

USO DO FACEBOOK NOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO

Christiano Nunes Leite¹
Glauber Vieira Santos²
Mariana Moura Oliveira³
Aldomar Nascimento Junior⁴

RESUMO

O presente trabalho tem como finalidade demonstrar a execução e a importância da utilização da ferramenta facebook pelos gestores no processo de recrutamento. Através de pesquisa na literatura referente ao processo de recrutamento, redes sociais na internet, facebook. Foi executada uma análise qualitativa, confrontando os dados levantados. Esses dados foram coletados através de entrevista com os responsáveis pela área de recursos humanos de duas organizações. De acordo com as informações coletadas neste estudo, foi possível destacar as principais etapas que as empresas utilizam nesse processo e as vantagens dessa ferramenta. Também foi observado que principalmente a visualização das informações disponível nos perfis dos candidatos faz com que essa ferramenta seja eficiente para que a organização tenha uma visão mais completa do perfil do candidato disponibilizando menos custo comparando com outros meios. Conclui-se que a ferramenta Facebook é uma tendência na utilização no processo de recrutamento.

Palavras-chave: Redes sociais na internet. Facebook. Recrutamento.

ABSTRACT

This paper aims to demonstrate the performance and the importance of using facebook by management tool in the process of recruitment and selection. Through research in the literature relating to the recruitment and selection process, social networking sites, facebook. A qualitative analysis, comparing the collected data was performed. These data were collected through interviews with those responsible for human resources of both organizations. According to the information collected in this study, we highlight the key steps that companies use this process and the advantages of this tool. It was also observed that especially the visualization of information available on the profiles of the candidates makes this tool is effective for the organization to have a more complete view of the candidate profile providing less cost compared to other means. We conclude that the facebook tool is a trend in use in the selection and recruitment process.

Keywords: Social networks on the internet. Facebook. Recruitment.

¹ Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

² Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

³ Graduanda do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

⁴ Orientador. Docente do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

1 INTRODUÇÃO

É possível notar a presença das redes sociais a todo o momento, e em toda a sociedade, de acordo com Tomaél (2005) a natureza humana faz com que as pessoas se juntem uma nas outras e molda a sociedade em forma de rede. Por este motivo, “as redes sociais constituem uma das estratégias subjacentes utilizadas pela sociedade para o compartilhamento da informação e do conhecimento, mediante as relações entre atores que as integram (TOMAÉL, 2005, p. 94)”. Desta forma, as redes sociais tornaram-se uma das formas de representação de relacionamentos profissionais e particulares entre pessoas, através de grupos de interesses mútuos, e quando o real e o imaginário parecem convergir, torna-se mais complexa a informação numa sociedade on-line (SHAVIRO, 2003).

Hoje um dos maiores conceitos de redes sociais está na internet, de acordo com a emergência da globalização e o crescimento desenfreado da tecnologia. Afonso (2009), sugere que com o desenvolvimento da tecnologia e a chegada da internet, surgiram novas formas de relação, comunicação e organização das atividades humanas, com destaque para as redes sociais virtuais. Um dos sites de relacionamento da época presente que está se destacando cada vez mais é o Facebook, sistema que foi criado por cinco jovens, que inovaram a imagem de rede social na internet. O Facebook possui um grande número de aplicativos e ferramentas, possibilitando que seus usuários se comuniquem e compartilhem informações com a opção de controle e privacidade (GONÇALVES, 2012).

E com todo este ambiente virtual as grandes e pequenas empresas estão aproveitando para observar, monitorar e selecionar possíveis candidatos a processos de recrutamento, levando em considerando o que expõe em suas redes sociais virtuais. Segundo Chiavenato (2010), “este é o papel do recrutamento: divulgar no mercado as oportunidades que a organização pretende oferecer para as pessoas que possuam determinadas características desejadas”, Desta forma, é necessário divulgar de maneira correta e atrativa as vagas a serem ocupadas, de acordo com o perfil do candidato que, conforme a alavancada da interatividade proporcionada pela internet está sendo exposto em suas redes sociais virtuais.

