Recrutamento e Seleção nas Redes Sociais: A Percepção dos Estudantes de Administração da UFRN

Recruitment and Selection on Social Network: The Perception of Business Administration' Students of UFRN.

*RÔMULO ANDRADE DE SOUZA NETO**
*GABRIELA FIGUEIREDO DIAS**
*ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS**
*IGOR FELIPE DE OLIVEIRA MARTINS**
*MANOEL VERAS DE SOUSA NETO**

RESUMO

A popularização das redes sociais virtuais está transformando a forma como as empresas interagem com a sociedade. Atualmente, as organizações não utilizam as redes apenas como meio de divulgação, mas também como uma ferramenta decisiva no Recrutamento e Seleção (R&S) de talentos. No Brasil, onde a ferramenta é utilizada por um número considerável de empresas, a literatura tem adotado uma visão gerencial do fenômeno, procurando investigar o que os gestores buscam e a influência dessas informações. Não foram identificadas pesquisas validando a ferramenta pelo ponto de vista dos candidatos – o que é relevante para a reflexão e melhoria da prática. Com base nisto, o objetivo desse estudo é compreender a percepção dos estudantes concluintes sobre a utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento e seleção. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa exploratória descritiva, de abordagem qualitativa, com coleta através de entrevistas semiestruturadas e uso da técnica de análise de conteúdo. A amostra foi formada por seis estudantes concluintes

* Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

do curso de graduação em Administração da UFRN. Dentre outros resultados, encontrou-se que os estudantes tem consciência da prática e consideram justo o uso de suas informações em processos de R&S sem autorização prévia.
Palavras-chave:. Recrutamento e Seleção. Redes Sociais Virtuais. Estudantes.

Abstract

The popularization of social networks websites is transforming the way individuals interact with society. Nowadays organizations don't use social networks only to advertise, they're using it as a tool to support decisions on Recruitment and Selection (R&S) of talents as well. In Brazil, where the tool is used by a relevant number of companies, researches adopted a manager's view of the phenomenon, trying to understand what managers' look and what influence their decision. There's no research validating the tool by applicants' view – what is relevant to increase and reflect about the practice. Based on this, the objective of this research is to analyze the perception of graduated students about the use of information on non-professional social network sites to recruit and select candidates. Methodologically, this is a descriptive and exploratory research, with qualitative approach, use of semi structured interviews and content analysis appropriation. The sample was six graduated students of Business Administration of UFRN. Among other results, was found that the students are aware about the practice and think its fair to use they're information in R&S processes without previous authorization.
Keywords: Recruitment and Selection. Social Networks. Students.

1. Introdução

Com o advento da *web* 2.0, as redes sociais, que antes se limitavam às relações entre familiares e vizinhos, ganharam um novo formato; virtual e personalizável. Rozenblum (2012) define a rede *online* como um serviço que permite que os indivíduos criem e compartilhem o seu perfil em páginas de internet – perfil este que contém informações de localização, interesses, atividades, educação, emprego, além de fotos, pensamentos, sentimentos e *status* relacionamento.

Com o tempo, a crescente adoção das redes virtuais pela sociedade despertou um interesse comercial nas empresas. Os gestores

do departamento de Recursos Humanos (RH), em especial, perceberam que as informações compartilhadas poderiam ser utilizadas para conhecer melhor os candidatos às vagas de emprego, podendo elevar o grau de acerto dos processos seletivos (MOLINA, 2011). Desde então, páginas como *Twitter* e *Facebook* têm se tornado cada vez mais úteis para aproximar empresas e candidatos.

No Brasil, a utilização das redes sociais em processos de Recrutamento e Seleção (R&S) já é uma realidade. Segundo pesquisa realizada pela empresa Robert Half com 2525 executivos de dez países (STAVALE, 2011), 46% dos gestores brasileiros afirmaram sempre verificar as referencias dos candidatos em redes sociais ou telefone, enquanto 44% afirmou que informações negativas no perfil *online* é suficiente para desclassificar um candidato de um processo seletivo. Ainda que expressivos, números de países como os Estados Unidos – onde foi constatado que 92% dos contratantes utilizavam ou pretendiam utilizar a ferramenta (SCHAWBEL, 2012) – apontam para a possibilidade de crescimento da prática no país.

Para os estudantes à procura do primeiro emprego, em particular, as redes sociais representam uma ferramenta profissional valiosa. Segundo Sacks e Graves (2012), os alunos podem utilizar as redes para construir uma identidade e criar laços com outros profissionais da área de interesse. Apesar disso, o estudo realizado por Gustafson (2012) – o único identificado nessa linha – em uma Universidade no sul dos Estados Unidos encontrou que os estudantes norte-americanos consideram negativo o uso de informações pessoais em processos de R&S sem autorização prévia.

Considerando que o uso das redes sociais em processos seletivos é uma prática recente e utilizada por um número considerável de gestores no Brasil e que, por isso, precisa ser validada, este artigo procura responder o seguinte problema de pesquisa:

Qual a percepção dos estudantes quanto a utilização das redes sociais online em processos de recrutamento e seleção de emprego?

O levantamento bibliográfico realizado para a construção deste trabalho mostrou que já existem publicações nacionais sobre o recrutamento e seleção nas redes sociais (ARAÚJO; RAMOS, 2002; COSTA, 2002; MITTER; ORLANDINI, 2005; GODINHO, 2008; D'ÁVILA *et al*., 2010; GOMES, 2011; MOLINA, 2011; REAL; CAR-

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

DOSO; BIRRER, 2012; ALMERI *et al*., 2013). De forma geral, estas pesquisas tiveram três objetivos: (1) identificar o que os recrutadores buscam nas redes sociais virtuais, (2) a influência destas informações nos processos de R&S e (3) as vantagens e desvantagens da prática. Não foram encontradas pesquisas nacionais como a de Gustafson (2012), relacionando a opinião dos estudantes universitários brasileiros ao uso de informações pessoais sem permissão prévia – o que configura uma lacuna na literatura. Pesquisas com este objetivo são relevantes para a legitimação da prática e para debater os aspectos legais deste tipo de ferramenta – já que o contratante passa a ter acesso também a informações sobre orientação sexual, religião ou política, que, legalmente, não deveriam influenciar a escolha de candidatos.

Quanto ao objetivo, este trabalho procura compreender a percepção dos estudantes concluintes sobre a utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento e seleção. Para isso, identificará as principais informações que os estudantes compartilham, relatará a opinião deles e o que eles sabem sobre a prática, bem como verificará a intenção de uso destes sites para contratação.

2. Revisão da Literatura

2.1 Recrutamento e Seleção *Online*

Quando uma empresa decide contratar um funcionário, torna-se necessário definir qual a forma mais eficaz de o fazer (CÂMARA et al 2003). Os processos de Recrutamento e Seleção (R&S) são práticas utilizadas para atrair candidatos e selecionar aquele que melhor se encaixa ao perfil pré-estabelecido. Segundo Toledo (1974), um programa de seleção tem por principal função introduzir na empresa pessoal adequado, em termos de qualificação e potencial.

Com a chegada da internet ao ambiente de trabalho, os processos de recrutamento e seleção passaram por ganhos de produtividade (ARAÚJO; RAMOS, 2002). A caráter de exemplo, temos que anteriormente (pelo método tradicional de recrutamento) os candidatos interessados em participar de um processo seletivo deveriam deixar pessoalmente o currículo impresso na empresa de interesse. Com o surgimento do recrutamento *online*, passou a existir também

a possibilidade do candidato incluir essas informações a distância, pela internet – seja por páginas de classificados, especializadas em recrutamento, redes sociais com foco profissional ou no *site* da própria organização.

Os estágios de um processo de recrutamento *online* pode ser dividido em três etapas – (1) atrair o candidato, (2) selecioná-lo e (3) manter contato imediato. No primeiro estágio (atrair), as empresas devem divulgar propagandas e anúncios na internet para alcançar os candidatos com o perfil desejado. Para o segundo estágio (selecionar), devem ser utilizados aplicativos capazes de reduzir os vários inscritos em poucos mais bem preparados candidatos. Por fim, é preciso que a seleção seja rápida e criteriosa para garantir que o candidato escolhido não será contratado pela empresa concorrente (CAPPELLI, 2001).

