

REDES SOCIAIS: O USO E A INFLUÊNCIA NO PROCESSO DE SELEÇÃO

Letyane Pereira Nobre¹; Dhieciane de Souza Araújo¹; Bárbara Sampaio de Menezes²; Júlio Cesar Cavalcante Bezerra³

¹Discente do Centro Universitário Católica de Quixadá.

²Docente do curso de Administração do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: barbarasampaio@unicatolicaquixada.edu.br

³Docente do curso de Sistemas de Informação do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: juliocavalcante@unicatolicaquixada.edu.br

RESUMO

Este estudo apresenta como as empresas têm se comportado diante do uso das redes sociais por seus funcionários e como essas ferramentas serviram de auxílio para o recrutamento e seleção para formação do quadro de funcionários. Assim, apresentou-se a seguinte pergunta de pesquisa: Qual o uso e a influência das redes sociais no processo seletivo em empresas do Sertão Central cearense? Nesse contexto, a pesquisa apresenta como objetivo geral: identificar o uso e a influência das redes sociais no processo seletivo em empresas do Sertão Central cearense. Para o alcance do objetivo geral, foram traçados três objetivos específicos, sendo: i) identificar os aspectos principais analisados nas redes sociais no processo seletivo; ii) identificar a finalidade e a relevância do uso dessas ferramentas; iii) identificar a influência da análise da *time line* no processo seletivo. Para tanto, foram selecionadas quatro empresas de segmentos distintos, cujo universo foi constituído pelos contratantes, gestores de RH e/ou responsáveis pelas contratações nas maiores empresas localizadas na cidade de Quixadá-CE. A fim de fazer uma pesquisa qualitativa sobre o assunto e entender como isso vem influenciando nas novas contratações das mesmas, a pesquisa se deu por meio de entrevista com os gestores responsáveis pelo recrutamento e seleção em quatro empresas de grande representatividade para a cidade. O resultado foi bastante satisfatório, pois obteve-se respostas bem distintas e diversificadas, o que permite maior exploração do assunto diante da diferença cultural entre as mesmas. Certamente, foi possível perceber o quanto ainda se deixa a desejar o uso das diversas ferramentas das quais dispomos na atualidade, as redes sociais, que podem ser fontes ricas de detalhes na observação de um perfil de candidato e que são pouco exploradas na localidade pesquisada. No entanto, é possível afirmar que após passarem por essas entrevistas, as empresas que não utilizavam esse recurso, certamente ficarão mais atentas no momento da seleção.

Palavras-chave: Gestão de pessoas. Seleção. Redes sociais.

INTRODUÇÃO

A partir da expansão do meio tecnológico inerente da globalização, a ligação entre informações e comunicação atravessaram os meios comuns e redefiniram a forma de utilização das ferramentas antes empregues ao uso comum e pessoal, hoje, adotado por organizações e levadas ao meio digital (BESSI et al., 2018).

Do ponto de vista empresarial, o principal diferencial que a tecnologia vem trazendo, é que os profissionais que farão a análise do perfil do candidato poderão encontrar facilmente milhares de informações nas suas redes sociais, isso devido à grande utilização desses meios de comunicação visual, sendo que esses sites sociais contêm muito mais sobre as vidas dessas pessoas do que elas podem ou conseguem transmitir no momento da entrevista.

Nessa perspectiva, Robbins (2005) cita que as pessoas apresentam atitudes diversas, mas que o estudo do comportamento organizacional se limita apenas a um número, assim, destacando apenas as que são relacionadas ao trabalho e podendo ser avaliadas de forma positiva ou negativa em relação ao ambiente de trabalho. E assim como os perfis pessoais no *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp* são utilizados para expressarem quase que todos os sentimentos na *time line* (linha do tempo) do usuário, o fato de alguns também revelarem as relações de satisfação ou insatisfação com o trabalho, também são interpretados de diferentes formas pelas organizações que avaliam os candidatos por esse meio (FRAGOSO, 2017).

Assim, visto que as práticas e técnicas para tal processo aderidas ao uso das redes sociais aumentou e a contratação e cessação de pessoas tem sido influenciada pelas tecnologias emergentes como forma de facilitar e agilizar os processos, as empresas têm mudado as formas de recrutamento e seleção (R&S), visando melhorarem seus processos e avaliar melhor os candidatos para compor o quadro funcional (FRAGOSO, 2017).