Diante de todo este conjunto, o uso das redes sociais na internet é considerado uma vasta fonte de informação para as empresas, o que passa a servir de apoio para área de recursos humanos em suas estratégias de recrutamento, o que vem a proporcionar o foco deste estudo. Com o intuito de aprimorar o processo de recrutamento, com a contribuição das redes sociais na internet, o objetivo principal desse estudo foi de analisar como as empresas através dos gestores de Recursos Humanos, utilizam as redes sociais na internet para realizar o recrutamento.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 REDES SOCIAIS

A todo o momento e em toda a sociedade é possível notar a presença dessas redes, nas quais todos têm participação direta ou indireta, sendo por vontade própria ou involuntariamente e com participação ativa nas mesmas. Não sendo necessário muito esforço para identificar as que estão inseridos no cotidiano, como, por exemplo, uma mera rede de amigos, seja ela no seu bairro, no seu trabalho, no seu local de estudo, etc. Mas para compreender o conceito “estrutura não linear, descentralizada, flexível, dinâmica, sem limites definidos e auto-organizável que se constrói por relações horizontais de cooperação” (TOMAÉL, 2005), é necessário buscar ainda mais informações.

Devido a esta abrangência de público as redes sociais são uma tecnologia da informação que as organizações estão adotando para fins diversos (KLUEMPER; ROSEN, 2009; AFONSO, 2009). A tecnologia da informação vem sendo aproveitada pelas empresas como um facilitador de iniciativas estratégicas e competitivas (SHRIVASTAVA; SHAW, 2004). Neste contexto das redes sociais os gestores de recursos humanos já podem contar com esta tecnologia para divulgar e pesquisar na internet (KLUEMPER; ROSEN, 2009).

Segundo Harvey, Kleinberg e Lehman (2006) e Marteleto (2001), as redes sociais são invenções que simbolizam “um conjunto de participantes autônomos, que partilham valores e interesses mútuos”. Já Tomaél, (2005) afirma ainda que por natureza e

instinto, o homem se agrupa em redes com seus semelhantes e acaba criando relações de interesses comuns que ao longo do tempo se fortalecem e se modificam conforme a sua trajetória.

Para Hunt, (2010) “as pessoas estão em redes sociais para se conectar e construir relacionamentos” Cavalcanti e Branco (2011) relatam que “redes são estruturas, desenhos organizacionais ou sistemas, que contem vários elementos, pessoas e entidades, [...] com alguma ligação em comum que as une”, sendo que o ingresso nessa estrutura é fator crítico e primordial para a conquista do conhecimento por meio do compartilhamento de informações dos membros desse espaço que permite a oportunidade de construir o saber a cada nova conexão. “Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; ou nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (WASSERMAN; FAUST, 1994).

2.2 REDES SOCIAIS NA INTERNET

Com a emergência da globalização, a vulgarização e o crescimento desenfreado da tecnologia, surge, também, com a virada do século, um novo conceito de redes sociais que revolucionaria as relações de tempo-espaço entre os homens. O que antes era indispensável passa a se tornar totalmente obsoleto, dando espaço a novas ferramentas, como, por exemplo, o computador que assumiu a funcionalidade da máquina de escrever (entre outras funções), possibilitando a inserção de pessoas conectadas às redes sociais na internet. As redes sociais na internet permitiram, ainda, o contato visual em tempo real sem necessidade de locomoção a grandes distâncias e conforme Schuler; Day (2003) abordam e realçam a importância e a facilidade que a internet proporciona para a difusão de ações pelo mundo. Se a internet for usada para divulgar ações que deram certo, temos a certeza que do outro lado do mundo pode-se ver detalhes do projeto que poderão ser distribuídas a outras comunidades.

De acordo Ribas e Ziviani (2008) as redes sociais virtuais ou organizações virtuais são temporárias, e seus usuários são independentes e se relacionam através da tecnologia da informação, com a intenção de compartilharem conhecimento, informações e recursos para se aperfeiçoarem cada vez mais em questões de interesses pessoais e profissionais. Segundo Machado e Tijiboy (2005) as redes sociais virtuais são canais de grande fluxo na circulação de informação, vínculos, valores e discursos sociais, que vem ampliando, delimitando e mesclando territórios.

