



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
***CAMPUS* CERRO LARGO**
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - BACHARELADO

DIENIFER DE JESUS BELMONTE

**A PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE BACHARELADO EM
ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL *CAMPUS*
CERRO LARGO EM RELAÇÃO AO USO DAS REDES SOCIAIS NÃO
PROFISSIONAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO**

CERRO LARGO

2017

DIENIFER DE JESUS BELMONTE

**A PERCEÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE BACHARELADO EM
ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL *CAMPUS*
CERRO LARGO EM RELAÇÃO AO USO DAS REDES SOCIAIS NÃO
PROFISSIONAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para aprovação na disciplina de “Trabalho de Curso” do Curso de Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul – *Campus* Cerro Largo.

Orientador: Prof. Me Rodrigo Prante Dill

CERRO LARGO

2017

PROGRAD/DBIB - Divisão de Bibliotecas

Belmonte, Dienifer De Jesus

A percepção dos acadêmicos do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul campus Cerro Largo em relação ao uso das redes sociais não profissionais no processo de recrutamento/ Dienifer De Jesus Belmonte. -- 2017.

65 f.:il.

Orientador: Rodrigo Prante Dill.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Administração, Cerro Largo, RS, 2017.

1. Recrutamento. 2. Redes Sociais Virtuais. 3. Facebook. 4. Twitter. 5. Instagram. I. Dill, Rodrigo Prante, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

DIENIFER DE JESUS BELMONTE

**A PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE BACHARELADO
EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CERRO LARGO EM RELAÇÃO AO USO DAS REDES SOCIAIS
NÃO PROFISSIONAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito pra obtenção de grau em Bacharel em Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Cerro Largo/RS.

Orientador: Prof. Me. Rodrigo Prante Dill

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:

22 / 11 / 17 .

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Rodrigo Prante Dill – Orientador



Prof.ª Dra. Dionéia Dalein



Me. Micheli dos Santos

Dedico a minha família, aos meus pais, Moacir e Elzira, que não mediram esforços para que este se concretizasse.

A minha tia Lucinéia, que esteve ao meu lado, me apoiando e dedicando seu tempo e conselhos sempre que necessários.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de estar concluindo um curso superior, como também a Universidade Federal da Fronteira Sul.

Agradeço aos colegas e amigos que conquistei ao longo da caminhada acadêmica, pela amizade e companheirismo, pela convivência, conversas e risadas, pois estas foram muitas vezes essenciais.

Agradeço aos familiares pela atenção e compreensão oferecidos, pelas palavras de apoio e incentivo.

Agradeço em especial o orientador do presente estudo, professor Mestre Rodrigo Prante Dill, como também a coordenação do curso de Administração, pelo apoio e dedicação prestados durante a elaboração deste estudo.

Enfim, meu muito obrigado a todos!

“Não diga nada online que você não fosse colocar em um enorme outdoor com a foto do seu rosto ilustrado. ”

(Autor desconhecido)

RESUMO

A presente pesquisa teve por objetivo analisar a percepção dos acadêmicos do curso de administração da UFFS *Campus* Cerro Largo quanto a utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais não profissionais em processos e recrutamento. Para isso, foram estabelecidos três objetivos específicos, identificar o comportamento dos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais Facebook, Twitter e Instagram e a intenção de usa-los como meios para ingressar no mercado de trabalho, verificar a utilização das redes sociais virtuais como forma de busca por processos de recrutamento virtual, identificar a percepção dos acadêmicos sobre as vantagens e desvantagens da utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento. Desta maneira para a coleta de dados utilizou-se uma adaptação do modelo utilizado por Cardeal (2012) em seu estudo, onde o mesmo foi adequado a pesquisa para que pudesse alcançar os objetivos. A coleta de dados deu-se de forma manual e a tabulação realizada em planilha eletrônica. Como resultados a pesquisa revela que apesar da internet ser vista como o principal meio de comunicação utilizado (80,85%) a maioria afirma não utilizar este para a busca por possíveis processos de recrutamento (80,65%). Com isso concluiu-se que como principal resultado segundo as informações coletadas tem-se que em sua maioria os acadêmicos preocupam-se em manter um bom perfil, onde os possíveis processos de recrutamento influenciam nas postagens, mantendo-as adequadas, para que estas venham a condizer com a realidade, estando adequadas a formar o perfil do acadêmico como candidato ao possível processo, pois os mesmos possuem o conhecimento de que as informações poder ser utilizadas sem nenhum aviso prévio.

Palavras-chave: Recrutamento. Redes Sociais Virtuais. Facebook. Twitter. Instagram.

