



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA  
CAMPUS JOÃO PESSOA  
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR  
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS  
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**JULIANA GONÇALVES DE ARAÚJO**

**E-RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E REDES SOCIAIS:  
uma análise das redes sociais e sua influência  
sobre as práticas de recrutamento e seleção**

**JOÃO PESSOA**

**2022**

**JULIANA GONÇALVES DE ARAÚJO**

**E-RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E REDES SOCIAIS: uma análise das redes sociais e sua influência sobre as práticas de recrutamento e seleção**



**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO** apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

**Orientador(a):** Mestre, Fernanda de Araújo Nóbrega

**JOÃO PESSOA**

**2022**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *campus* João Pessoa

A663r Araújo, Juliana Gonçalves de.

E-recrutamento, seleção e redes sociais : uma análise das redes sociais : uma análise das redes sociais e sua influência sobre as práticas de recrutamento e seleção / Juliana Gonçalves de Araújo. – 2022.

75 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios, 2022

Orientação : Profª. Me. Fernanda de Araújo Nóbrega.

1. Gestão de pessoas. 2. E-recrutamento. 3. Seleção. 4. Redes Sociais. 5. Recursos humanos. I. Título.

CDU 005.953(043)

Lucrecia Camilo de Lima  
Bibliotecária - CRB 15/132



**INSTITUTO FEDERAL**  
Paraíba

CAMPUS JOÃO PESSOA  
SECRETARIA ACADEMICA - CAMPUS JOAO PESSOA

PARECER 10/2022 - SAC/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 30 de junho de 2022.

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**Juliana Gonçalves de Araújo**

Matrícula: 20182460024

**REDES SOCIAIS X E-RECRUTAMENTO E SELEÇÃO: uma análise das redes sociais e sua influência sobre as práticas de recrutamento e seleção**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO** apresentado em **27 de junho de 2022**

no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

**Resultado: APROVADO**

João Pessoa, 30/06/2022.

### **BANCA EXAMINADORA:**

*(assinaturas eletrônicas via SUAP)*

**Fernanda de Araújo Nóbrega (IFPB)**

Orientador(a)

**Alice Inês Guimarães Araújo (IFPB)**

Examinador(a) interno(a)

**Cibele de Albuquerque Tomé (IFPB)**

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Fernanda de Araujo Nobrega, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 30/06/2022 20:28:35.
- Cibele de Albuquerque Tome, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 30/06/2022 22:07:42.
- Alice Ines Guimaraes Araujo, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 04/07/2022 10:28:01.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 30/06/2022. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 310554

Código de Autenticação: 94d8b91c83



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

**DEDICATÓRIA**

Ao meu pai: José de Araújo Martins (*in memoriam*)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço sempre em primeiro lugar a Deus, que me capacitou, me deu forças para nunca desistir dos meus sonhos e me concedeu a graça de mais concluir mais uma graduação.

À minha mãe Maria Lúcia e minha irmã Poliana, que tiveram paciência e compreensão durante esses 4 (quatro) anos de estudo, cheios de altos e baixos, e agora se alegraram comigo com mais essa vitória. Vencemos!

À minha orientadora, a Prof.<sup>a</sup> Ms. Fernanda de Araújo Nóbrega, que me guiou nessa jornada do TCC, sempre gentil e com palavras de motivação me deram força e orgulho de cada passo concluído do processo. Agradeço também aos meus professores e professoras desta querida instituição que me provocavam a pensar e evoluir como pessoa e como administradora.

Também agradeço aos meus familiares (primas e tias), amigos(as), ao meu namorado João Neto por todo carinho e compreensão, as pessoas queridas da minha igreja (MEPB-Torre) que sempre oraram por mim, aos meus colegas mais próximos por cada palavra de apoio e todos os momentos que compartilhamos juntos. Por último e não menos importante, a todos aqueles que já se foram, mas que estiveram comigo em algum momento dessa minha jornada. A todos, minha gratidão.

## RESUMO

A internet modificou o mundo e a forma como as pessoas se relacionam. No mundo organizacional, o avanço da tecnologia desencadeou o aperfeiçoamento de processos organizacionais, modificando a forma como as organizações realizam seus processos de recrutamento e seleção. Partindo da temática e-recrutamento e seleção, este estudo teve como objetivo analisar as redes sociais e sua influência sobre as práticas de recrutamento e seleção. Metodologicamente, a pesquisa foi caracterizada como de natureza básica, descritiva, com utilização do método dedutivo, fazendo uso de técnicas de pesquisa bibliográfica, netnográfica e de pesquisa de campo, que teve como amostra 103 participantes. Os resultados da pesquisa indicaram que as redes sociais Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter são as principais redes que oferecem recursos voltados para o e-recrutamento e seleção. Ainda, a pesquisa elaborou um quadro que caracteriza as redes sociais conforme as variáveis funcionalidade, quantidade de usuários, porcentagem de contratações, vantagens e desvantagens das redes sociais estudadas e formas de acesso. Ainda, foi realizado um estudo para conhecer, sob a perspectiva de usuários, a percepção sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção, onde destacaram-se aspectos como; a maioria dos pesquisados participaram de processos de e-recrutamento através de redes sociais, a maioria deles dominam parcialmente as ferramentas disponíveis nas redes sociais e destacam o LinkedIn como a rede social com oferta de maiores funcionalidades para processos de e-recrutamento e seleção. Desta forma, conclui-se as redes sociais contribuem para os processos de e-recrutamento e seleção e são canais importantes para fomento do e-recrutamento e seleção por parte das organizações.

**Palavras-chave:** E-recrutamento. Seleção. Redes Sociais. Recursos Humanos.



## ABSTRACT

The internet has changed the world and its relationships, both personal and professional. In the professional field, it caused an evolution in the HR/GP department, modifying the way companies seek to fill job vacancies online, through e-recruitment and selection, and consequently candidates had to adapt to this new reality, using social networks and their tools to form professional connections and seek employment/internship opportunities. This study aims to analyze the social networks that have features aimed at e-recruitment and selection currently available in the market considering a series of indicators. The research methodology is basic, descriptive, with a deductive method, bibliographic and netnographic with a quantitative and qualitative approach to data analysis, through the application of a mixed Google Forms questionnaire that had a sample of 103 respondents. The research results showed that e-recruitment and selection is indeed a competitive tool for companies, and that social networks have many features that favor this process, reaching many candidates and making this a process that, in the perception of users, is classified as good to great. Although there are negative points such as the lack of security of online data and some features that can be paid for, respondents continue to actively seek new opportunities on social networks even though they are already employed or interns. In this way, it is concluded that the e-recruitment and selection model is in full progression allied to social networks, conquering more and more space according to the users' perspective, in addition to demonstrating an evolution in its functionalities, attracting both small businesses and midsize, as large companies revolutionizing the HR/GP department for a more efficient and effective virtual world.

**Keywords:** E-recruitment. Selection. Social networks. Human Resources.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Vantagens e desvantagens do uso de sistemas online.....	20
Quadro 2 - Classificação das atividades de Gestão de Pessoas .....	24
Quadro 3 - Vantagens e desvantagens do recrutamento interno .....	27
Quadro 4 - Vantagens e desvantagens do recrutamento externo .....	27
Quadro 5 - Representação do itinerário de realização da pesquisa.....	36
Quadro 6 - Caracterização das redes sociais.....	44

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logomarca do LinkedIn.....	37
Figura 2 - Planos do LinkedIn Premium .....	38
Figura 3 - Logomarca do Facebook .....	38
Figura 4 - Fluxo para uso do Facebook Emprego .....	39
Figura 5 - Logomarca do Instagram .....	41
Figura 6 - Perfis voltados para informar oportunidades de emprego.....	42
Figura 7 - Logomarca do Twitter .....	43

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade dos pesquisados.....	45
Gráfico 2 - Gênero de identificação dos pesquisados .....	46
Gráfico 3 - Estado civil dos pesquisados.....	47
Gráfico 4 - Sobre a área/ curso de formação acadêmica dos pesquisados .....	47
Gráfico 5 - Está trabalhando e/ou estagiando atualmente? .....	48
Gráfico 6 - Você pode afirmar que domina as ferramentas básicas de softwares de computador (Word, Excel, Power Point, editores de imagem, etc)? .....	49
Gráfico 7 - Qual o seu nível de conhecimento sobre a utilização das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn)? .....	49
Gráfico 8 - Você utiliza as redes sociais?.....	50
Gráfico 9 - Já participou de algum recrutamento online? .....	51
Gráfico 10 - Você já foi contratado(a) por meio de um e-recrutamento?.....	51
Gráfico 11 - Como você avalia a sua experiência no recrutamento online?.....	52
Gráfico 12 - Você concorda que o processo de E-recrutamento e seleção é uma prática inovadora e uma vantagem competitiva para as empresas?.....	53
Gráfico 13 - Quais os canais de divulgação que você recorre ao procurar oportunidades de emprego/estágio? .....	53
Gráfico 14 - Qual rede social você utiliza para buscar oportunidades de emprego/estágio.....	54
Gráfico 15 - Com que frequência você acessa as redes sociais em busca de vagas de emprego? .....	55
Gráfico 16 - Dentre as redes sociais citadas abaixo, qual tem mais oportunidades de emprego/estágio na sua opinião? .....	56
Gráfico 17 - De acordo com sua experiência, qual o nível de satisfação ao utilizar as seguintes redes sociais para buscar oportunidades de emprego/estágio? .....	57
Gráfico 18 - Qual rede social tem mais funcionalidades voltadas para o E-recrutamento, na sua opinião.....	58
Gráfico 19 - Você se sente seguro ao expôr seus dados pessoais nas redes sociais? .....	58
Gráfico 20 - Você acredita que a análise do perfil do candidato nas redes sociais durante um processo de seleção pode influenciar positiva ou negativamente na sua contratação?.....	59

Gráfico 21 - Pensando na pergunta anterior, você utiliza de alguma estratégia para destacar seu perfil nas redes sociais quando for buscar uma oportunidade de trabalho? .....	60
Gráfico 22 - Você pagaria para ter acesso a vantagens sobre candidaturas de vagas em alguma das redes sociais citadas? (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) .....	61

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CAPES:	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEFET-PB:	Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba
IFPB:	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
MEC:	Ministério da Educação
PNAES:	Programa Nacional de Assistência Estudantil
IBGE:	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
RH:	Recursos Humanos
CLT:	Consolidação das leis do Trabalho
GP:	Gestão de Pessoas
LGPD:	Lei Geral de Proteção de Dados

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>16</b>
1.1 JUSTIFICATIVA.....	19
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA .....	20
1.3 OBJETIVOS.....	22
<b>1.3.1 Objetivo Geral .....</b>	<b>22</b>
<b>1.3.2 Objetivos Específicos.....</b>	<b>22</b>
<b>2. ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS NO DECORRER DO TEMPO: UMA NARRATIVA SOBRE BASES CONCEITUAIS ACERCA DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS.....</b>	<b>23</b>
2.1 REFLEXÕES SOBRE RECRUTAMENTO.....	25
<b>2.1.1 Como se dá o recrutamento nas organizações?.....</b>	<b>26</b>
2.2 A SELEÇÃO COMO CONTINUIDADE AO PROCESSO DE RECRUTAMENTO ORGANIZACIONAL .....	28
2.3 ABORDAGEM DO RECRUTAMENTO CONTEMPORÂNEO: O E- RECRUTAMENTO .....	29
2.4 AS REDES SOCIAIS ONLINE PARA O E-RECRUTAMENTO .....	30
<b>3. METODOLOGIA DA PESQUISA .....</b>	<b>32</b>
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	32
3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA.....	33
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	34
3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	34
<b>4. ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS QUE POSSUEM FUNCIONALIDADES VOLTADAS PARA E-RECRUTAMENTO E SELEÇÃO.....</b>	<b>37</b>
4.1 IDENTIFICAÇÃO DAS REDES SOCIAIS QUE OFERECEM SERVIÇOS E- RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NO BRASIL.....	37
<b>4.1.1 LinkedIn .....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.2 Facebook .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1.3 Instagram.....</b>	<b>41</b>
<b>4.1.4 Twitter .....</b>	<b>42</b>

4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS.....	43
4.3 PERCEPÇÃO DE USUÁRIOS SOBRE A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS COMO AMBIENTES DE VIVÊNCIA DE PROCESSOS DE E-RECRUTAMENTO E SELEÇÃO .....	45
<b>4.3.1 Perfil Sócio-demográfico dos participantes da pesquisa: .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3.2 Perspectiva dos usuários sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção: .....</b>	<b>50</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>65</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>70</b>

## 1. INTRODUÇÃO

As conexões proporcionadas pela utilização da internet transformaram comportamentos e hábitos dos indivíduos em todas as esferas da vida humana: seja na nossa forma de se relacionar, de estudar, de comprar, de vender, e não suficientemente também vêm exercendo forte influência no universo organizacional, no seu modo de pensar e de traçar estratégias de atuação nos mercados onde atuam com seus produtos/serviços/processos.

Neste constructo, a área de Recursos Humanos, atual Gestão de Pessoas, é uma das unidades organizacionais que tem integrado esta revolução virtual nas organizações, tendo entre suas práticas de trabalho as estratégias voltadas para recrutamento e seleção de colaboradores. O universo digital atual oferece ferramentas voltadas para agilizar os processos de recrutamento e seleção, modificando a forma de como as organizações faziam recrutamento: volta-se para um método mais tecnológico, podendo ser realizado de forma não presencial (à distância), atualmente sendo nomeado por e-recrutamento ou recrutamento *online* e que tem por definição ser um processo:

(...) de atrair pessoas para uma organização através da internet e que se constitui em uma ferramenta de crescimento tecnológico e como um elo de ligação de alto potencial entre as empresas e os candidatos às vagas de emprego, proporcionando baixo custo, otimização do processo e a facilidade de comunicação entre os profissionais do RH e colaboradores. (LIMA E RABELO, 2018, p.143)

O e-recrutamento é um método para a busca de candidatos pela internet, e segundo Almeida (2004, *apud* CORREIA; SILVA, 2018) “Entende-se como captação e seleção *online* todas e quaisquer ferramentas ou sistemas que utilizam a Web ou a Internet para coletar informações sobre os candidatos, com o propósito de ajudar nas decisões de contratação”.

Conforme já afirmaram Thomas e Ray (2000, *apud* ARAÚJO; RAMOS, 2002), “o e-recrutamento continuará a crescer em importância à medida em que maior contingente da população migre para o ambiente *online* e especialmente quando esta geração, que cresceu com a Internet, esteja apta a entrar para o mercado de trabalho”. Essa migração para o ambiente *online* foi intensificada por conta da pandemia de Covid-19, na qual as medidas de contenção da propagação do vírus instituídas, exigiam restrições de contato presencial modificando as relações de trabalho, e



forçando a entrada da grande massa no mundo virtual. Tal fato se confirma com base na pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, apoiado pela Unesco, e pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, que mostrou que 152 milhões de brasileiros tem acesso à internet, representando um percentual de 81% da população nacional entre 2020 e 2021, tornando possível a adoção do método de e-recrutamento e seleção por parte das organizações.

Segundo dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o desemprego no Brasil em 2022 gira em torno de 11,2%, ou seja, temos atualmente no país 12 milhões de desempregados, e em contrapartida, 500.000 brasileiros foram contratados. Este estudo revela que existe (mesmo que em menor escala) ofertas de empregos sendo disponibilizadas, inclusive em diversas plataformas digitais, fazendo do avanço da tecnologia um marco para a administração de pessoas.

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

Diante da mudança incentivada pela incorporação necessária da internet nos modelos de trabalho, a área de Recursos Humanos se modificou e se virtualizou para atender as demandas do mundo moderno e agora pode ser chamado de E-RH, que está mais voltado para as demandas de trabalho *online*, virtuais, buscando instituir modelos de trabalho que sejam direcionados para a redução nos custos dos processos, desburocratização, resultando em maior agilidade e eficiência e a consequente abertura de espaço para maiores atuações voltadas para qualidade de vida e valorização das pessoas no ambiente organizacional.

A primeira parte desse trabalho apresentará a justificativa da pesquisa, fazendo uma contextualização com o problema de pesquisa, abordando suas vantagens e desvantagens e a apresentação dos objetivos geral e específicos. Na segunda parte, a fundamentação teórica conta com uma revisão dos conceitos de administração de pessoas no decorrer do tempo, abordando os conceitos bases tradicionais, suas

técnicas mais utilizadas e suas aplicações na atualidade. A terceira parte descreve a metodologia da pesquisa, com a sua caracterização, universo, amostra e amostragem, instrumento de coleta de dados e a perspectiva de análise de dados. Em seguida a quarta parte contempla a análise dos dados coletados, composta ainda pela identificação e caracterização das redes sociais online com finalidade para e-recrutamento. Na quinta parte as considerações finais, seguida de referências e apêndices.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

E-recrutamento e seleção versa sobre um tema relativamente novo, pois como observa Neto, Bandeira e Macedo (2020) foi no final dos anos 1990 que começou a surgir no Brasil os *sites* especializados voltados para explorar funcionalidades de recrutamento na internet. No entanto, até o momento foi um tema pouco sistematizado cientificamente através de pesquisas, fazendo deste estudo uma importante iniciativa para a sociedade, para os discentes e para as empresas que desejam abraçar o avanço tecnológico.

A ideia da pesquisa se deu por meio da observação de experiências das pessoas que vivenciaram passar por processos de e-recrutamento e seleção as quais tiveram essa vivência como um marco em sua trajetória profissional, e que nos últimos dois anos, devido a pandemia de Covid-19 e suas variantes, se tornou a alternativa dominante daqueles que buscavam uma oportunidade de trabalho.

Como profissionais da Administração se faz fundamental saber lidar com os modelos de trabalho que utilizam ambientes e ferramentas digitais. Processos de tomada de decisão voltadas para a identificação de reais talentos para as organizações perpassam a utilização de mecanismos digitais de divulgação de vagas, seleção e contratação de novos colaboradores, e como ferramenta de trabalho as plataformas e redes sociais surgem como ambientes que favorecem a realização desta prática de recursos humanos tão necessária ao mundo do trabalho.

O caráter inovador deste estudo se dá por estudar a temática do E-recrutamento e seleção como sendo alternativa digital avançada ao modelo tradicional já consolidado na Administração. Este estudo se configura como um produto técnico tecnológico voltado para a elaboração de um relatório que poderá servir de referência para aperfeiçoamento de processos de recrutamento e seleção por parte de muitos ambientes de trabalho, contribuindo para o olhar da melhoria de práticas de Administração de Pessoas no que se refere ao recrutamento e seleção de pessoas.

Mesmo diante da prevalência de modelos de recrutamento e seleção tradicionais, voltados para uso de mecanismos de divulgação impressos, a apresentação dos candidatos através de currículos impressos, realização das atividades de seleção presenciais e/ou realização de provas e concursos públicos (no caso de organizações públicas), este estudo contribuirá com o avanço da pesquisa por apresentar uma sistematização que servirá de referência para consulta por parte

das organizações que desejam revisar seus processos e implementar melhorias integrando aos seus ambientes soluções virtuais que favoreçam a escolha dos colaboradores com maior agilidade, rapidez e assertividade.