2.3 FACEBOOK

A rede social na internet Facebook (originalmente, The Facebook) foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg enquanto ainda estudava na faculdade de Harvard. A ideia era focar em alunos que estavam saindo do secundário (High School, nos Estados Unidos) e aqueles que estavam entrando na universidade. Lançado em 2004, o Facebook é hoje um dos sistemas com maior base de usuários no mundo, na época de seu lançamento, tinha como seu maior concorrente o Orkut. (RECUERO, 2009)

A ideia inicial do Facebook era criar uma rede de contatos em um momento muito importante da vida de um jovem universitário, momento este que esta em transição da saída da escola e ingressa para a universidade, o que, nos Estados Unidos, quase sempre representa uma mudança de cidade e um aspecto novo de relações sociais. O sistema, no entanto, era focado em escolas e colégios e, para conseguir participar dele, era preciso fazer parte de alguma das instituições reconhecidas. Começou apenas disponível para os alunos de Harvard (no ano 2004), posteriormente sendo aberto para escolas secundárias (no ano 2005) (BOYD; ELLISON, 2007).

O Facebook funciona através de perfis. Em cada perfil, é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas, etc.). O sistema é visto como o mais privado dentre outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede têm acesso ao perfil uns dos outros (BOYD & ELLISON, 2007). Em Julho de 2011, o Ad Planner Top 1000 Websites (2011), que monitoriza os websites que

têm mais acessos no mundo, colocou o Facebook no primeiro lugar com 880 milhões de visitas e um alcance global de 51,3%.

2.4 PROCESSOS DE RECRUTAMENTO

O processo de recrutamento é utilizado de diferentes formas, tendo como foco principal selecionar o profissional que se encaixe da melhor maneira a vaga de uma determinada empresa. O recrutamento e a seleção são enfrentados por diversos autores como processos codependentes e diferentes entre si. O papel do recrutamento é divulgar no mercado as oportunidades que a organização quer oferecer para as pessoas que possuam determinadas características desejadas pela mesma (CHIAVENATO, 2010). Segundo Araujo e Garcia (2009) o processo de recrutamento é considerado bilateral, pois não só a empresa determina o perfil do candidato, como o candidato poderá escolher a qual empresa que tem preferência em se candidatar.

Para Castro (1995), o confronto das características pessoais com o propósito de escolher a pessoa mais apropriada para exercer determinado cargo, função ou atividade, não é privilégio dos tempos atuais. Muitas empresas não dispensam muita atenção e zelo no processo de recrutamento, depois podendo, na maioria das vezes, suportar problemas significantes no futuro da organização. Este descuido é explicado por várias maneiras, uma das mais comuns está baseada na crença de que os recursos humanos são consideráveis, sendo facilmente repostos ou atraídos (DUTRA, 1990).

2.5 RECRUTAMENTO

Segundo Chiavenato, (2008) o recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa a atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. O processo de recrutamento pode ser dividido em três tipos: Recrutamento interno, Recrutamento externo e Recrutamento misto,

seguem as características de cada um. No recrutamento interno quando há determinada vaga a empresa procura ocupar através de modificações de função de seus empregados, podendo estes serem promovidos verticalmente ou horizontalmente, ou seja, havendo mudança de função e não de remuneração ou através de promoções, onde muda a função e/ou local de trabalho e também a remuneração. Em outras palavras, no recrutamento os responsáveis pelo processo se voltam para dentro da organização, buscando aproveitar os próprios funcionários para preenchimento de vagas, como afirma Araujo e Garcia (2009).

O recrutamento externo é baseado na procura de candidatos fora da empresa, com os requisitos básicos de acordo com o perfil da vaga, o mesmo ocorre na maior parte das vezes, através de anúncios divulgados em veículos de comunicação, murais, indicações, etc. Na prática não ocorre somente recrutamento interno ou externo nas empresas, pois ambos se complementam e se completam. Isto é, a junção do recrutamento interno e externo o que faz com que ocorre o recrutamento misto, neste processo, podem ocorrer à união na seleção dos candidatos à vaga oferecida (ALMERI; MARTINS; PAULA, 2013).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Trata se de um estudo qualitativo “[...] que leva em consideração que os pontos de vista, e as práticas no campo são diferentes devido às diversas perspectivas e contextos sociais a eles relacionados [...]” (FLICK; UWE, 2009). A abordagem qualitativa, na visão de Fachin (2006, p. 81) “É caracterizada pelos seus atributos e relacionam aspectos não somente mensurados, mas também definidos descritivamente”.