As organizações ainda se utilizam desses meios para analisar o colaborador em outras formas de comportamento. Concomitantemente, Simchak, Martins e Silva (2011, p. 11) ressaltam que “um moral baixo entre os funcionários pode representar problemas comportamentais no futuro, e, por isso, acompanhar as atitudes deles também tem sua validade com relação à eficiência”; o que leva a pensar que esse comportamento pode aparecer claramente nas redes sociais, no momento em que o funcionário publica no seu perfil algum tipo de insatisfação com o trabalho que exerce ou até mesmo alguma satisfação de estar na empresa atual.

Considerando esse ponto, a escolha do tema em estudo justifica-se pelo interesse em analisar como as redes sociais podem ser úteis como forma de medir a satisfação do profissional no após a contratação. Ainda se destaca que apesar de não ser muito frequente o uso das redes sociais como ferramenta de seleção na localidade, esse estudo serve para também esclarecer às empresas analisadas o diferencial que elas podem adquirir utilizando todos os recursos disponíveis para a análise do perfil do candidato, otimizando, assim, o tempo e o trabalho realizado na área de seleção. Dessa forma, o presente trabalho propõe responder à seguinte questão: Qual o uso e a influência das redes sociais no processo seletivo em empresas do Sertão Central cearense?

O objetivo geral é identificar o uso e a influência das redes sociais no processo seletivo em empresas do Sertão Central cearense. Os específicos são: i) identificar os aspectos principais analisados nas redes sociais no processo seletivo; ii) identificar a finalidade e a relevância do uso dessas ferramentas; iii) identificar a influência da análise da *time line* no processo seletivo.

O estudo caracteriza-se como descritivo, tendo como delineamento a pesquisa qualitativa. Quanto aos procedimentos adotados, a pesquisa classifica-se como bibliográfica e de campo, tendo como instrumento de coleta um questionário aplicado em quatro empresas localizadas na cidade de Quixadá-CE, onde foram selecionadas as mais representativas da localidade.

REFERENCIAL TEÓRICO

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NA GESTÃO DE PESSOAS

Ao abordar conceitualmente o processo de recrutamento e seleção, faz-se necessário estabelecer a sua definição e extrair dados a respeito da Gestão de Pessoas (GP), que é um termo relativamente novo para essa área, e que começou a surgir e ganhar força no século XX, após a Revolução Industrial (MAHARANI, 2018).

Entretanto, ainda em meados da década de 70, após manifestações operárias e sindicais, a gestão de pessoas teve uma nova mudança na época, passou a se chamar Recursos Humanos e teve o primeiro curso de graduação na área especificamente, acarretando a um delineamento no setor, passando a trabalhar, além do recrutamento e seleção, também o treinamento e desenvolvimento de pessoal entre outras atividades típicas da área (ARAÚJO; GARCIA, 2009).

Nesta concepção, a nova gestão de pessoas transfere-se a um novo modelo, concedendo espaço aos indivíduos dotados de Inteligência, conhecimentos e criatividade, para assim contribuir de forma concreta para obtenção dos objetivos e desfazendo o fato de serem meros funcionários e transitando a ser parceiros e colaboradores da empresa (FERNANDES, 2011).

Não obstante, com a criação do setor de administração de pessoas, o departamento passou a ser responsável pelo recrutamento e seleção de funcionários, além de cadastrar as fichas de funcionários e contabilizar os salários, descontando faltas e atrasos. Apesar das diversas mudanças na área, houve a necessidade novamente de uma nova roupagem, visto que, a chegada da era tecnológica trouxe novas ferramentas de recrutamento e seleção, a explosão de informação sem contar a valorização extrema das pessoas, cuidado com a saúde, com o ambiente, com a ergonomia, entre outros fatores, tornaram responsabilidade da gestão de pessoas (ARAÚJO, GARCIA, 2009).

Dentro da gestão de pessoas o recrutamento é uma das principais funções do setor, o que começa a partir do momento da descrição da vaga disponível e das exigências da empresa para o preenchimento do cargo. O recrutamento pode ocorrer internamente, onde a vaga é disponibilizada para os funcionários atuais, ou externamente, onde as vagas são divulgadas para recrutar novas pessoas (IVANCEVICH, 2008).

Segundo Lemes e Weschenfelder (2015, p. 22), “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”. Assim como o setor de gestão de pessoas sofreu várias alterações com o decorrer do tempo, a forma de recrutar pessoas para a seleção também passou por uma evolução.

Araújo e Garcia (2009, p. 3) pontuam que ainda na década de 70 “O recrutamento era realizado via jornais de boa circulação e não muito mais do que isso; eventualmente, as rádios anunciavam que tal ou qual empresa buscava pessoas para ocupar determinados cargos”. Apesar desses recursos ainda serem utilizados na atualidade, existem outros vários que possivelmente trazem resultados com maior agilidade.

