por emprego

Como dito anteriormente, foram feitas 12 perguntas aos participantes. A segunda tratava do seguinte: “Na sua concepção, qual é a importância do uso das redes sociais na divulgação de oportunidades de emprego?”

Na sua percepção, qual é a importância do uso das redes sociais na divulgação de oportunidades de emprego?

138 respostas



É possível observar que a imensa maioria marcou a nota máxima (91 pessoas), tendo apenas 3,5% (5 pessoas) marcando uma nota 6 ou inferior, evidenciando a importância das redes sociais nos dias atuais para divulgação de oportunidades de emprego.

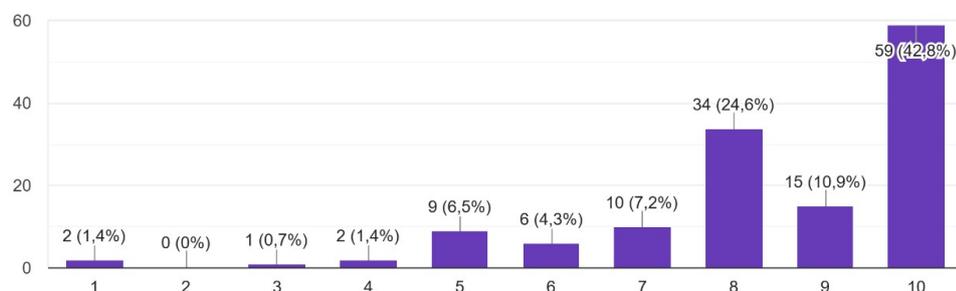
Corroborando com esse pensamento, a Escola Paulista de Direito (2023) afirma:

Atualmente, a rede social é fundamental para a consolidação de uma carreira profissional, pois é por meio das redes que conseguimos nos manter mais próximos das melhores oportunidades do mercado, estreitando relacionamento com outros profissionais (Networking) e é onde podemos estar sempre em constante atualização das informações sobre a carreira pessoal.

4.2. Redes Sociais como ferramenta de recrutamento e seleção

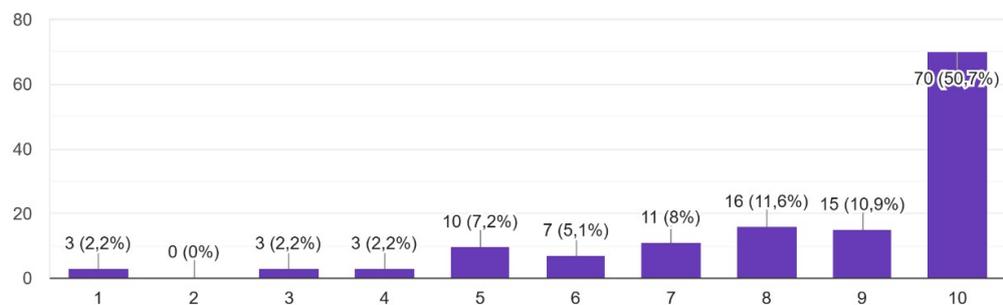
Passando para a próxima pergunta, onde os participantes são questionados sobre a importância do Instagram, é possível notar que a imensa maioria (89,8% - 124 pessoas) marcaram nota 6 ou superior a esta. O Instagram, atualmente, é um local de trabalho para diversas pessoas, sejam elas físicas ou jurídicas. A divulgação por esta rede social se tornou algo comum, por conta da praticidade que a plataforma oferece e, muitas vezes, retornar financeiramente àquele perfil por seus trabalhos divulgados.

Qual a importância do Instagram como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?
138 respostas



Já a pergunta sobre o LinkedIn (mesmo questionamento feito em relação ao Instagram) obteve uma variação maior. Um total de 19 pessoas (13,8%) votaram de nota 5 para baixo, ou seja, que o LinkedIn não é uma ferramenta de tamanha importância na divulgação de oportunidade de empregos. Isso deve-se ao fato das pessoas, apesar da eficiência do LinkedIn no assunto profissional, utilizarem menos esta rede social. Diante disso, algumas pessoas não têm o conhecimento do poder de atuação da mesma.