No qual foi de investigar e identificar os principais motivos que levam as organizações a utilizar as redes sociais para recrutar pessoas e como é realizado este processo. Buscamos essas respostas na pesquisa explicativa que tem como objetivo principal a necessidade de foco na realidade, através da manipulação e do controle de variáveis, com a finalidade de identificar qual a variável independente ou aquela que determina

a causa da variável dependente do fenômeno em estudo para, em seguida, estudá-lo com mais ênfase. Uma pesquisa explicativa pode ser a continuação de uma pesquisa descritiva, devendo conter a identificação dos fatores que determinam tal fenômeno e estejam suficientemente descritos e detalhados (GIL, 2009).

Nos processos técnicos iremos fazer um estudo de caso, que Segundo Yin (2001) é uma das várias maneiras de elaborar uma pesquisa em ciências sociais. Testes, levantamentos, análises históricas e análise de documentos em arquivos (como em estudos de economia) são alguns exemplos de outras maneiras de se executar uma pesquisa. Cada estratégia proporciona vantagens e desvantagens próprias, estar sujeito basicamente a três condições: O tipo de assunto da pesquisa; a influência em que o pesquisador possui sobre os eventos comportamentais ativos; o foco em fenômenos históricos, em aversão a fenômenos atuais.

A entrevista Segundo Oppenheim (1992) é uma das formas de coleta de dados mais utilizada no domínio das ciências sociais como, por exemplo, os psicólogos, sociólogos, pedagogos entre outros. Alguns autores apontam a entrevista como o processo fundamental de investigação nos mais diversos campos e pode-se afirmar que parte importante do crescimento das ciências sociais nas últimas décadas foi alcançada graças à sua aplicação.

3.1 COLETAS DE DADOS

Com base em nossos estudos elaborados até o momento buscamos empresas em diferentes ramos de atividades, que utilizam como recurso o uso do Facebook para efetuar o processo de recrutamento dentro de uma organização. Nesta etapa o método utilizado no processo de coletas de dados foi através de entrevistas com os responsáveis pela área de recursos humanos de duas empresas de grande porte. A primeira empresa atua no ramo industrial, foi identificada como empresa A. A segunda empresa que atua no ramo de prestação de serviços, foi identificada como empresa B.

A princípio foi feita uma busca no facebook com intuito de identificar empresas que utilizam o facebook para divulgação de vagas, posteriormente foi feito o contato com algumas empresas através do telefone para obtermos a confirmação do uso da ferramenta, logo após tal confirmação, foram realizadas entrevistas através de formulários, enviados apenas para duas empresas por e-mail tendo como foco principal, o motivo pelo qual as organizações utilizam o facebook como ferramenta de divulgação de suas vagas e apoio nos processos de recrutamento. O formulário enviado para as empresas havia dez perguntas referentes tal processo, o objetivo, como funciona, as principais observações feitas, os critérios utilizados e a importância do uso da ferramenta.

As entrevistas conforme Oppenheim (1992) é uma das formas de coleta de dados mais utilizada no domínio das ciências sociais como, por exemplo, os psicólogos, sociólogos, pedagogos entre outros. As entrevistas foram iniciadas no mês de agosto de 2014 e finalizadas em Novembro de 2014, com base em seus resultados foi possível comparar as diferentes visões das organizações analisadas em nossa entrevista.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Seguindo a sequência do formulário aplicado a apresentação dos resultados, serão os seguintes tópicos: objetivo para a utilização da ferramenta chamada Facebook, informações divulgadas nos anúncios, informações pessoais e comportamentais avaliadas, Informações pessoais e comportamentais avaliadas, pré-avaliação do candidato, critérios para a seleção do candidato e a importância do processo de recrutamento para a empresa.