ABSTRACT

The following research aimed to analyze the academics' perception of the Administration Course from UFFS Cerro Largo campus regarding to the usage of posted information on non-professional virtual social networks for processes and enrollment. Thereunto, three main goals were established: Identify academics behavior concerning the usage of Facebook, Twitter and Instagram virtual social networks and the intention of use them as a manner to join the job market. Verify the usage of virtual social networks as a search tool for virtual recruitment processes and identify the academics' perception on the advantages and disadvantages of the usage of non-professional virtual social networks' information for processes and recruitment. Therefore, as data collect, an adapted model used by Cardeal (2012) was utilize in this study to reach the main goal. The data collection was develop on a manual manner and the tabulation was carry out in spreadsheets. As results, the research reveals that although the internet is pointed as the main communication channel utilized (80,85%) the majority affirms the not usage of this mean for searching recruitment processes (80,65%). That so, it is concluded that as main result, according to the data collected, the majority of academics worry on maintaining a good profile, where possible recruitment processes induce posts, remaining them agreeable to the reality and suitable to build for the academic a profile as a possible candidate in a processes, since they are aware that those information may be utilized without previous warning.

Keywords: Recruitment. Virtual Social Networks. Facebook. Twitter. Instagram.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Vantagens e desvantagens do recrutamento online.....	21
Quadro 2- Quadro-síntese dos principais estudos consultados.....	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Vantagens na utilização das redes sociais em processos de recrutamento.....	46
Tabela 2 Desvantagens na utilização das redes sociais em processos de recrutamento.....	47
Tabela 3 Nível e concordância quanto as informações contidas nas redes sociais virtuais.....	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Proporção de respondentes por sexo.....	34
Gráfico 2 Proporções de respondentes por faixa etária.....	34
Gráfico 3 Proporções de respondentes em função do exercício de atividade remunerada.....	35
Gráfico 4 Meios de comunicação mais utilizados.....	37
Gráfico 5 Conhecimento/Utilização de sites para fins de recrutamento.....	38
Gráfico 6 Candidaturas através de redes sociais.....	39
Gráfico 7 Respostas a candidatura.....	40
Gráfico 8 Tempos de retorno a candidatura.....	40
Gráfico 9 Frequência de utilização do Facebook.....	41
Gráfico 10 Frequência de utilização do Twitter.....	42
Gráfico 11 Frequência de utilização do Instagram.....	43
Gráfico 12 Intenção de uso do Facebook para fins de recrutamento.....	44
Gráfico 13 Intenção de utilização do Twitter para fins de recrutamento.....	44
Gráfico 14 Intenção de utilização do Instagram para fins de recrutamento.....	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2	OBJETIVOS	16
1.2.1	Objetivo geral	17
1.2.2	Objetivos específicos	17
1.3	JUSTIFICATIVA	17
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1	GESTÃO DE PESSOAS	19
2.2	RECRUTAMENTO	20
2.4	REDES SOCIAIS VIRTUAIS NÃO PROFISSIONAIS	25
2.5	INFLUÊNCIAS DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NÃO PROFISSIONAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO	29
2.6	QUADRO-SÍNTESE E RESUMO DOS PRINCIPAIS ESTUDOS CONSULTADOS	30
3	METODOLOGIA	34
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	34
3.2	POPULAÇÃO DA PESQUISA	35
3.3	PLANO E INSTRUMENTO DE COLETAS DE DADOS	35
3.4	ANÁLISE DOS DADOS	36
3.5	COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA	36
4	ANÁLISES DOS RESULTADOS	38
4.1	DESCRIÇÃO DA AMOSTRA	38
4.1.1	Sexo	38
4.1.2	Faixa etária da amostra	39
4.1.3	Atividade remunerada e categoria profissional dos pesquisados	40
4.2	COMPORTAMENTO DA AMOSTRA EM RELAÇÃO AOS MECANISMOS UTILIZADOS PARA INGRESSAR NO MERCADO DE TRABALHO.....	41
4.2.1	Meios de comunicação utilizados na procura por oportunidades de emprego	41
4.2.2	Conhecimentos sobre sites para procura de oportunidades profissionais	42
4.2.3	Candidatura em processos seletivos divulgados em redes sociais	43
4.2.4	Resposta a candidatura	44

4.3	UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM PARA BUSCAR OPORTUNIDADES DE TRABALHO.....	46
4.3.1	Frequência de utilização	46
4.3.2	Intenção de utilização para fins de recrutamento	48
4.4	VANTAGENS E DESVANTAGENS DO USO DO FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM EM PROCESSOS DE RECRUTAMENTO VIRTUAL.	50
4.4.1	Impressões sobre as vantagens do processo de recrutamento online	51
4.4.2	Impressões sobre as desvantagens do processo de recrutamento online.....	51
4.5	NÍVEL DE CONCORDÂNCIA NO QUE DIZ RESPEITO A UTILIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES POSTADAS NAS REDES SOCIAIS EM PERFIS VIRTUAIS NÃO PROFISSIONAIS.....	52
5	CONCLUSÃO	53
	REFERÊNCIAS.....	58
	APÊNDICE A— Questionário	61
	APÊNDICE B - TCLE.....	58

1 INTRODUÇÃO

Recrutar pessoas pode ser classificado como o método para se atrair candidatos a vagas, além de ser uma atividade que busca ligar os cargos em aberto com aqueles que buscam uma colocação no mercado de trabalho (CORADINI; MURINI, 2009). Somado a isso Mitter; Orlandini (2005) classificam recrutamento online, ou recrutamento através da Internet como sendo útil e dinâmico nas aplicações das tecnologias de informação na gestão de pessoas.