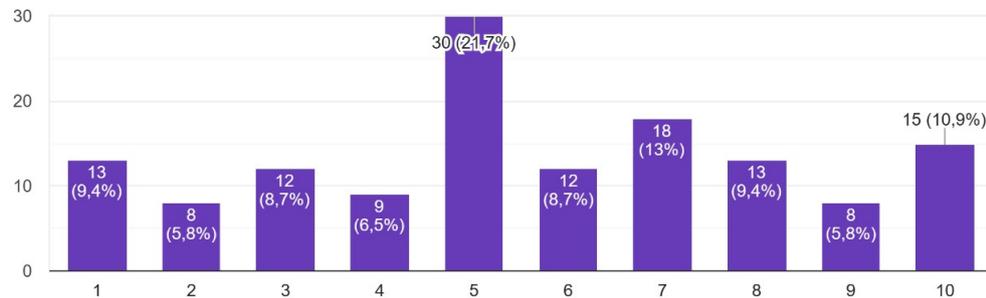
Qual a importância do LinkedIn como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?
138 respostas



Talvez o questionamento mais distribuído do questionário esteja por vir agora. Quando questionados se o X(Twitter) trata-se de uma boa ferramenta na divulgação, os participantes votaram de forma bastante distinta. É importante destacar que 15 pessoas (10,9%) deram nota máxima e 13 pessoas (9,4%) deram nota mínima, evidenciando tal distribuição. Com a aquisição dessa empresa feita por Elon Musk, um dos principais bilionários do mundo atual, é provável que as pessoas e as organizações comecem a olhar com mais afinco para o X (Twitter).

Qual a importância do Twitter como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

138 respostas

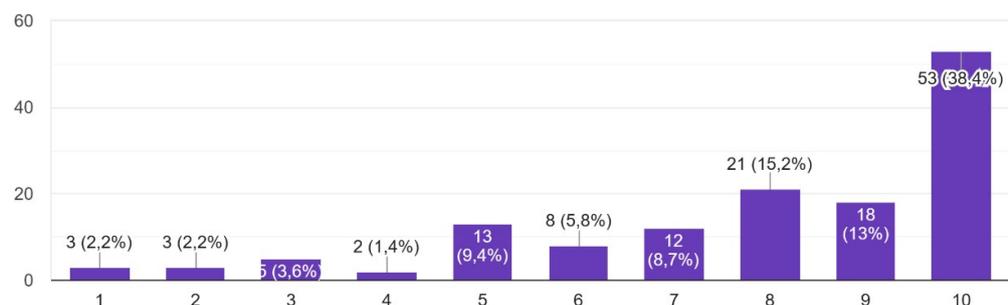


Quando o questionamento foi direcionado ao WhatsApp, a pesquisa voltou a ter o parâmetro das outras perguntas. Um total de 53 pessoas (38,4%) deram nota máxima, enquanto apenas 26 (18,8%) deram uma nota 5 ou inferior.

O WhatsApp, no Brasil, é a ferramenta mais utilizada para comunicação nos dias atuais. Além de ser gratuito e de fácil acesso, oferece uma praticidade inigualável. As pessoas marcam reuniões, criam grupos para avisar os mais variados tipos de assuntos, entre muitas outras coisas que essa rede social permite.

Qual a importância do Whatsapp como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

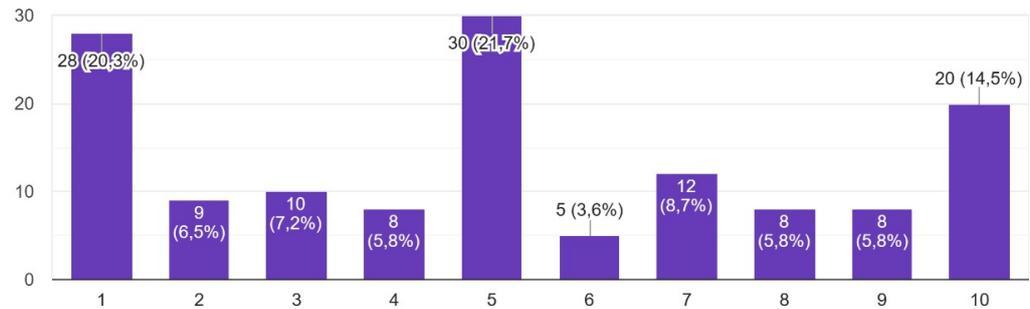
138 respostas



O questionamento também foi feito em relação ao TikTok. Por tratar-se de uma empresa mais recente e, de certa forma, “rotulada” com o status de “rede social destinada aos jovens que só fazem vídeos”, a desconfiança com relação à veracidade do que será compartilhado por lá é maior, e fica evidente no questionário realizado, onde foi a única pergunta em que a maioria colocou nota 5 ou inferior (82 pessoas – 61,5%). Com o crescimento das postagens por partes das grandes

organizações por esta rede social em questão, a tendência é o crescimento de pessoas buscando novas oportunidades de emprego navegando por ela também.