4.1 OBJETIVO PARA A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA CHAMADA FACEBOOK

Os gestores das organizações, ao serem questionados quanto ao objetivo de utilizar o Facebook nos processos de recrutamento, foram unânimes quando colocaram em

questão de como é interessante para que a empresa economize tempo e custo atingindo um grande público, pois as outras ferramentas de divulgação geram mais custos e é uma forma de realizar quase que juntos o recrutamento e seleção. Já que a empresa nessa mesma ferramenta irá avaliar o perfil do candidato com as informações disponíveis no Facebook. Satisfeitos com a utilização da ferramenta, os entrevistados comentaram sobre o seu objetivo:

A utilização do Facebook tem suma importância para a divulgação tendo como objetivo atingir o maior número de candidatos possíveis a vaga oferecida. Além de uma ampla coleta de dados referente ao candidato e o melhor de tudo é o custo, custo praticamente zero. Em nossa empresa não utilizamos somente esta ferramenta, temos também como meio de divulgação a veiculação do anúncio nos jornais de grande circulação dentro do estado, porém, este canal possui uma grande tendência a se tornar um meio ultrapassado com o avanço da tecnologia e da sociedade, por este motivo como buscamos sempre estarmos a frente, já estamos migrando para esta nova tendência (Entrevistado A).

Procurar conhecer melhor o nível de relacionamento interpessoal do candidato, observando quão popular ele pode ser além de ter um leque maior de abrangência da vaga oferecida com baixo custo de mídia (Entrevistado B).

4.2 INFORMAÇÕES DIVULGADAS NOS ANÚNCIOS

Quanto às informações disponibilizadas pelas empresas o intuito é atrair apenas candidatos que possam se encaixar na vaga que se é ofertada. Onde o próprio candidato avalia se irá enquadrar, podemos dizer que é a primeira etapa deste processo. O mesmo é retratado por Mitter e Orlandini (2005), no qual defende que esse tipo de recrutamento contribui para eliminar etapas dos sistemas de provisão de recursos humanos. Referente às informações que normalmente são divulgados nos anúncios de suas vagas, os entrevistados expressaram a necessidade de conter informações específicas conforme citado abaixo:

No anúncio em si, buscamos divulgar as informações básicas, como: cargo/ função, escolaridade/ formação, remuneração, benefícios, local de trabalho, horário a ser cumprido, pré-requisitos, experienciais, competências, etc. Buscamos sempre divulgar a vaga fazendo este filtro, porém, em nosso site os candidatos encontrarão informações mais amplas referente à vaga anunciada, colocamos sempre um link com o edital onde o candidato tem acesso a todas as etapas do processo de recrutamento (Entrevistado A).

Tipo de oportunidade de trabalho, benefícios, nível hierárquico, escolaridade exigida, dentre outras. Informações que possa atrair atenção sem ser cansativa (Entrevistado B).

4.3 INFORMAÇÕES PESSOAIS E COMPORTAMENTAIS AVALIADAS

Com as informações coletadas na entrevista, para que a empresa busque informações dos candidatos foi citado que é utilizado duas maneiras uma direta e outra indireta, no qual a direta é o preenchimento dos dados pessoais e a indireta é o acompanhamento do comportamento dos candidatos usuários do Facebook. Pois são nas redes sociais que as pessoas irão expor qual o mundo que são inseridos. As empresas que realizam o recrutamento por meio de redes sociais, além da visualização dos currículos disponíveis, rastreiam também a veracidade de acordo com as informações postadas (AFONSO, 2009). Questionados sobre as informações pessoais e comportamentais os entrevistados citaram suas definições e sua importância nesse processo:

Informações pessoais seria nome, idade, endereço, estado civil, grau de escolaridade, em alguns casos o histórico profissional e religião. As comportamentais são locais em que frequentam, hobbies, o que gosta de fazer em suas horas vagas, como se comporta de uma maneira geral nas redes sociais. Através do Facebook podemos ter um comparativo de como o futuro candidato se comporta nas redes sociais virtuais, e no seu dia a dia (Entrevistado A).

A nível pessoal pede-se idade, nível de escolaridade, estado civil, endereço. Comportamentais, tipo de opções de diversão preferida, participação em grupos de ação voluntária, etc. Com essas informações, tem-se melhores condições para traçar

um perfil do candidato a ser escolhido, tendo assim, minimizado o risco de se escolher um candidato que não vai atender as necessidades da empresa (Entrevistado B).