Conforme Caggiano (1999) e Borck (2000), o recrutamento na internet não deve ser visto como um substituto das práticas clássicas. Ao invés disso, eles a consideram uma ferramenta estratégica que pode contribuir para o sucesso do recrutamento tradicional – posteriormente, Magalhães (2007) complementou essa visão ao afirmar que a principal diferença entre o recrutamento tradicional e o virtual é que o segundo encontra-se no nível de integração e automatização do processo.

Duas das principais vantagens do recrutamento *online* para as empresas são a economia de custos e a amplitude da divulgação. Segundo Januzzi (2004) e Magalhães (2007), na maioria das vezes, divulgar anúncios na internet é mais barato do que a divulgação em revistas e jornais. A internet também possibilita que os processos de R&S ultrapassem as barreiras geográficas e alcancem as mais variadas e distintas populações (COSTA, 2002). Silva e Cunha (2008) também identificam outras vantagens deste método de recrutamento, são elas: (1) obtenção de resposta de melhor qualidade, (2) projeção da imagem corporativa como uma empresa moderna, (3) possibilidade de acesso mais fácil a nichos profissionais específicos e (4) a maior chance de atrair candidatos que não estão, necessariamente, procurando emprego.

Além das vantagens para a organização, o processo de recrutamento *online* também proporciona vantagens para os candidatos.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

No levantamento bibliográfico realizado para a construção deste trabalho foram identificadas as seguintes vantagens: facilidade para distribuir informações curriculares e acessar oportunidades, possibilidade de procurar por uma vaga filtrando pelos interesses pessoais, oportunidade de participar de processos seletivos em outras localidades, segurança, realização de inscrições de processos seletivos via internet durante as 24 horas do dia, além de poder receber por e-mail um aviso das oportunidades que estão abertas ou que irão abrir (PEARCE; TUNTEN, 2001; COSTA, 2002; PERETTI, 2007).

No que se refere às desvantagens, uma das principais limitações citadas pelos autores é que o recrutamento *online* exclui aqueles candidatos que não possuem acesso a internet ou que não tem familiaridade com os comandos da *web* – mesmo que para o cargo ofertado não exista a necessidade deste tipo de conhecimento (JANELA NA WEB, 2013; MITTER; ORLANDINI, 2005; PRASAD, 2009;). Alves (2005) também afirma que a impessoalidade do recrutamento pela *web* prejudica a criação do lado afetivo com o candidato – considerado fundamental pelo autor – que geralmente são criados pelo contato direto e bom relacionamento no recrutamento. O Quadro 1 lista as vantagens e desvantagens do recrutamento *online*.

Quadro 1 – Vantagens e desvantagens do recrutamento online

Vantagens	Desvantagens
Custos reduzidos; Tempo reduzido; Despesas reduzidas; Vagas podem estar disponíveis em vários sites; Informação pode ser atualizada no momento; Informação disponível 24 horas por dia; Fácil acesso; Disponibiliza informações sobre a empresa; Disponível para um número elevado de pessoas.	Exclui quem não tem acesso a internet; Pode atrair candidatos não desejados; Processo mais impessoal; Dificuldades técnicas podem dificultar o acesso a informação

Fonte: Gomes (2011).

Outra desvantagem do recrutamento *online* foi identificada por Gomes (2011). Segundo a autora, a possibilidade do usuário se inscrever a qualquer hora, de qualquer lugar, faz com que muitos candidatos sem o perfil desejado candidatem-se as vagas ofertadas. Além disso, a grande quantidade de informações trocadas pode causar lentidão no sistema e levar candidatos importantes a desistirem da seleção. Desta forma é preciso considerar que possíveis problemas técnicos na base de dados do sistema também podem dificultar o acesso às informações dos candidatos ou causar maiores danos financeiros a organização.

2.2 Redes Sociais Virtuais

O advento da internet ocasionou diversas mudanças na sociedade, uma delas foi a possibilidade de se comunicar, expressar e sociabilizar à distância, através de ferramentas virtuais como as redes sociais. Acessíveis de qualquer dispositivo com acesso à internet, as redes sociais virtuais são páginas que permitem que indivíduos construam um perfil público – ou semi-público – dentro de um sistema limitado (BOYD; ELLISON, 2007). Recuero (2011) traz um conceito mais simples e afirma que esses "são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na internet".

Dentre as funções da rede social virtual, Lorenzo-Romero (2011) afirma que as redes oferecem aos indivíduos um espaço para criar um perfil público e interagir com outras pessoas à distância, compartilhar informações, colaborar na geração de conteúdo, participar de movimentos sociais e correntes de opinião. Para Boyd e Ellison (2007) as redes possibilitam organizar uma lista de usuários com quem se pode realizar compartilhamentos e conexões, bem como permite ver a lista de conexões que outras pessoas possuem no sistema.

Em busca da manutenção das suas redes sociais pré-existentes, bem como, conhecer pessoas novas, os indivíduos passaram a se cadastrar cada vez mais nas redes sociais virtuais (BYOD; ELLISON, 2007). Com o tempo, a ampla aceitação pela sociedade levou ao surgimento de diversas páginas no segmento – tais como *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Orkut* e outros. Diariamente, o acesso por milhões de usuários transformou o uso das redes sociais um hábito na rotinas da sociedade. Das e Sahoo (2011) afirmam que as pessoas se

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

cadastram em redes sociais porque é um espaço onde elas têm oportunidade de expressar sua opinião livremente – o que proporciona uma sensação de independência e autoestima.

Além da interação entre pessoas, as redes sociais podem servir como um canal entre as empresas e a sociedade. Segundo Lorenzo-Romero (2011), os usuários das redes virtuais publicam voluntariamente informações que podem ser úteis para as organizações. Interessados nos benefícios, os gestores começaram a prestar atenção nas possibilidades de comunicação e poder de influência gerados nesse ambiente. Dentre os usos organizacionais, as redes sociais podem ser utilizadas para traçar o perfil de clientes, investir na divulgação dos seus produtos e serviços, acompanhar o comportamento dos empregados e até procurar ou analisar o perfil dos seus candidatos em um processo de recrutamento e seleção. Para Heidemann *et al.* (2012) as redes sociais podem ser utilizadas pelas empresas em áreas como pesquisa de marketing e desenvolvimento do produto, propaganda e vendas, comunicação e compartilhamento de dados internos e também na área de recursos humanos, mais especificamente nos processos de recrutamento e seleção.

2.3 Influência das Redes Sociais Virtuais nos Processos de Recrutamento e Seleção

Atentas à popularização, as empresas começaram a investir no uso das redes sociais virtuais dentro de suas atividades (KLUEMPER; ROSEN, 2009). O gestores do departamento de Recursos Humanos (RH), em especial, percebeu que as informações pessoais escritas pelos usuários poderiam ajudar a decidir sobre a contratação de novos empregados, elevando o grau de acerto dos processos seletivos (MOLINA, 2011). Assim, os gestores passaram a utilizar e aprovar o uso das redes para recrutar e selecionar candidatos – segundo Schawbel (2012), um em cada quatro recrutadores americanos obteve sucesso contratando pelo *Facebook*.

Segundo Smith e Kidder (2010), o uso das informações compartilhadas nas redes sociais virtuais permite que o gestor tome conhecimento de elementos que normalmente não são expostos pelos candidatos durante a entrevista. Para eles, informações como interesses, localização, atividades, educação, emprego, além de fo-

tos, sentimentos, pensamentos e *network* são importantes na hora de decidir sobre uma contratação e podem não ser coletadas através de uma conversa. Para Slovensky e Ross (2012) o fato das redes sociais virtuais não terem como propósito principal a busca ou garantia de emprego – com exceção de redes profissionais, como o *LinkedIn* –, faz com que os usuários apresentem nelas um ponto de vista mais descontraído, e por consequência, honesto e válido.

Apesar de ter sua utilidade reconhecida, Gomes (2011) defende que o recrutamento pelas redes sociais deve funcionar como complemento das ferramentas de recrutamento e seleção tradicionais. Para Kluemper e Rosen (2009), a ferramenta deve ser utilizada com cuidado e não deve substituir a entrevista pessoal – que continua a ser etapa indispensável do processo de seleção dos candidatos.

Relacionado ao uso consciente está a questão da privacidade dos candidatos investigados pelas redes sociais. Gomes (2011) fala que se o candidato tiver perfis nas diversas redes sociais, a empresa contratante pode obter informações além daquelas incluídas no currículo entregue para a candidatura. Assim, dependendo do perfil do gestor, informações sobre orientação sexual, religião e política podem ser utilizadas indevidamente para decidir sobre uma contratação. Surge então a necessidade daqueles que estão a procura de um emprego ter a consciência que as empresas podem consultar os perfis nas redes sociais virtuais, e dessa forma começarem avaliar o conteúdo publicado e configurações de privacidade oferecidas pelo site. Real, Cardoso e Birrer (2012) entende esse fenômeno como uma alternativa para os candidatos investirem no marketing pessoal, afirmando que as informações publicadas nas redes podem aumentar e potencializar o status profissional dos candidatos a um cargo.