Qual a importância do TikTok como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?
138 respostas

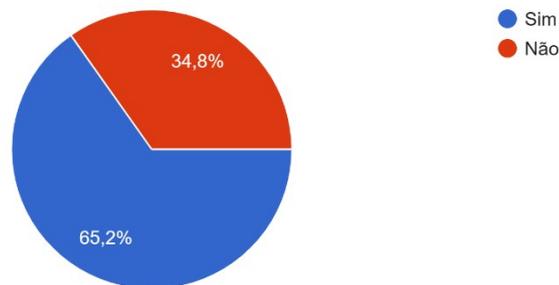


4.3. Perfil do candidato e influência na sua contratação

Outro questionamento feito aos participantes foi com relação a o que eles acompanham nessas redes sociais. Por conta da praticidade já mencionada anteriormente, empresas optam por praticar suas estratégias de marketing e ofertas de emprego pelas próprias redes sociais, trazendo um ambiente receptivo para aqueles que visitam o perfil daquela companhia. Como forma de se ambientar em possíveis locais de atuação, as pessoas acabam seguindo os perfis de tais empresas, para já ir obtendo conhecimentos prévios sobre os métodos, as estratégias e outros aspectos da companhia desejada. Isso fica evidente no gráfico mostrado abaixo, onde 90 pessoas (65,2%) marcaram que seguem organizações/empresas que desejam atuar futuramente.

Você segue organizações/empresas que deseja atuar futuramente?

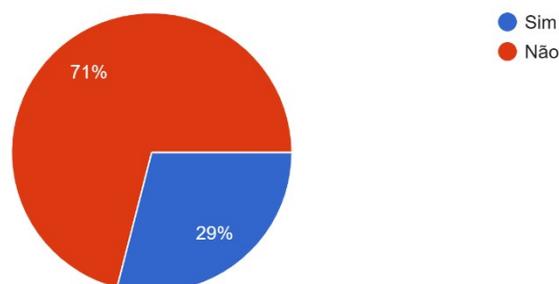
138 respostas



Diante do que está sendo discutido, faz-se necessário mencionar as pessoas que cuidam da parte de divulgação das empresas. É um ramo que está numa crescente constante, pois as empresas, a cada dia que passa, vão buscando os mais qualificados para trabalhar nessa área, em busca da "divulgação perfeita". Diante disso, uma das perguntas do questionário tratava justamente de saber dos participantes se eles faziam parte de algum grupo de divulgação de vagas de emprego. Contrastando as perguntas anteriores, onde as pessoas afirmam ser importante a utilização das redes sociais como forma de divulgação para oportunidades de emprego, apenas 40 pessoas (29%) afirmam fazer parte.

Você é membro de algum grupo de divulgação de vagas de emprego?

138 respostas

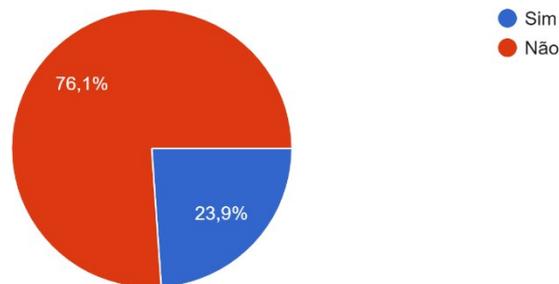


Não só as pessoas, mas as empresas também estão atentas às movimentações da população nas redes sociais, em busca de contratar os melhores funcionários para o cargo. Por se tratar de algo que já se tornou comum, as empresas optam por avaliar os perfis das pessoas também através das redes

sociais. Questionados sobre essa conduta, os participantes responderam, em sua maioria, que isso é uma atitude incorreta (105 pessoas – 76,1%).

Você considera correto as empresas utilizarem os perfis das redes sociais como meio de classificação de um candidato?