## 1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Diante dos avanços relacionados à automação de processos, a área de recursos humanos tem alcançado ganhos em termos de produtividade uma vez que, através da automação de atividades operacionais, a área ganha mais tempo e estrutura para atuar em nível estratégico (MITTER E ORLANDINI, 2005, p.27).

Nesta busca por melhores desempenhos, os estudos apontam vantagens e desvantagens do uso de sistemas *online*, tanto para as empresas quanto para os candidatos, segundo alguns autores (MITTER; ORLANDINI, 2005; CORREIA; SILVA, 2018; LIMA; RABELO, 2018) são:

Quadro 1 - Vantagens e desvantagens do uso de sistemas online

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Grandes opções de currículos em dimensão geográfica;</li> <li>● Mais agilidade;</li> <li>● Baixo custo;</li> <li>● Filtros de seleção mais específicos, excluindo candidatos fora do perfil da vaga;</li> <li>● Está disponível online 24 horas;</li> <li>● Acesso facilitado a empresas e candidatos;</li> <li>● Processo mais seguro para candidatos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Excesso de currículos (principalmente fora do perfil);</li> <li>● A objetividade pode gerar a exclusão de perfis adequados à vaga;</li> <li>● Contratações inadequadas;</li> <li>● Impessoalidade dos contatos pode gerar desconfiança;</li> <li>● Possível perda de recursos da organização</li> </ul>

Fonte: Elaboração da autora (2022), baseada em Mitter; Orlandini (2005); Correia; Silva (2018); Lima; Rabelo (2018).

Entre as vantagens apresentadas, vale dar destaque no e-recrutamento e seleção através da sua obrigação em respeitar a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). De acordo com as fontes de informação Blog Sólides e Blog Selecty (2022), a Lei nº 13.709/18 que entrou em vigor em setembro de 2020, prevê a garantia de segurança e privacidade dos dados pessoais dos brasileiros, dados estes que ficavam disponíveis na internet e outras plataformas de base de dados, ou no banco de talentos de empresas. Alguns exemplos de dados pessoais: número de documentos, endereço e telefone, entre outros.

A exposição dos dados pessoais no ambiente virtual é um risco que pode ser gerenciado através do uso de tecnologias da informação mais seguros e que respeitam as legislações em vigor, com intuito de garantir a privacidade e segurança dos usuários. Ainda, o volume anterior de documentos impressos e prazos mais longos para os processos seletivos podem ser substituídos por processos mais curtos e ágeis, eliminando os currículos físicos e o possível vazamento de informações dos candidatos, além de possibilitar em suas plataformas um armazenamento de informações em volume maior e por mais tempo.

No entanto, mesmo estando num ambiente de mercado onde as soluções tecnológicas estão disponíveis, boa parte da população brasileira não tem acesso à internet, ou muito menos conhecem como se dá o funcionamento de redes sociais voltadas para recrutamento e seleção. De acordo com o IBGE (2022), no primeiro trimestre do ano 11,3 milhões de brasileiros encontram-se desempregados. Conforme estudo publicado pelo Instituto Locomotiva em parceria com a consultoria PwC divulgado pelo portal G1 (2022), 71% da população brasileira maior de 16 anos, negros e pertencentes as classes C, D e E, não tem acesso à internet diariamente, o que corresponde a 33 milhões de brasileiros em 2022 (G1, 2022).

Considerando que o e-recrutamento e seleção utilizam fundamentalmente recursos virtuais que dependem da disponibilidade de internet, observa-se que a utilização do e-recrutamento e seleção por parte das organizações também pode ser um viés de exclusão social em relação às pessoas que estão desempregadas, em busca de emprego, mas que não tem acesso à internet, ou não sabem como acessar os recursos disponíveis para a busca por emprego.

Diante do já exposto, a questão de pesquisa deste estudo propõe a seguinte reflexão: *Como caracterizam-se as redes sociais em relação as funcionalidades aplicáveis ao recrutamento e seleção e qual sua influência sobre essas práticas?*

## 1.3 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo Geral

Estudar como as práticas de recrutamento e seleção são influenciadas pelas redes sociais.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- I. Identificar as redes sociais que oferecem serviços e-recrutamento e seleção no Brasil;
- II. Caracterizar as redes sociais conforme as variáveis funcionalidade, quantidade de usuários, porcentagem de contratações, vantagens e desvantagens das redes sociais estudadas e formas de acesso;
- III. Conhecer, sob a perspectiva de usuários, a percepção sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção.

## **2. ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS NO DECORRER DO TEMPO: UMA NARRATIVA SOBRE BASES CONCEITUAIS ACERCA DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS**

Demorou algum tempo até que o Recursos Humanos chegasse a ter a importância que tem hoje. Gil (2007, p.19) discorre sobre a evolução que a área teve ao longo das décadas nos Estados Unidos e na França, partindo do movimento da Administração Científica fundamentada na racionalização do trabalho, e seguindo depois com a Escola das Relações Humanas desenvolvida por Elton Mayo entre 1890 e 1949, que teve sua importância reconhecida através da realização de experiências/estudos com funcionários de organizações da época. Deste ponto em diante, para assuntos ligados aos trabalhadores tínhamos a Administração de pessoal.

Transformações ocorreram “logo após a Segunda Guerra Mundial, modificando as condições de trabalho e os benefícios reivindicados pelos sindicatos das indústrias”, continua Gil (2007, p.20). As mudanças na área de recursos humanos deram origem ao Departamento de relações industriais que se expandiu na década de 1950, até que foi novamente modificada nos anos 60 para Administração de Recursos Humanos trazendo consigo a modernidade e conceitos da Teoria Geral de Sistemas de Ludwing Von Bertalanffy, aperfeiçoada em uma abordagem mais sistêmica pelas organizações (GIL 2007, p.20).

Ainda nos anos de 1980 e 1990, o setor permanecia arraigado aos desafios e críticas advindas das novas configurações econômicas e sociais do mundo globalizado e tecnológico, com a valorização do funcionário e suas habilidades, fazendo dele agora um sócio e um elo importante desta corrente que é a empresa. Agora não é mais apropriado administrar recursos humanos, e sim ser um setor de Gestão de Pessoas (GP) (GIL 2007, p.23).

No Brasil, a “área de recursos humanos (RH) surgiu da necessidade de controlar as pessoas que trabalhavam nas organizações, inicialmente em aspectos muito simples como horas de trabalhos, faltas e salários” (MITTER e ORLANDINI, 2005, p.21), e os trabalhadores não tinham poder algum e poucas greves foram registradas entre 1907 e 1917. Somente após a Primeira Guerra Mundial se iniciou o desenvolvimento da administração de pessoal em meio a movimentos sindicais que reivindicavam segurança no trabalho e outros benefícios. (MITTER e ORLANDINI, 2005, p.21).

Conforme afirmação de Ricci (2004, *apud* MITTER e ORLANDINI, 2005, p.22) nos anos 1930, “o RH era constituído pelos donos das empresas. Inspirados no Fascismo, utilizavam-se da máxima “manda quem pode, obedece quem tem juízo”. Apesar da tirania, era uma área centrada nos resultados”. Mesmo após a criação da Consolidação das leis do Trabalho (CLT) em 1943, pouco se avançou na área de RH que resumia-se ao estudo dos tempos e movimentos conforme Mitter e Orlandini (2005, p.22).

Na década seguinte (1960) a gestão de recursos humanos e das relações industriais acolhem a abordagem sistêmica. O modelo de GP só foi consolidado no Brasil entre os anos 70 e 80 de forma estratégica, e que permanece em evolução visando o bem estar dos colaboradores.

Gil (2007, p.24) ainda destaca a classificação das atividades de RH e GP enfatizando os papéis desenvolvidos pelo setor.

Quadro 2 - Classificação das atividades de Gestão de Pessoas

SISTEMAS DE RH	ATIVIDADES
<b>Suprimento e Agregação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificação das necessidades de pessoal;</li> <li>• Pesquisa de mercado de recursos humanos;</li> <li>• Recrutamento;</li> <li>• Seleção</li> </ul>
<b>Aplicação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise e descrição de cargos;</li> <li>• Planejamento e elaboração interna de recursos humanos;</li> </ul>
<b>Compensação ou manutenção</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salários;</li> <li>• Benefícios;</li> <li>• Carreiras;</li> <li>• Higiene e segurança no trabalho;</li> <li>• Relações com sindicatos;</li> </ul>
<b>Desenvolvimento ou capacitação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Treinamento e desenvolvimento de pessoal;</li> <li>• Desenvolvimento e mudança organizacional;</li> </ul>
<b>Controle ou Monitoração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avaliação de desempenho;</li> <li>• Banco de dados;</li> <li>• Sistemas de informações gerenciais;</li> <li>• Auditoria de recursos humanos.</li> </ul>

Fonte: Gil (2007, p.24).

Ao longo dos anos diversos desses conceitos evoluíram, por isso na próxima sessão serão apresentadas reflexões acerca de uma das práticas de Administração de Pessoas, tema principal deste estudo: recrutamento e seleção.



## 2.1 REFLEXÕES SOBRE RECRUTAMENTO

Uma das principais atividades relacionadas ao setor de RH é o recrutamento de pessoal, conforme Gil (2007, p. 24) essa é uma atividade permanente em todas as organizações, de prospectar talentos do mercado de trabalho para sua organização. Os processos de recrutamento e seleção estão interligados, como se fossem uma única atividade, que tem o objetivo de:

Escolher, entre os candidatos recrutados, aqueles que se revelaram mais qualificados profissionalmente na triagem inicial do recrutamento - processo que visa pesquisar, dentro e fora da empresa, candidatos potencialmente capacitados para preencher os cargos disponíveis. (OLIVEIRA, 2005, p.24)

É válido ressaltar a visão de Correia e Silva (2018, p.5), que o processo de recrutamento e seleção não pode ser simplificado ou limitado à contratação de candidatos, porque hoje o departamento tem uma visão mais estratégica, que está tanto ligada diretamente a fatores financeiros como também é pensada para refletir a cultura, os valores, a visão e o que ela defende, para que os candidatos tenham uma identificação com a empresa, indo além da necessidade de um salário, mas querendo fazer parte e se desenvolver de acordo com as diretrizes da empresa.

Hoje, a busca no mercado não se limita a formação, mas também se encontra relacionada às atitudes e comportamentos que os candidatos necessitam apresentar durante o processo de seleção, de forma que a empresa possa reconhecer nos mesmos a capacidade de desenvolver inovações na organização. (LIMA E RABELO, 2018, p.141)

Para Marras (2016, p.43), a necessidade de contratação de novos profissionais surge por diversos motivos, podendo seu atendimento ser imediato ou não. O mesmo autor destaca que esses motivos podem ser de: substituição ou aumento de quadro previsto; ou aumento de quadro não previsto quando há uma demanda urgente a ser suprida. Nos dois casos, a solicitação deve ser emitida pela área requisitante (setor/departamento), aprovada pelo chefe imediato (e/ou diretor), analisada e aprovada pelo departamento de RH para então iniciar o processo com o anúncio da vaga. Mas antes de iniciar esse processo, Mitter e Orlandini (2005, p.23) elencam então 12 etapas que as empresas seguem (ou seguiam), para iniciar o processo de recrutamento e seleção tradicional, e são elas:

- 1) Identificação da necessidade de reposição de uma vaga ou criação de uma nova vaga;
- 2) Divulgação da vaga com uma descrição sucinta das principais características;
- 3) Recebimento dos Currículos;
- 4) Abertura e triagem dos currículos;
- 5) Seleção mais apurada dos currículos pré-selecionados;
- 6) Contato telefônico com os candidatos escolhidos;
- 7) Confirmação da participação dos candidatos no processo seletivo;
- 8) Desenvolvimento das fases do processo seletivo;
- 9) Pesquisa social sobre a vida pregressa do profissional;
- 10) Exames médicos admissionais;
- 11) Apresentação dos documentos por parte do candidato selecionado;
- 12) Ambientação do profissional selecionado à Empresa.

Conforme esta descrição, percebe-se que Mitter e Orlandini (2005, p.23) apresentam a descrição do processo de recrutamento e seleção onde se faz necessário das organizações e da equipe, uma estrutura e planejamentos bem definidos para conseguir encontrar o profissional almejado conforme o perfil da oportunidade de trabalho ofertada.

### **2.1.1 Como se dá o recrutamento nas organizações?**

Diante de um processo complexo e bem estruturado no qual se dá o recrutamento e seleção de uma organização, para construir um sistema de trabalho para melhor identificar e mapear as fontes de recrutamento, Neto, Bandeira e Macedo (2020) dizem que o recrutamento dividem-se entre duas modalidades:

- a) Recrutamento interno;
- b) Recrutamento externo;

Como o próprio nome já diz, nesse processo a empresa vai em busca de talentos dentro da sua organização, contemplando o interesse de seus colaboradores em assumir novos desafios profissionais dentro ou fora de seu setor natal. Marras (2016, p.14) vai dizer que “a prática do recrutamento deve estar sustentada em

procedimentos e política elaborada de forma transparente, com sua divulgação garantida em todos os níveis da estrutura organizacional”, dando assim oportunidades iguais a todos os colaboradores capacitados dentro do perfil exigido.

Em todos os processos é necessário identificar seus pontos forte e fracos, no qual de acordo com os autores: Marras (2016), Correia e Silva (2018) e Neto et. Al. (2020), foi possível montar quadro 2 a seguir.

Quadro 3 - Vantagens e desvantagens do recrutamento interno

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Otimização e agilidade;</li> <li>▪ Incentiva os colaboradores a crescer na empresa;</li> <li>▪ Colaborador não precisa de treinamento introdutório;</li> <li>▪ Redução de custos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menor quantidade de candidatos;</li> <li>▪ Possibilidade de conflitos internos;</li> <li>▪ Frustração e desmotivação dos não aprovados;</li> <li>▪ Colaborador sem novas ideias a acrescentar.</li> </ul>

Fonte: Elaboração da autora (2022), baseado em Marras (2016), Correia; Silva (2018) e Neto et al (2020).

Quando o processo interno não abarca as necessidades da organização, ela segue em busca de candidatos no mercado externo, fazendo a divulgação em vários meios de comunicação como diz Decenzo, Robbins e Verhulst (2015, p.20), “essas oportunidades são divulgadas em anúncios, sites de empregos, agências de empregos, escolas, faculdades e universidades e organizações profissionais.” Mas é comum também que os candidatos venham espontaneamente entregar seus currículos.

Não diferente do modelo anterior, este modelo também apresenta vantagens e desvantagens que devem ser elencadas e consideradas pelos recrutadores. Com base nos autores Correia e Silva (2018) e Neto et. al. (2020), quadro 2 a seguir:

Quadro 4 - Vantagens e desvantagens do recrutamento externo

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Profissionais motivados</li> <li>▪ Inserção de novas ideias;</li> <li>▪ Mudança na cultura organizacional;</li> <li>▪ Diversidade na organização;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tem muitas etapas, deixando o processo mais demorado;</li> <li>▪ Desmotivação dos colaboradores da organização;</li> <li>▪ Necessidade de treinar o novo profissional;</li> <li>▪ Maior custo operacional;</li> </ul>

Fonte: Elaboração da autora (2022), baseado em Correia; Silva (2018) e Neto et al (2020).

## 2.2 A SELEÇÃO COMO CONTINUIDADE AO PROCESSO DE RECRUTAMENTO ORGANIZACIONAL

A seleção de pessoas tem como base fundamental analisar comparativamente o candidato sob duas perspectivas segundo Marras (2016): as exigências do cargo, que são as características exigidas para o profissional (conhecimentos e habilidades) em relação as características do candidato, ou seja, os conhecimentos e habilidades que ele já possui. Ao fazer um cruzamento dessas informações é que é possível fazer uma pré-seleção desses candidatos de forma adequada.

Contudo, para chegar ao candidato mais adequado, o departamento deve definir quais técnicas de coleta de dados, dentre uma gama de técnicas existentes, devem ser utilizadas, nas quais temos os mais utilizados:

- ✓ **Entrevista:** é a técnica mais comum no processo de seleção para coletar informações, e segundo Oliveira (1998, *apud* OLIVEIRA, 2005, p.31 e 32), “caracteriza-se por um diálogo entre um entrevistador e um entrevistado, o qual deve ser planejado, organizado, dirigido, controlado e avaliado, tendo como base as necessidades e especificidades do objeto do levantamento”.
- ✓ **Testes de conhecimentos:** ajuda a avaliar o perfil dos candidatos de forma imparcial, e Antunes (2016, p.5) afirma que “os testes complementam as informações importantes que não são transmitidas através do currículo ou de questionários.” Ainda é importante destacar alguns dos testes mais comuns: testes práticos e situacionais, testes psicológicos, de personalidade (Wartegg, PMK, Da árvore, etc.), testes de aptidões (mecânicas, mentais e visuais), raciocínio lógico, entre outros.
- ✓ **Dinâmica de grupo:** tem a finalidade de ver como os candidatos se comportam, deixando mais evidente suas características pessoais, o que não é possível em uma entrevista ou teste. Nessa técnica, Neto e Scatolin (2020) dizem que “procura-se promover um clima de integração e harmonia entre os candidatos, estimulando-os a uma participação ativa, incentivando a vivência de situações semelhantes às atividades que exercerão em suas funções,”

Com posse de todos esses recursos, cabe ao recrutador tomar as decisões mais coerentes para um melhor resultado dentro da organização, finalizando o processo com a contratação.

### 2.3 ABORDAGEM DO RECRUTAMENTO CONTEMPORÂNEO: O E-RECRUTAMENTO

Após percorrermos os conceitos tradicionais de recrutamento e seleção, além de suas fontes, é facilmente possível afirmar que o departamento de RH tinha um processo que era burocrático, moroso e oneroso. Porém a evolução tecnológica e a inserção das ferramentas digitais, transformaram esse processo otimizando o trabalho do departamento para se manterem competitivas no mercado. Por se tratar de um termo relativamente novo, existem diversas definições para ele, mas podemos dizer que:

O recrutamento on-line envolve não apenas a comunicação de vagas através da Internet/Intranet, mas também, todas as ferramentas tecnológicas para realizar a triagem de currículos, manter um banco de dados atualizado e eficiente na busca por características específicas, o feedback on-line, bem como modernas formas de avaliação. (MITTER E ORLANDINI, 2005, p.26)

O recrutamento *online* envolve várias técnicas, e no segmento da gestão de pessoas teve maior abrangência do público geral pela utilização das plataformas digitais e redes sociais para a busca de oportunidades de emprego, estreitando o caminho entre empresas e candidatos, e fortalecendo cada vez mais a ferramenta que é a internet. “Verifica-se, contudo, que as empresas de menor dimensão ainda não utilizam a internet com uma visão estratégica do negócio” (ARAÚJO e RAMOS, 2002, *apud* FERREIRA, 2016, p.17).