A seleção de pessoas tem como principal objetivo avaliar se as características da pessoa que se candidata a um cargo compõem o perfil desejado pela organização. O intuito dessa análise de perfil é basicamente escolher a pessoa que mais se adéqua para exercer a função desejada, e verificar se usufrui das competências necessárias para o bom desempenho do cargo. Essas medidas são necessárias para garantir a eficácia e eficiência da organização, selecionando a pessoa certa para o lugar certo (LEME, 2007).

Nas declarações de Milkovich e Boudreau (2006), a seleção trata-se de uma tentativa de prevê como poderá ser o comportamento da pessoa ao assumir o cargo para o qual se candidatou. No entanto, para os autores, é praticamente impossível esse tipo de previsão, pois a única forma de saber como os candidatos se comportariam seria observando todos no dia a dia exercendo a função. Como essa possibilidade é inviável, contratar todos para escolher o melhor, cabe ao RH usar o momento da entrevista para observar o máximo possível do candidato.

Ivancevich (2008, p. 221) ressalta que:

No passado, a seleção era vista como uma decisão fácil. As decisões eram baseadas na empatia ou antipatia pessoal do chefe. As ferramentas de seleção destinavam-se a ajudar nessa resposta intuitiva. Hoje, a seleção é vista como um processo dependente muito mais de outros fatores do que da simples intuição.

Marras (2011) coloca que entrevista de seleção é um dos principais instrumentos da atualidade para selecionar um candidato, pois é a busca por captar o máximo de informações possíveis para análise do perfil. Ressalta também que alguns anos atrás a entrevista era apenas um complemento para os testes psicológicos que eram considerados mais precisos e de maior importância.

Nas declarações de Ivancevich (2008), essa é a técnica mais utilizada nos Estados Unidos e no Brasil para seleção. Devido à grande utilização desse instrumento, vários estudos vêm sendo feitos nos últimos tempos, buscando aprimorar a percepção do entrevistador, que, atualmente, observa cada detalhe, cada palavra e cada gesto do candidato para análise da linguagem verbal e não verbal do entrevistado.

O cenário contemporâneo onde as organizações estão inseridas, tem apresentado constantes mudanças e tem sido definido pela competitividade crescente e pela forma de utilização de suas ferramentas de gestão, nas quais tendem a extrair as melhores soluções e estratégias de negócios (RICARDO et al., 2013). Assim, Milkovich e Boudreau (2006) frisam que a tecnologia se atrela aos processos de seleção externa, onde a internet traz novas ferramentas e oportunidades como o recrutamento e seleção virtual.

REDES SOCIAIS E O PROCESSO DE SELEÇÃO

Segundo Afonso (2009, p. 31), “as 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”. Nesse sentido, entre os fatores sociais, redes sociais foram encontradas para ter um grande impacto nas carreiras das pessoas de várias formas, tais como suporte enquanto a caça de trabalho. Bon, Moraes e Silva (2018) frisam que “vários estudos de redes sociais que se concentraram em carreira têm utilizado diferentes teorias de rede social”.

Molon (2013) corrobora que a internet, juntamente com as redes sociais, possibilita uma maior liberdade de expressão devido à facilidade que existe através desses meios para compartilhar opiniões e histórias que as pessoas vivem, sendo presentes no dia a dia de muitos nas pequenas ações. A internet tem sido o meio de comunicação mais usado ultimamente até para reclamações de consumidores, expressão de opiniões sobre política, entre outros assuntos.

Em contrapartida, a internet também tem servido de auxílio para o recrutamento e seleção através das redes sociais virtuais, que surge como uma nova prática na área de recursos humanos (LEMES;

WESCHENFELDER, 2015). Com a ruptura dos meios tradicionais, Rodrigues e Maculan (2013, p. 43) destacam que “as TICs estão determinando, crescentemente, as habilidades dos indivíduos, das empresas [...] em permanecerem competitivos e estabelecerem maneiras mais eficazes e eficientes para suas ações”.

Dessa forma, os gestores do setor de RH, constataram que poderiam utilizar as informações compartilhadas como forma de melhor conhecer os proponentes às vagas de emprego, assim elevando o grau de assertividade dos processos seletivo (NETO et al., 2015). Lemes e Weschenfelder (2015, p. 27) ainda complementam que “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”.