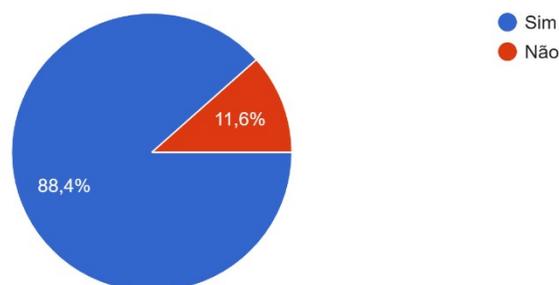
138 respostas



Concatenado à ideia da pergunta anterior, o próximo questionamento proveniente do questionário diz respeito justamente sobre a influência do perfil dos candidatos a uma vaga de emprego, e a imensa maioria (122 pessoas – 88,4%) afirmou que sim, é bastante influente em futuras contratações.

Você acredita que o perfil virtual dos candidatos a uma vaga de emprego, pode influenciar na sua contratação?

138 respostas

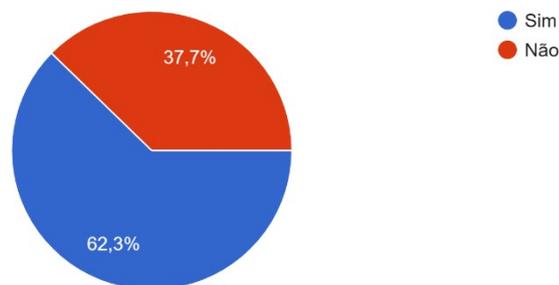


Partindo do pressuposto que as redes sociais permitem que as pessoas postem tudo aquilo que elas fazem, opiniões, pensamentos e muitas outras coisas, torna-se inevitável que as empresas queiram utilizar isso como objeto de avaliação para possíveis contratações. Diante disso, cabe às pessoas que almejam uma oportunidade de emprego ter um pouco mais de cautela e não postarem tudo aquilo que acharem necessário, mas apenas aquilo que for realmente agregar na vida profissional da mesma.

A última pergunta do questionário trata de um tema bastante polêmico: a alteração de perfis de redes sociais para se enquadrar na busca de uma empresa/organização por vagas de emprego. Um total de 86 pessoas (62,3%) afirmaram que mudariam seu perfil. Com isso, fica claro que, na busca por uma adequação profissional, fica evidente que a maioria das pessoas tomariam certas atitudes consideradas “fora do comum”.

Participando de um processo seletivo, você editaria seu perfil na rede social para estar mais alinhado com a empresa que está selecionando?

138 respostas



5. CONCLUSÕES

O presente capítulo busca encaminhar as questões e o problema da pesquisa, bem como apresentar sugestões para possíveis trabalhos futuros, a delimitação da pesquisa, e as considerações finais da investigação.

5.1. Respondendo às questões da pesquisa

A presente pesquisa foi pautada no uso das redes sociais para recrutamento e seleção de pessoas, de acordo com a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe, que respondeu um questionário eletrônico, que tinha um total de 12 perguntas, todas com o objetivo de avaliar o que a comunidade pensa sobre a utilização e a importância das redes sociais na seleção e gestão de pessoas.

Por se tratar de um trabalho exploratório e descritivo, a coleta de dados foi de suma importância no processo de conclusão do pensamento principal. Os sujeitos da pesquisa foram solícitos e responderam todas as perguntas com afinco.

Como falado ao longo do trabalho, a seleção e o recrutamento de pessoas são parte integrante daquilo que é chamado de Gestão de Pessoas.

Por intermédio do questionário realizado e dos resultados obtidos, ficou evidente que a imensa maioria das pessoas trata as redes sociais como um bom local para busca de oportunidades de emprego. Na média, 58 pessoas (41,4%) deram nota máxima quando questionadas sobre a importância das mais diferentes redes sociais na propagação de oportunidades de emprego, enquanto apenas 21 (15%) deram nota mínima.

Verificou-se também a falta de interesse das pessoas em participar de possíveis grupos de oportunidades de emprego, o que se trata de um problema diante do assunto tratado.

5.2. Respondendo ao problema da pesquisa

Com a necessidade de uma análise do uso das redes sociais no processo de contratação de um funcionário, o presente trabalho se prontificou a responder a seguinte questão: Qual a percepção da comunidade acadêmica em relação ao uso das redes sociais no recrutamento e seleção de pessoas?

Através do questionário eletrônico realizado, foi possível observar que as pessoas consideram cada vez mais importante a transparência de uma boa imagem nas redes sociais como parâmetro para contratações futuras, sobretudo naquelas redes mais profissionais, como Instagram e LinkedIn, por exemplo.

Diante do que foi exposto, é possível afirmar que as redes sociais tem influência absoluta no recrutamento e na seleção de pessoas.