4.4 PRÉ-AVALIAÇÃO DO CANDIDATO

Observamos que nesta etapa é onde a empresa utiliza as informações indiretas, no qual irão avaliar o comportamento dos candidatos diante do seu meio social, pois é possível identificar se a personalidade da pessoa é compatível com a vaga oferecida ou até mesmo com os princípios da empresa contratante. Nesse sentido, “as redes sociais constituem uma das estratégias subjacentes utilizadas pela sociedade para o compartilhamento da informação e do conhecimento, mediante as relações entre pessoas que as integram (TOMAEL, 2005, p. 93). Referente a pré-avaliação do candidato, os entrevistados expressaram a maneira como é executada:

Exposição das ideias publicadas, que tipo de páginas que curte, locais onde frequenta pessoas que sabem se promover, analisar o comportamento com os amigos (Entrevistado A).

Se ele demonstra ser agressivo com colegas, se gosta muito de participar de baladas exageradas, se tem comportamento adequado diante das pessoas e sociedade. Se pode ser considerado um candidato capaz de trabalhar em equipe e com capacidade para aprender e encarar novos desafios (Entrevistado B).

4.5 CRITÉRIOS PARA A SELEÇÃO DO CANDIDATO

A partir do recrutamento utilizado com o auxílio do Facebook as empresa podem filtrar candidatos que mais se encaixem com vaga disponível, porém o contato e o diálogo ainda é processo indispensável para definir se realmente o que foi colhido nas etapas anteriores é a melhor escolha para o que a empresa procura. De acordo com a visão diferenciada dos entrevistados referente aos critérios utilizados para a seleção do candidato que concorre à vaga oferecida, os mesmos revelaram o primordial para a conquista da vaga:

A premissa básica da seleção é escolher, dentre os candidatos recrutados, aquele com maior probabilidade de êxito no desempenho da vaga em aberto. É um processo que deve permitir a comparação entre o perfil da vaga e o perfil apresentado pelos candidatos, e também a classificação daqueles que possuem as competências necessárias e diferenciais para ocupar a vaga disponível com maior probabilidade de sucesso (Entrevistado A).

Uma conversa entre o candidato e o entrevistador onde poderemos ter a certeza das primeiras impressões obtidas através do Facebook, tirar dele suas maiores qualidades e também dificuldades, conferir a postura diante de um líder, procurar saber mais sobre os seus objetivos profissionais e pessoais, saber mais sobre sua família e seus relacionamentos familiares (Entrevistado B).