Santos Pombinho (2016, p. 1) ressalta que “com base nestas tecnologias o recrutamento auxiliado pela Internet é designado por *e-recruitment*. É importante referir que para as empresas a economia de tempo, a minimização de recursos financeiros e otimização de processos são vantajosos na captação de novos talentos”. Com base nisso, pode-se obter uma ampla quantidade de informações pessoais, sendo reflexos de interações e comportamentos dos usuários, propiciando também a informações exclusivas que não são identificadas em métodos comuns de seleção (LEMES; WESCHENFELDER, 2015).

Diniz Araújo (2012) ressalta que os principais pontos observados por uma empresa nas redes sociais dos candidatos são: mostras de criatividade, bom relacionamento com as pessoas, trabalhos voluntários, boas referências e boa imagem em relação aos amigos da rede; além da impressão positiva ou negativa do perfil do candidato, bem como as relações com a área profissional e acadêmica.

Como analisa Leiser (2011), estudos mostram que os perfis nas redes sociais podem influenciar negativamente na seleção de um candidato; mesmo que haja qualificação profissional, se houver informações negativas ou fotos inadequadas, essas interferem diretamente na análise do perfil do candidato. Leiser (2011) acentua ainda que o bom uso das redes sociais pode ainda alavancar a carreira profissional, desde que o usuário publique informações úteis aos colegas de trabalho e que estejam relacionadas a área de atuação.

Na avaliação de Perez (2012), não é cabível a invasão da vida pessoal do candidato, visto que o mesmo quando busca um emprego e participa do processo de seleção, tende a falar sobre suas qualidades e omitir seu lado ruim ou socialmente não aceito; nesse caso, os profissionais que fazem a análise do perfil acabam, muitas vezes, desapontados ao verem a divergência nas informações quando comparadas a entrevista com rede social. Mesmo com tantas técnicas e testes psicológicos já utilizados, os profissionais de RH estão sempre em busca de novas ferramentas que possam disponibilizar mais informações sobre o candidato em questão.

No seu ponto de vista, Perez (2012) deixa bem claro que o mais importante nesse trabalho é a ética e o respeito, além do comprometimento científico aceitável quanto aos métodos utilizados. A finalidade da utilização das redes sociais deve ser a observação do comportamento e não bisbilhotar a vida pessoal da pessoa.

Entre as várias redes sociais que são utilizadas na atualidade, as mais visitadas pelas empresas contratantes são o Facebook e LinkedIn. Educause (2007) acentua que o Facebook quanto rede social propicia uma variedade de ferramentas e aplicativos que permite que as pessoas se comuniquem de forma a compartilhar informações e também ter o controle das mesmas.

Sendo desenvolvida por Allen Blue, Reid Hoffman, Konstantin Guericke, Eric Ly e JeanLuc Vaillant em 2002, Vargas (2011) ressalta que o LinkedIn, tal rede social também está enquadrada na categoria de software social. Seu público-alvo são os usuários que buscam o êxito e a promoção de seus perfis profissionais nas redes sociais virtuais onde desde 5 maio de 2003, data em que foi lançado, o site vem contribuído para a conexão de todos os profissionais do mundo afim de torná-los mais eficientes e excelentes.

Spector (2010, p. 206) diz que:

O objetivo da seleção é contratar pessoas com probabilidades de serem bem-sucedidas no trabalho. Para isso muitas abordagens podem ser feitas. Talvez a mais utilizada seja aquela em que a gerente entrevista os candidatos e decide, subjetivamente, quem contratar. Os procedimentos de contratação puramente subjetivos têm uma propensão a ser tendenciosos e imprecisos.

Baseando-se nas palavras de Spector (2010), pode-se concluir mais precisamente que todo e qualquer tipo de ferramenta que possa ser utilizado na análise do candidato para tornar o procedimento menos impreciso será bem-vinda.

Lin (2001) acentua que por meio das redes sociais, é fornecido um certo tipo de poder, reputação e formação, onde as interações sociais entre indivíduos denotam o sucesso da carreira. Em contraponto, Zhou et al. (2009) ainda corrobora que o fato de examinar a rede em si requer mais investigação e características específicas, o que inclui a perspectiva interativa de tais diferenças individuais e os padrões postos nas redes sociais.

PROCEDIMENTOS METOLÓGICOS

A presente pesquisa apresenta o método de abordagem qualitativa, que segundo Pradanov e Freitas (2013) esse tipo de pesquisa associa o mundo real e o sujeito, onde a relação dinâmica vincula-se ao mundo objetivo e a subjetividade do sujeito no qual não pode ser interpretado através de números e não requer métodos e técnicas estatísticas, pois o pesquisador torna-se o instrumento chave e a coleta de dados é a fonte direta para cenário natural.