5.3. Sugestões para trabalhos futuros

Como autora do artigo de pesquisa, a sugestão é para que empresários e empreendedores adotem e criem possíveis critérios e práticas a serem considerados ao analisar um perfil virtual de um candidato para ser capaz de criar um padrão e

definir requisitos. Além disso, recomendo continuar este estudo ou mesmo novos estudos analisar as relações entre os dados coletados durante este estudo e dados previamente obtidos por outros pesquisadores que analisam mudanças no pensamento dos entrevistados de acordo com o progresso do estudo e também estudos qualitativos para entender melhor a situação e o uso de redes sociais durante processos de seleção e escolha.

5.4. Delimitação da pesquisa

A presente pesquisa teve como foco entender o pensamento das pessoas (através da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe) quanto à utilização das redes sociais para recrutamento e seleção de pessoas.

Apesar da esmagadora maioria da população possuir rede(s) social(is), ficou notório que a mesma não considera uma atitude correta as empresas utilizarem como artifício para contratação o perfil pessoal da pessoa, o que é algo incongruente, visto que as pessoas exigem ser contratadas no melhor molde possível, seja através de CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) ou não, mas não se sentem à vontade se as organizações observarem o perfil delas em redes sociais.

Considerando os resultados apresentados, foi possível observar que há uma aceitação de que redes sociais são cada vez mais comum entre pessoas e empresas que é frequentemente usado para fins de análise em recrutamento e escolha. Esta não é uma prática nova, especialmente em grandes organizações e cargos de responsabilidade de alto nível e se tornou a norma cada vez mais entre recrutadores de vários setores de negócios todos os tipos de cargos e/ou atividades.

5.5 Considerações finais

O objetivo do presente trabalho foi entender a percepção da comunidade acadêmica com relação ao uso das redes sociais para o recrutamento e seleção de pessoal.

Especificamente, tratou-se de: Levantar um panorama geral da utilização das redes sociais para a procura de emprego; Listar as vantagens e desvantagens de utilizar as redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção; Entender como

o perfil do candidato nas redes sociais pode influenciar em sua contratação; Avaliar o impacto das redes sociais no processo de recrutamento e seleção.

Portanto, conclui-se que o estudo é importante para a Gestão de Pessoas, pois oferece informações interessantes não só para empresas ou candidatos, mas também para os usuários das redes sociais como um todo, pois a prática existe e é constantemente utilizada, por se tratar de algo popular e é preciso ter cuidado e atenção quando se trata de informações compartilhadas virtualmente.

Por fim, apresenta-se as referências bibliográficas utilizadas para a realização do presente trabalho de conclusão de curso e que podem ser úteis para posteriores pesquisas da área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMERI, Tatiana Martins; MARTINS, Karina Ramos; PAULA, Diego da Silva Paiva de. **O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção.** [S. l.], 2013. Disponível em: https://web.archive.org/web/20181129210011id_/http://publicacoes.fatea.br:80/index.php/eecom/article/viewFile/635/453.

BONSÓN, E., BEDNAROVÁ, M. 2013. **Corporate linkedin practices of eurozone companies.** Emerald Group Publishing Ltd, 37(6): 969---984

CASSIANO, Cecilia Nascimento; LIMA, Luciana Campos; ZUPPANI, Tatiani dos Santos. **A eficiência das redes sociais em processos de recrutamento organizacional.** [S. l.], 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5432839.pdf>.

CHAER, Galdino; DINIZ, Rafael Rosa Pereira; RIBEIRO, Elisa Antônia. **A técnica do questionário na pesquisa educacional.** [S. l.], 2011. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/maio2013/sociologia_artigos/pesquisa_social.pdf.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração.** 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FOLHA, São Paulo. **Surgimento do Twitter.** [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/webstories/tec/2022/05/a-historia-do-twitter/>.

FROSSARD, Fábio. **Sujeito da Pesquisa no TCC – Exemplos e Significado.** [S. l.], 2019. Disponível em: <https://alunoexpert.com.br/exemplos-sujeito-da-pesquisa-tcc/#:~:text=Um%20sujeito%20humano%20de%20pesquisa,indiv%C3%ADduo%2C%20ou%20informa%C3%A7%C3%A3o%20privada%20identific%C3%A1vel>.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa.** [S. l.], 2009. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=dRuzRyElzmkC&oi=fnd&pg=PA9&dq=metodos+de+pesquisa&ots=94O8VZkqJB&sig=ziFL9bJ0JEajeaEAu6Skcgoxa3c&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

LIMA, Bruno Ignácio de. **A história do TikTok**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/historiasdigitais/29943-a-historia-do-tiktok>.