Dentre as vantagens do uso das redes sociais para recrutar e selecionar candidatos Gomes (2011) e Real, Cardoso e Birrer (2012) citam: o maior número de candidatos alcançados, a diminuição de custos, a agilidade do processo e a pesquisa mais direcionada ao perfil de candidato desejado. Por outro lado, os autores também identificaram desvantagens, como: o excesso de candidaturas pode atrasar o processo, as informações apresentadas no perfil online podem estar incompatíveis com a realidade, o risco do plágio pelos candidatos que podem utilizar currículos disponíveis na rede para construir o seu próprio e a impessoalidade.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

2.4 O Uso das Redes Sociais Virtuais por Estudantes para Fins Profissionais

Obstante ao crescimento exponencial das redes sociais virtuais e de sua utilização em processos seletivos de emprego, muitos estudantes ainda não têm consciência das diversas formas como suas informações podem ser utilizadas pelas organizações (BRANDENBURG, 2008). Apesar disso, Sacks e Graves (2012) afirmaram que essa ferramenta é especialmente relevante para eles. Segundo os autores, os alunos podem utilizar as redes não apenas como uma ferramenta de comunicação mas também uma forma de construir uma identidade profissional. Neste sentido, o autores afirmaram que as empresas têm valorizado os estudantes que se envolvem em discussões e canais de comunicação formais e informais para expor suas opiniões.

Se por um lado os estudantes podem utilizar as redes para serem percebidos, pelo outro as organizações às utilizam para melhor selecionar os candidatos que são estudantes. Lory (2011) afirma que alunos a procura de emprego podem enfrentar limitações significantes caso o conteúdo que publicam seja considerado inaceitável pelos contratantes. Como os jovens modernos tem maior facilidade de expor sua vida na internet do que pessoalmente (MAZER; MURPHY; SIMONDS, 2007), Roberts e Roach (2009) sugerem algumas perguntas auto-críticas a serem feitas antes de publicar informações nas redes: "Estou carregando informações que eu quero que o mundo veja? Essas fotos mostram minhas qualidades? Qual impressão as pessoas teriam de mim se entrassem na minha página e vissem essas informações?". De acordo com o autores, os candidatos – isso inclui os estudantes – não devem enfatizar apenas no que não devem publicar nas redes sociais online, mas também no que devem compartilhar. Na opinião deles, os concorrentes devem postar fotos de prêmios, participação em eventos de caridade, currículo, cópia ou link de artigos publicados, entre outras coisas. A ideia é melhorar a reputação o quanto for possível.

Não foram identificadas pesquisas que tenham ido a campo saber quais as estratégias adotadas pelos estudantes para conseguir um emprego pelas redes sociais – o que caracteriza uma lacuna na literatura. O mais próximo disso que encontramos foi a pesquisa

realizada por Gustafson (2012) que identificou a percepção dos estudantes sobre a prática. Segundo o estudo, realizado com 422 alunos de graduação matriculados em uma Universidade no Sul dos Estados Unidos, os estudantes que tem consciência do uso das redes sociais em processos seletivos de emprego consideram negativa a prática – sobretudo quando o candidato não concede previamente o uso de tais informações. De acordo com a pesquisa, o uso de informações pessoais sem autorização prévia pode gerar reações negativa extremas, tais como a abertura de processos judiciais contra a organização.

3. Procedimentos Metodológicos

Em relação aos objetivos, esta pesquisa é classificada como descritiva e exploratória. Descritiva porque detalha a percepção dos alunos sobre um fenômeno (uso das redes sociais não profissionais para recrutar e selecionar candidatos) e exploratória porque investiga um tema novo na literatura nacional. Segundo Gil (2002), o estudo exploratório tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, visando a formulação de problemas mais precisos. Já a pesquisa descritiva, fornece informações que poderão ser a base de pesquisas explicativas mais desenvolvidas posteriormente (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2010).

No que se refere a abordagem do problema, optou-se pelo uso do método qualitativo de coleta e análise. Segundo Myers (2009), este é o método mais indicado para trabalhos que procuram compreender o que as pessoas falam e fazem, levando em consideração o contexto social e cultural onde elas vivem. Para ele, o contato com a situação estudada permite que o pesquisador colete dados subjetivos importantes para o estudo.

Dentre as estratégias de investigação da pesquisa qualitativa apresentadas por Creswell (2013), optou-se pela apropriação da abordagem fenomenológica. De acordo com o autor, esta abordagem é indicada para trabalhos que começam pela identificação do fenômeno a ser estudado e depois vão a campo entrevistar aqueles que tiveram contato com ele – caso desta pesquisa. Além disso, a pesquisa fenomenológica caracteriza estudos que investigam a percepção do indivíduo mas que não tem a imersão no campo que caracterizam a etnografia ou o estudo de caso.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

Com relação ao horizonte de tempo, este é um estudo do tipo transversal. Não faz parte do escopo desta pesquisa acompanhar a evolução da percepção dos estudantes ao longo do tempo. Ao invés disso, os resultados apresentados refletem a percepção dos alunos em um dado momento (RICHARDSON, 2012). A volta ao campo se deu em alguns casos, mas para esclarecer dúvidas no discurso dos entrevistados, conforme previsto por Flick (2009).

A população da pesquisa foram os estudantes concluintes do curso de graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) que possuem cadastro em redes sociais **não profissionais**. Justifica-se o foco nos alunos concluintes por seu eminente ingresso no mercado de trabalho. A escolha por aqueles que possuem cadastro em redes sociais não profissionais, visou atingir o objetivo desta pesquisa, que é compreender a percepção dos estudantes concluintes sobre a utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento e seleção.

Conforme Vergara (2000), a amostra da pesquisa foi não probabilística por conveniência. Optou-se por esta amostra pela dificuldade de acesso à população – a pesquisa foi realizada no final do semestre letivo, quando muitos dos alunos concluintes estavam ocupados com o trabalho de conclusão ou de férias. Para Flick (2009, p. 125) "de tempos em tempos, esse critério possivelmente represente o único caminho para realizar-se uma avaliação com recursos limitados de tempo e de pessoas".

No quadro 2 é possível observar o número total da amostra, suas respectivas idades, o canal de coleta utilizado, o tempo de resposta, o número de retornos posteriormente à entrevista para o esclarecimento de **dúvidas** (retorno) e o item do roteiro que precisou ser esclarecido nestes retornos. Para preservar a identidade dos respondentes, os nomes mencionados são fictícios.

Quadro 2 – Informações da amostra

Ordem de entrevista	Nome	**Idade**	**Canal de coleta**	**Tempo de resposta**	**Número de retornos**	**Item do roteiro questionado**
1º	Luciana	23	e-mail	2 dias	-	-
2º	Rita	22	e-mail	2 dias	-	-
3º	Tereza	22	e-mail	4 dias	-	-
4º	André	21	e-mail	2 dias	2	2, 4
5º	Pedro	22	e-mail	2 dias	1	2, 3, 4 e 5
6º	Carlos	24	chat *online*	1h 06m	-	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

Para encontrar os possíveis entrevistados, os autores recorreram, inicialmente, **às pessoas conhecida**s que se encaixavam no perfil da população. Assim, foram identificados Tereza, Luciana e Pedro. Posteriormente, um conhecido dos autores – que não participou desta pesquisa – indicou o contato de André e Carlos. Por fim, Rita foi identificada através de Tereza – estudavam na mesma turma.

O primeiro contato com os candidatos à amostra se deu através de e-mail e chat *online*. A escolha por estes canais virtuais se deu pela dificuldade de acesso aos alunos – como foi dito anteriormente, muitos estavam ocupados com o trabalho final do curso ou já estavam de férias. Assim, esta foi a forma encontrada para acessar os que estavam de férias e, ao mesmo tempo, permitir que os ocupados respondessem as perguntas quando tivessem disponibilidade de tempo. Segundo Damasceno *et al*. (2014), o uso da internet possibilita a otimização do tempo e distância nas etapas da pesquisa qualitativa.