Com isso, para que se possa extrair o máximo de benefícios na atividade profissional, é cada vez mais essencial compreender o potencial dos recursos disponíveis, e assim geri-los da melhor forma possível. No decorrer dos anos uma das ferramentas mais poderosas para auxiliar na manutenção de contatos e troca de informações são as ferramentas tecnológicas, tais como os sites e redes sociais, pois podem auxiliar a atividade profissional dos recrutadores que buscam os melhores talentos para suas organizações (MARTINS, 2014).

Silva Junior et al. (2013) observa que o uso da internet vem crescendo no Brasil e no mundo, sendo as redes sociais uma das atividades mais utilizadas. Assim, para Mata (2012) as redes sociais podem ser classificadas como uma modalidade de sites criados para criar um vínculo de amizade virtual e remoto, sendo que este sofre constante transformação dentro da internet, se adequando a realidade e a necessidade de novidades, reinventando-se a todo tempo, tendo por objetivo disseminar ideias em um contexto mundial, através do compartilhamento de dados, informações, textos, arquivos, imagens de fotos e vídeos entre outros.

Desta forma, Queiroz (2014) afirma que o conteúdo das redes sociais virtuais e as informações postadas apresentam muito sobre o perfil do candidato, sua personalidade, postura profissional, competências e aspectos comportamentais, e estas informações quando aliadas as experiências profissionais podem ser fatores positivos em processos de recrutamento. Sendo assim, o autor cita como os pontos mais pesquisados os dados pessoais, as experiências profissionais, as atividades descritas pelos candidatos como conversações e fotos, sendo que estes elementos irão definir o perfil do candidato e/ou trazer informações que não foram citadas em um currículo, mas que são vistas como complementares.

A utilização das redes sociais no processo de recrutamento é vista como uma forma adicional ao processo padrão utilizado pelas empresas para agregar pessoas, pois esta busca incrementar com informações relevantes sobre o candidato, buscando também o alocar na

melhor área para seu perfil, tornando uma questão de tempo a disseminação deste método (PARENZA et al. 2012).

Pode-se afirmar assim que as redes sociais acabam por influenciar a vida das pessoas, desta forma durante esta pesquisa foi considerado o uso de algumas das redes sociais não profissionais que podem ser utilizadas para pesquisas durante o processo de recrutamento pelas empresas sendo estas o Facebook, o Twitter e o Instaram.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

De forma geral, a internet tornou-se, cada vez mais, uma ferramenta para a expressão de diferentes opiniões, ideias, conceitos, por parte dos seus inúmeros usuários. Desta forma, a evolução tecnológica acaba por englobar não apenas usuários de caráter individual, como também, instituições, que se utilizam das ferramentas ofertadas no ambiente virtual, para a realização de diferentes atividades relacionadas com o cotidiano dessas organizações. Desse modo, Parenza et al. (2012) afirma que no decorrer dos anos, determinadas atividades organizacionais, por diferentes motivos, podendo assim relacionar-se, com a facilidade e agilidade que representam, despontaram no campo da internet, como por exemplo, o processo de avaliação e recrutamento de pessoal. O autor ainda complementa que torna-se cada vez mais frequente, o uso das redes sociais como instrumento destinado à avaliação dos candidatos, por parte das empresas, e assim, alguns destes, acabam prejudicados devido a presença de conteúdos considerados negativos, segundo os critérios estabelecidos pela concepção da própria empresa, adicionados ao seu perfil.

Nesse contexto, para compreender se os acadêmicos costumam cuidar os conteúdos postados em suas redes sociais com a finalidade de manter uma boa imagem pessoal a presente pesquisa procurou responder a seguinte questão: Qual a percepção dos acadêmicos do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da fronteira sul -UFFS campus Cerro Largo em relação ao uso das redes sociais não profissionais no processo de recrutamento?

1.2 OBJETIVOS

Nesta seção serão apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos propostos pelo estudo.

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a percepção dos acadêmicos do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS *campus* Cerro Largo, em relação ao uso das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento.

1.2.2 Objetivos específicos

a) Identificar o comportamento dos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais Facebook, Twitter e Instaram e a intenção de usa-los como meios para ingressar no mercado de trabalho.

b) Verificar a utilização das redes sociais virtuais como forma de busca por processos de recrutamento virtual.

c) Identificar a percepção dos acadêmicos sobre as vantagens e desvantagens da utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento.

1.3 JUSTIFICATIVA

Pode-se afirmar que cada vez mais a tecnologia está inserida no cotidiano das pessoas, direta ou indiretamente, afetando suas escolhas e até mesmo sua imagem pessoal e profissional, sendo assim, um fator considerável para justificar este trabalho, pois este fenômeno ocorre de maneira intensa no uso das redes sociais virtuais, pois nestes locais os usuários têm a chance de mostrar suas características psicológicas, valores, interesses, preconceitos, ambições entre outras particularidades da sua personalidade, tornando o usuário um possível candidato de processos de recrutamento (ALMERI et al., 2013), seguindo essa linha e voltado aos acadêmicos, a pesquisa buscou visualizar o quanto uma possível análise para fins de recrutamento irá interferir nos conteúdos postados, onde os resultados obtidos irão auxiliar futuras pesquisas.