LINKEDIN, Plataforma. **Sobre o LinkedIn**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://about.linkedin.com/pt-br#:~:text=O%20LinkedIn%20come%C3%A7ou%20na%20sala,e%20de%20solu%C3%A7%C3%B5es%20de%20recrutamento>.

LUCELIA, L. **A História do WhatsApp**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.botware.com.br/historia-do-whatsapp/#:~:text=O%20WhatsApp%20foi%20criado%20em,aficionado%20pelo%20mundo%20dos%20computadores>.

MARQUES, Ana. **Instagram: o que é, história e como funciona a rede social**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/#:~:text=A%20hist%C3%B3ria%20do%20Instagram%20come%C3%A7a,para%20se%20tornar%20o%20Instagram>.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia da pesquisa científica**, 4. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução a administração**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MELANTHIOU, Y., PAVLOU, F., CONSTANTINO, E. 2014. **The use of social network sites as an e---recruitment**. *Journal of Transnational Management*, 20: 31---49

MILKOVICH, G. T.;BOUDREAU, J. W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2009.

NETO, Rômulo Andrade de Souza, *et al.* **Recrutamento e Seleção nas Redes Sociais: A Percepção dos Estudantes de Administração da UFRN**. [S. l.], 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/293011090_Recrutamento_e_Selecao_nas_Redess_Sociais_A_Percepcao_dos_Estudantes_de_Administracao_da_UFRN.

PEDROSO, Rita Cipriano. **Redes Sociais e Recrutamento**. [S. l.], 2016. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/21634/1/TFM%20Final%20-%20Rita%20Pedroso.pdf>.

PINHO, Raphaela Novaes de. **O USO DAS REDES SOCIAIS NOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO.** [S. l.], 2020. Disponível em: [https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/Cursos/Tecnologia_em_Processos_Gerenciais/TCC_2021_1/](https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/Cursos/Tecnologia_em_Processos_Gerenciais/TCC_2021_1/O_USO_DAS_REDES_SOCIAIS_NOS_PROCESSOS_DE_RECURTAMENTO_E_S_ELE%C3%87%C3%83O_-_RAPHAELA_NOVAES_DE_PINHO.pdf)

[O_USO_DAS_REDES_SOCIAIS_NOS_PROCESSOS_DE_RECURTAMENTO_E_S_ELE%C3%87%C3%83O_-_RAPHAELA_NOVAES_DE_PINHO.pdf](https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/Cursos/Tecnologia_em_Processos_Gerenciais/TCC_2021_1/O_USO_DAS_REDES_SOCIAIS_NOS_PROCESSOS_DE_RECURTAMENTO_E_S_ELE%C3%87%C3%83O_-_RAPHAELA_NOVAES_DE_PINHO.pdf).

TEIXEIRA, Enise Barth. **A Análise de Dados na Pesquisa Científica.** [S. l.], 2003. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/84/41>.

UERJ, CAPCS. **Estatística Descritiva.** [S. l.], 2019. Disponível em: <http://www.capcs.uerj.br/estatistica-descritiva/>.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação.** [S. l.], 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/WTMRGVXjNdLNLDwGBD5HTXb/abstract/?lang=pt#>.

APÊNDICE: Questionário com os Docentes e Discentes.

1. Você é professor ou aluno?

Professor Aluno

2. Na sua percepção, qual é a importância do uso das redes sociais na divulgação de oportunidades de emprego?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Qual a importância do Instagram como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Qual a importância do LinkedIn como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Qual a importância do WhatsApp como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Qual a importância do X(Twitter) como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Qual a importância do TikTok como ferramenta na divulgação de oportunidade de empregos?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Você segue organizações/empresas que deseja atuar futuramente?

Sim Não

9. Você é membro de algum grupo de divulgação de vagas de emprego?

Sim Não

10. Você considera correto as empresas utilizarem os perfis das redes sociais como meio de classificação de um candidato?

Sim Não

11. Você acredita que o perfil virtual dos candidatos a uma vaga de emprego pode influenciar na sua contratação?

Sim Não

12. Participando de um processo seletivo, você editaria o seu perfil na rede social para estar mais alinhado com a empresa que está selecionando?

Sim Não