Com os candidatos que os pesquisadores possuíam o endereço de e-mail (Luciana, Rita e Tereza), o primeiro contato ocorreu através de e-mail. Com aqueles que os autores só possuíam o contato nas redes sociais (André, Carlos e Pedro), o primeiro contato ocorreu através de chat *online*. No primeiro contato, os autores enviaram o termo de consentimento livre e esclarecido e explicaram o objetivo da pesquisa e suas questões éticas – evidenciando que as informações cedidas seriam utilizadas apenas para fins de pesquisa e

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

que os dados seriam salvos e conservados em local seguro pelos pesquisadores. Aqueles que tivessem interesse em participar do estudo deveriam responder a mensagem eletrônica demostrando tal interesse. Todos os seis possíveis candidatos responderam as mensagens confirmando o interesse em participar da pesquisa.

Em seguida foi perguntado aos participantes qual o canal de comunicação eles preferiam responder as perguntas – e-mail ou chat *online*. O único dos candidatos que preferiu o chat *online* foi Carlos. Assim, enviamos e-mails contendo o roteiro de entrevista semi-estruturada (quadro 3) para André, Luciana, Pedro, Rita e Tereza, e agendamos um horário com Carlos – de acordo com a disponibilidade dele – para realizar a entrevista em profundidade pelo chat *online*. Segundo Flick (2009), a entrevista virtual pode acontecer via e-mail, quando ocorre o envio de um conjunto de perguntas aos entrevistados ou por *chat online*, quando o entrevistador e o entrevistado estão *online*. A escolha pela **técnica de** entrevista em profundidade com roteiro de questões semi-estruturadas visou permitir que o entrevistado demonstrasse sua linha de argumentação para o entrevistador, e esse, por sua vez, pudesse identificar opini**ões, atitudes e valores** (VEIGA; GONDIM, 2001).

O instrumento de coleta (roteiro de entrevista semi-estruturada) desta pesquisa possui oito questões abertas e foi desenvolvido com base no questionário aplicado na pesquisa de Gustafson (2012). Para compreender a percepção dos estudantes sobre o uso das redes sociais em processos de recrutamento e seleção, as perguntas foram criadas com base nos objetivos específicos traçados por este trabalho – quadro 3 relaciona as questões aos objetivos específicos. Por fim, o instrumento foi validado por uma profissional especializada em métodos qualitativos.

Quadro 3 – Roteiro das entrevistas

Item	Questão semi-estruturada	**Objetivo relacionado**
1	Em quais redes sociais você possui cadastro?	Pergunta "quebra-gelo";
2	Que tipo de informações/assuntos você costuma publicar nas suas redes sociais?	Identificar as principais informações que os estudantes compartilham nas redes sociais.
3	O que estimula você a não publicar/compartilhar algum tipo de informação nas suas redes sociais?	
4	Você utiliza as suas redes sociais virtuais com interesses profissionais? Como?	
5	Você já ouviu falar sobre a utilização das redes sociais em processos seletivos de emprego?	Relatar a opinião sobre o uso de redes sociais em processos seletivos e o que eles sabem sobre a prática.
6	Qual é o seu conhecimento sobre a prática?	
7	O que você acha das empresas utilizarem as redes sociais nos seus processos seletivos para novos empregados?	
8	Você tem a intenção de futuramente utilizar as suas redes sociais virtuais a seu favor em processos seletivos? Por quê?	Verificar a intenção de utilizar as redes sociais para contratação.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

Finalizada a etapa de coleta, teve início o processo de organização do material. Como as respostas já estavam em formato digital, a única tarefa que os autores tiveram foi a de padronizar o formato dos textos. Para isso, utilizaram o *Microsoft Office Word®* . As perguntas – e suas respectivas respostas – que surgiram posteriormente **à** primeira entrevista foram alocadas abaixo das perguntas que ficaram mal esclarecidas. Os arquivos finais contém apenas o nome fictício do entrevistado, as perguntas e suas respostas.

No processo analítico dos dados qualitativos foi utilizada a análise de conteúdo com apropriação da técnica análise categorial

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

ou temática. Segundo Bardin (2004), a análise de conteúdo **é um conjunto de técnicas de anál**ise que tem como objetivo obter indicadores que permitam inferência de conhecimentos relativos as mensagens colhidas no campo de pesquisa. Em relação **à** análise categorial ou temática, a referida autora afirma que esta consiste em operações de desmembramento do texto em diversas unidades de sentido e categorias conforme reagrupamentos analógicos.

O processo analítico foi iniciado por uma leitura flutuante que, segundo Bardin (2004), é o primeiro contato dos pesquisadores com o texto no qual são formadas as impressões sobre as respostas dadas pelos entrevistados. Em seguida, o documento foi inserido no *software* Atlas TI® para permitir o exame cuidadoso e sistemático necessário para verificar a validade e confiabilidade dos resultados (BANDEIRA-DE-MELLO, 2003). Através deste *software*, foi realizada a codificação aberta e, em seguida, a classificação pelas unidades de significado (super códigos) com o propósito de associar anotações e, sobretudo, os códigos (FLICK, 2009). Para auxiliar neste processo, seguindo as orientações de Flick (2009) e Gibbs (2009), foi criada uma lista de códigos no Excel com notas ou memorandos para melhor organização dos códigos. Logo após a finalização desse processo os supercódigos, foram agrupados em categorias, que auxiliaram na interpretação de dados. Assim, foram gerados 62 códigos, que foram agrupados em 17 super códigos, que por sua vez, foram reunidos em 5 categorias.

Por fim, para confirmar os resultados e torna-los mais visíveis, foi criada uma nuvem de palavras a partir das respostas dos entrevistados. Esta nuvem foi gerada através do *software* gratuito ManyEyes (http://www-958.ibm.com/software/data/cognos/manyeyes/). O *software* apresenta, em forma de nuvem, as palavras que apareceram com maior frequências nas falas dos entrevistados, dando maior destaque para as palavras mais repetidas nas respostas. Durante esse processo foram excluídas da nuvem as palavras que não agregavam valor e não eram determinantes para a análise dos dados. A maioria das palavras excluídas consistiam em preposições, advérbios, e artigos definidos e indefinidos.

O quadro 4 apresenta de forma resumida os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa.

Quadro 4 – Procedimentos metodológicos

Caracterização da Pesquisa	
Quanto aos fins	Descritiva (VERGARA, 2000)
Quanto a abordagem	Qualitativa (MYERS, 2009)
Quanto ao tempo	Estudo transversal (RICHARDSON, 2012)
Postura teórica	Fenomenologia (CRESWELL, 2013)
Abrangência da pesquisa	Não probabilística por conveniência (VERGARA, 2000)
Instrumento de pesquisa e coleta de dados	Entrevista semi-estruturada online (DAMASCENO *et al.* 2014; FLICK, 2009; VEIGA; GONDIM, 2001)
Análise e tratamento de dados	Análise de conteúdo (BARDIN, 2004; FLICK, 2009; GIBBS, 2009)

Fonte: elaborado pelos autores (2014)

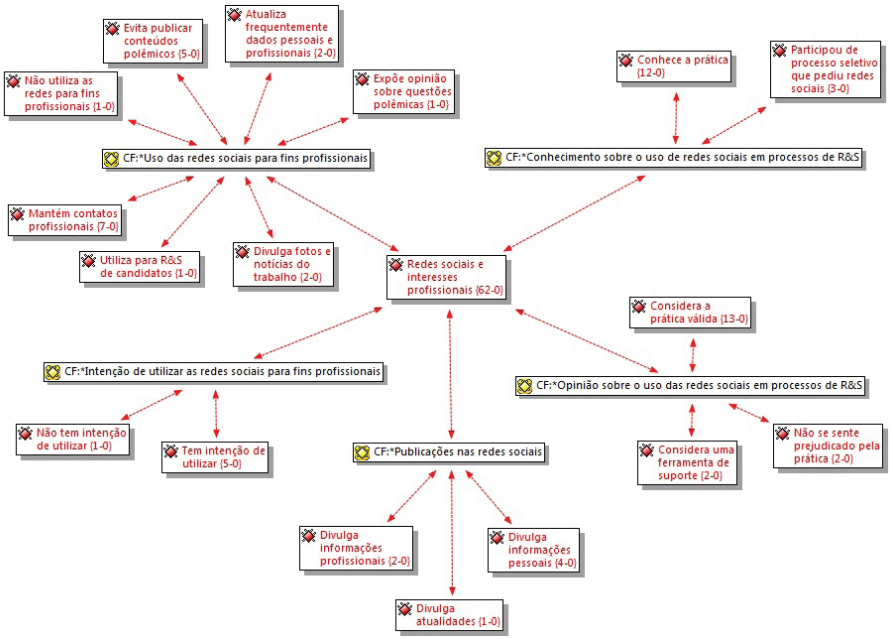
4. Análise e Discussão dos Resultados

A análise das entrevistas foi realizada com o auxílio do *software* Atlas TI 5.0. Foram criadas cinco categorias, reunindo os 17 super códigos de acordo com os temas identificados nas respostas (publicações, conhecimento, uso, opinião e intenção de uso). A análise das categorias permitiu compreender a percepç**ão dos entrevistados sobre uso –** por empresas e indivíduos – das redes sociais em processos de recrutamento e seleção. A figura 1 **é o mapa geral da análise gerado através do Atlas TI.**