Em geral as grandes empresas têm mais recursos para investirem tecnologicamente em seus processos, porém o e-recrutamento não exige grandes investimentos e segundo Jones (1998, *apud* MITTER e ORLANDINI, 2005, p.26), algumas características são essenciais para tornar o recrutamento um processo virtual:

- I. Comunicar vagas *online* (Internet / Intranet);
- II. Disponibilizar um formulário para preenchimento de possíveis candidatos;
- III. Possuir um banco de dados para armazenar os currículos recebidos;
- IV. Possuir um sistema de *feedback online*;

- V. Fazer uso de sites especializados em seleção;
- VI. Testes *online*, pelo menos no início da seleção, já eliminando os candidatos que não tem as habilidades ou competências básicas necessárias ao cargo.

A execução de cada característica é de suma importância para que o andamento do processo não seja prejudicado. Sendo assim é possível também identificar as vantagens e desvantagens do e-recrutamento.

## 2.4 AS REDES SOCIAIS ONLINE PARA O E-RECRUTAMENTO

As redes sociais surgiram e começaram a ter destaque no Brasil por cerca do final dos anos 1990, e nos últimos anos esse crescimento atingiu um novo patamar, permitindo a interação social entre as pessoas do mundo todo de forma remota e imediata, seja por meio de sites, aplicativos e *softwares*. Martes (2005), vai dizer que os conceitos de redes sociais têm sido inesgotavelmente discutidos aos longos dos anos por meio de uma ideia interdisciplinar, mas para entender melhor esse conceito, utilizaremos Granovetter que define as redes sociais como:

Um conjunto de nós ou atores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos. Um laço ou relação entre dois autores tem força (*strength*) e conteúdo. O conteúdo inclui informação, conselho ou amizade, interesses compartilhados ou pertencimentos e, tipicamente, algum nível de confiança. (GRANOVETTER, et al, 1998 *apud* MARTES, 2005).

Essas relações sociais (os nós) evoluem muito rápido, e para Maffesoli (1996 *apud* LIMA et al. 2016, pag. 91) “a rapidez proporcionada pela revolução digital invade a vida social, levando ao abandono de antigas formas sociais e à mudança das percepções e das noções sobre identidade pessoal e sociedade”, modificando principalmente a forma de se comunicar e interagir com o outro de tal modo que essa interação pessoal estendeu-se a várias esferas da vida, incluindo a área profissional. Na área das empresas, estimulou a competitividade para estarem disponíveis na rede tanto na internet como na intranet, redefinindo a forma como as pessoas e organizações interagem entre si, conforme afirma Coelho (2016).

Granovetter et al, (1998 *apud* MARTES, 2005) também apresenta uma discussão sobre a importância e o papel da Internet no mercado de trabalho e no

acesso a promoção das oportunidades existentes nas estruturas sociais e econômicas. Isso tudo porque a comunicação utilizada nesse meio virtual deve ser clara e objetiva, principalmente ao se tratar de ambiente profissional, pois segundo Lesca e Almeida (1994 *apud* TOMAEL, ALCARÁ e CHIARA, 2005) “a informação é um vetor estratégico importantíssimo, pois pode multiplicar a sinergia dos esforços ou anular o resultado do conjunto dos esforços”.

Para participar dessas redes sociais segundo Boyd e Ellison (2008) é necessário criar um perfil público ou semipúblico, se conectar com outros usuários listados e manter uma própria lista de contatos que se interligam para interagir. Nessas interações em seus perfis, as pessoas expõem suas vidas, postando fotos, vídeos, compartilhando pensamentos e ideias, e muito de suas personalidades ficam a mostra para serem usadas pelos recrutadores de empresas na hora de uma possível contratação, conforme Lemes (2014, p.20), e conforme divulgado pelo o site Hostmídia (2022), uma pesquisa realizada pelo Statista, indicou que em 2021 mais de 66,5% da população brasileira acessou redes sociais diferentes.

Em relação ao ano anterior (2020), teve um aumento de mais de 3,6 bilhões de usuários em termos globais, confirmando a popularidade e o crescimento das redes sociais no dia a dia do brasileiro. Dentre as redes sociais, as que tem maior utilização dos recrutadores das organizações temos: o Facebook, o Instagram, o LinkedIn e o Twitter.

### 3. METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente capítulo apresentará as principais escolhas metodológicas realizadas para o desenvolvimento desta pesquisa, que tem por objetivo analisar as redes sociais e sua influência sobre as práticas de recrutamento e seleção. Abaixo encontram-se detalhamentos sobre a trajetória metodológica escolhida por este estudo:

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa classifica-se quanto a sua natureza como pesquisa básica, pois seu intuito é gerar “conhecimentos novos e úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista” (ARAÚJO, *et al*, 2012, p.42). A sua forma de abordagem será a qualitativa para a interpretação e compreensão dos resultados coletados, que segundo Richardson *et al.*, (2012, p.79) “justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social”, que é o uso das redes sociais para realização de e-recrutamento e seleção.

Quanto aos objetivos a pesquisa é classificada como descritiva, que tem como “objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (Gil, 2002, p.42).

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa caracteriza-se, no primeiro momento, como bibliográfica, pois “abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc.” (MARCONI e LAKATOS, 2003, p.183).

Para continuidade da pesquisa e cumprimento dos seus objetivos, fez uso da abordagem netnográfica para fins de extração de informações das redes sociais. A netnografia, conforme explica Soares e Stengel (2021, p.2), consiste em “(*nethnography*= *net* + *ethnography*), método predominantemente usado para análise das mídias sociais, surgiu em função da necessidade de pesquisadores abordarem o mundo on-line em suas pesquisas”.

Para o levantamento de informações voltadas para conhecer, sob a perspectiva de usuários, a percepção sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção, foi escolhida a pesquisa de



campo/pesquisa empírica como escolha metodológica necessária para o estudo. As autoras Soares e Stengel (2021, p.2), relatam que a pesquisa empírica deve seguir cinco etapas: I- Definição das questões de pesquisa; II- Identificação e seleção da parcela da internet que será estudada; III- A entrada no campo, que é marcada pela observação participante ou não, além da coleta de dados; IV- Análise e interpretação dos dados produzidos; e V- A redação e o relato dos resultados de pesquisa, articulando-os à teoria.

Por fim, em vista de alcançar os objetivos propostos, o método utilizado foi o dedutivo, que busca mais do que o conhecimento do fato, mas a compreensão do porquê desse fato, como foi dito por Richardson et al. (2012, p.37).

### 3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

O universo ou população da pesquisa na concepção de Marconi e Lakatos (2003, p. 223) “é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. O universo desta pesquisa é composto por dois grupos específicos:

- 1) As quatro redes sociais estudadas voltadas para e-recrutamento e seleção que são: Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter. Juntas, elas somam quase 300 milhões de usuários no Brasil, podendo os usuários fazer parte de uma, duas ou até mesmo das quatro redes sociais ao mesmo tempo. Tornando inviável a definição do universo desta pesquisa;
- 2) Para fins deste estudo, foi definido como perfil dos participantes para a pesquisa estudantes de ensino superior, independente do curso ou instituição de ensino o qual o(a) estudante faz parte.

Conforme Richardson (2012), para averiguar uma quantidade de elementos do universo delimitado, faz-se necessário definir a amostra da pesquisa. A amostra define-se como um subconjunto selecionado do conjunto universal ou da população, e nesta pesquisa, é composta por estudantes de ensino superior.

Devido a inacessibilidade do universo, a definição da amostragem caracteriza-se como não-probabilística, para tanto, foi utilizado como critério a amostragem por conveniência, na qual afirma Appolinário (2012, p.135), “envolve a escolha de participantes em função de sua disponibilidade para participar do estudo”, tendo como única condição que o respondente fosse estudante do ensino superior. Sendo assim

a amostra da pesquisa realizada foi composta por 103 voluntários que responderam ao instrumento pesquisa.

### 3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para coletar as informações da pesquisa, utilizou-se como instrumento de coleta de dados o questionário, que é definido por Gil (1999, p.128):

“como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”

O instrumento foi elaborado com base em perguntas objetivas utilizando a escala *likert* que consiste em “uma série de perguntas formuladas sobre o pesquisado, onde os respondentes escolhem uma dentre várias opções[...]” de acordo com Aguiar; Correia e Campos, (2011, *apud* BERMUDEZ, 2016). O questionário, de caráter misto, foi constituído por questões abertas e fechadas (múltiplas escolhas), elaborado com 23 (vinte e três) perguntas estruturadas, dividido em três sessões.

A primeira sessão contém a informação sobre a pesquisa, seus objetivos e um termo esclarecido solicitando a permissão do pesquisado para divulgação dos resultados. A segunda sessão trata da apuração dos dados sociodemográficos do pesquisado contendo 7 (sete) perguntas, e a terceira sessão composta por 15 (quinze) questões que visam responder aos objetivos específicos.

A aplicação do questionário se deu entre os dias 13 à 27 de abril de 2022, realizada por meio do contato indireto com o envio de um *link do* Google Formulários por meio do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, alcançando assim o número de entrevistados que compuseram a amostra.

### 3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

Os dados coletados serão analisados de forma quantitativa e qualitativa. A análise é quantitativa caracterizado de acordo com Richardson (2012, p.70) “pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”, que no caso ocorreu devido

aos dados serem extraídos do *Google* Formulários, que apresentam gráficos automáticos. Desta forma a técnica estatística aqui aplicada é a descritiva simples.

No sentido dos procedimentos qualitativos, Oliveira (2011, p.24) afirma que a pesquisa qualitativa “procura captar não só a aparência do fenômeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências”. Richardson (2012) confirma ainda que os aspectos qualitativos das investigações podem até existir em informações coletadas por meio de pesquisas quantitativas por natureza, embora percam seu caráter qualitativo quando traduzidas em dados quantificáveis para garantir a precisão dos resultados.

As informações colhidas nesta pesquisa também têm como base a pesquisa Netnográfica, que vem expandir o potencial dos métodos etnográficos tradicionais, sendo definida como:

Um método de pesquisa, baseado na observação participante e no trabalho de campo online, que utiliza as diferentes formas de comunicação mediada por computador como fonte de dados para a compreensão e a representação etnográfica dos fenômenos culturais e comunais. (CORRÊA; ROZADOS, 2017)

A divisão do processo trabalho científico em pesquisa qualitativa foi feita em três fases tomando como base o ciclo da pesquisa qualitativa sugerido por Minayo, Deslandes e Gomes (2009), mas que aqui se desenvolveu para ser a representação do itinerário de realização de pesquisa, perpassando por toda a concepção da pesquisa até a sua execução.

Quadro 5 - Representação do itinerário de realização da pesquisa

1. Fase exploratória	2. No trabalho de campo	3. Tratamento e análise de dados
<p>1.1 Análise e estudo do problema e tema de pesquisa;</p> <p>1.2 Produção e projeto de pesquisa;</p> <p>1.3 Construção do referencial teórico;</p> <p>1.4 Estruturação da jornada metodológica a ser implementada pelo estudo;</p> <p>1.4.1 Definição de indicadores a serem explorados no levantamento qualitativo de informações (caracterização das redes sociais com base nas variáveis funcionalidade, quantidade de usuários, porcentagem de contratações, vantagens e desvantagens das redes sociais estudadas e formas de acesso);</p> <p>1.4.2 Desenvolvimento de instrumentos de pesquisa</p>	<p>2.1 Levantamento de informações sobre as redes sociais, através de pesquisas na internet;</p> <p>2.2 Aplicação de questionário para fins de levantamento de informações por parte de possíveis usuários das redes sociais.</p>	<p>3.1 Ordenação e estruturação das informações netnográficas conforme cada rede social estudada;</p> <p>3.2 Estruturação e apresentação das informações provenientes do questionário de pesquisa;</p> <p>3.3 Descrição das exigências necessárias para as empresas fazerem uso dos serviços de e-recrutamento e seleção oferecidos;</p> <p>3.4 Revisão e construção das considerações finais da pesquisa.</p>

Fonte: Elaboração da autora (2022).

## 4. ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS QUE POSSUEM FUNCIONALIDADES VOLTADAS PARA E-RECRUTAMENTO E SELEÇÃO.

Neste capítulo a pesquisa irá apresentar os resultados por meio da análise dos dados obtidos, orientados pelos objetivos desta pesquisa.

O e-recrutamento se refere ao “processo de utilização da tecnologia por intermédio de diversos meios eletrônicos por forma a executar todas as funções do recrutamento tradicional de forma eficiente e eficaz” (ABOUL-ELA, 2014, *apud* PEDROSO, 2016, p.24 e 25). As tecnologias aqui citadas se referem às redes sociais virtuais que tem contribuído para o avanço da área de RH/GP, contribuindo para identificação de oportunidades de trabalho por indivíduos no mercado de trabalho. Logo abaixo iremos conhecer um pouco dessas redes sociais.

### 4.1 IDENTIFICAÇÃO DAS REDES SOCIAIS QUE OFERECEM SERVIÇOS E-RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NO BRASIL

A seguir apresentam-se, resumidamente, informações acerca de cada rede social explorada pelo estudo.

#### 4.1.1 LinkedIn

A rede social LinkedIn foi criada por Reid Hoffman, sendo oficialmente lançada em 05 de maio de 2003. Atualmente é considerada a maior rede social profissional do mundo e tem em média de 45 milhões usuários brasileiros e ostenta mais de 774 milhões de usuários no mundo, segundo a sua página oficial da internet (LINKEDIN, 2022). Tem por missão conectar profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos, e estima-se que a cada minuto 4 (quatro) pessoas são contratadas.

Figura 1 - Logomarca do LinkedIn



Fonte: Google imagens (2022).

Esta rede social está voltada tanto para e-recrutamento e seleção, disponibilizando ferramentas para facilitar o e-recrutamento, quanto para compartilhar experiências e relatos de âmbito profissional.

A plataforma conta com serviços gratuitos e serviços de assinatura paga, o LinkedIn Premium que é dividido em alguns planos: *Career*, para oportunidades de emprego; *Business*, para criar novas conexões e promover seus negócios; *Sales*, para gerenciamento de leads e ferramenta de vendas; e *Recruiter Lite*, direcionado para recrutadores, com mecanismos de buscas avançado, auxiliando na busca de talentos com um gerenciamento de banco de dados de toda a base de usuários da plataforma (CANALTECH, 2020). Para o acesso às funcionalidades pagas é cobrado o valor de R\$ 574,99 ao mês no plano anual.

Figura 2 - Planos do LinkedIn Premium

**Destaque seu perfil e saia na frente com uma conta Premium.**  
Comece sua demonstração gratuita de 1 mês hoje mesmo.

Carreiras	Negócios	Vendas	Contratação
Seja contratado e saia na frente	Amplie e desenvolva sua rede	Descubra mais oportunidades de vendas	Encontre e contrate talentos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destaque-se e entre em contato com recrutadores</li> <li>• Veja como você se compara a outros candidatos</li> <li>• Adquira novas competências para avançar na sua carreira</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encontre e contate as pessoas certas</li> <li>• Promova e desenvolva seu negócio</li> <li>• Adquira novas competências para destacar sua marca profissional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encontre leads e contas no seu público-alvo</li> <li>• Receba estatísticas em tempo real para ajudar no contato inicial com leads</li> <li>• Desenvolva relacionamentos com potenciais e atuais clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encontre candidatos qualificados com rapidez</li> <li>• Entre em contato direto com os melhores talentos</li> <li>• Desenvolva relacionamentos com potenciais candidatos</li> </ul>
Selecionar plano	Selecionar plano	Selecionar plano	Selecionar plano

Fonte: Canaltech (2020).

#### 4.1.2 Facebook

O Facebook surgiu em 04 de fevereiro de 2004, criado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes quando ainda estavam na universidade de Harvard. A rede social mais usada no mundo tem mais de 3 bilhões de usuários, e em janeiro de 2021 o Facebook apontou ter 150 milhões de brasileiros ativos na rede social, o que equivale a 69,65 da população (FACEBOOK, 2022)