Seguindo este contexto, o presente estudo tornou-se útil pois buscou a coleta de informações relevantes para as pessoas que buscam manter uma boa apresentação em suas redes sociais não profissionais, com o intuito de apresentar um bom perfil, transmitindo sua imagem de forma positiva e satisfatória para as empresas que fazem esta busca como uma forma de recrutamento.

Diante do apresentado, tornou-se relevante a realização deste trabalho para que se possa visualizar o comportamento dos acadêmicos de bacharelado em Administração no que diz respeito ao uso das redes sociais virtuais não profissionais para o processo de recrutamento, além da influência que este processo tem sobre a escolha do que será postado, visto que cada vez mais essas redes sociais buscam auxiliar a relação entre as pessoas e as empresas que realizam o recrutamento, e assim, além da visualização dos currículos disponíveis, estas também buscam identificar a veracidade de acordo com as informações postadas (GOMES, 2012).

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

Quanto a estrutura do presente trabalho está dividida em cinco capítulos. No primeiro capítulo está descrita a introdução sobre o tema do projeto, bem como, a descrição do tema e a definição do problema da pesquisa, do objetivo geral e objetivos específicos e a justificativa para a realização da pesquisa.

No segundo capítulo, foi realizada a revisão da literatura e essa está subdividida em cinco seções: a primeira apresenta o conceito de Gestão de Pessoas, a segunda apresenta o processo de Recrutamento, a terceira seção diz respeito ao recrutamento virtual, a quarta apresenta o conceito de redes sociais virtuais, e um breve conceito das que serão utilizadas nesta pesquisa, e por fim, a influência das redes sociais virtuais no processo de Recrutamento.

No terceiro capítulo, são descritos os procedimentos metodológicos que serão utilizados para a realização da pesquisa, na sequência apresentam-se o cronograma de pesquisa.

No quarto capítulo são descritos os principais resultados encontrados, atendendo aos objetivos específicos da pesquisa. Por fim, o quinto capítulo refere-se às considerações finais, sendo que neste está contido os pontos fortes da pesquisa, suas limitações e sugestões para novos estudos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordadas as temáticas mais relevantes para o entendimento do assunto abordado, sendo eles a Gestão de Pessoas, o Recrutamento, o Recrutamento Virtual, as Redes Sociais Virtuais e a influência das Redes Sociais Virtuais no processo de Recrutamento.

2.1 GESTÃO DE PESSOAS

Gil (2012); Real et al (2012) conceituam Gestão de Pessoas como sendo uma função gerencial que busca a cooperação das pessoas que atuam nas organizações para assim alcançar os objetivos tanto organizacionais quanto individuais, contudo, as pessoas precisam permanecer em constante adaptação as mudanças que ocorrem no mundo e nos ambientes, tornando-se aptas as exigências do mercado.

A Gestão de pessoas, realizada em organizações sustentadas em mercados cada vez mais competitivos, busca cada vez mais extrair o melhor de suas pessoas, tendo por objetivo, a possibilidade de oferecer melhores condições de desenvolvimento de tais indivíduos, visando o aperfeiçoamento de seus desempenhos relacionados as atividades das empresas e por consequência, levando-as a resultados considerados satisfatórios. Inserir os melhores profissionais nestas organizações é uma atividade importante, em mercados que vivenciam a adoção das tecnologias, como na atualidade, recrutar e selecionar pessoas passou a ter muitas facilidades, mas também, diferentes inquietações e desafios (GASPAR, 2016).

Cardeal (2012) divide a gestão de pessoas em quatro modelos, dividindo-o em conjuntos de parâmetros, através dos quais podem basear-se a ciência administrativa, e esta irá oferecer suporte não só na compreensão da realidade, mas também, para que se construam diretrizes e instrumentos que possam assegurar uma gestão coerente e consistente ao foco institucional. O primeiro modelo trata-se do Modelo de Gestão como Departamento Pessoal, que trata do novo panorama onde as empresas passam a lidar com um número maior de recursos tentando minimizar desperdícios sem deixar de atender as demandas crescentes de consumo da sociedade, a fim de maximizar os lucros nas operações, o pesquisador considerado como precursor deste estudo foi Frederick Winslow Taylor (1856-1915). O segundo trata-se do Modelo de Gestão com base no gerenciamento do comportamento humano, que agrega novas temáticas aos estudos gerais, pois percebeu que o recurso financeiro não isoladamente não era suficiente para manter o bom andamento das