4.1 Perfil da Amostra

A amostra da pesquisa é composta por seis indivíduos – três homens e três mulheres. Por questões éticas, eles foram identificados por nomes fictícios, escolhidos aletoriamente pelos pesquisadores. A faixa etária dos respondentes variou entre 21 e 24 anos. Quanto ao nível de escolaridade, todos os entrevistados eram concluintes do curso de graduação em Administração da UFRN. Todos eles possuíam cadastros em sites de redes sociais cujo foco não é profissional.

Figura 1 – Mapa de codificação da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

4.2 Perfil do Uso

O objetivo desta categoria é identificar o perfil dos entrevistados com relação ao uso das redes sociais. Para tanto, questionou-se quais redes os estudantes possuíam cadastro, quais tipos de informações eles costumavam compartilhar e **não compartilhar** e a razão pela qual eles decidiam **não** publicar tais informações nos sites. Foram gerados 3 super códigos e 7 citações.

O *Facebook* foi a única rede social citada por todos os entrevistados. Logo após, por ordem de citação, ficaram *Twitter*, *Google* + e *LinkedIn*. Também foram mencionadas com menor frequência outras páginas, tais como *Instagram*, *Orkut*, *Pinterest* e *Foursquare*.

Em diferentes níveis de intensidade, todos os entrevistados afirmaram utilizar as redes sociais para divulgar informações pessoais (fotos, manter contato com conhecidos e expor sentimentos). Com exceção de Pedro e Luciana, todos os outros estudantes também afirmaram utilizar as redes para publicar notícias, atualidades, infor-

mações sobre área de trabalho e conquistas profissionais – conforme trechos das falas de André e Rita abaixo.

> *Raramente faço publicações próprias. Mas, quando faço, costumam variar entre dois tipos, pessoais ou profissionais. No primeiro caso, fotos e comentários de algum tipo de happy hour ou viagem com amigos. Já o segundo tipo, mais comum, são fotos de reuniões, comemorações, eventos, relacionadas a trabalho.* (André)

> *Divulgo informações pessoais (fotos, mensagens, imagens), algumas colocações sobre movimentos sociais, sobre o que está ocorrendo no mundo e sobre o curso de administração.* (Rita)

Com relação às informações não compartilhadas, todos os entrevistados afirmaram não publicar notícias polêmicas. Para André, polêmicas são informações que vão contra os seus princípios. Já para Carlos, são informações que o expõe desnecessariamente. O entendimento sobre "polêmica" variou de um entrevistado para outro. Tereza e Carlos, em especial, afirmaram não compartilhar informações sobre localização. Os trechos das falas de Tereza e Carlos resumem o cenário encontrado.

> Não publico nada de conteúdo que não seja de meu interesse, que me exponha desnecessariamente e "bobagens", tipo: estou fazendo sei lá o que... sabe? Não conto meus passos no Facebook, apenas o que quero que as pessoas saibam. (Carlos)

> Geralmente não publico muitos assuntos e/ou pensamentos particulares, coloco apenas algumas fotografias e nunca falo aonde estou […] Tenho inúmeros motivos em não compartilhar/publicar certas informações em minhas páginas sociais, por exemplo, demagogias, pessoas deficientes, fofocas, questões religiosas, questões políticas, etc. (Tereza)

Sobre os motivos de não compartilharem estas informações, alguns estudantes destacaram a preocupação com a exposição dos seus dados por questões de segurança pessoal e preservação da imagem profissional, como pode ser percebido nas falas de André e Tereza.

> *Tenho esse tipo de precaução por dois motivos: primeiramente, segurança (uma vez que nunca se sabe quem está olhando suas informações), bem como por questões profissionais.* (Tereza)

> *Procuro ter cuidado com a imagem que estou passando, pois qualquer publicação pode ser mal interpretada e impactar tanto minha vida e relacionamentos pessoais, como profissionais.* (André)

Devido a essa preocupação com segurança pessoal e imagem profissional, os entrevistados também justificaram não compartilhar informações como atividades diárias, lugares que costumam frequentar, conteúdos agressivos, preconceituosos e polêmicos.

Os resultados acima corroboram com as pesquisas realizadas por Smith e Kidder (2010) e Slovensky e Ross (2012). Os referidos autores afirmaram que nesses sites são publicadas informações como interesses, atividades, educação, emprego, além de fotos, pensamentos, *network*, entre outras. Desta forma, as redes sociais apresentam um ponto de vista mais descontraído das pessoas, e por consequência, mais honesto e válido.

A fim de ilustrar as principais palavras, que emergiram na fala dos entrevistados nas citações que foram classificadas como sendo pertencentes a categoria sobre o uso das redes sociais, foi criada uma nuvem de palavras (Figura 2). A nuvem corrobora com a análise acima mostrando que as palavras com maior frequência, para esta categoria, foram *Facebook, Twitter, informações, profissionais, amigos, imagens, fotos e etc*.

Figura 2 – Uso das redes sociais



Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

4.3 Conhecimento sobre o Uso de Redes Sociais Virtuais em Processos de R&S

O objetivo desta categoria é relatar o que os estudantes sabem sobre o uso das redes sociais para o recrutamento e seleção de candidatos. Para tanto, perguntou-se aos estudantes se eles já tinham conhecimento sobre a prática e o que sabiam sobre ela. Foram gerados 2 super códigos e 15 citações.

Todos os entrevistados afirmaram ter consciência de que podem ser avaliados pelas empresas pelo conteúdo que publicam nas redes sociais. As falas de Carlos e Rita exemplificam as respostas dadas pelos entrevistados.

> *Ouvi sim. Sabia que as empresas vasculham tudo que o candidato faz, nas redes sociais, pra entender suas preferências e posicionamento sobre questões relevantes. Sei apenas isso. De mais alguma outra pratica ainda não.* (Carlos)

> **É** *uma prática que vem se tornando frequente nas empresas atualmente, as redes sociais são utilizadas para divulgar as vagas, para analisar o perfil dos possíveis funcionários e podem ser até uma forma decisiva de contratação.* (Rita)

Apenas dois entrevistados que tinha consciência dessa prática afirmaram ter participado de processos seletivos que utilizavam as redes sociais virtuais como parte do processo, como pode ser observado nas falas de Pedro e Tereza.

> *Já e participei de algumas seleções, onde fizeram a construção primária do perfil profissional, a partir das informações dispostas no Linkedin e Facebook.* (Pedro)

> *Atualmente, estou participando de processo de trainee e, todos, pedem algum contato em redes sociais. (Tereza)*

A análise das respostas demonstra que todos os estudantes entrevistados tem consciência de que podem vir a ser vigiados pelas empresas durante os processos seletivos. Esse resultado vai contra o estudo de Brandenburg (2008), que afirma que a maioria dos es-

tudantes ainda não tem consciência de que outras pessoas – além dos seus amigos – estão vigiando suas informações.

Com relação ao conhecimento sobre a prática, de forma geral, os estudantes afirmaram que é o uso das redes sociais pelas empresas para conhecer/entender melhor os candidatos a uma vaga de emprego. Luciana afirma que é uma ferramenta para o gestor saber se o candidato escreve bem, se tem uma boa rede de relacionamentos, se tem ideias inovadoras, etc. Os trechos abaixo mostram o que os estudantes entendem pela prática.