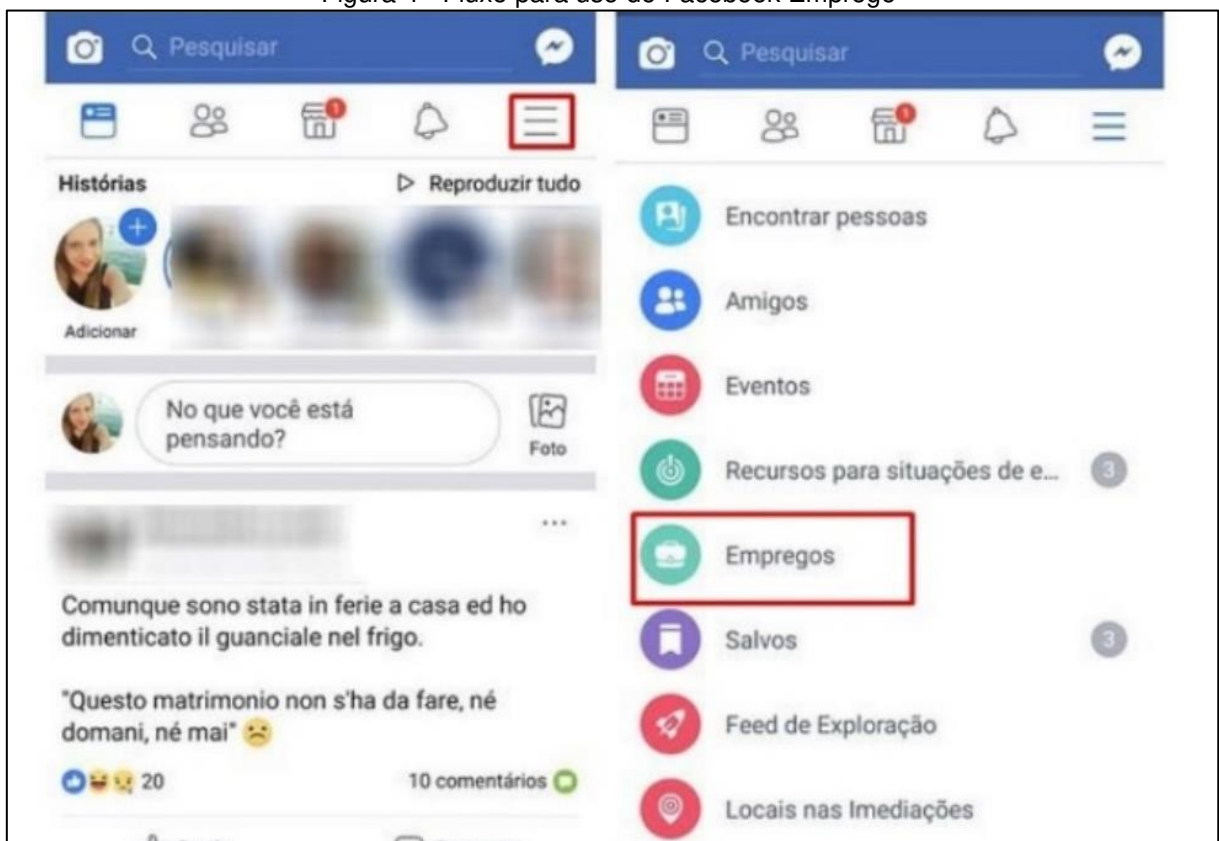
Figura 3 - Logomarca do Facebook

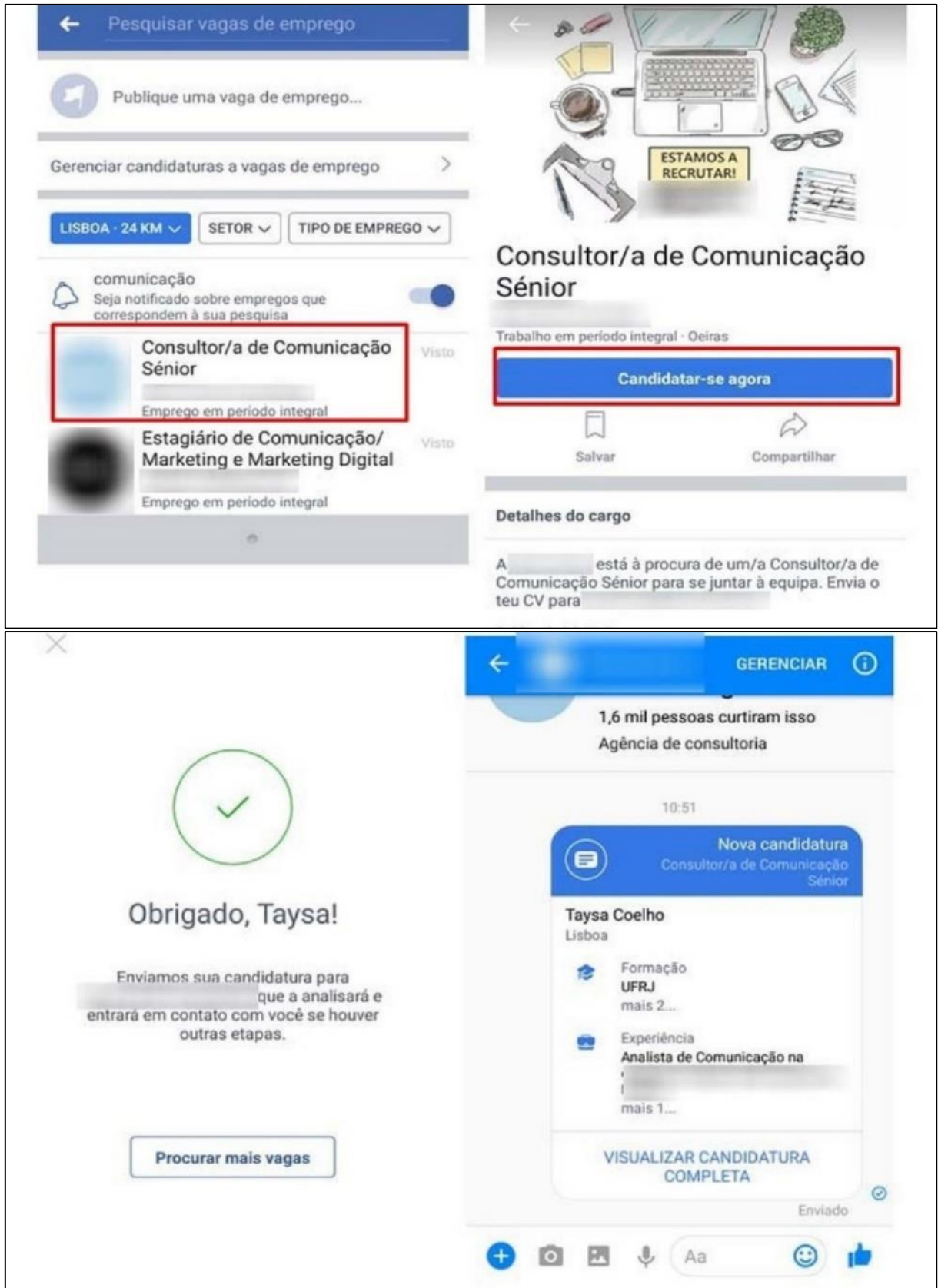


Fonte: Google imagens (2022).

De acordo com o site Mlabs.com.br (2021), “mais de 200 milhões de empresas possuem um perfil comercial (também conhecido como fanpage) na plataforma”. Uma das diversas funcionalidades da plataforma é a ferramenta Empregos (facebook.com/jobs), onde é possível aos recrutadores publicarem oportunidades de emprego em suas fanpages e grupos específicos, além de gerenciar as candidaturas diretamente na plataforma podendo também entrar em contato com os candidatos e agendar entrevistas por meio do Messenger e tudo de forma gratuita. Para concluir a promoção do serviço tem o seguinte *slogan*: “Alcance candidatos qualificados onde eles já passam o tempo: no Facebook”.

Figura 4 - Fluxo para uso do Facebook Emprego





Fonte: Tectudo (2022).

Conforme o fluxo demonstrado nas imagens acima, o passo a passo para utilização do recurso de emprego do Facebook se dá da seguinte maneira: Passo 1.



Acesse o Facebook normalmente e, no menu lateral esquerdo, clique em “Ver mais”; Passo 2. Dentre as opções que surgirem, clique em “Empregos”; Passo 3. Aplique os filtros de acordo com a distância, o setor ou o tipo de emprego; Passo 4. Candidate-se a vaga e aguarde o contato da empresa.

### 4.1.3 Instagram

O Instagram foi lançado no dia 6 de outubro de 2010, pelo brasileiro Mike Krieger e o engenheiro norte-americano Kevin Systrom, ambos engenheiros de software, e teve um sucesso imediato segundo Alves do Technoblog (2021). Em 2012 foi o aplicativo foi comprado pelo Facebook e mudou muito até chegar na configuração atual, assumindo o posto de 4ª rede social mais usada no Brasil, entre perfis pessoais e profissionais, e é tido como uma rede social visual e interativa, onde os usuários podem soltar a criatividade por meio do compartilhamento de imagens e vídeos, curtindo, comentando e compartilhando publicações, que tem grande engajamento no compartilhamento de fotos ou vídeos para promoção de suas marcas, serviços e produtos. (TECHNOBLOG, 2021)

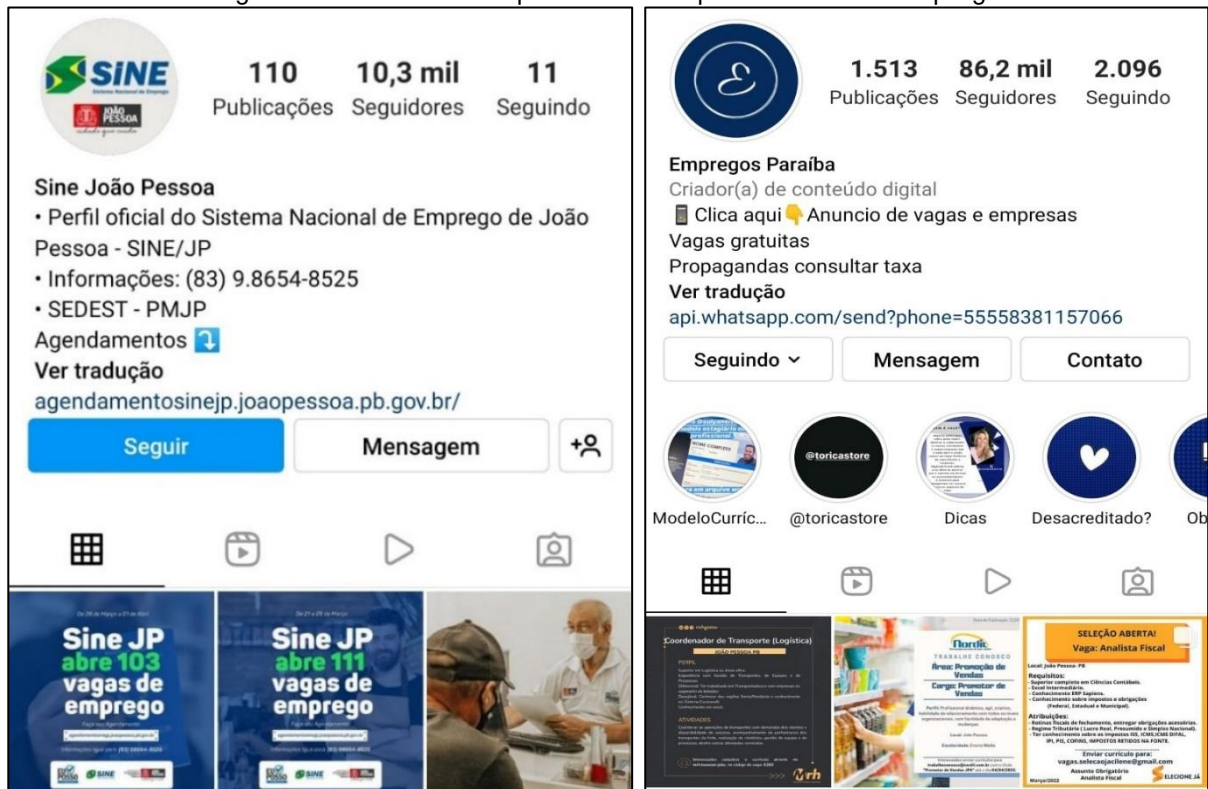
Figura 5 - Logomarca do Instagram



Fonte: Google imagens (2022).

De acordo com o Fast Company Brasil (2021), o Instagram teve um aumento de 20%, com 37% dos recrutadores recorrendo a essa rede como parte da busca pelo candidato perfeito. Ainda que para buscar ou criar vagas de emprego, recrutadores e candidatos podem recorrer as hashtags como #vagasabertas, #contratando, #vagas, entre outras, ou ainda procurar em perfis especializados.

Figura 6 - Perfis voltados para informar oportunidades de emprego



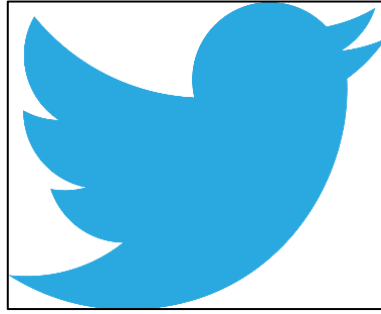
Fonte: Instagram (2022).

Os perfis especializados apresentados na figura seis, são apenas alguns dentre milhares existentes, e esses perfis atraem para si uma grande quantidade de seguidores, o que é benéfico para ambas as partes (Instagram e empresa), já que quanto mais visto pelos usuários, também se tornam interessantes para as empresas se associarem a eles passando mais credibilidade e confiança também nos candidatos.

#### 4.1.4 Twitter

Criado em 2006 pelos americanos Jack Dorsey, Noah Glass, Evan Williams e Biz Stone o Twitter já foi considerado a rede social preferida do brasileiro em 2018 e hoje conta com 22,5 milhões de usuários no Brasil, mas conta com mais de 330 milhões de usuários ativos segundo o site Affde.com (2022).

Figura 7 - Logomarca do Twitter



Fonte: Google imagens (2022).

Twitter que significa “uma pequena explosão de informações” e “pios de pássaros” e conforme o site Mlabs, “se tornou um espaço para compartilhar momentos, fatos que estão acontecendo em tempo real, eventos que estão rolando na televisão, memes e até mesmo conteúdo pessoais”. (MLABS, 2022). Esses conteúdos podem ser postados pelo usuário ou repostado de outros perfis alcançando o a quantidade máxima de 280 caracteres. Devido a sua característica mais imediatista e limitada é comum não checar as fontes das informações encontradas ali, gerando *Fake News*. Porém no Twitter é possível encontrar várias comunidades de interesse semelhantes, como é o caso de quem procura ou anuncia emprego por meio de *hashtags* e perfis oficiais.

#### 4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS

Neste momento a pesquisa apresenta um conjunto de informações organizadas acerca da pesquisa realizada em busca de identificar quais redes sociais possuem, em suas plataformas de acesso, funcionalidades que favorecem o seu uso para fins de realização de e-recrutamento e seleção por parte tanto das empresas, quanto dos usuários.

O quadro resumo a seguir apresenta uma descrição das redes sociais conforme as variáveis funcionalidade, quantidade de usuários, porcentagem de contratações, vantagens e desvantagens das redes sociais estudadas e formas de acesso:

Quadro 6 - Caracterização das redes sociais

	LINKEDIN	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER
<b>Funcionalidade</b>	Pesquisa de trabalho e pesquisa de Carreiras; Notícias empresariais (feed de notícias); construa sua comunidade através de conexões; CV + Currículo; Rede Social; <i>Lives</i> ;	Perfil pessoal (público ou privado); Páginas de empresas (fanpage); Feed de notícias; adicionar amigos; Chat (Messenger); Curtidas; Compartilhamento; Check-in; Stories; <i>Lives</i> ; Anúncios, Eventos; Grupos;	Perfil pessoal (privado ou público); Perfil profissional; Editor de imagens; <i>Reels</i> ; Vídeos ao vivo; Descrição de imagens (acessibilidade) e hashtags; Mapas; Mensagem direta; Explore; Marcações; Integração com outras redes sociais; IGTV; Versão web.	Perfil pessoal e profissional; Mensagem direta; Curtidas; <i>Retweets</i> ; Respostas; Clique no link; clique na hashtag; clique na mídia (fotos e vídeos). Enquetes;
<b>Quantidade de usuários</b>	45 milhões de usuários no Brasil.	150 milhões de usuários no Brasil	69 milhões de usuários no Brasil	22,5 milhões de usuários no Brasil
<b>Porcentagem de contratações</b>	35,5 milhões de contratações (29,10 %)	Mais de 1.000.000 empregos	-	-
<b>Vantagens</b>	Muitas oportunidades de emprego disponíveis; Aumento da visibilidade da empresa; Contato com colaboradores de grandes empresas ao redor do mundo.	Grande alcance do público geral; Ferramentas versáteis; Bom canal de comunicação num único lugar;	Design intuitivo; Ligação com outras redes sociais; fácil manuseio; Interface agradável; Oportunidade de atrair seguidores;	Transmissão rápida de informações; Comunicação com pessoas do mundo todo;
<b>Desvantagens</b>	Usuários mal-intencionados; Trabalho constante na busca e construção do perfil; Grande controle do fluxo de público atraído pelas postagens.	Os dados podem não ser confiáveis; Atração de candidatos fora do perfil; Ferramenta pouco utilizada pelos usuários;	Plataforma voltada para comércio e diversão; Limitação do alcance pelo algoritmo; Mudanças constantes;	Caracteres limitados; Contas fakes; Disseminação de <i>fake News</i>
<b>Formas de acesso (gratuita e paga)</b>	Grátis e pago com planos que variam entre R\$49,99 – 574,99	Totalmente gratuito	Totalmente gratuito	Totalmente gratuito

Fonte: Elaboração da autora (2022).

O quadro acima além de responder ao segundo objetivo específico deste trabalho, também tem um forte papel informativo ao compilar os elementos de destaque das principais redes sociais online com funcionalidades voltadas para o e-recrutamento e seleção, sendo de grande valia tanto para organizações como para os usuários, pois demonstra o perfil de cada rede social facilitando a escolha da plataforma que mais se adequa a sua necessidade.

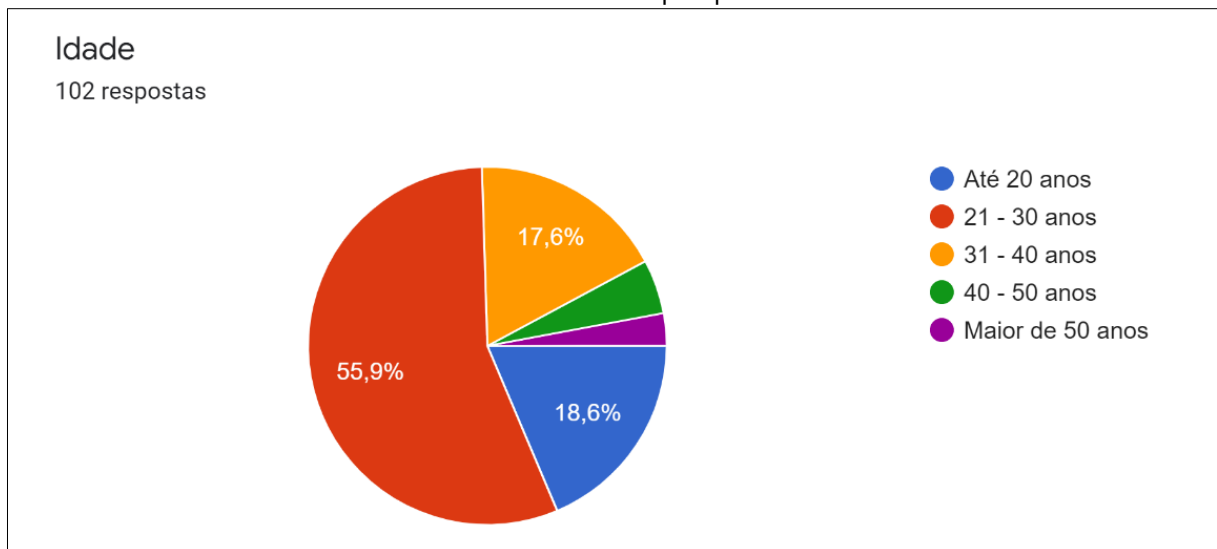
### 4.3 PERCEPÇÃO DE USUÁRIOS SOBRE A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS COMO AMBIENTES DE VIVÊNCIA DE PROCESSOS DE E-RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Neste momento apresentam-se informações acerca do perfil sócio-demográfico dos usuários de redes sociais, bem como tais pesquisados se posicionam quanto à vivência de processos de e-recrutamento e seleção que já experienciaram em sua trajetória na busca por oportunidades de emprego.

#### 4.3.1 Perfil Sócio-demográfico dos participantes da pesquisa:

Em relação aos dados sócio-demográficos, o gráfico 1 contempla a distribuição gráfica sobre a idade dos participantes da pesquisa:

Gráfico 1 - Idade dos pesquisados

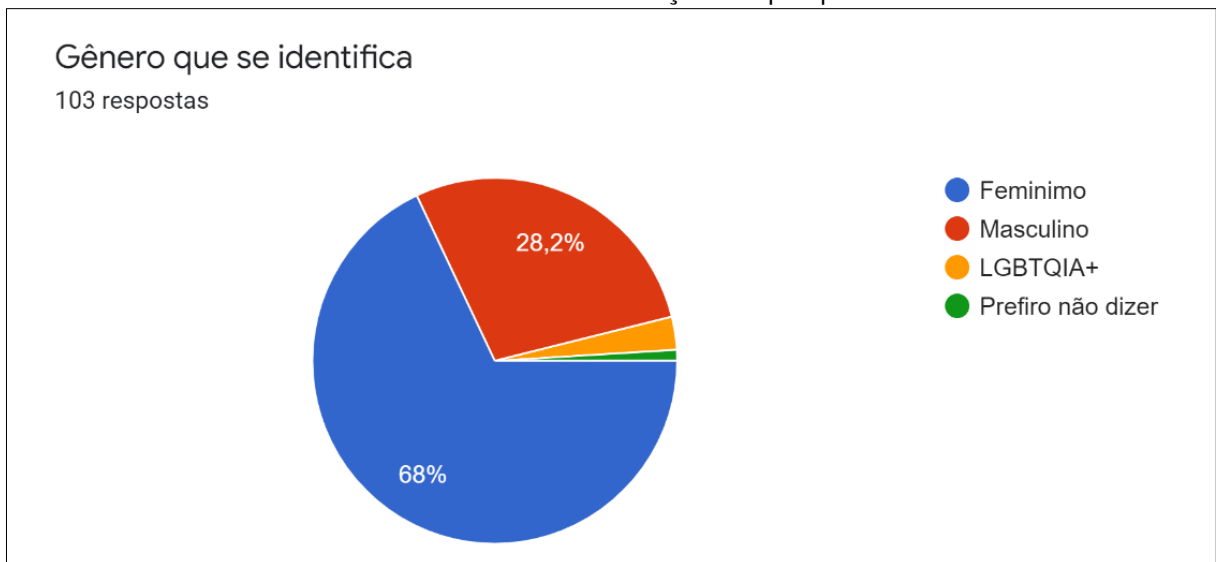


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Segundo as respostas apresentadas a maioria dos respondentes tem entre 21 à 30 anos (55,9%), que representa um público jovem, provavelmente no início da vida acadêmica e profissional. Em sequência aqueles que declararam ter até 20 anos de idade com 18,6%, e 17,6% afirmaram ter entre 31 e 40 anos. 5 pessoas responderam ter entre 40 e 50 anos e 3 são maiores de 50 anos.