Em relação aos objetivos, o estudo é classificado como descritivo, visto que, na concepção de Gil (2009, p. 42), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. A escolha se justifica pela necessidade de explorar o impacto que as mídias sociais trazem para vida profissional dos colaboradores. Quanto aos procedimentos técnicos, o estudo caracteriza-se como bibliográfico e de campo.

A pesquisa foi realizada em quatro empresas localizadas na cidade de Quixadá-CE, cujo universo foi constituído pelos contratantes, gestores de RH e/ou responsáveis pelas contratações nas maiores empresas da localidade, portanto maiores empregadores. A escolha das empresas foi feita a partir da quantidade de funcionários que emprega e a representatividade significativa que as mesmas têm para a cidade, em termos de empregabilidade. As empresas selecionadas possuem segmentos diferentes: Empresa **A**, dispõe de algumas lojas em ramos de atividades diferentes do mesmo gestor; Empresa **B**, uma instituição educacional; Empresa **C**, uma grande rede revendedora de motocicletas; Empresa **D**, um grupo de supermercados.

Para a coleta de dados, desenvolveu-se um roteiro de entrevista composto por sete questões abertas que direcionavam a entrevista para o assunto principal do projeto, justificando-se por uma análise de dados individuais de cada empresa entrevistada, fazendo a comparação entre os dados e levando em consideração a diferença entre os segmentos e estrutura empresarial de cada organização consultada. No quadro 1, destacam-se as perguntas de acordo com cada objetivo específico:

Quadro 1 – Roteiro de entrevista x Objetivos específicos

Perguntas	Objetivos específicos
a. O que você acha do uso das redes sociais na análise do perfil do candidato? b. Em que momento essas redes sociais são consultadas e com qual objetivo?	i) identificar os aspectos principais analisados nas redes sociais no processo seletivo;
a. Você utiliza efetivamente as redes sociais para selecionar candidatos? b. Qual a influência dessa pesquisa no momento da seleção?	ii) identificar a finalidade e a relevância do uso dessas ferramentas;
a. Na sua concepção, que tipo de publicação é inadmissível no perfil de seu futuro empregado? b. Quais os principais pontos a serem observados nos perfis e porquê? c. Um perfil social pode eliminar um candidato?	iii) identificar a influência da análise da <i>time line</i> no processo seletivo.

Fonte: Dados da pesquisa do autor (2015).

As empresas selecionadas apresentam diferentes segmentos de mercado, diferentes tamanhos organizacionais e culturas diversificadas. Empresa A, dispõe de algumas lojas em ramos de atividades diferentes do mesmo gestor; Empresa B, uma instituição educacional; Empresa C, uma grande rede revendedora de motocicletas; Empresa D, um grupo de supermercados.

Após a fase de entrevistas, os dados coletados foram analisados e comparados, sendo categorizados de acordo com os objetivos estabelecidos para extrair as informações necessárias para discussão. Por se tratar de uma pesquisa de análise de conteúdo e destacando a precisão em explorar as informações, utilizou-se a análise de conteúdo de Bardin (2011) consistindo na pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Aqui são apresentados os resultados e discussões identificadas nas entrevistas com os gestores de RH e/ou responsáveis pelas contratações nas empresas no que remete aos aspectos analisados nas redes sociais no processo de seleção, finalidade e relevância do uso dessas ferramentas e influência da análise da *time line* no processo seletivo. As empresas estudadas são de perfis bem distintos e de culturas organizacionais diversificadas, portanto os resultados das entrevistas foram bem variados e o ponto de vista de cada empresa reflete nos resultados diários devido ao posicionamento de cada gestor.

ASPECTOS PRINCIPAIS ANALISADOS NAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO SELETIVO

Os resultados obtidos nas respostas dos entrevistados, entram em conformidade ao objetivo específico I “identificar os aspectos principais analisados nas redes sociais no processo seletivo”, onde foram extraídas informações que vão de encontro as características de cada um, conforme seu cargo e função.

Inicialmente, foi indagado sobre a opinião do gestor em relação ao uso das redes sociais na análise do perfil de um candidato a alguma vaga, onde a empresa **A**, por não estar muito conectada com redes sociais entre outras tecnologias, ressalta que é relevante, mas não entende como isso pode ser feito. A Empresa **B** considera esse ponto bastante importante para a análise positiva ou negativa da postura e da atitude do candidato em suas redes sociais.