> Hoje em dia você pode ter ideia de como uma pessoa é através das redes sociais. Se elas são comprometidas, tem uma boa rede de relacionamentos, por quais experiências de trabalho ela já passaram, se escrevem bem, se tem ideia inovadoras, e por ai vai. (Luciana)

> Enfim, acredito que um dos pontos mais importantes a se observar num processo seletivo é a semelhança/compatibilidade das crenças e valores do candidato, com a cultura da empresa. E as redes sociais agregam muito neste tipo de análise. (André)

Também foi gerada para esta categoria uma nuvem de palavras (Figura 3), a fim de ilustrar as palavras mais repetidas nas falas dos entrevistados nas citações referentes ao conhecimento sobre recrutamento e seleção nas redes sociais virtuais. A nuvem esta de acordo com a análise acima mostrando que as palavras com maior frequência, para esta categoria, foram *perfil, contratação, candidato, entender, analisar, divulgar e etc*.

4.4 Uso de Redes Sociais para Fins Profissionais

O objetivo desta categoria é relatar como os estudantes utilizam as redes sociais para encontrar estágio ou emprego ou para ser promovido dentro do emprego em que atua. Para tanto, questionou-se os estudantes se eles utilizavam as redes com interesses profissionais, e se sim, como. Foram gerados 7 super-códigos e 19 citações.

A grande maioria dos entrevistados declarou utilizar as redes sociais com algum tipo de propósito profissional, conforme pode ser percebido na fala de Tereza.

Figura 3 – Conhecimento sobre recrutamento e seleção nas redes sociais virtuais



Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

> *Acredito que a partir do momento que me resguardo e penso criticamente antes de publicar/compartilhar algo, o faço com intuitos profissionais e de segurança. Pois já é sabido que muitas empresas olham as páginas sociais de seus candidatos/funcionários, uma vez que muitas pessoas não medem as consequências ao declarar certas informações na internet.* (Tereza)

O único respondente que não utiliza as redes sociais para contribuir na carreira é Rita, que em sua fala afirma não ter utilizado porque ainda não surgiu a necessidade, mas que mesmo assim, demonstrou a intenção de usar no futuro.

> *Por enquanto não, pois não vi necessidade. Mas tenho intenção sim, pois está é uma prática que está se tornando cada vez mais importantes para a contratação e pode até ser decisiva, por isso é importante tomar cuidado com o que se publica nessas redes.* (Rita)

A análise dos resultados acima demonstra que a maioria dos estudantes utiliza as redes sociais a favor de suas carreiras. Esse resultado corrobora com os estudos de Sacks e Graves (2012), que afirmam que as redes sociais são especialmente relevantes para os estudantes a procura do primeiro emprego. Também confirma a

pesquisa de Real, Cardoso e Birrer (2012) que entende o fenômeno como uma oportunidade dos candidatos investirem na construção de uma boa imagem profissional e potencializar o *marketing* pessoal.

Com relação às formas de uso para fins profissionais, a maioria dos estudantes afirmou tomar cuidado com as informações que compartilha nas redes sociais. A fala de Tereza, ao afirmar ter cautela com o que divulga, exemplifica as demais respostas encontradas.

> *Primeiramente, acredito que minhas opiniões e crenças não necessitam ser públicas, devemos apenas respeitar os credos alheios. E, atualmente, estou participando de processo de trainee e, todos, pedem algum contato em redes sociais. Portanto, devemos utilizá-las com cautela, mas não deixando de ser nós mesmos.* (Tereza)

Outra atitude identificada na fala dos entrevistados é a atualização constante das informações pessoais e profissionais do perfil. A fala de André demonstra essa preocupação.

> *Sim. No Facebook busco deixar sempre atualizada minha formação acadêmica e todas as experiências profissionais.* (André)

Além destas, outras atitudes foram identificadas em nível individual. Carlos, por exemplo, afirma que utiliza as redes sociais para fazer e manter contatos com profissionais. André afirmou postar fotos profissionais para demonstrar comprometimento com a organização em que trabalha. Já Pedro afirmou estar construindo uma imagem profissional. Um fato interessante foi citado por Tereza, que afirma em sua fala que segue a página da empresa que pretende trabalhar, para se manter atualizada.

> *Além disso, sigo páginas de empresas as quais anseio trabalhar ou apenas admiro, a fim de obter informações de modo mais dinâmico.* (Tereza)

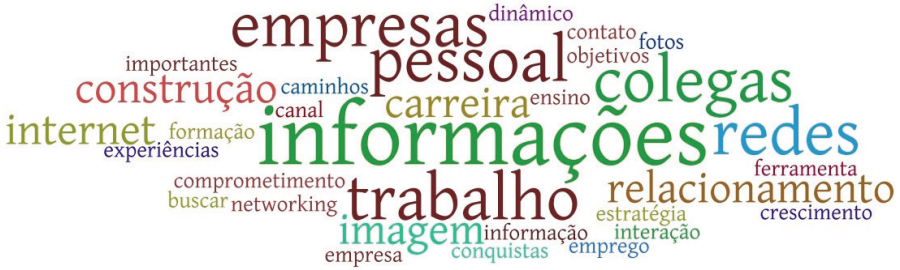
Uma curiosidade que emergiu das entrevistas foi o caso de André. Ele afirmou que, por ser gestor, já precisou utilizar as redes sociais para entender melhor o perfil de um candidato. Então, uma das formas de uso das redes sociais para fins profissionais dele, foi para selecionar candidatos a uma vaga de emprego.

> Quando participei da realização de processos seletivos nas diversas organizações pelas quais passei, muitas vezes olhava as redes sociais do candidato de forma a entender melhor seu perfil (André).

Conforme os resultados apresentados, é possível verificar uma variedade de atitudes por parte dos estudantes. As mais frequentes são também as mais simples, no caso a atualização do perfil e a cautela com o compartilhamento de informações – previsto por Roberts e Roach (2009). Em comparação com os estudos de Sacks e Graves (2012) é possível perceber que os estudantes entrevistados ainda podem utilizar as redes sociais de outras formas – projetar imagem profissional positiva, envolver-se em grupos de debate, adicionar pessoas que atuam na área de interesse, etc. Para eles, as redes são uma excelentes ferramentas para construir a identidade pessoal e profissional.

Para ilustrar as palavras mais repetidas nas falas dos entrevistados nas categorias de uso e formas de uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção online foi gerada uma nuvem de palavras (Figura 4). A nuvem confirma a análise acima mostrando que as palavras com maior frequência, para estas categorias, foram *informa*ções, carreira, pessoal, estratégia, *relacionamento, networking, imagem, contato e etc*.

Figura 4 – Uso e forma de uso das redes sociais virtuais para fins profissionais



Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

4.5 Opinião Sobre o Uso de Informações das Redes Sociais em Processos de R&S

O objetivo desta categoria é relatar a opinião dos entrevistados sobre o uso das redes sociais em processos de recrutamento e seleção. Para tanto, questionou-se os estudantes sobre a sua percepção à respeito da prática. Foram gerados 3 super-códigos e 17 citações.

Todos os entrevistados consideram válida a utilização das informações das redes sociais em processos seletivos. A fala de André, por exemplo, é de alguém que concorda com a prática e que já a utilizou na prática como membro de uma equipe de seleção de novos funcionários. Para ele é uma ótima forma de identificar mentiras e verificar a compatibilidade das crenças e valores da organização com as do candidato.

> Eu concordo com a prática, tanto é que a utilizei (como mencionado anteriormente). É extremamente útil para o gestor, descobrindo por diversas vezes algumas mentiras ditas pelo candidato. Por exemplo, um candidato que diz gostar do trabalho que realizava anteriormente, mas postava por diversas vezes, aos domingos, publicações relacionadas ao quanto era horrível ter de ir trabalhar no outro dia. Enfim, acredito que um dos pontos mais importantes a se observar num processo seletivo é a semelhança/compatibilidade das crenças e valores do candidato, com a cultura da empresa. E as redes sociais agregam muito neste tipo de análise. (André)

Alguns entrevistados relatam ainda que não se sentiriam prejudicados caso fossem alvo de possíveis contratantes. Para Carlos, por exemplo, se a informação foi divulgada nas redes sociais é porque ele deu aos outros o direito de lê-las. Rita também não se sentiria prejudicada.

> *Tranquilo! Não me incomodaria porque sei da prática e porque se está lá [nas redes sociais virtuais], dei o direito de verem.* (Carlos)

> *Acho que é uma boa forma de conhecer melhor o candidato e de saber se ele é sincero em relação às informações dadas durante a entrevista. Acho que seria uma boa forma de saber mais sobre minha personalidade pelas coisas que posto nas redes sociais, não acho q tal prática me prejudicaria.* (Rita)

Outro aspecto relevante surgiu da fala de Carlos. Ele foi o único dos entrevistados a afirmar que uso somente das redes sociais para decidir sobre uma contratação é pouco. Em sua fala, Carlos considera que as redes sociais são uma espécie de ferramenta de suporte a todo o processo seletivo – compatível com Gomes (2011) e Kluemper e Rosen (2009).