O gráfico 2 representa a identificação de gênero do público pesquisado.

Gráfico 2 - Gênero de identificação dos pesquisados

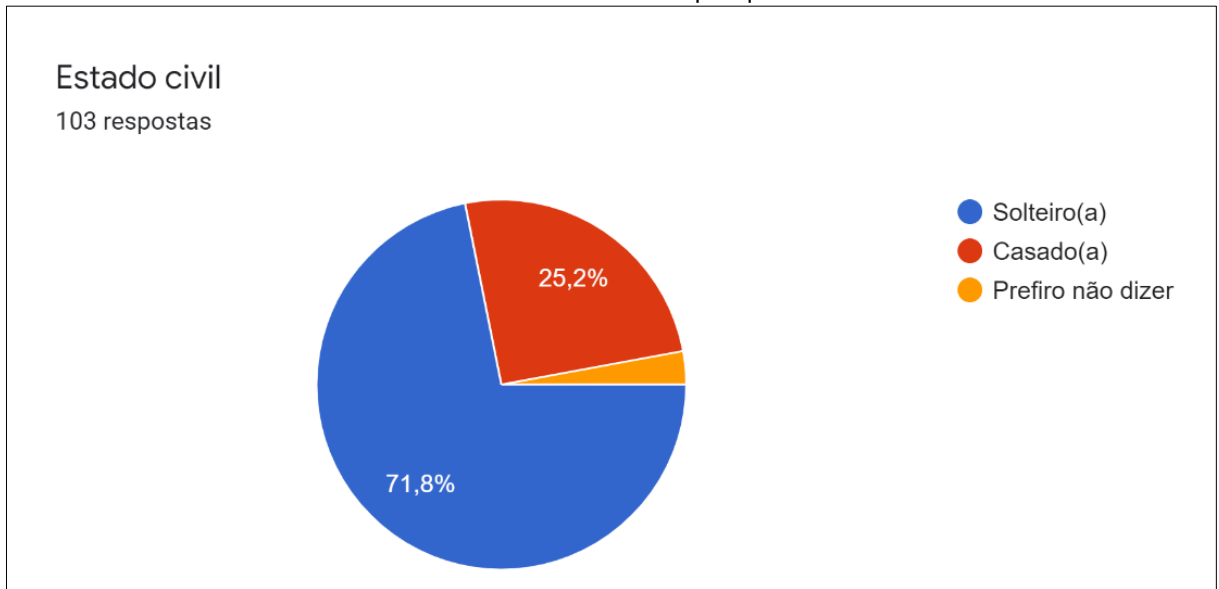


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Dentre as 103 respostas, 70 declaram-se ser do gênero feminino, 29 são do sexo masculino, 3 LGBTQIA+ e 1 preferiu não dizer. Sobre a grande participação das mulheres neste estudo, está de acordo com o estudo do IBGE, que apresentou nos indicadores sociais das mulheres no Brasil que existe uma tendência crescente do nível de escolaridade das mulheres comparado aos homens em 2019, onde dentro da faixa etária de 25 anos ou mais, 19,4% das mulheres completaram o ensino superior contra 15,1% dos homens.

O gráfico 3 apresenta o estado civil dos pesquisados.

Gráfico 3 - Estado civil dos pesquisados

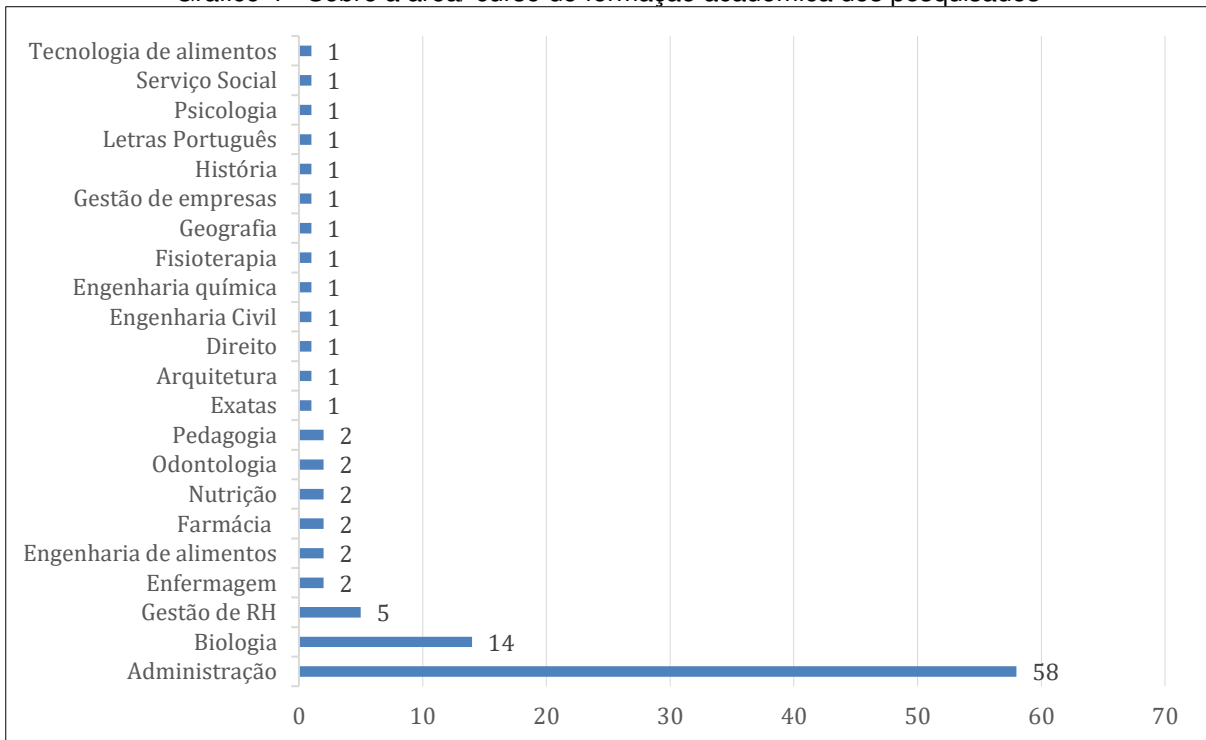


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em relação ao estado civil 71,8% são solteiros, 25,2% se declaram casados e apenas 2,9% preferiram não dizer.

O gráfico 4 apresenta as áreas/ cursos de formação acadêmica dos pesquisados.

Gráfico 4 - Sobre a área/ curso de formação acadêmica dos pesquisados



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

De acordo com o exposto no gráfico acima, é possível observar que houve uma grande diversidade de áreas de formação, contando ao total com 22 (vinte e dois) cursos diferentes, fortalecendo o interesse da pesquisa para além da esfera da administração, alcançando tantas outras áreas. Destaque para os cursos mais informados pelos respondentes: 58 (cinquenta e oito) são do curso de administração, 14 (quatorze) de Biologia, 5 (cinco) de Gestão de RH. Em sequência com duas respostas: enfermagem, engenharia de alimentos, farmácia, nutrição, odontologia e pedagogia. Com uma resposta temos: exatas, arquitetura, direito, engenharia civil, engenharia química, fisioterapia, geografia, gestão de empresas, história, letras português, psicologia, serviço social e tecnologia de alimentos.

A seguir, o gráfico 5 apresenta o perfil dos pesquisados quanto à sua ocupação no mercado de trabalho:

Gráfico 5 - Está trabalhando e/ou estagiando atualmente?



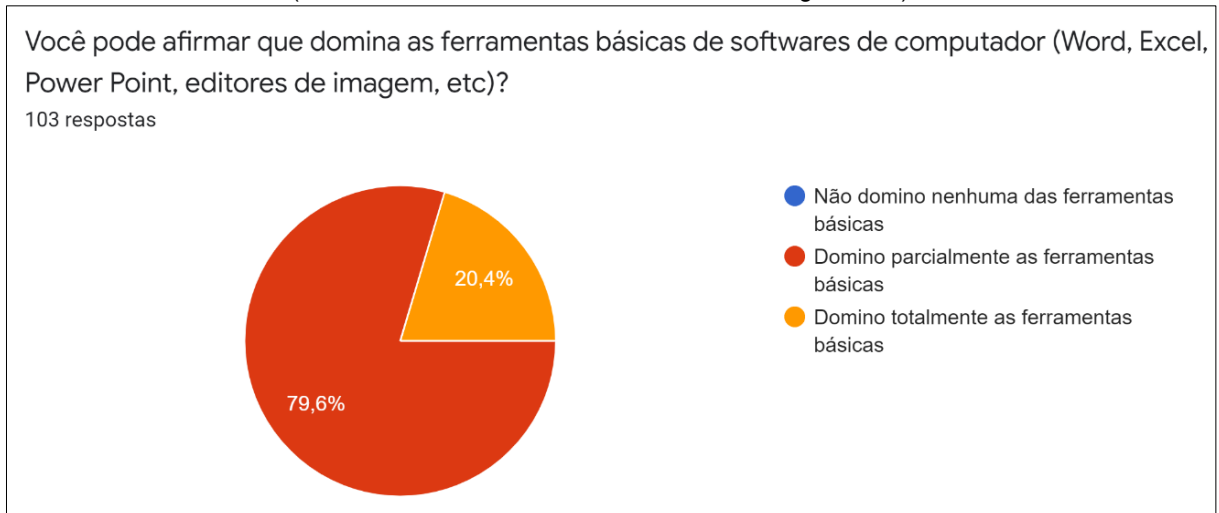
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A pesquisa revelou também que mais de 72% dos pesquisados estão estagiando ou trabalhando. Embora o desemprego já citado neste trabalho tenha um índice expressivo, as oportunidades de empregos não formais que são os casos dos estágios, conseguem abarcar uma parcela dos estudantes, se tornando uma porta de entrada para o mercado de trabalho formal.

O gráfico 6 aponta o domínio dos pesquisados quanto as ferramentas básicas de *softwares* de computador.



Gráfico 6 - Você pode afirmar que domina as ferramentas básicas de softwares de computador (Word, Excel, Power Point, editores de imagem, etc)?

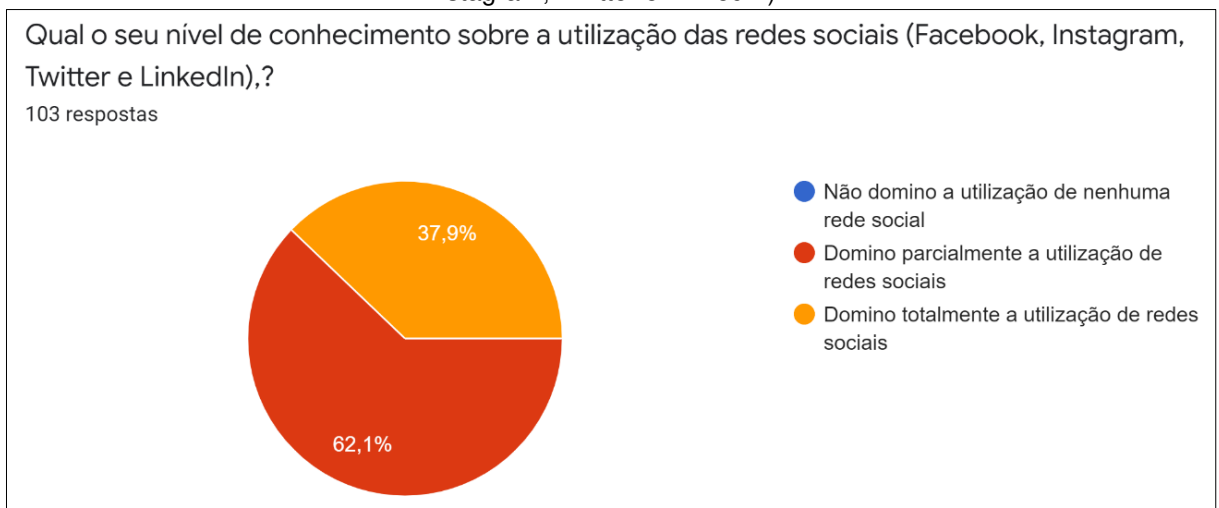


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Os pesquisados revelaram com 82 (oitenta e duas) respostas, que dominam parcialmente as ferramentas básicas de softwares de computador como Word, Excel, Power Point, editores de imagem, enquanto 21 (vinte e uma) pessoas declararam que dominam totalmente as ferramentas. É possível compreender que os pesquisados possuem capacidades para confecção de currículos, tabelas, apresentações, além de outras técnicas que podem ser solicitadas em momentos de testes de seleção de pessoas em processos de e-recrutamento, já que alguns testes de conhecimento podem ser exigidos em processos seletivos.

O gráfico 7 apresenta o nível de conhecimento dos pesquisados sobre a utilização das redes sociais.

Gráfico 7 - Qual o seu nível de conhecimento sobre a utilização das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn)?



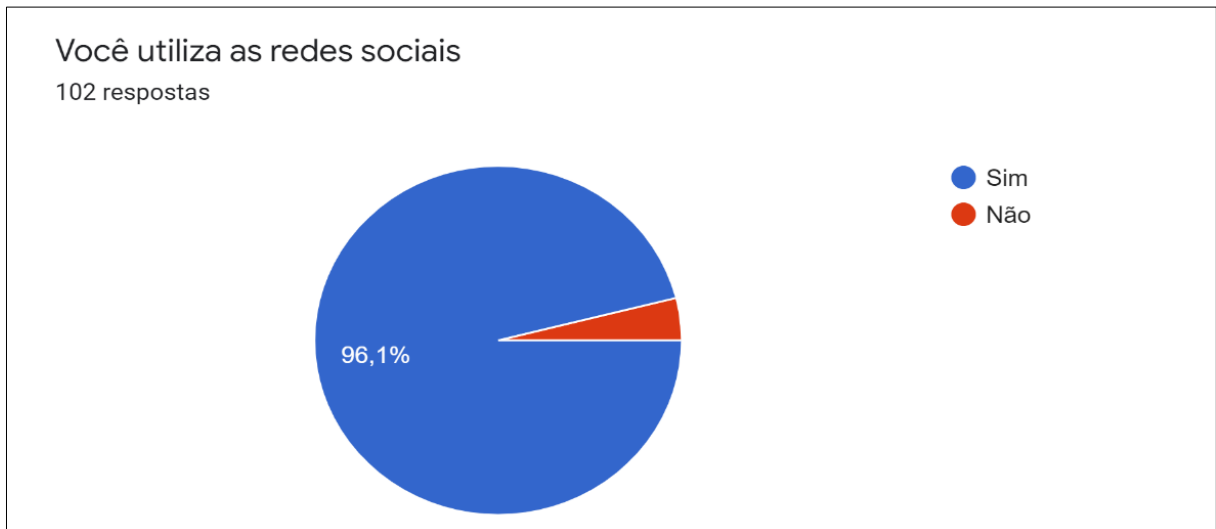
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Já sobre o conhecimento do uso das redes sociais, 37,9% consideram que dominam totalmente as redes sociais, e 62,1% dominam parcialmente. De modo que aos pesquisados, as redes sociais não oferecem dificuldades, tornando-se nesses casos, de fácil utilização, corroborando principalmente para o propósito deste trabalho que destaca a utilização das redes sociais para busca de oportunidades de emprego/estágio.

#### **4.3.2 Perspectiva dos usuários sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção:**

Quanto à perspectiva dos usuários sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção o gráfico 8 inicia a discussão, exibindo dados sobre a utilização das redes sociais.

Gráfico 8 - Você utiliza as redes sociais?

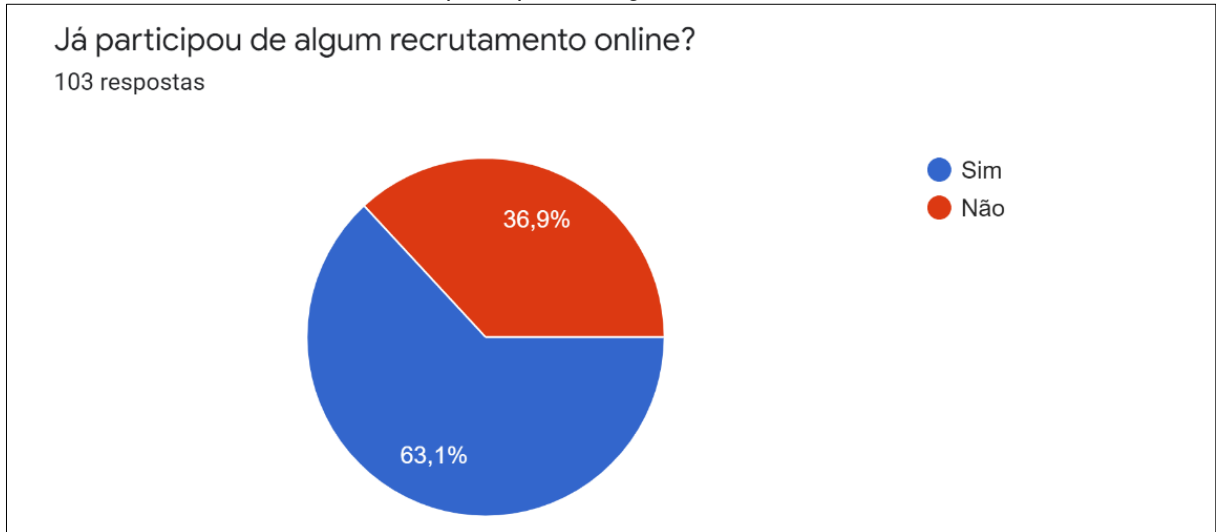


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

As redes sociais se tornaram um fenômeno e conforme disseram Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005, p.95), a internet vem “conquistando cada vez mais adeptos, aglutinando pessoas com objetivos específicos, ou apenas pelo prazer de trazer à tona ou desenvolver uma rede de relacionamentos”. Essa afirmação só fortalece os dados apresentados onde 96,1% dos pesquisados são usuários das redes sociais e apenas 4 dos respondentes não aderiram as redes sociais, porém isso não os torna alheios a sua existência ou conhecimento.