De acordo, a empresa **C** considera uma ferramenta proveitosa, pois diz ser praticamente impossível conhecer alguém hoje em dia e não analisar o candidato em alguma rede social, seja no campo profissional ou pessoal, pois com o mercado cada vez mais escasso de profissionais qualificados toda e qualquer ferramenta que possa ajudar a fazer um filtro para esses será bem-vinda. Ainda em relação ao questionamento, a empresa **D** acredita que as redes sociais são eficientes no auxílio da seleção, porém não devem ser usadas como principal meio de análise de perfil de candidato.

Por conseguinte, ressalta-se o objetivo do uso das redes sociais e em qual momento seria feita essa consulta. Segundo a empresa **A** essa consulta nunca é feita, pois não considera que possa influenciar no momento da contratação. Em contrapartida, a empresa **B** utiliza o recurso no momento do recrutamento para divulgar as vagas disponíveis e no momento da seleção com o objetivo de averiguar algumas informações.

Em contrapartida, a empresa **C** utiliza as redes sociais apenas para fazer o recrutamento, com objetivo de captar candidatos, porém o gestor deixou claro que fará a inclusão do uso das mesmas para a análise de perfil do candidato também. A empresa **D** utiliza as redes sociais para recrutamento somente na sua sede; em outras cidades, como por exemplo na cidade foco da pesquisa, esse recurso é utilizado para uma breve análise de perfil, com objetivo apenas de verificar o comportamento social dos candidatos.

FINALIDADE E RELEVÂNCIA DO USO DAS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA

Com base na aplicação da pesquisa e analisando a finalidade e a relevância do uso dessas ferramentas, conforme objetivo específico II, a empresa **A** afirma que não utiliza a ferramenta no processo seletivo. As empresas **B** e **C**, apesar de considerarem a ferramenta importante para análise de perfil de candidato, apenas utilizam para o recrutamento de pessoal. E por fim, a empresa **D** utiliza casualmente essa ferramenta, dependendo da vaga que os candidatos estejam concorrendo. As empresas **B**, **C** e **D** utilizam apenas o Facebook em seus recrutamentos e análise de perfil.

INFLUÊNCIA DA ANÁLISE DA *TIME LINE* NO PROCESSO SELETIVO

Conforme o objetivo específico III “identificar a influência na análise da *time line* no processo seletivo, indagou-se sobre os tipos de publicações inadmissíveis no perfil do candidato, as empresas responderam de forma igual, até mesmo a empresa **A**, que não utiliza a ferramenta, dizem que postagens do tipo pejorativas, ofensivas, preconceituosas e provocativas são inaceitáveis. A empresa **C**, além disso, ressalta que não admite sinais de preguiça nos status do perfil do candidato, pois já observaram em algumas postagens a nítida indisposição para trabalhar, segundo o entrevistado.

Subsidiariamente, foram abordados os principais pontos a serem observados nos perfis sociais, a empresa **A** não se posicionou sobre tal questionamento. Do ponto de vista da empresa **B**, a mesma observa postagens feitas com referência ao trabalho atual ou almejado, analisa fotos, mensagens positivas e de

otimismo, além da relação com os amigos na rede. A empresa **C** busca detalhes da vida pessoal do candidato, a fim de saber como funciona a rotina da pessoa fora do trabalho, não que isso seja assunto a ser tratado pela empresa, mas com a finalidade apenas de compreender melhor o perfil do candidato. E a Empresa **D** analisa de forma geral o perfil, ou seja, fotos, mensagens, comentários de amigos nas publicações do candidato, lugares que o mesmo frequenta e tudo mais que estiver disponível na rede social que possa ser útil.

Por fim, foi questionado se o perfil social pode eliminar um candidato. Para as empresas entrevistadas, todas dizem ser relativo o fato de o perfil do candidato eliminá-lo por algum motivo, pois relatam que descartar algum candidato apenas por um perfil de rede social não é justificável, porém se houver algum ponto negativo já no momento da entrevista, o perfil pode acabar ajudando na eliminação do mesmo.