> *Vejo como UM meio de conhecer mais sobre o candidato, apenas mais um. Não como meio de "julga-lo" por algo dito ou foto postada por não acreditar que tudo que as pessoas postam ser de fato verdade, além da frieza natural do ambiente virtual não permitir total verdade na exposição do fato. Noto que muito do que é vinculado é feito apenas pra "dar satisfação", sentir-se pertencente a algum grupo social e que as pessoas passam a imagem de quem querem que elas sejam e não de quem são, de fato* (Carlos).

Ao analisar os resultados acima é notável a concordância dos alunos com o uso de suas informações pessoais sem permissão prévia. Esse resultado não está de acordo com estudo realizado por Gustafson (2012) nos Estados Unidos, que mostrou que os estudantes universit**ários** consideram injusta a utilização de informações publicadas no Facebook nos processos de recrutamento e seleção, principalmente quando estas informações são utilizadas sem permissão prévia dos candidatos.

Para esta categoria também foi gerada uma nuvem de palavras (Figura 5), ilustrando as palavras mais repetidas nas falas dos entrevistados nas citações referentes as opiniões sobre as informações das redes sociais virtuais utilizadas nos processos de recrutamento e seleção. A nuvem esta de acordo com a análise acima mostrando que as palavras com maior frequência, para esta categoria, foram *perfil, concordo, informações, plausível, personalidade, e etc*.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

Figura 5 – Opinião dos estudantes sobre o uso redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção



Fonte: Dados da pesquisa (2014).

4.6 Intenção de Utilizar as Redes Sociais para Fins Profissionais

O objetivo desta categoria é verificar a intenção dos entrevistados de utilizar as redes sociais não profissionais para fins profissionais. Para tanto, questionou-se os estudantes sobre a intenção de futuramente utilizar as redes em seu favor em processos seletivos e, caso já ele utilize, se tem interesse de continuar utilizando. Foram gerados 2 super códigos e 6 citações.

A maioria dos entrevistados afirmou ter intenção de utilizar as redes sociais em favor próprio em futuros processos seletivos, outros falaram que **já utiliza**vam e pretendiam continuar utilizando as redes sociais virtuais como uma ferramenta de auxílio para atingir seus objetivos profissionais. As falas de André, Pedro e Tereza exemplificam esse cenário.

> Com certeza! Inclusive já o faço... Atualmente, estou participando de processos de trainee e, todos, pedem algum contato em redes sociais... (Tereza)

Tenho intenção de utilizar as redes sociais com fins profissionais, devido a construção de imagem profissional pessoal, ou melhor, marketing pessoal (Pedro).

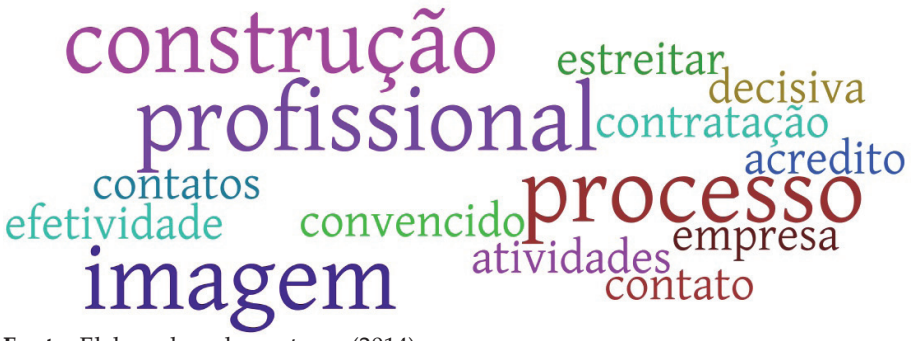
> Caso eu tivesse intenção de participar em futuros processos seletivos, utilizaria. As redes sociais são um ótimo meio de você se tornar visível para o mercado e estreitar seu networking. Suas atividades nas redes vão impactar na construção da imagem pessoal e profissional que seus amigos e conhecidos tem de você. Além disso, faz com que se gerem oportunidades através de indicações e recomendações, diretas e indiretas, em sua rede de contatos (André).

Apenas Carlos afirmou não ter a intenção de utilizar sites de redes sociais para fins profissionais. Para ele, **não** há a necessidade disso e afirma precisar ser convencido sobre a efetividade da utilização dessa ferramenta nos processos de recrutamento e seleção.

> *A princípio não utilizaria redes sociais para fins profissionais. Teria que ser convencido da efetividade do uso delas na seleção (Carlos).*

Para esta última categoria também foi gerada uma nuvem de palavras de acordo com as falas dos estudantes (Figura 6). A nuvem corrobora com a análise acima mostrando que as palavras com maior frequência, para esta categoria, foram *profissional, construção, contatos, efetividade, estreitar, contato, imagem e etc*.

Figura 6 – Intenção em utilizar as redes sociais para fins profissionais.



Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p313-346

5. Considerações Finais

Atualmente, a maioria das empresas estão acompanhando os avanços tecnológicos e se preocupam com a adoção de novas ferramentas tecnológicas para melhoria das suas atividades organizacionais. Deste modo, uma das inovações tecnológicas, atualmente, inserida nas empresas são as redes sociais virtuais, que nos últimos anos apresentou um rápido crescimento aliado a boa aceitação por parte da sociedade.

Atualmente, as redes sociais virtuais podem ser utilizadas de diversas formas em âmbito organizacional, como forma de melhorar a comunicação entre a empresa, os funcionários, os clientes e até mesmo os fornecedores. Assim, uma das formas de utilizar os sites de redes sociais nas empresas é através da construção do perfil dos candidatos dos processos de recrutamento e seleção.

O presente estudo analisou a perspectiva de estudantes universitários sobre a utilização das redes sociais virtuais como ferramentas de auxílio nos processos de recrutamento e seleção *online*. As entrevistas confirmaram a ampla aceitação dos jovens em relação a cadastros em sites de redes sociais, onde costumam divulgar informações pessoais e profissionais. No entanto, de forma unânime apesar de compartilharem diversos tipos de informações nas redes os entrevistados afirmaram ter cuidado com o conteúdo das informações publicadas, alegando preocupação com a imagem pessoal e profissional construída através de dados divulgados na internet.

A preocupação com os conteúdos divulgados nas redes sociais virtuais demonstra a consciência dos estudantes em relação a utilização dessas informações por parte das empresas que utilizam esses dados para montar perfis dos seus futuros empregados. Alguns entrevistados afirmaram publicar informações sobre formação acadêmica-profissional, conquistas profissionais, área de atuação, entre outras para exibir um bom perfil e potencializar o marketing pessoal. Nenhum dos entrevistados se sentiu incomodado pela utilização da nova ferramenta de análise de perfil profissional por parte das empresas e a maioria dos respondentes confirmou a intenção em utilizar as redes sociais virtuais com fins profissionais.

Face ao exposto, o objetivo da pesquisa foi atingindo, e os resultados do trabalho demonstraram a perspectiva de estudantes

universitários em relação ao uso das informações publicadas nas redes sociais virtuais em processos de recrutamento e seleção, bem como a sua conscientização sobre a possível repercussão nos âmbitos pessoal e profissional. Além disso, consequentemente, foi notada uma nova postura de cuidado e atenção com as informações publicadas nesses sites.

Uma limitação desta pesquisa foi a distância dos entrevistados, que, apesar de ter sido amenizada pela internet, não nos permitiu captar as reações espontâneas, linguagem corporal e outros elementos que aprofundariam a análise. Além disso, a interrupção entre uma mensagem e outra acarretou uma perda na qualidade das respostas, já que a mudança de humor deixou algumas informações "perdidas" no contexto.

Por fim, sugere-se para pesquisas futuras estudos sobre a intenção dos gestores em adotar as redes sociais virtuais como ferramenta nos processos seletivos, e também um estudo para medir a relevância das informações encontradas nos sites de redes sociais para os processos de recrutamento e seleção.

Referências

ALMERI, T. M.; MARTINS, K. R.; PAULA, D. S. P. O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **Revista Educação, Cultura e Comunicação (ECCOM)**, v. 4, n. 8, p. 77-93, 2013.