4.6 IMPORTÂNCIA DO PROCESSO DE RECRUTAMENTO PARA A EMPRESA

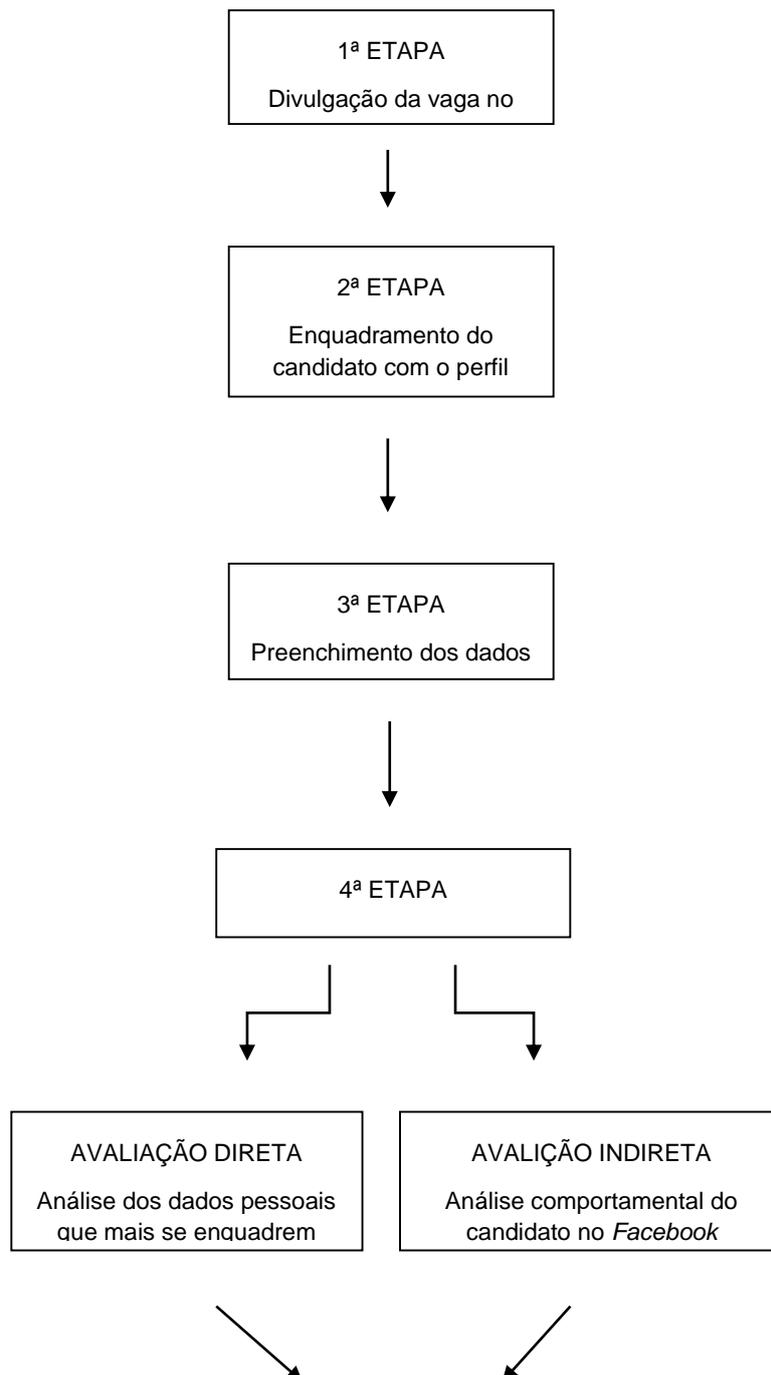
Nota-se que hoje a preocupação é muito maior com o processo de recrutamento para a contratação de funcionários, sendo visto não só pelas empresas questionadas no presente estudo, mas como no geral. Pois depois terão que arcar com problemas significantes no futuro da organização. Segundo Shrivasta e Sahaw (2004) para que o negócio da organização seja bem sucedido o departamento de recursos humanos é um setor que precisa desfrutar dos benefícios da tecnologia, portanto o uso do Facebook seria uma estratégia eficiente. Demonstrando suas opiniões sobre o processo de recrutamento, os entrevistados expressaram sobre sua importância para o desempenho da organização:

O sucesso da empresa depende muito do processo de recrutamento, afinal serão estas pessoas, que conduzirão o dia a dia da empresa, recrutamento e seleção são duas etapas distintas de um mesmo processo. Podemos dizer que recrutamento, é o procedimento que tem como objetivo atrair candidatos para vaga oferecida, já a seleção tem a finalidade de comparar os candidatos recrutados e escolher o mais qualificado para vaga em aberto (Entrevistado A).

É de suma importância para que a organização não perca tempo com todo o processo e depois ainda perca maior tempo com o treinamento deste contratado e perceba,

tardiamente, que este não foi a melhor escolha. Tudo que se perde com uma escolha errada de um candidato, demonstra falhas que certamente serão percebidas pela equipe, o que vai atrapalhar o rendimento além, de gerar prejuízos financeiros e organizacionais (Entrevistado B).

4.7 FLUXOGRAMA DA ETAPA DE RECRUTAMENTO UTILIZANDO O FACEBOOK



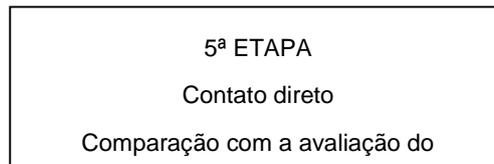


Figura 1: Etapas de recrutamento de pessoas das empresas pesquisadas.

Fonte: Desenvolvido pelos autores do presente estudo através de análise dos resultados coletados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização desse estudo, pode-se constatar que o objetivo proposto de demonstrar a execução e a importância da ferramenta Facebook na visão dos gestores de recursos humanos. Foi possível identificar que o objetivo central, de analisar como as empresas através dos gestores de Recursos Humanos utilizam o facebook para realizar o recrutamento e seleção, é de apresentar um menor custo e maior visibilidade, quanto às informações divulgadas nos anúncios tem o intuito de diminuir as etapas de seleção e a disponibilização.