Foi possível observar também a diferença de funcionamento dessas empresas pesquisadas, pois foi constatado que na empresa onde não se usa nenhum tipo de método da Gestão de Pessoas, há uma alta rotatividade de funcionários, o que nos leva a pensar que, de acordo com o embasamento teórico deste estudo, não ocorre a permanência do funcionário no cargo ao qual ele não foi adequadamente selecionado, visto que a análise de perfil é feita exatamente para adequar o perfil do candidato ao perfil do cargo disponível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo e nos resultados obtidos, foi possível traçar algumas considerações quanto o uso e a influência das redes sociais no processo seletivo nas perspectivas das empresas pesquisadas. Para tanto, o objetivo geral desse estudo foi identificar o uso e a influência das redes sociais no processo seletivo em empresas do Sertão Central cearense. Para o alcance do objetivo geral, a pesquisa empírica analisou as perguntas de acordo com cada objetivo específico permitindo analisar a visão das empresas em diferentes ramos de atividade.

De acordo com o objetivo específico I, foi possível identificar a partir da coleta das informações das empresas e representação de resultados, que a empresa A deixa muito a desejar no setor de Recursos humanos, pois a mesma não dispõe de nenhum setor responsável por tais atividades e não dispõe também de nenhum profissional da área no seu quadro de funcionários, o que torna a mesma um tanto desatualizada sobre essa área de conhecimento.

As empresas B e D, como dispõem de um setor com diversos profissionais voltados exclusivamente para a GP, domina bastante a área de conhecimento e faz uso contínuo no seu processo de recrutamento e seleção dessas informações. A empresa C não mantém um setor voltado para essa área, mas tem em seu quadro de funcionários uma pessoa com formação em GP que cuida de todo esse processo de recrutamento, seleção, treinamento e desenvolvimento da loja sede e filiais, considerando que tal profissional usa o auxílio de outros setores para executar suas atividades.

Assim, ressalta-se também que nas empresas onde essa análise é feita mais precisamente, a tendência é da baixa rotatividade de funcionários e a progressão dos mesmos, pois o fato de usarem, mesmo com pouca assiduidade, as redes sociais, entre outros recursos, é possível traçar com mais precisão o perfil do candidato e analisar se o mesmo atende às exigências do cargo disponível.

Já quanto ao objetivo específico II, as empresas da localidade pesquisada ainda estão um pouco desligadas desse recurso como ferramenta de seleção, porém já é possível perceber uma leve aderência em tentar se expandir e melhorar a cada dia, incluindo as redes sociais nos processos seletivos mais assiduamente na análise de perfil de candidatos além do recrutamento.

Com relação ao objetivo específico III, os processos de recrutamento e seleção das empresas, com exceção da empresa A, são feitos, razoavelmente, de acordo com o que foi registrado no referencial deste trabalho, pois as empresas B, C e D usam os recursos necessários para trabalhar com esse procedimento de acordo com o que se estuda nessa área.

Por fim, mediante o alcance dos objetivos específicos atingiu-se o objetivo geral, onde pode-se considerar que o uso das redes sociais no processo seletivo ainda é pouquíssimo utilizado na localidade de estudo, além da pouca utilização também das atividades da gestão de pessoas, o que leva às empresas alguma falha no momento de selecionar adequadamente seus candidatos.

A partir desses resultados, percebe-se a significância de fazer um trabalho mais aprofundado na área, envolvendo uma maior quantidade de empresas, a fim de mostrar como é importante o exercício da Gestão de Pessoas dentro de uma empresa e, principalmente, o quando pode fazer diferença a utilização das Redes Sociais como ferramenta complementar na análise de perfil de candidato. Dessa forma, propõe-se para estudos

futuros analisar o custo dessa falha para essas empresas, pois a alta rotatividade de funcionários gera custos que poderiam ser evitados se houvesse um pequeno investimento na área de Gestão de Pessoas.

REFERÊNCIAS

AFONSO, A. S. *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.

ARAÚJO, L. C. G.; GARCIA, A. A. **Gestão de Pessoas: Estratégias e Integração Organizacional**. São Paulo: Atlas, 2009.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BESSI, V. G.; RINKER, C. M. R.; SCHREIBER, D.; BOHNENBERGER, M. C. Percepções sobre a utilização de redes sociais pessoais no ambiente de trabalho. **Contextus – Revista contemporânea de Economia e Gestão**. v. 16, n. 1, jan/abr, 2018.

BON, A. C.; MORAES, S. T. A.; SILVA, J. F. The influence of social network and self-monitoring on career. **R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte**. v. 17 n. 1 p. 70-88 jan./mar. 2018.

DINIZ ARAÚJO, G. H. A Influência das Redes Sociais nos processos de recrutamento das empresas. **UEADSL** 2012.2. Disponível em: <http://ueadsl.textolivres.pro.br/2012.2/papers/upload/89.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2015.

DUTRA, J. S. **Gestão de Pessoas: modelo, processo, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2012.