organizações, o que acarretou na consideração aos aspectos relacionados a fatores psicológicos e sociais, pois estes mantinham influências sobre a produtividade da mão de obra, o pilar desta pesquisa está nos estudos de Elton George Mayo (1890-1949). O terceiro Modelo trata-se do estratégico de gestão de pessoas, teve seu início nos estudos de Ludwing Von Bertalanffy, que trata da Teoria Geral dos Sistemas e sua inserção aos mecanismos gerenciais, esta teoria afirma que as organizações deveriam ser enxergadas como sistemas compostos de partes que irão interagir entre si, afim de atingir objetivos organizacionais. O quarto e último modelo, diz respeito ao modelo de gestão de pessoas como vantagens competitivas, onde a organização passa a ser vista como uma parceira estratégica, onde os indivíduos deveriam ser considerados como recursos capazes de deixar as atividades dinâmicas, garantindo que estes sejam sustentáveis e competitivos, este modelo baseia-se na Teoria da Vantagem Competitiva de Michael Porter.

A gestão de pessoas abrange várias atividades, sendo essas caracterizadas como subsistemas da administração operacional de recursos humanos, são essas o recrutamento de pessoal, a descrição de cargos, o treinamento e desenvolvimento, a avaliação de desempenho, entre outros (GIL,2012).

2.2 RECRUTAMENTO

É importante atrair grupos de pessoas qualificadas e motivadas para dentro das organizações assim Milkovich; Boudreau (2012) classificam recrutamento como “o processo de identificação e atração de um grupo de candidatos, entre os quais serão escolhidos alguns para posteriormente serem contratados para o emprego”.

Para Michel (2007) o processo de recrutamento pode influenciar diretamente os resultados na gestão de pessoas, pois o processo de recrutamento, ao buscar inserir novas pessoas, cria mudanças no cotidiano das organizações. Para que se possa gerir as pessoas de forma eficiente, é de suma importância inserir pessoas adequadas a elas, encontra-se ai a principal importância do processo de recrutamento.

Rocha-Pinto *et al* (2007) classifica recrutamento como identificar, atrair e captar grupos de candidatos, dentre os quais será escolhido o que apresentar melhor conhecimento, habilidade e atitudes adequadas para a função a ser desempenhada, mas não trata-se apenas das qualificações, é também, um canal de informações e de construção da imagem organizacional, momento pelo qual os candidatos buscam informações sobre a organização e

vice-versa. Outro ponto de vista é o de Gil (2012) que apresenta pontos que devem ser levados em consideração no processo de recrutamento:

Com base na descrição da função, o selecionador define o perfil do indivíduo adequado para preenche-la. A partir daí, cabe-lhe determinar onde poderão ser encontrados os candidatos mais adequados. Passa-se, então, ao recrutamento, que consiste num processo que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. (GIL, 2012, p.93)

O recrutamento também pode ser pensado como um momento de troca, onde o candidato mostra suas competências e a organização seus principais atrativos, procurando assim atrair os candidatos mais adequados e potencialmente qualificados para suas necessidades, cabe ressaltar que nem sempre o mais capacitado é realmente o mais adequado para a posição, pois este pode sentir-se desmotivado por considerar que está desperdiçando seu conhecimento e acabar por produzir pouco e contagiar os demais (ROCHA-PINTO et al, 2007).

Para que o perfil ideal buscado, capaz de preencher a vaga existente possa ser encontrado, o recrutamento apresenta diferente etapas ao longo do processo. Dessa forma, Gomes *et al* (2012) citam como as etapas utilizadas com maior frequência: a definição do perfil da vaga; busca no cadastro da empresa e divulgação externa, como em instituições de ensino superior ou técnico, além do site da empresa, agências de recursos humanos, jornal e redes sociais. Dessa maneira, a realização dessas etapas propõe um recrutamento que melhor adequa-se às necessidades da organização, fator que se relaciona com a concepção de Michel (2007), que afirma:

O recrutamento adequado garantirá condições para uma gestão otimizada que acaba por promover mais sucesso à empresa e também economia com abstinência e rotatividade de pessoas, além de conseguir maiores resultados com pessoas mais eficientes e comprometidas com os ideais da organização (MICHEL, 2007).

O autor também ressalta que existem vários meios de recrutamento, sendo que estes dividem-se em recrutamento interno ou externo, e cada organização busca recrutar da forma mais adequada às suas necessidades, de forma que consiga economizar recursos e otimizar resultados. O recrutamento interno é constituído pelo remanejamento de funcionários dos quadros existentes na organização, caso esse não seja viável se busca o recrutamento externo para atrair os candidatos que estão fora da mesma (MICHEL, 2007).

Neste sentido, para Gil (2012); Rocha-Pinto *et al* (2007) o recrutamento interno é um ótimo meio de preenchimento de vagas, pois o indivíduo já é conhecido da organização e a

mesma já lhe é familiar, além de ser econômico e servir para demonstrar que a mesma tem o interesse em promover seus funcionários. Contudo, a mesma deve ter certeza que há candidatos que possuem as qualificações exigidas para o cargo, caso contrário este método pode ser negativo ao criar dificuldades de relacionamento por não efetivar o remanejamento, o que pode ser percebido como uma falta de estímulo ao crescimento profissional, outro fato é o desagrado de departamentos por não apoiarem seus funcionários sendo captados por outros departamentos. Desta forma, a opção pelo recrutamento externo é percebida pela maioria das organizações como uma forma de agregar valor à organização, uma vez que esta irá inserir pessoas com novas ideias e competências.