O gráfico 9, expõe dados sobre a participação dos pesquisados em algum processo de recrutamento online.

Gráfico 9 - Já participou de algum recrutamento online?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O e-recrutamento cresceu e teve um aceleração nos últimos anos, de modo que para aqueles que estão em busca de estagiar ou trabalhar já devem ter se deparado com essa modalidade. Sobre essa participação, 63,1% disseram que passaram por essa experiência, enquanto 36,9% ainda não, demonstrando a realidade cada vez mais crescente do e-recrutamento. E mesmo aqueles que ainda não passaram, tem conhecimento desse método.

O gráfico 10 apresenta dados sobre a quantidade de contratação dos pesquisados por meio de um processo de recrutamento online.

Gráfico 10 - Você já foi contratado(a) por meio de um e-recrutamento?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Ao terem participado pelo processo de e-recrutamento, 35,9% foram contratados, enquanto que 64,1% não tiveram êxito na contratação. Em comparação ao gráfico anterior (gráfico 9) podemos ver que das 65 (sessenta e cinco) pessoas que participaram do e-recrutamento, 37 (trinta e sete) foram aprovadas no processo seletivo, ou seja, metade deles. Deste modo, fica evidente que o direcionamento da pesquisa foi eficiente quanto a abordagem do tema sobre as perguntas elaboradas.

O gráfico 11, demonstra a avaliação dos pesquisados ao passarem por um recrutamento online.

Gráfico 11 - Como você avalia a sua experiência no recrutamento online?

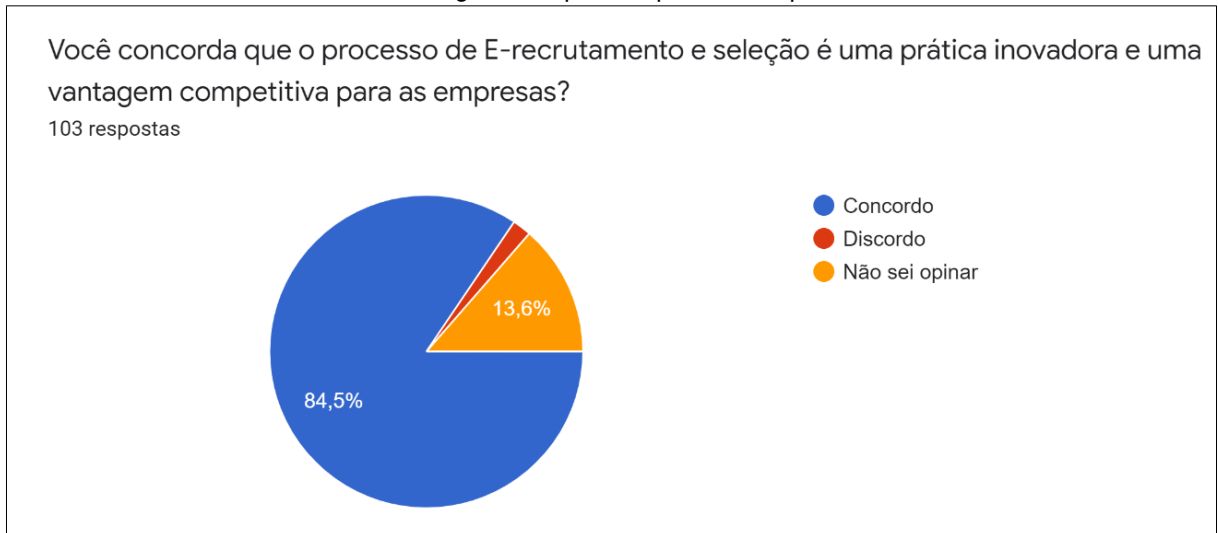


Fonte: Dados da pesquisa (2022),

Neste gráfico tivemos uma abstenção dos pesquisados que declararam anteriormente não ter passado pelo processo de e-recrutamento, tendo como um total de 84 (oitenta e quatro) respostas. Dadas 4 (quatro) opções aos questionados, a que teve maior incidência, com 48,8% avaliam a experiência como boa. 34,5% tiveram uma experiência regular, 11,9% ruim e 4,8% avaliam como ótima a experiência de recrutamento online. Fazendo um balanço geral do apresentado neste gráfico, 95,2% tiveram experiências positivas, embora que, mesmo não tendo levado a contratação, o e-recrutamento se mostra uma ferramenta de grande potencial no meio corporativo.

O gráfico 12, demonstra a avaliação dos pesquisados ao passarem por um recrutamento online.

Gráfico 12 - Você concorda que o processo de E-recrutamento e seleção é uma prática inovadora e uma vantagem competitiva para as empresas?

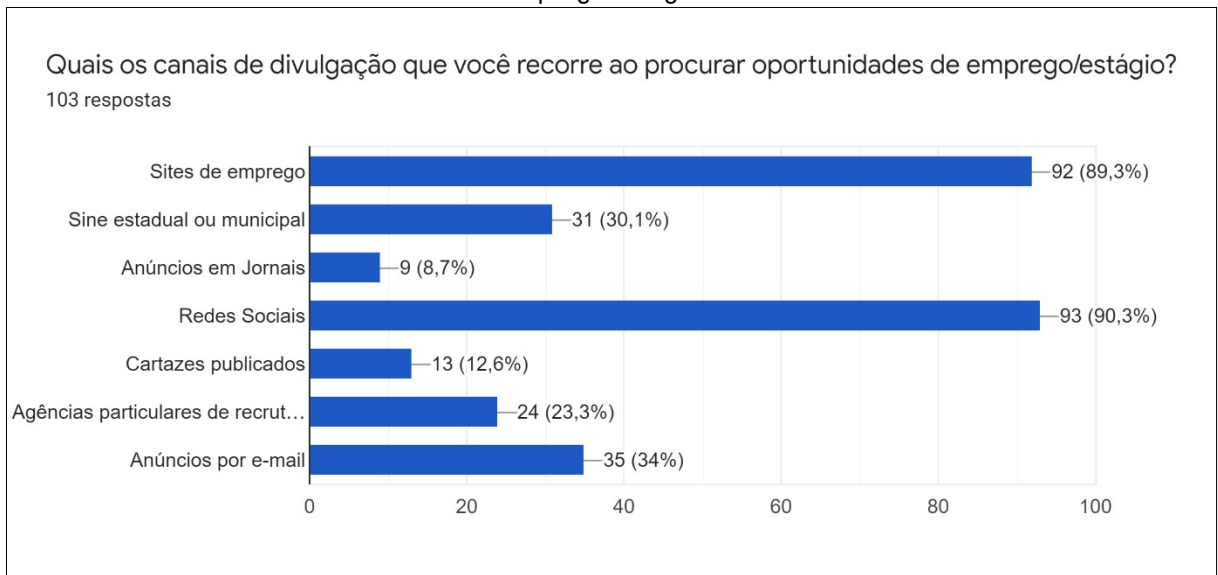


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Neste questionamento, foi afirmado pela concordância dos pesquisados, ou seja, 87 (oitenta e sete) pessoas, que o processo de E-recrutamento e seleção é uma prática inovadora e uma vantagem competitiva para as empresas. 14 (quatorze) pessoas não sabem opinar e apenas 2 (duas) discordam dessa afirmação.

No gráfico 13, apresenta a preferência dos pesquisados na busca de oportunidades de emprego/estágio.

Gráfico 13 - Quais os canais de divulgação que você recorre ao procurar oportunidades de emprego/estágio?



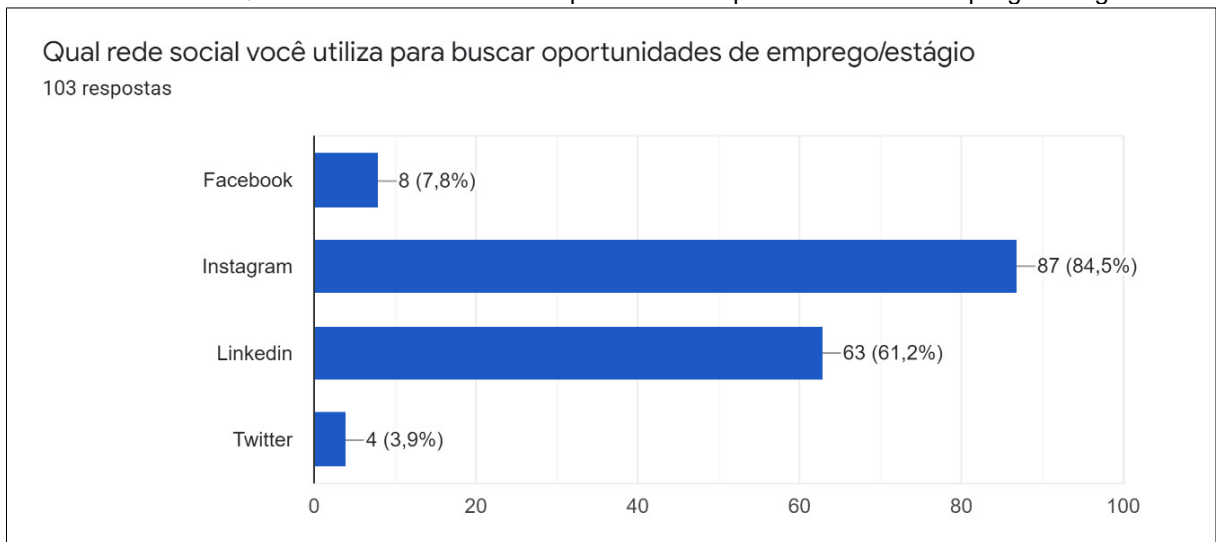
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Para essa pergunta, foram elencados os canais mais comuns de divulgação de vagas de emprego e estágio nos últimos anos, para abrir o leque de opções para além dos veículos *online*, porém, como é possível ver no gráfico acima, claramente os meios virtuais estão disparadamente a frente na opinião dos pesquisados.

Os canais em que os respondentes mais recorrem são: as redes sociais com 90,3% e os sites de emprego com 89,3%; na sequência temos os anúncios por *e-mail* (34%), o Sine estadual ou municipal (30,1%) – detalhe que conforme a figura 6, p.39, essas vagas também estão sendo anunciadas em suas redes soais –, temos também as agências particulares de recrutamento (23,3%), cartazes publicados (12,6%) e anúncios em jornais (8,7%).

No gráfico 14, apresenta a preferência dos pesquisados sobre a rede social para busca de oportunidades de emprego/estágio.

Gráfico 14 - Qual rede social você utiliza para buscar oportunidades de emprego/estágio



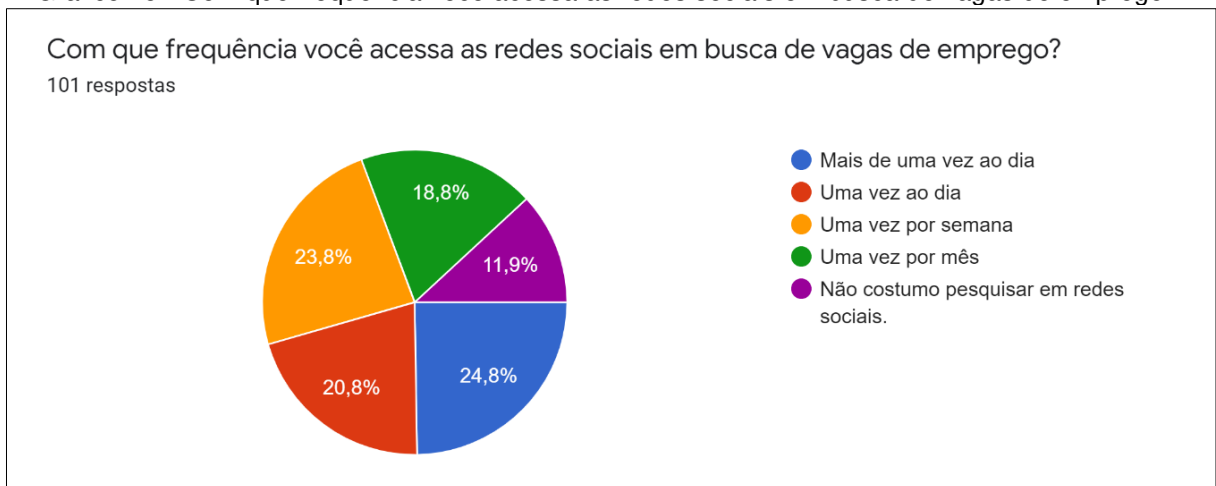
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O gráfico 14 comprova a popularidade das redes sociais já estabelecida no gráfico anterior (gráfico 13), e neste momento vem trazendo um refinamento dessas quatro redes sociais para entender qual delas os pesquisados utilizam para buscar oportunidades de emprego/estágio, e embora o LinkedIn seja uma plataforma utilizada especificamente para conectar pessoas e empresas, foi para o Instagram o primeiro lugar na opinião dos universitários com 84,5% dos votos. Em segundo lugar temos o LinkedIn com 61,2%, em terceiro o Facebook com 7,8% e o Twitter em quarto com apenas 3,9%.

É possível ressaltar que a diversificação de canais para o e-recrutamento é fundamental, tanto para aqueles que procuram, como para os que oferecem oportunidades de emprego, tendo na rede social uma aliada para se destacar no mundo virtual e conseqüentemente no real também.

O gráfico 15 demonstra a preferência de acesso dos pesquisados nas redes sociais em busca de oportunidades de emprego/estágio.

Gráfico 15 - Com que frequência você acessa as redes sociais em busca de vagas de emprego?



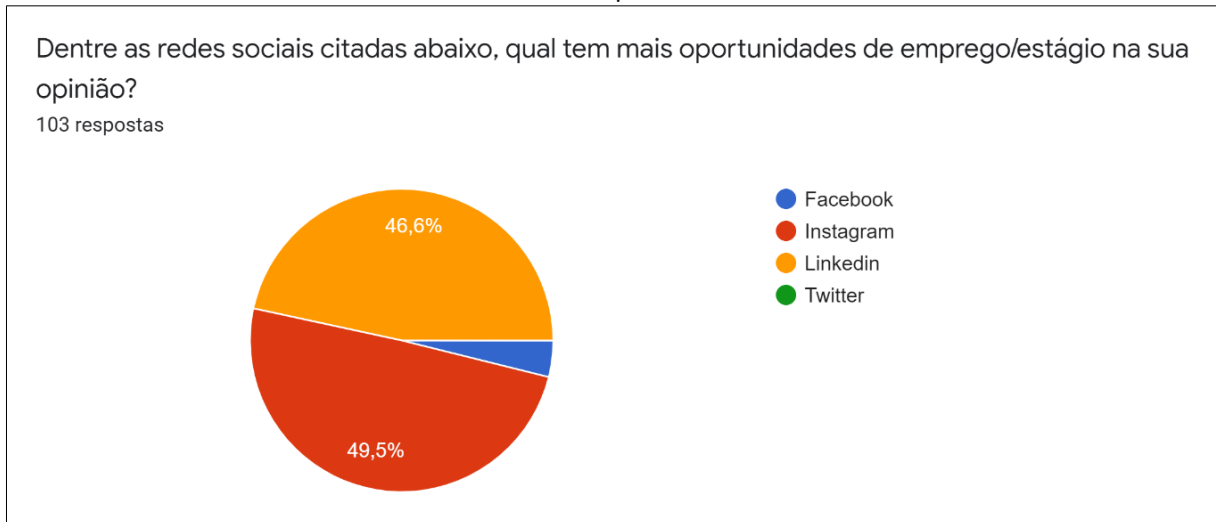
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Vários processos de e-recrutamento e seleção são disponibilizados nas redes sociais, então para aqueles que tem interesse, devem acessar essas redes com uma constância. Quando perguntados: “com que frequência você acessa as redes sociais em busca de vagas de emprego?”, 24,8% declararam acessar mais de uma vez ao dia e 20,8% visitam diariamente essas redes, demonstrando um perfil mais ativo nas redes sociais e mais confiante de que as oportunidades ali apresentadas podem resultar em contratações. Acessam uma vez por semana 23,6% dos respondentes, 18,8% uma vez por mês e 11,9% não costuma pesquisar em redes sociais.

Embora 72,8% dos respondentes estejam estagiando/trabalhando no momento conforme citado no gráfico 5, ficou claro que é comum continuar pesquisando vagas de emprego nas redes sociais. Mesmo que despreziosamente as redes sociais proporcionam essa busca por uma melhor colocação, um melhor salário, ou até mesmo melhores benefícios, atraente aos olhos dos usuários que tem a sua disposição todas essas informações de forma simplificada.

O gráfico 16 exhibe a opinião dos pesquisados sobre a rede social que tem mais oportunidades de emprego/estágio.

Gráfico 16 - Dentre as redes sociais citadas abaixo, qual tem mais oportunidades de emprego/estágio na sua opinião?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

De acordo com a opinião dos pesquisados sobre as redes sociais citadas, a rede social que possui maior divulgação de oportunidades de emprego/estágio é o Instagram que recebeu 51 votos conforme indicado pelos pesquisados. Cada vez mais a rede social Instagram tem organizado sua arquitetura para oferecer mais funcionalidades.

O Instagram (2022) diz que “nossas tecnologias conectam pessoas no mundo todo, criando oportunidades e dando voz a bilhões de pessoas”, fazendo dessa rede social com mais oportunidades pelos nossos pesquisados.

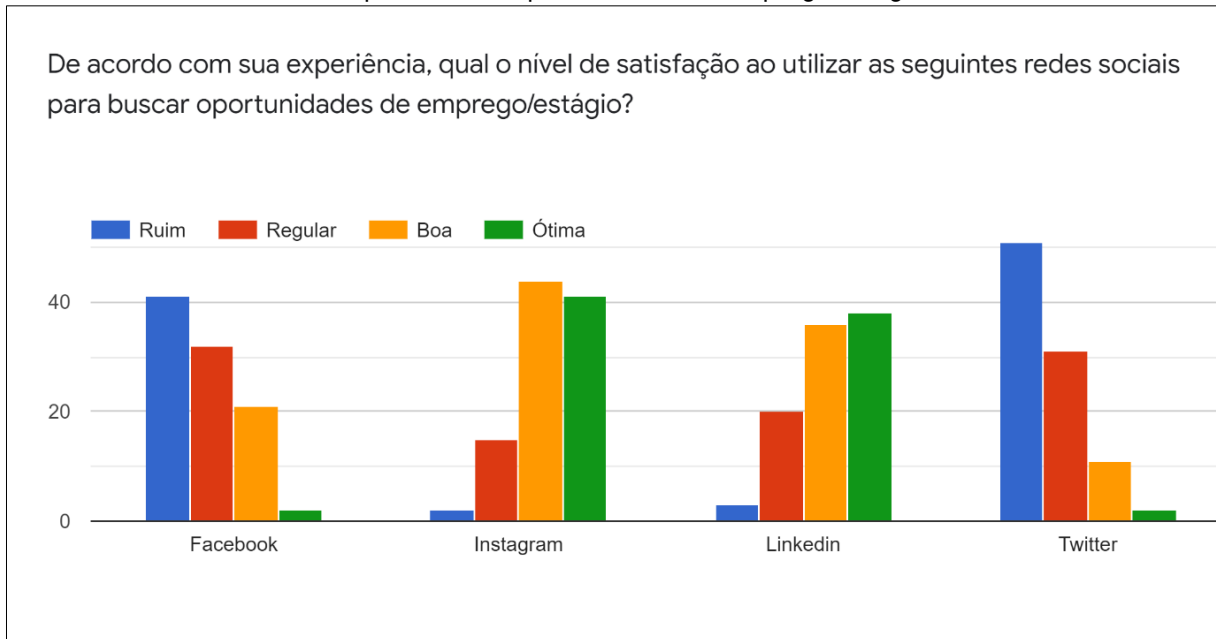
O LinkedIn foi a segunda rede social mais indicada conforme 48 participantes da pesquisa, enquanto o Facebook teve 4 votos e o Twitter não recebeu nenhum voto. Estas duas últimas redes sociais, conforme dados da pesquisa, não são tão competitivas no que diz respeito a publicação de vagas de emprego aos seus usuários.