EDUCAUSE. *7 Things You Should Know About Facebook II*. [Online]. 2007. Disponível em <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7025.pdf>.

FERNANDES, M. Recrutamento e seleção de pessoas: Processo fundamental para a escolha de uma boa equipe profissional. Monografia (Administração) – Faculdade Tecsona. Paracatu, 2011.

FRAGOSO, A. I. M. **A influência das redes sociais nos processos de recrutamento e seleção**. Dissertação de Mestrado em Economia e Gestão de Recursos Humanos - Universidade do Porto, Portugal, 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

IVANCHEVICH, J. M. **Gestão de Recursos Humanos**. São Paulo: Mac Graw Hill, 2008.

LACOMBE, F. J. M. **Dicionário de Administração**. São Paulo: Saraiva, 2004.

LEISER, T. **Seu processo seletivo começa nas redes sociais**. Carreira & Sucesso. Jun. 2011. Disponível em: <http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/dicas-emprego/seu-processo-seletivo-comeca-nas-redes-sociais-2>. Acesso em: 20 nov. 2015

LEME, R. **Seleção e entrevista por competência: com o inventário comportamental, guia prático do processo seletivo para redução da subjetividade e eficácia na seleção**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

LEMES, A. G.; WESCHENFELDER, G. A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **Gestão Contemporânea: Revista de Negócios da Cesuca**. p. 19-39.

LIN, N. **A Theory of social structure and action**. 1st edition, New York: Cambridge University Press, 2001.

MAHARANI, A. New media and recruitment. **Innovative Issues and Approaches in Social Sciences – IIASS**. v. 11, n. 2, 2018.

- MARRAS, J. P. **Administração de Recursos Humanos: do operacional ao estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- MILKOVICH, G. T.; BOUDREAU, J. W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2006.
- MOLON, A. Marco civil da internet: Em defesa da liberdade, neutralidade e privacidade. In: BARBOSA, Alexandre F. (Org.). **TIC Domicílios e Empresas**. São Paulo, Comitê Gestor da Internet no Brasil, p. 37-42, 2013.
- NETO, R. A. S.; DIAS, G. F.; RAMOS, A. S. M.; MARTINS, I. F. O.; NETO, M. V. S. Recrutamento e Seleção nas Redes Sociais: A Percepção dos Estudantes de Administração da UFRN. **Organizações em contexto**, São Bernardo do Campo, v. 11, n. 22, jul.-dez. 2015.
- OLIVEIRA, M. A. **Comportamento organizacional para a Gestão de Pessoas: como agem as empresas e seus gestores**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- PÁDUA, E. M. M. **Metodologia da Pesquisa: abordagem teórico-prática**. São Paulo:
- PEREZ, S.; EDUARDO, A.; ROMÃO, F.; MASCARENHAS, R. Devemos ou não considerar redes sociais como parte no processo de seletivo? **Administradores.com**. Agos. 2012.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho científico**. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013.
- RICARDO, G. R.; COSTA, F. V.D.; PARADELA, F. C. V; ALTAF, G. J.; TROCOLLI, R. I. Recrutamento e seleção nas organizações apresentação e análise do processo em uma organização do setor de transporte ferroviário. **Cadernos da FUCAMP**, v.12, n.17, p.46-70, 2013.
- ROBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- RODRIGUES, A. V.; MACULAN, A. M. D. Indicadores de inclusão digital. In: BARBOSA, Alexandre F. (Org.). **TIC Domicílios e Empresas**. São Paulo, Comitê Gestor da Internet no Brasil, p. 43-50, 2013.
- SANTOS POMBINHO, A. C. D. **O papel das redes sociais no recrutamento online**. Dissertação (Gestão de Recursos Humanos) – Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia. Vila Nova de Gaia, 2016.
- SIMCHAK, M.; MARTINS L. M. M.; SILVA, R. M. M. A implantação de ferramentas de melhoria e controle de processo em uma indústria da região metropolitana de porto alegre. In: XXXI ENEGEP, **Anais...** 2011.
- SPECTOR, P. E. **Psicologia nas Organizações**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- VARGAS, M. D. *Web marketing nas Bibliotecas Públicas Estaduais Brasileiras: a utilização das redes sociais virtuais. Monografia (biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 94 f, 2011.*
- ZHOU, J.; SHIN, S. J.; BRASS, D. J.; CHOI, J.; ZHANG, Z. X. Social network, personal values, and creativity: Evidence for curvilinear and interaction effects. **Journal of Applied Psychology**, v. 94, p.1544-1552, 2009.