Na pré-avaliação do candidato essa ferramenta se torna fundamental, pois é disponibilizado mais informações para avaliar o perfil do candidato, não só limitando a avaliação por entrevista, onde pode passar alguns critérios despercebidos e assim podendo ampliar a análise de perfil pessoal e comportamental do candidato. É evidenciado que essa ferramenta se torna importante auxílio no processo de recrutamento, contribuindo para o setor de recursos humanos das empresas, e também diminuindo o risco de contratações que possa não se encaixar com os valores da empresa ou com o cargo.

Além disso, todas as questões envolvidas nesse estudo foram respondidas. As principais etapas do processo de recrutamento puderam ser identificadas, destacando-se a utilização do Facebook. Os principais benefícios foram o baixo custo, a forma de atingir um maior público, fornecer um banco de dados para contato, abrangência e rapidez, para o recrutamento.

Apresenta-se como limitação, a não generalização dos resultados, devido ao número de empresas pesquisadas. Como estudos futuros sugerem-se a ampliação dessa pesquisa sobre as temáticas em questão, incluindo a ótica de candidatos que estejam buscando vagas de emprego, a fim de verificar se há uma preocupação com seus perfis nas redes sociais virtuais bem como se utilizam essa tecnologia para buscar essas vagas.

6 REFERÊNCIAS

AFONSO, A. S. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. 2009. 170 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

ALMERI, T. M.; MARTINS, K. R.; PAULA, D. S. P. O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **ECCOM**, v. 4, n. 8, jul./dez. 2013.

ARAÚJO, L. C. G.; GARCIA, A. A. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BOYD, D.; ELLISON, N. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), article 11, 2007.

CASTRO, J. L. **Atribuições do sistema de administração de pessoal: instrumentos e procedimentos**. Projeto Gerus Brasília: Fundação Nacional de Saúde, 1995.

CAVALCANTI, N. F. de M.; CASTELO BRANCO, G. A. L. A. A utilização das redes sociais virtuais pelos profissionais de inteligência competitiva. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 8., 2011. **Anais eletrônicos...**, 2011.

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

_____. **Recursos humanos: o capital humano nas organizações**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3.ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DUTRA, J. S. **Gestão por competências**. São Paulo: Gente, 1990.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia** 5. ed. São Paulo: Saraiva 2006.

FLICK, U. **Introdução a pesquisa qualitativa**. 3. ed. São Paulo: Artmed, 2009.

- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- GONÇALVES P. R.; V. **Facebook: rede social educativa?** Disponível em: <<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/3584/1/118.pdf>>.
- HARVEY, N.; KLEINBERG, R.; LEHMAN, A. **On the Capacity of Information**. IEEE Transactions on Information Theory, 2006.
- HUNT, T. **O poder das redes sociais**. São Paulo: Gente, 2010.
- KLUEMPER, D. H.; ROSEN, P. A. **Future employment selection methods: evaluating social networking web sites**. Journal of Managerial Psychology, v. 24, n. 6, p. 567–580, 2009.
- MACHADO, J. R.; TIJIBOY, A. V. **Redes sociais virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa**. Disponível em: <http://www.inf.ufes.br/~cvnascimento/artigos/a37_redessociaisvirtuais.pdf>.
- MARTELETO, R. M. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. Brasília: Ciência da Informação, 2014.
- MITTER, G. V.; ORLANDINI, J. M. Recrutamento on-line/internet. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**. Maringá, v. 2, n. 2 – p. 19-34, 13/jul/dez. 2005.
- OPPENHEIM, A. N. **Questionnaire design, interviewing and attitude measurement**. Londres: Pinter, 1992.
- RACUERO, R. C. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009 (Coleção Cibercultura).
- RACUERO, R. C. **Comunidades em redes sociais na internet: proposta de tipologia baseada no fotolog.com**. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/8614>>.
- RIBAS, C. S.; ZIVIANI, P. Z. **Redes de informação: novas relações sociais**. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=388&Itemid=99999999>.
- SCHULER, D.; DAY, P. **Shaping the network society: The New Role of**. The MIT Press.
- SHAVIRO, S. **Connected, or what it means to live in the network society**. Minnesota: University of Minnesota Press, 2003.
- SHRIVASTAVA, S.; SHAW, J. B. Liberating HR through technology. **Human Resource Management**, Fall, v. 42, n. 3, p. 201 – 222, 2003.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio-ago, 2005.

YIN, K. **Estudo de caso, planejamento e métodos**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: methods and applications**. Chicago: Cambridge University Press, 1994.