O processo de recrutamento interno está ligado a movimentação de funcionários dentro da organização, já o processo de recrutamento externo refere-se a entrada de novas pessoas que seguem os padrões por elas praticados (MILKOVICH; BOUDREAU, 2012). Chiavenato (2010) também aborda que o recrutamento interno está restrito aos funcionários da organização, enquanto o recrutamento externo explora todo o mercado de recursos humanos, para isso existem algumas técnicas para influenciar e atrair os candidatos. Sendo assim, apresenta-se como principais técnicas:

Anúncios em jornais e revistas especializadas: Anúncios destes costumam ser boas opções dependendo do cargo a ser preenchido, apesar do custo, este método apresenta uma boa visibilidade das vagas oferecidas.

Agências de recrutamento: este evita gastos de tempo e dinheiro, pois podem servir de intermediárias para a realização do recrutamento, além de possuírem grande banco de dados de candidatos qualificados.

Contatos com escolas e universidades: desenvolvimento de um contato e parceria, onde as empresas procuram nestes locais mão-de-obra para ocupar as vagas, além de promover por meio de recursos audiovisuais para propaganda institucional de suas políticas.

Cartazes ou anúncios locais visíveis: trata-se de um recurso para atrair para cargos simples, envolve baixo custo, rapidez e rendimento razoável, porém apresentam uma vida útil curta.

Recrutamento virtual: realizado através de meios eletrônicos, busca revolucionar o processo de recrutamento. Através de tal processo, os candidatos podem entrar em contato direto com empresas, sem necessitar sair de casa e verificar as vagas disponíveis, visando o imediatismo e a facilidade de interação.

Devido a sua importância, o processo de recrutamento deve ser feito de forma a adaptar-se as necessidades das organizações, sendo assim, escolher a melhor forma de se

recrutar está diretamente ligado ao sucesso do processo, entre as técnicas utilizadas no recrutamento externo, tem-se o recrutamento virtual, de forma mais específica, na utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais não profissionais nos processos de recrutamento, o qual foi usado neste estudo.

2.3 RECRUTAMENTO VIRTUAL

O recrutamento virtual, também pode ser denominado como recrutamento através da internet, este trata de designações que representam uma forma atual, útil e dinâmica de aplicar as tecnologias de informação no domínio da gestão de pessoas, dando tanto as organizações quanto aos candidatos mais um meio de incluir informações na sua apresentação (REAL et al., 2012).

As organizações utilizam as redes sociais virtuais como forma de recrutamento, valendo-se principalmente de duas formas, onde a primeira se refere à divulgação da vaga em sua página da rede social, e a segunda, as empresas fazem a busca de um perfil específico nas redes sociais para ocupar determinada vaga em sua organização (GOMES et al., 2012).

Assim como todas as formas de recrutamento, o recrutamento virtual também apresenta pontos positivos e negativos, no que diz respeito às organizações. Laimer; Giachini (2015) afirma que:

Os principais pontos positivos identificados foram a inexistência de custo, atingimento do público jovem, fornecimento de um banco de dados para contato, abrangência e rapidez, para o recrutamento; e os pontos negativos em destaque foram a expansão do nome da empresa de forma negativa, poucas informações, abrangência em excesso. (LAIMER; GIACHINI, 2015, p.31).

Para Almeri et al. (2013) como pontos positivos para um candidato usuário de redes sociais determinados comportamentos podem ser reputados como diferencial competitivo e decisivo para a conquista de uma vaga de emprego. Entre esses comportamentos o autor cita:

A preocupação em preservar a imagem pessoal nessas redes, evitando a exposição excessiva e desnecessária de informações e preferências particulares, evitando consequências indesejáveis. Em seguida e também em unanimidade está a promoção de um perfil profissional nas redes sociais virtuais. Outro indicador que torna o perfil de um candidato atrativo para as agências foi o fato de o usuário demonstrar interesse naquilo que deseja como carreira, ou seja, deve acompanhar por meio das redes sociais virtuais as notícias do segmento no qual anseia uma oportunidade e curtir perfis que divulgam vagas de emprego, assim quando visitarem seu perfil será notório sua busca pelo sucesso profissional. Ser dinâmico, mostrar boa vontade em aprender com as oscilações no cenário dos negócios (ALMERI et al, 2013, p.88)

O autor Almeri et al. (2013) ainda afirma que para se ter êxito tanto na vida profissional, quanto no âmbito pessoal é preciso que tal indivíduo, se apresente de forma flexível e adaptável as mudanças cotidianas, além de ter uma interação e convívio saudável nas redes sociais. Aliado a isso o autor classifica três principais pontos negativos:

Comentários ofensivos e os erros de ortografia são os atos que mais prejudicam os usuários das redes sociais virtuais, ficando atrás somente da exposição excessiva de informações pessoais que é considerada o principal motivo das consequências advindas da má utilização dos candidatos de um processo de R&S fazendo com que grandes oportunidades sejam desperdiçadas pelo excesso do desnecessário. Além dessa exposição demasiada outro erro cometido pelos usuários é a atitude de postar palavras torpes, conteúdo ofensivo, que demonstre tendências preconceituosas ou opiniões polêmicas que abordem temas inconvenientes, ofensas às empresas do segmento em que se espera uma oportunidade e um comportamento psicologicamente inadequado, com certeza serão fatores de peso negativo no processo de R&S, fazendo que o candidato tenha menos probabilidade de ser o contratado. (ALMERI et al., 2013, p.89)

De uma forma geral, tanto para as organizações, como para os candidatos as vantagens e desvantagens do recrutamento online são inúmeras. Nesse sentido, o quadro a seguir lista as principais vantagens e desvantagens encontradas neste método.

Quadro 1 Vantagens e desvantagens do recrutamento online.

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

Fonte: Gomes (2011) apud DE SOUZA NETO *et al* (2014 p.318).

Como exposto no quadro 1, as vantagens e desvantagens são inúmeras, somado a isso, Gaspar (2016) afirma que atualmente a utilização de informações das redes sociais nos processos de recrutamento não são divulgados aos candidatos, essa informação na divulgação das vagas acarretaria em uma mudança positiva quanto ao comportamento nas redes, por outro lado, é evidente a necessidade de mudanças no comportamento dos possíveis candidatos, principalmente no que diz respeito às redes sociais, pois as pessoas precisam compreender que as informações postadas são vistas por diversos tipos de pessoas, tornando este um local inapropriado para exposição pessoal ou íntima. Da mesma forma, um recrutador

pode acabar por traçar um perfil inadequado tendo por base essas informações, causando assim, uma consequência negativa ao candidato.

2.4 REDES SOCIAIS VIRTUAIS NÃO PROFISSIONAIS

De forma simples as redes sociais são redes de amigos e/ou conhecidos, o que acaba implicando em dizer que o homem vive em redes sociais desde que se entende como um ser social. Mas, com o surgimento da internet no século XX e com sua grande expansão principalmente a partir da década de 1990, surgem as primeiras redes sócio virtuais (REAL et al., 2012).

A tecnologia está ligada ao cotidiano das pessoas, direta ou indiretamente, o que acaba por afetar suas escolhas e até sua imagem pessoal e profissional, estando ligado assim, de forma direta as redes sociais virtuais, onde nestes locais os usuários têm a chance de mostrar suas características psicológicas, valores, interesses, preconceitos, ambições entre outras particularidades da sua personalidade (ALMERI et al., 2013). Nos ambientes das empresas, a tecnologia e as redes sociais também estão cada vez mais presentes, sendo que estas muitas vezes, acabam atuando como diferencial frente à acirrada concorrência vivenciada por essas organizações nos mercados da atualidade. Sendo assim, as organizações necessitam constantemente utilizar-se de tais ferramentas para absorver e disseminar o conhecimento adquirido em seus espaços (GASPAR, 2016).

Diante de tal configuração, o ambiente virtual apresenta às agências de emprego a possibilidade de observação, monitoração, avaliação e seleção de candidatos a possíveis processos de recrutamento e seleção, considerando o que o indivíduo, expõe em suas redes sociais virtuais. Esta avaliação por parte das agências pode ser positiva ou negativa, tudo depende do conteúdo que é apresentado, por parte do futuro candidato, em sua página pessoal; As redes sociais acabam por expor a vida privada das pessoas, mas isso acaba sendo aceito com naturalidade, muitos dos usuários de redes sociais virtuais expõem sua vida de maneira aberta e intensa, podendo ser entendida como local em que são publicados através de textos e fotografias, suas atividades diárias, contemplando conteúdos relacionados à lazer, alimentação, vida social. Num contexto mais profundo, pode-se afirmar que estes usuários consciente ou inconscientemente demonstram suas características pessoais e psicológicas, sua personalidade, seus preconceitos e suas opiniões a respeito dos mais diversos assuntos discutidos pela sociedade (ALMERI et al., 2013).

As redes sociais podem ser encaradas numa perspectiva positiva como um meio de comunicação facilitador do contato social e profissional por ajudar a aproximar as pessoas, incluindo até mesmo as que se encontram à distância. Mas vale o alerta de que esta ferramenta, apesar de seus benefícios, pode trazer alguns problemas para a vida do seu utilizador, um dos problemas mais comuns é o fato de que esta ferramenta online constituiu um grande consumidor de tempo, sendo necessário que se esteja alerta para as consequências do seu uso. É de suma importância o uso de alguns cuidados na manutenção deste tipo de sites para que não sucedam situações de excessos e/ou consequências negativas para a vida do seu utilizador, assim, uma das estratégias utilizadas para resolver este problema passa pela realização de uma “boa gestão” das postagens, sem uma exposição desnecessária (MARTINS, 2014).