Silva e Albuquerque (2019, p.33), ressaltam que as redes sociais quando estrategicamente inseridas no processo de recrutamento e seleção de uma organização, apresentam grandes vantagens sobre eficácia destes processos, e como é importante a adaptação desse setor para lidar com o capital humano.

No que diz respeito ao nível de satisfação ao utilizar as redes sociais para buscar oportunidades de emprego/estágio, o gráfico 17 aponta o nível de satisfação dos participantes da pesquisa em cada rede social:



Gráfico 17 - De acordo com sua experiência, qual o nível de satisfação ao utilizar as seguintes redes sociais para buscar oportunidades de emprego/estágio?



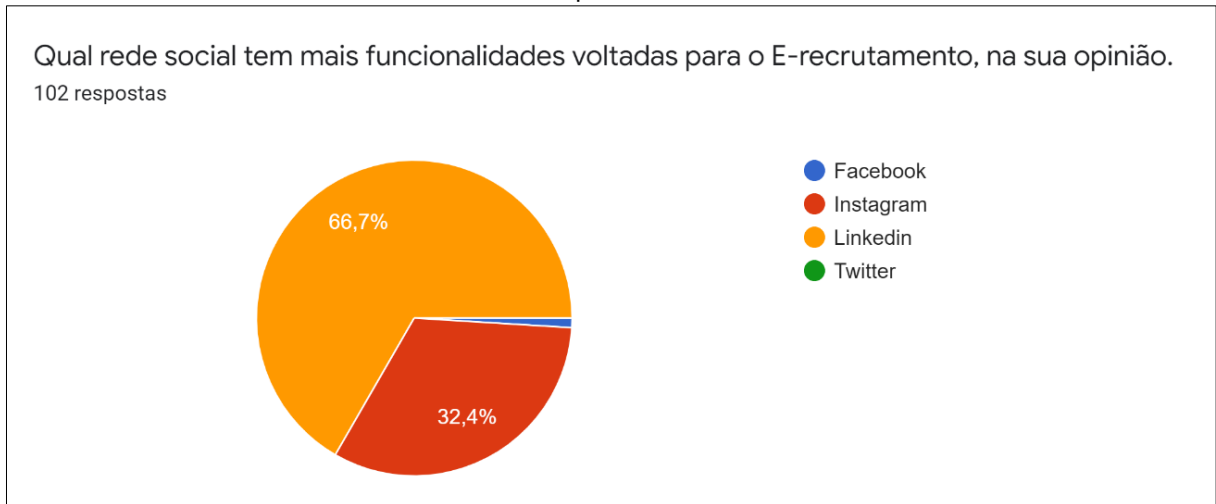
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

De acordo com o gráfico 17 foi possível perceber que:

- Ruim: o Twitter foi a rede social que apresentou na opinião dos pesquisados o pior desempenho. Depois o Facebook, o LinkedIn e Instagram;
- Regular: o Facebook foi considerado regular, seguido do Twitter, o LinkedIn e o Instagram;
- Boa: aos usuários que disseram ter uma boa experiência na busca por oportunidades de emprego/estágio, são os usuários do Instagram. Em seguida temos o LinkedIn, o Facebook e o Twitter;
- Ótima: a melhor experiência nesse quesito foi para o Instagram. Novamente o segundo lugar foi para o LinkedIn e houve um empate entre o Facebook e o Twitter.

Sobre a opinião dos pesquisados sobre qual rede social tem mais funcionalidades voltadas para o E-recrutamento. Embora que os gráficos anteriores tenham revelado que, segundo a opinião dos pesquisados, o Instagram se destacou na busca por oportunidades de emprego/estágio, eles também reconhecem que a rede social que tem mais funcionalidades voltadas para o E-recrutamento é o LinkedIn com 66,7% de afirmações conforme o gráfico 18 abaixo:

Gráfico 18 - Qual rede social tem mais funcionalidades voltadas para o E-recrutamento, na sua opinião.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O Instagram foi escolhido por 32,4% dos pesquisados. O Facebook foi escolhido por 1% dos pesquisados, enquanto que o Twitter não teve participação no que diz respeito às funcionalidades disponíveis para acesso com fins de e-recrutamento e seleção.

O gráfico 19 exibe a opinião dos pesquisados sobre o sentimento de segurança na exposição de dados pessoais nas redes sociais.

Gráfico 19 - Você se sente seguro ao expôr seus dados pessoais nas redes sociais?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Um tópico abordado neste trabalho trata-se da importância da LGPD e as regras que as empresas devem seguir para garantir a segurança das redes sociais para os usuários. Desta forma, quando questionados, 71 dos usuários não se sentem seguros ao expor seus dados pessoais nas redes sociais, enquanto que 21 revelaram

não sentir essa insegurança e ainda 11 deles não se importam. Segundo a página oficial do Instagram por exemplo, eles alegam que tem o compromisso de permitir que o usuário controle e proteja as suas informações, por meio da criação de ferramentas e com a inserção de rigorosos padrões do setor para privacidade e proteção de dados. (INSTAGRAM, 2022)

Quanto à influência das redes sociais no processo de contratação, o gráfico 20 aponta que 80,6% dos pesquisados afirmam acreditar que a análise do perfil do candidato nas redes sociais durante um processo de seleção pode influenciar positiva ou negativamente a sua contratação.

Gráfico 20 - Você acredita que a análise do perfil do candidato nas redes sociais durante um processo de seleção pode influenciar positiva ou negativamente na sua contratação?



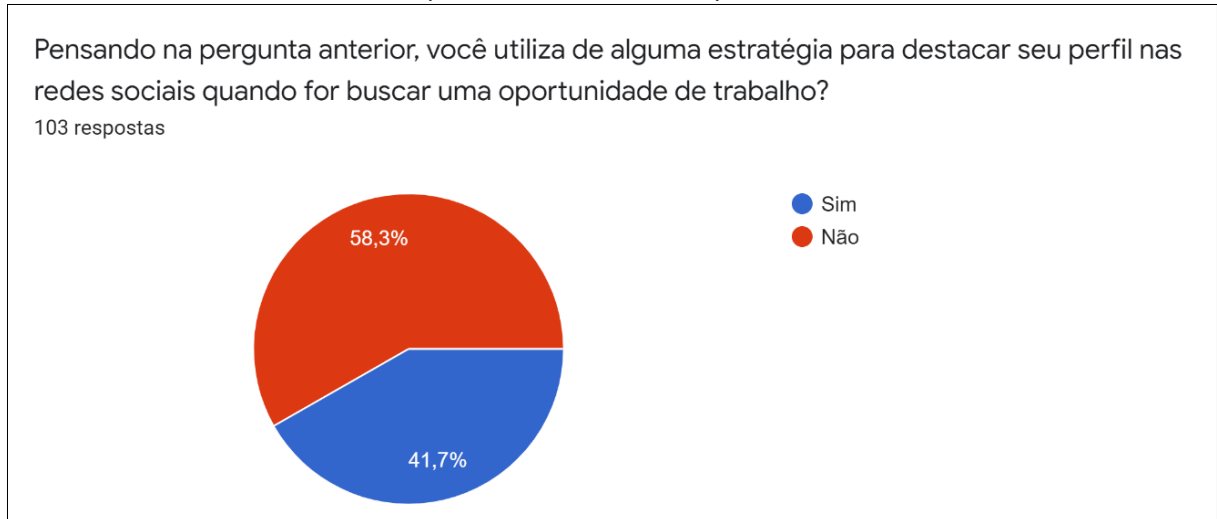
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Este dado corrobora com a afirmação de Pedroso (2016, p.33), que diz que “a avaliação das *skills* e habilidades profissionais de um indivíduo com base nas informações que o próprio divulga são geralmente precisas e correspondem à realidade”. Deste modo o candidato deve observar com cautela sobre o que expõe, ou até mesmo buscar formas para ser notado positivamente em seu perfil nas redes sociais pelas empresas. Entre os pesquisados, 19,4% posicionam-se através da afirmação de que a análise dos perfis dos candidatos não deveria influenciar nas decisões de contratação.

No entanto, quando se refere ao uso de estratégias para destacar o seu perfil nas redes social quando for buscar uma oportunidade de trabalho, o gráfico 21

apresenta que um pouco mais da metade dos pesquisados não utilizam estratégias de posicionamento nas redes sociais com este fim:

Gráfico 21 - Pensando na pergunta anterior, você utiliza de alguma estratégia para destacar seu perfil nas redes sociais quando for buscar uma oportunidade de trabalho?

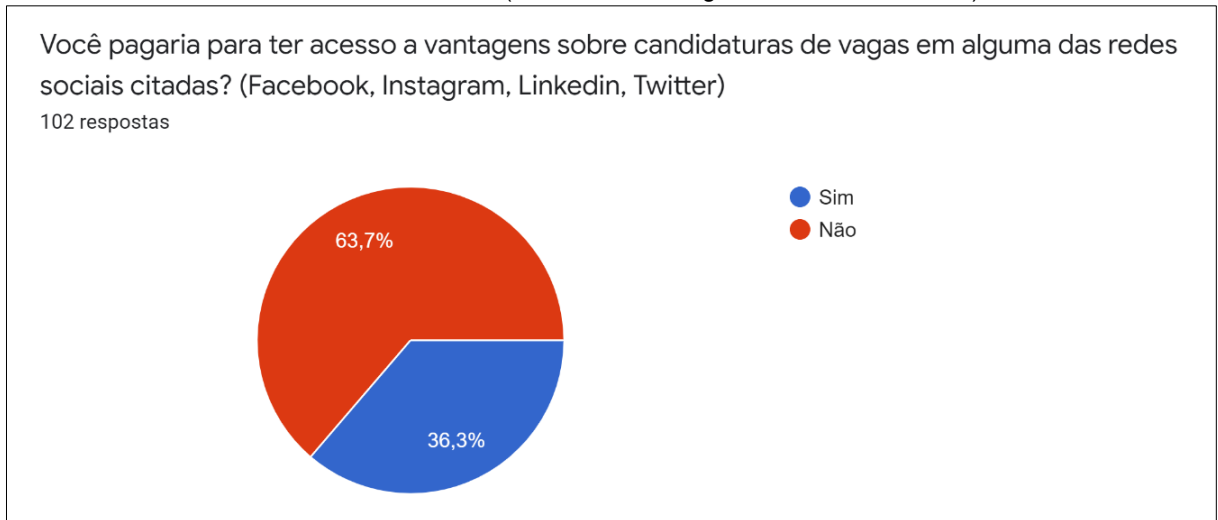


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quando se tem em mente que o perfil das redes sociais pode gerar uma primeira impressão sobre o candidato, 58,3% dos pesquisados afirmaram não utilizar estratégias, enquanto 41,7% dos pesquisados afirmam que utilizam alguma estratégia. Pedrosa (2016, p.38) em seus estudos descreve que 5 (cinco) em cada 10 (dez) recrutadores utilizam as redes sociais online para busca ativa de candidatos qualificados, bem como, também utilizam as redes sociais para confirmar a veracidade dos dados dos currículos selecionados.

Por fim, quando questionados sobre a possibilidade de pagar para ter acesso a vantagens sobre candidaturas de vagas em alguma das redes sociais citadas (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter), o gráfico 22 aponta que 63,7% dos pesquisados não possuem disposição para pagar por possíveis acessos.

Gráfico 22 - Você pagaria para ter acesso a vantagens sobre candidaturas de vagas em alguma das redes sociais citadas? (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter)



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Entre os pesquisados, 36,3% dos participantes afirmaram que pagariam por tais serviços. Embora muitos dos recursos pagos sejam atrativos, ainda assim os candidatos que dispõem dos recursos gratuitamente podem concorrer as vagas disponíveis se tiverem as qualificações desejadas, ou seja, o importante é estar dentro do perfil da vaga e atento às informações publicadas pelas redes sociais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os grandes avanços tecnológicos dos últimos tempos, principalmente com o crescimento da internet e expansão das redes sociais como espaço de relacionamento social digital, foi possível perceber que as plataformas digitais online vêm a cada dia ganhando mais força no meio organizacional, motivo este pelo qual se deu a origem dessa pesquisa. A construção desta pesquisa permitiu compreender como o avanço tecnológico tem influenciado na forma como a área de recursos humanos se utiliza das redes sociais para busca e contratação de candidatos para as vagas em aberto na organização, e mais do que isso, como os futuros candidatos podem ter acesso a essas vagas abertas.

No que diz respeito ao objetivo específico I - Identificar as redes sociais que oferecem serviços e-recrutamento e seleção no Brasil, foi possível identificar quatro redes sociais principais que oferecem estrutura de serviços que podem ser explorados por práticas de e-recrutamento e seleção: Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter.

No tocante ao objetivo específico II - Caracterizar as redes sociais conforme as variáveis funcionalidade, quantidade de usuários, porcentagem de contratações, vantagens e desvantagens das redes sociais estudadas e formas de acesso, foi possível elaborar um quadro resumo com destaques importantes acerca dos aspectos que descrevem cada rede social e sua capacidade de ser instrumento a ser utilizados em processos de recrutamento e seleção.

Em relação ao último objetivo específico - conhecer, sob a perspectiva de usuários, a percepção sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção, ficou evidente a força das redes sociais na sociedade, em especial sob a lente do público alvo deste estudo: estudantes de ensino superior. No que tange sobre as ferramentas e as diferentes possibilidades que essas plataformas oferecem, em especial para o e-recrutamento e seleção que é o foco desta pesquisa. Os dados apontaram para uma inserção significativa do público pesquisado nas redes sociais. O contingente dos participantes em processos de e-recrutamento e seleção também é relevante, e embora estes não tendo sido contratados neste momento, as experiências deixadas estão entre boa e ótima e ainda são vistas como uma vantagem competitiva para as empresas e uma boa vitrine de divulgação. Cabe destacar que embora o LinkedIn tenha apresentado maiores funcionalidades para o e-recrutamento e seleção, foi o Instagram que

alcançou o maior nível de satisfação na opinião nos pesquisados, mesmo que muitos não se sintam seguros ao divulgar seus dados *online*, eles assim o fazem por acreditar que terão mais chances de se destacar já que isso influencia na decisão dos recrutadores.

Desta forma, é possível afirmar que este trabalho de pesquisa alcançou seu objetivo geral ao reunir o conhecimento necessário para analisar as redes sociais que possuem funcionalidades voltadas para e-recrutamento e seleção atualmente disponíveis no mercado. Além de cumprir com os 3 (três) objetivos específicos, por meio deles este trabalho pode ser visto como um compilado das redes sociais com maior engajamento para e-recrutamento e seleção, conforme o quadro 6 (p.43), no qual o mesmo apresenta aos seus leitores: as principais funcionalidades dessas redes sociais, se é gratuito ou pago e suas vantagens e desvantagens.

O desenvolvimento de estudos sobre o tema recrutamento e seleção desencadeia reflexões sobre a forma como o mundo do trabalho oferece suas oportunidades de trabalho. Neste sentido, este trabalho exerce um papel social importante ao apresentar o e-recrutamento e seleção como prática de gestão de pessoas que seja inclusiva e socialmente acessível à população que busca uma colocação no mercado. Foi possível perceber que trata-se de uma estratégia que está permeada por várias limitações sociais, uma vez que os pesquisados apontam para limitações sobre acessibilidade de internet, acesso a equipamentos ergonomicamente mais favoráveis a um processo de busca, relativo conhecimento sobre o uso das ferramentas da internet, o que aponta para a necessidade de desenvolvimento de políticas públicas voltadas para a melhor formação das pessoas para ingresso no mercado de trabalho.

Diante das contribuições que este trabalho tem a oferecer, o mesmo ainda compreende a falta de acesso das redes sociais pelo público geral, e esse acesso se dá desde a apropriação de um bom *smarthphone* ou *notebook*, como também de uma internet de qualidade que sustente o ambiente virtual para possíveis reuniões online, nas fases de e-recrutamento e seleção.

As informações apresentadas por esta pesquisa poderão incentivar, por parte das organizações, a curiosidade em rever seus processos de recrutamento e seleção interno e externos afim de alcançar melhores desempenhos organizacionais e maior assertividade na escolha do colaborador adequado para a vaga disponível. Quanto ao usuário das redes sociais, a pesquisa apresenta um mosaico de informações sobre a

forma como o usuário se comporta e quais os seus objetivos ao acessar as redes sociais. Tais informações são importantes para as organizações que gerenciam tais redes sociais implementarem funcionalidades, melhorias e enxergarem potenciais ampliação de funcionalidades aperfeiçoando suas soluções tecnológicas e fortalecendo o seu posicionamento competitivo no mercado.

A pesquisa tem como principal limitação a falta de materiais, artigos científicos escritos, tendo em vista que a pesquisa do google acadêmico para e-recrutamento e seleção no título, teve nos últimos 5 (cinco) anos apenas 128 (cento e vinte e oito) resultados, e aproximadamente 3.270 (três mil duzentos e setenta) resultados com as palavras selecionadas em qualquer lugar do artigo, que acontecem de forma bem abrangente, com artigos tanto em outros países como para outras áreas como para a psicologia, gestão de recursos humanos, tecnologia da informação, teologia, documentos do governo, entre outros. Deste modo a pesquisa seguiu pela pesquisa Netnográfica buscando sites de confiança, páginas oficiais e fontes públicas.

Desta forma, conclui-se as redes sociais contribuem para os processos de e-recrutamento e seleção e são canais importantes para fomento do e-recrutamento e seleção por parte das organizações. Conforme o crescimento da internet e a força que ela vem conquistando no meio corporativo, sugere-se o aprofundamento deste tema para futuras pesquisas, tendo em vista que existem muitas vertentes ainda inexploradas, como a visão das empresas no e-recrutamento e seleção, suas técnicas, divulgações e entre outras, que podem trazer um aprofundamento dos processos já identificados e trazer uma atualização do sistema que vive em constante mudança, colaborando para a classe acadêmica e principalmente para a sociedade como um todo.