ARAÚJO, S. F; RAMOS, A. S. M. Recrutamento On-line: Estudo da Percepção de Utilização da Internet em Empresa de Consultoria de Recursos Humanos. In: XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP), 22, Curitiba. **Anais**... Porto Alegre, 2002.

BANDEIRA-DE-MELLO, R.; CUNHA, C. J. C. A. Operacionalizando o método da grounded theory nas pesquisas em estratégia: técnicas e procedimentos de análise com apoio do software ATLAS TI. In: Encontro de Estudos em Estratégia da ANPAD, 3, Curitiba. **Anais**... Porto Alegre, 2003.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 3ª. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BORCK, J.R. Recruiting systems control resume chaos. **InfoWorld**, v. 22, n. 30, p. 47-48, 2000.

BRANDENBURG, C. The newest way to screen job applicants: A social networker's nightmare. **Federal Communications Law Journal**, v. 60, n. 3, p. 597-626, 2008.

BOYD, D. M; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n.1, p. 210-230, 2007.

CAGGIANO, C. The truth about Internet recruiting. **Inc**., v. 21, n. 18, p.156-157, 1999.

CAPPELLI, P. Making the most of on-line recruiting. **Harvard Business Review**, v. 79, n. 03, p. 139-146, 2001.

COSTA, T. R. **E-RH**: O impacto da tecnologia para a gestão competitiva de recursos humanos. 2002. 78 f. Monografia (Graduação em Administração), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**: escolhendo entre cinco abordagens. Porto Alegre: Penso, 2013.

D'ÁVILA G. C.; RÉGIS, H. P.; OLIVEIRA, L. M. B. Redes sociais e indicações para processos de recrutamento e seleção: uma análise da perspectiva dos candidatos. **Revista Psicologia Organizacional do Trabalho**, v.10, n.1, p. 65-80, 2010.

DAMASCENO, L. M. S.; SILVA, P. G.; RAMOS, A. S. M.; CORTEZ, A. E. G.; BASTOS, E. M. Potencialidade e limitações da coleta de dados através de pesquisa online. In: XVII Seminário em Administração (SEMEAD), 7, São Paulo. **Anais**... São Paulo, 2014.

DAS, B; SAHOO, J. S. Social networking sites: a critical analysis of its impact on personal e social life. **International Journal of Business and Social Science**, v.2, n. 14, p. 222-228, 2011.

DESLAURIERS, J. P.; KERISIT, M. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, J.; DESLAURIES, J. P.; GROULX, L. H.; LAPERRIERE, A.; MAYERS, R.; PIRES, A. P. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. 2. ed. Petropólis: Vozes, 2010.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2002.

GODINHO, A. M. **e-Recruitment**: recrutamento e seleção online – estudo de caso catho *online*. 2008. 36 f. Monografia (Graduação em Administração), Faculdade de Tecnologia e Ciências Aplicadas, Brasília, 2008.

GOMES, A. F. P. **Recrutamento nas redes sociais online**. 2011. 87 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Recursos Humanos), Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2011.

GUSTAFSON, D. A. **Perceived fainess of the use of facebook in the selection process.** 2012. 131 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia), University of Texas at Arlington, Texas, 2012.

HEIDEMANN, J; KLIER, M; PROBST, F. Online social networks: a survey of a global phenomenon. **Computer networks**, v.56, n.18, p. 3866- 3878, 2012.

JANELA NA WEB. eRecruitment: novos desafios para o Recrutamento *online*. **Janela na web, 2013**. Disponível em: <http://www.janelanaweb.com/reinv/rui_alves6.html>. Acesso em: 25 jun. 2013.

JANUZZI, L. Recrutamento via Internet: Pesquisa revela tendências. **Skywalker**, 2004. Disponível em: <http://www.skywalker.com.br/artigos/rh/recruta.htm>. Acesso em: 23 jun. 2013.

KLUEMPER, D. H.; ROSEN, P. A. Future employment selection methods: evaluating social networking web sites. **Journal of Managerial Psychology**, v. 24, n. 6, p. 567-580, 2009.

LORENZO-ROMERO, C; GÓMEZ-BORJA, M. Ã; ALARCÓN-DEL-AMO, M. C. Redes sociales virtuales, ¿de qué depende su uso en España?. **Revista Innovar Journal**, v. 21, n. 41, p. 145-157, 2011.

LORY, B. E. H. **Employer Use of Facebook as a Tool in Pre-Employment Screening of Applicants**: Benefits and Ethical, Legal, and Privacy Implications. 2011. 158 f. Dissertação (Mestrado em Liderança Organizacional), St. Catherine University, Minnesota, 2011.

MAGALHÃES, T. A. **Automatização do processo de recrutamento e resposta a oportunidades comerciais**. 2007. 73 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Computação), Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2007.

MAZER, J. P.; MURPHY, R. E.; SIMONDS, C. J. I'll see you on ''Facebook:'' The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate. **Communication Education**, v. 56, n. 1, p.1–17, 2007.

MITTER, G. V; ORLANDINI, J. M. Recrutamento online e internet. **Revista de Ciências Empresariais**, v. 2, n. 2, p. 19-34, 2005.

MOLINA, M. V. L. F. **Redes sociais como um nova ferramenta nos processos de recrutamento, seleção e controle de pessoal**. 2011. 93 f. Monografia (Graduação em Administração), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

MYERS, Michael D. **Qualitative Research in Business e Management**. Sage, 2009.

PERETTI, J. M. **Recursos Humanos**. Lisboa: Edições Sílabo, 2007.

PRASAD, G. Checking Applicants on Facebook and Twitter. **Caterer e Hotelkeeper**, v. 199, p. 38, 2009.

PEARCE, C. G; TUTEN, T. L. Internet recruiting in the banking industry. **Business Communication Quarterly**, v. 64, n. 1, p. 9-18, 2001.

REAL, M. C; CARDOSO, M. S; BIRRER, A. G. B. A influência das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção das empresas associadas à AJESM. In: Fórum Internacional Ecoinovar, 1, Santa Maria. **Anais**... Rio Grande do Sul, 2012.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RICHARDSON, R. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3.ed. São Paulo, Atlas: 2012.

ROBERTS, S. J., e ROACH, T. Social networking web sites and human resource personnel: Suggestions for job searches. **Business Communication Quarterly**, v. 72, n. 1, p.110-114, 2009.

ROZENBLUM, T. **Making Hiring Decisions Using Facebook**: How Job Applicants are Evaluated. 2012. 66 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia), San Jose State University, San Jose, 2012.

SACKS, M. A.; GRAVES, N. How Many "Friends" Do You Need? Teaching Students How to Network Using Social Media. **Business Communication Quarterly**, v. 75, n. 1, p. 80–88, 2012.

SCHAWBEL, D. How Recruiters Use Social Networks to Make Hiring Decisions Now. **Time Magazine**, 2012. Disponível em: < http://business.time.com/2012/07/09/how-recruiters-use--social-networks-to-make-hiring-decisions-now/ >. Acesso em: 12 maio 2013.

SILVA, J. R. G; CUNHA, P. C. "Junte-se a Nós": o Discurso da Gestão de Recursos Humanos em Sites Corporativos Utilizados para Recrutamento no Brasil. In: Encontro anual da ANPAD (ENANPAD), 32, Rio de Janeiro. **Anais**... Rio de Janeiro, 2008.

SLOVENSKY, R.; ROSS, W. H. Should human resource managers use social media to screen job applicants? Managerial and Legal Issues in the USA. **Info.**, v. 14, n. 1, p. 55-69, 2012

SMITH, William P.; KIDDER, Deborah L. You've been tagged! (Then again, maybe not): Employers and Facebook. **Business Horizons**, v. 53, n. 5, p. 491-499, 2010.

STAVALE, L. Robert Half divulga pesquisa sobre o mercado de trabalho no Brasil e nas principais economias do mundo. **Robert Half**, 2011. Disponível em: <http://www.roberthalf.com.br/portal/site/rhbr/menuitem.b0a52206b89cee97e7dfed10c3809fa0/?vgnextoid=306f7dd8ceb40310VgnVCM100000180af90aRCRD>. Acesso em: 08 julho 2013

VEIGA, L.; GONDIM, S. M. G. A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político. **Opinião Pública**, v. 8, n. 1, p. 1-15, 2001.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Recebido em: 14.1.2015
Aprovado em: 28.7.2015
Avaliado pelo sistema double blind review.
Editor: Elmo Tambosi Filho.
Disponível em http://mjs.metodista.br/index.php/roc