## REFERÊNCIAS

- ALVES, Paula. A evolução do Instagram: das fotos quadradas à era dos vídeos. **Tecnoblog**. Disponível em: <https://tecnoblog.net/especiais/paula-alves/a-evolucao-do-instagram-das-fotos-quadradas-a-era-dos-ideos/>. Acesso em: 29/03/2022.
- ANTUNES, G. NASCIMENTO, C. TOLEDO, M. CUNICO, E; **Recrutamento e Seleção**; Faculdade Sul Mineira; São Lourenço; Minas Gerais; Brasil; 2016. Disponível em: [https://www.fasul.edu.br/projetos/app/webroot/files/controle\\_eventos/ce\\_producao/20161022-110237\\_arquivo.pdf](https://www.fasul.edu.br/projetos/app/webroot/files/controle_eventos/ce_producao/20161022-110237_arquivo.pdf). Acesso em: 18/03/2022.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia Ciência filosofia e prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- ARAÚJO, S.; RAMOS, A. Recrutamento on-line: estudo da percepção de utilização da internet em empresa de consultoria de recursos humanos. **XXII Encontro Nacional de Engenharia**, p. 1-8, 2002. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30937336/ENEGEP2002\\_TR80\\_1106-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1648774379&Signature=gQStaleuDAa-j~1eFvozrSeltZiL~UMGwj0kTM7rT0KcT86aKei3waG6UxbyAGlqXNghUIJU0lvGVYO Rk5T-XobPOYk~Q439BhW-PZ94tZa-AHPtKvX14yEUKicSdoNNPaP1YZDY2a3iUTySmwww2mwXqIPRWUdUweqllqIbzIA-r1wHa2TN~8ZPk7~1I5PmPAmK2gP5Hz5MaGcnjB1z9Eg~ogM2byvhO2X-YuTUTnt2VDCb23Ajbvfwk0YKTNI-m-pi30NLFu8kLhsuFVq-FIIRk8OWKec4SL3-jKpJKWnNWNWYGvAPb1Tjynh0xuhNwzNTbZbh1C8w6mNSxHsFnQ\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30937336/ENEGEP2002_TR80_1106-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1648774379&Signature=gQStaleuDAa-j~1eFvozrSeltZiL~UMGwj0kTM7rT0KcT86aKei3waG6UxbyAGlqXNghUIJU0lvGVYO Rk5T-XobPOYk~Q439BhW-PZ94tZa-AHPtKvX14yEUKicSdoNNPaP1YZDY2a3iUTySmwww2mwXqIPRWUdUweqllqIbzIA-r1wHa2TN~8ZPk7~1I5PmPAmK2gP5Hz5MaGcnjB1z9Eg~ogM2byvhO2X-YuTUTnt2VDCb23Ajbvfwk0YKTNI-m-pi30NLFu8kLhsuFVq-FIIRk8OWKec4SL3-jKpJKWnNWNWYGvAPb1Tjynh0xuhNwzNTbZbh1C8w6mNSxHsFnQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA). Acesso em: 01/03/2022.
- As 115 melhores vantagens e desvantagens do Twitter em 2021. **Affde**. Disponível em: <https://www.affde.com/pt/advantages-and-disadvantages-of-twitter.html#:~:text=O%20Twitter%20%C3%A9%20uma%20grande,at%C3%A9%20que%20voc%C3%AA%20se%20desculpe>. Acesso em: 30/03/2022.
- BERMUDES, Wanderson Lyrio et al. Tipos de escalas utilizadas em pesquisas e suas aplicações. **Vértices, Campos dos Goytacazes**, v. 18, n. 2, p. 7-20, 2016. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62163162/Artigo\\_120200221-72298-ge8nws-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1650412977&Signature=fDhu1Y30anU8Qxp3zgWAOa0Dtk~sOOSxiGV8B2em6~K6hNXvISHcHHXPkS8pT0WuoS4rMIUkuilovIXJv7bwnJjo2YF24uPDIZXpsRgn0GEegfyCIRNHTL5dSTC4E9mCMZRMpROIzuCT7tGn0yqSMjc7anEMD~Emlq1oLDVgrXAtw2uPN8UAhOgcldpBQO9ch-6AqWEA9~9mRT-UllbcNf6d986tlrHQRKHwA6bUnqFAoBiH1Irlrsz58~SI9vJ3owun9KlbrSSKcjm-hje0ldfGgDG9p8EVe4kSyhBVm963vXePA2ulSQlyY0vMJI7S8daME~0QEFMU2uttZByMag\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62163162/Artigo_120200221-72298-ge8nws-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1650412977&Signature=fDhu1Y30anU8Qxp3zgWAOa0Dtk~sOOSxiGV8B2em6~K6hNXvISHcHHXPkS8pT0WuoS4rMIUkuilovIXJv7bwnJjo2YF24uPDIZXpsRgn0GEegfyCIRNHTL5dSTC4E9mCMZRMpROIzuCT7tGn0yqSMjc7anEMD~Emlq1oLDVgrXAtw2uPN8UAhOgcldpBQO9ch-6AqWEA9~9mRT-UllbcNf6d986tlrHQRKHwA6bUnqFAoBiH1Irlrsz58~SI9vJ3owun9KlbrSSKcjm-hje0ldfGgDG9p8EVe4kSyhBVm963vXePA2ulSQlyY0vMJI7S8daME~0QEFMU2uttZByMag_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA). Acesso em: 15/04/2022.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahor, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=nCKFFmWOnNYC&lpg=PP1&dq=a%20galaxia%20da%20internet%20castells&hl=pt->

[BR&pg=PA3#v=onepage&q=a%20galaxia%20da%20internet%20castells&f=false](#). Acesso em: 26/03/2022.

COELHO, Ana Carolina. **A importância do LinkedIn para os Headhunters e recrutadores no processo de E-recrutamento**. 2016. Dissertação de Mestrado. Universidade de Évora. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10174/19732>. Acesso em: 22/02/2022.

COELHO, Taysa. Como usar o Facebook Empregos? Recurso permite encontrar vagas e falar com empregador sem sair da rede social. **Techtudo**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/03/como-usar-o-facebook-empregos.ghtml>. Acesso em: 29/03/2022.

Como aplicar a LGPD no recrutamento e seleção: direitos do candidato. **Blog Selecty**. Disponível em: <https://blog.selecty.com.br/como-aplicar-a-lgpd-no-recrutamento-e-selecao-direitos-do-candidato/>. Acesso em: 09/04/2022.

CORREA, Aparecida Cristina de Souza; SILVA, Daiane Angélica dos Reis Siquiari. **Tipos de Recrutamento e consequências na empresa**. Novo Horizonte -SP, 2018. Disponível em: [http://fasar.edu.br/documentos/TIC/2018/Administracao/TIPOS\\_DE\\_RECRUTAMEN TO.pdf](http://fasar.edu.br/documentos/TIC/2018/Administracao/TIPOS_DE_RECRUTAMEN TO.pdf). Acesso em: 01/03/2022.

CORRÊA, Maurício de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 22, n. 49, p. 1-18, 2017.

DECENZO, David A.; ROBBINS, Stephen P.; VERHULST, Susan L. **Fundamentos da Administração de Recursos Humanos**. 11ª ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. – 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. - São Paulo: Atlas, 1999.

As 10 Redes Sociais mais usadas no Brasil em 2021. **Hostmídia**. Disponível em: <https://www.hostmidia.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/>. Acesso em: 26/03/2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Desemprego recua para 11,2% no trimestre encerrado em fevereiro**. Uberlândia Cabral: IBGE, 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33368-desemprego-recua-para-11-2-no-trimestre-encerrado-em-fevereiro>. Acesso em: 31/03/2022.

LEMES, Aline Garcia; WESCHENFELDER, Gelson Vanderlei. A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **GESTÃO CONTEMPORÂNEA: REVISTA DE NEGÓCIOS DO CESUCA-ISSN 2446-5771**, v.

2, n. 3, 2015. Disponível em:  
<https://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistaadministracao/article/view/834>. Acesso em: 27/03/2022.

LGPD no Recrutamento e Seleção: como se adequar? **Blog Sólides**. Disponível em:  
<https://blog.solides.com.br/lgpd-no-recrutamento-e-selecao/>. Acesso em: 09/04/2022.

LIMA, Aryane Santos Henriques de; RABELO, Aline Andrade. A importância do e-recrutamento e seleção online no processo organizacional. **Revista Psicologia, Diversidade e Saúde**, v. 7, n. 1, p. 139-148, 2018. Disponível em:  
<https://doi.org/10.17267/2317-3394rps.v7i1.1697>. Acesso em: 22/02/2022.

LIMA, Nádia Laguárdia de et al. As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet. **Gerais, Rev. Interinst. Psicol.**, Juiz de fora, V. 9, n. 1, p. 90-109, jun. 2016. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-82202016000100008&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-82202016000100008&lng=pt&nrm=iso) . Acesso em: 10/04/2022.

MAGALHÃES, André Lourenti. Vale a pena assinar o LinkedIn Premium? **Canaltech**. Disponível em: <https://canaltech.com.br/mercado/linkedin-premium-vale-a-pena/>. Acesso em: 29/03/2022.

Mais de 33 milhões de brasileiros não têm acesso à internet, diz pesquisa. **G1**. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/03/21/mais-de-33-milhoes-de-brasileiros-nao-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 09/04/2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 15ª ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.

MARTES, Ana Cristina Braga. **Redes sociais e empresas II**. 2005. Disponível em:  
[https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2890/P00330\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2890/P00330_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 10/04/2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28 ed. – Petrópolis RJ: Vozes, 2009.

MITTER, Gabriela Vilharquide; ORLANDINI, Jean Marcel. Recrutamento on-line/internet. **Revista de Ciências Empresariais, Maringá**, v. 2, n. 2, p. 19-34, 2005. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/199473219.pdf>. Acesso em: 22/02/2022.

MORAN, Gwen. 6 maneiras eficazes para procurar emprego no Instagram. **Fast Company Brasil**. Disponível em: <https://fastcompanybrasil.com/worklife/6-maneiras-eficazes-para-procurar-emprego-no-instagram/#:~:text=Contudo%2C%20surpreendentemente%2C%20o%20Instagram%20teve,da%20busca%20pelo%20candidato%20perfeito>. Acesso em: 29/03/2022.

NETO, Anísio de Queiroz Monteiro. SCATOLIN, Henrique Guilherme. **Recrutamento e seleção: Um contraste entre o novo e o tradicional**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 03, Vol. 12, pp. 33-48. março de 2020. ISSN: 2448-0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/psicologia/novo-e-o-tradicional>. Acesso em: 19/03/2022.

NETO, Antônio Duarte; BANDEIRA, Pablo Sthefano Roque de Souza; MACÊDO, Maria Erilúcia Cruz. Novas Ferramentas para encontrar Talentos: Recrutamento e Seleção On-Line. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, Maio/2020, vol.14, n.50, p. 964-974. ISSN: 1981-1179. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/2507>. Acesso em: 23/02/2022.

OLIVEIRA, L. S. (2005). **Gestão de pessoal: métodos e processos de recrutamento e seleção** (Trabalho de conclusão de curso). UniCEUB - Centro Universitário de Brasília. Brasília, DF, Brasil.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Universidade Federal de Goiás. Catalão–GO, 2011.

O que é o LinkedIn, para que serve e como funciona, vantagens e desvantagens? **Veja como é feito**. Disponível em: <https://vejacomofeito.com/o-que-e-o-linkedin-para-que-serve-e-como-funciona-vantagens-e-desvantagens/>. Acesso em: 29/03/2022.

OSMAN, Maddy. **Estatísticas e Fatos do LinkedIn**. Disponível em: <https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-e-fatos-do-linkedin/>. Acesso em: 29/03/2022.

PEDROSO, Rita Cipriano. **Redes sociais e recrutamento**. 2016. Tese de Doutorado. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/21634/1/TFM%20Final%20-%20Rita%20Pedroso.pdf>. Acesso em: 23/05/2022.

PELLAES, Alexandre. A adoção de ferramentas de atração e recrutamento online pelas organizações no Brasil: um estudo sobre motivações e impactos. **Brazilian Journal of Business**, v. 3, n. 4, p. 3192-3207, 2021. Disponível em: <https://brazilianjournals.com/index.php/BJB/article/view/34836/27243>. Acesso em: 22/02/2022.

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

SILVA, Andressa Cruz Pereira; DA SILVA ALBUQUERQUE, Joyce. As redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção. **Business Journal**, v. 1, n. 1, p. 18-35, 2019. Disponível em: <http://doi.org/10.6008/CBPC2674-6433.2019.001.0002>. Acesso em: 23/05/2022.

SOARES, Samara Sousa Diniz; STENGEL, Márcia. Netnografia e a pesquisa científica na internet. **Psicologia USP**, v. 32, 2021.

Sobre o Facebook. **Facebook**. Disponível em: <https://about.facebook.com/br/company-info/>. Acesso em: 29/03/2022.

Sobre os Empregos no Facebook. **Facebook**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/help/2294865670556540?id=939256796236247>. Acesso em: 29/03/2022.

Sobre o LinkedIn. **LinkedIn**. Disponível em: <https://about.linkedin.com/pt-br?lr=1>. Acesso em: 29/03/2022.

Tire todas suas dúvidas sobre o que é Twitter e comece a usá-lo na sua estratégia de marketing. **mLabs**. Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/twitter>. Acesso em: 30/03/2022.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência da informação**, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005.

Tudo sobre Facebook: o guia completo da rede social mais popular do mundo! **mLabs**. Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/facebook/>. Acesso em: 29/03/2022.

## APÊNDICES

### Pesquisa sobre E-recrutamento e Seleção

Caro aluno do ensino superior da Paraíba, convido você a participar dessa pesquisa que destina-se a análise das redes sociais que possuem funcionalidades voltadas para e-recrutamento e seleção atualmente disponíveis no mercado, e está sendo desenvolvida pela pesquisadora Juliana Gonçalves de Araújo do Curso de Graduação Bacharelado em Administração do IFPB, sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Ma. Fernanda de Araújo Nóbrega. O objetivo do estudo é, conhecer, sob a perspectiva de usuários, a sua percepção sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção.

#### \*Obrigatório

1. Solicitamos sua colaboração para responder esta pesquisa, como também sua \* autorização para apresentar publicamente os resultados deste estudo. Por ocasião da publicação dos resultados, o sigilo e privacidade dos participantes serão mantidos. Informamos que essa pesquisa não oferece riscos previsíveis para a sua saúde, por isso não lhe será fornecido nenhum tipo de indenização. Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária, sem nenhuma remuneração, e, portanto, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas. Caso decida não participar do estudo, ou resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano. A pesquisadora estará a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa. A elaboração deste termo, cumpriu com as exigências do item IV.3 da Resolução nº 466, de 12 de Dezembro de 2012. Caso necessite de maiores informações sobre o presente estudo, entrar em contato com: Juliana Gonçalves de Araújo, e-mail: [juliana.araujo@academico.ifpb.edu.br](mailto:juliana.araujo@academico.ifpb.edu.br)

*Marque todas que se aplicam.*

Li e Concordo

#### Dados sócio-demográficos do pesquisado:

2. Idade \*
  - Até 20 anos
  - 21 - 30 anos
  - 31 - 40 anos
  - 40 - 50 anos
  - Maior de 50 anos

3. Gênero que se identifica \*

- Feminino
- Masculino
- LGBTQIA+
- Prefiro não dizer

4. Estado civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Prefiro não dizer

5. Sua área / Curso de formação acadêmica \*

---

---

6. Está trabalhando e/ou estagiando atualmente? \*

- Sim
- Não

7. Você pode afirmar que domina as ferramentas básicas de softwares de \* computador (Word, Excel, Power Point, editores de imagem, etc.)?

- Não domino nenhuma das ferramentas básicas
- Domino parcialmente as ferramentas básicas
- Domino totalmente as ferramentas básicas

---

---

8. Qual o seu nível de conhecimento sobre a utilização das redes sociais \* (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn)?
- Não domino a utilização de nenhuma rede social
- Domino parcialmente a utilização de redes sociais
- Domino totalmente a utilização de redes sociais

Perspectiva de usuários sobre a utilização das redes sociais como ambientes de vivência de processos de e-recrutamento e seleção

9. Você utiliza as redes sociais \*
- Sim
- Não
10. Já participou de algum recrutamento online? \*
- Sim
- Não
11. Você já foi contratado(a) por meio de um e-recrutamento? \*
- Sim
- Não
12. Como você avalia a sua experiência no recrutamento online?
- Ruim
- Regular
- Boa
- Ótima
13. Você concorda que o processo de E-recrutamento e seleção é uma prática \* inovadora e uma vantagem competitiva para as empresas?



- Concordo
- Discordo
- Não sei opinar

14. Quais os canais de divulgação que você recorre ao procurar oportunidades de emprego/estágio? \*

- Sites de emprego
- Sine estadual ou municipal
- Anúncios em Jornais
- Redes Sociais
- Cartazes publicados
- Agências particulares de recrutamento
- Anúncios por e-mail

15. Qual rede social você utiliza para buscar oportunidades de emprego/estágio? \*

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter

16. Com que frequência você acessa as redes sociais em busca de vagas de emprego? \*

- Mais de uma vez ao dia
- Uma vez ao dia
- Uma vez por semana
- Uma vez por mês
- Não costumo pesquisar em redes sociais.

17. Dentre as redes sociais citadas abaixo, qual tem mais oportunidades de emprego/estágio na sua opinião? \*

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter

18. De acordo com sua experiência, qual o nível de satisfação ao utilizar as seguintes redes sociais para buscar oportunidades de emprego/estágio?

	Ruim	Regular	Boa	Ótima
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Qual rede social tem mais funcionalidades voltadas para o E-recrutamento, na sua opinião.

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter

20. Você se sente seguro ao expor seus dados pessoais nas redes sociais? \*

- Sim
- Não
- Não me importo

21. Você acredita que a análise do perfil do candidato nas redes sociais durante \* um processo de seleção pode influenciar positiva ou negativamente na sua contratação?

- Sim
- Não
- Isso não deveria influenciar

22. Pensando na pergunta anterior, você utiliza de alguma estratégia para destacar seu perfil nas redes sociais quando for buscar uma oportunidade de trabalho?

- Sim
- Não

23. Você pagaria para ter acesso a vantagens sobre candidaturas de vagas em alguma das redes sociais citadas? (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter)

- Sim
- Não

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

**Google** Formulários

## Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

### Trabalho de Conclusão de Curso

**Assunto:** Trabalho de Conclusão de Curso  
**Assinado por:** Juliana Araujo  
**Tipo do Documento:** Anexo  
**Situação:** Finalizado  
**Nível de Acesso:** Ostensivo (Público)  
**Tipo do Conferência:** Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Juliana Goncalves de Araujo, ALUNO (20182460024) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 12/07/2022 21:18:18.

Este documento foi armazenado no SUAP em 12/07/2022. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 569584

Código de Autenticação: 52c8064cd0