Neste cenário Almeri et al. (2013) destaca que um dos maiores malefícios do excesso de exposição pessoal é a perda de oportunidades no mercado de trabalho, sendo esta a consequência que as agências observam nas páginas das redes sociais destes usuários, fazendo com que acabem por se desinteressar em convocá-los para possíveis processos de recrutamento de modo que a imagem negativa demonstrada por ele próprio faz com que seu perfil não se enquadre no que a agência procura para a vaga disponível. Somado a isso o autor, apresenta algumas características que considera adequadas ou não ao perfil:

Características do perfil adequado: Há um cuidado e preservação da imagem pessoal; Clareza, objetivo e coerência nas postagens; Promoção de um perfil profissional; Contém demonstração de interesse e boa vontade em aprender; Utilização de maneira participativa; Flexibilidade e adaptabilidade às mudanças cotidianas no conteúdo postado; Interação nas redes sociais virtuais de maneira sadia;

Características do perfil inadequado: Contém erros de digitação, concordância ou ortografia ao postar; Exposição excessiva de informações pessoais e desnecessárias; Demonstração de tendências preconceituosas e ofensivas; Denegrir a imagem das empresas em que já trabalhou; Postar informações falsas a respeito de suas intenções ou demonstrar ambiguidade nos objetivos profissionais; Demonstrar personalidade contundente em discussões polêmicas como futebol, política e religião; Demonstrar um Comportamento violento ou promíscuo no tratamento com os amigos; Fazer parte de comunidades que possam denegrir a sua imagem perante os olhares de terceiros. (ALMERI et al., 2013, p.91)

Seguindo este pensamento, os cuidados destacados por Almeri et al. (2013) acabam por nortear a utilização das redes sociais virtuais, quando estas são utilizadas com o interesse de adequar-se ao perfil desejado, pois através deste o possível candidato à vaga, estará atendendo aos requisitos impostos pelas organizações.

Estas organizações buscam identificar talentos, e a forma como os indivíduos se expressam nas redes sociais e na web em geral contribuem em muito para esta identificação, pois as pessoas têm crenças e fazem afirmações sobre o que acreditam e essas não são verdades absolutas, mas possibilitam um melhor conhecimento sobre os valores pessoais e profissionais. Além disso, há uma tendência positiva no que diz respeito às redes sociais no processo de recrutamento e seleção de candidatos, dessa forma as empresas buscam considerar estas ferramentas como um recurso importante, oportunizando resultados positivos nos processos de recrutamento e seleção, trazendo para a empresa profissionais satisfeitos e integrados com a tecnologia e contribuindo para o desenvolvimento da cultura organizacional (LAIMER; GIACHINI, 2015).

As redes sociais, com as suas facilidades e o seu alcance universal, acabam por transformar a forma de se comunicar da sociedade contemporânea, essas redes, mais do que permitir a comunicação instantânea entre os seus usuários, tem o poder de influenciar opiniões, criar e mobilizar grupos, ultrapassando os limites da internet, conseguindo desta maneira atingir até mesmo aqueles que não fazem parte dessas redes (CRISPIM, 2017).

Dentre os aspectos já citados, as redes sociais virtuais não profissionais acabam por tornar-se grandes aliadas daqueles que se apresentam através delas de forma positiva, já os usuários que não mantem um bom perfil na visão das organizações acabam prejudicados quando estas são utilizadas nos processos de recrutamento. Mas muito além de ser apenas um meio para possíveis processos de recrutamento, as redes sociais virtuais são um grande meio de interação e troca de experiências e conhecimento entre pessoas que não se comunicariam por outro meio, desta forma na sequencia esta pesquisa irá apresentar um breve contexto sobre as redes sociais virtuais não profissionais Facebook, Twitter e Instagram, que serão utilizadas para atender os objetivos da mesma.

O Facebook é considerado como umas das redes sociais mais utilizadas, pois busca oferecer uma grande diversidade de serviços e entretenimento, por meio de sua utilização, os usuários poderão cadastrar-se, publicar e compartilhar assuntos dos mais variados, encontrar e conversar com seus contatos, além de realizar chamadas de vídeos (CARDEAL, 2012). Mancini (2016) apresenta uma breve história dessa rede social virtual:

O Facebook foi fundado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, ex-estudantes da Universidade Harvard. Em 4 de fevereiro de 2004, é lançado o Facebook para os estudantes desta Universidade. Posteriormente, essa rede foi expandida ao Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), à Universidade de Boston, ao Boston College e a todas as escolas Ivy League no período de dois meses. No ano seguinte, muitas universidades individuais foram

adicionadas. Em 27 de fevereiro de 2006, essa RSI passou a aceitar também estudantes secundaristas e algumas empresas. Os usuários podiam se unir em uma ou mais redes, como um colégio, um local de trabalho ou uma região geográfica (MANCINI, 2016, p.100).

O autor ainda ressalta que muitas empresas utilizam o Facebook para divulgar sua marca, produtos, promoções, realizar publicidade, recrutar profissionais e reforçar e estreitar o relacionamento com seus clientes (MANCINI, 2016). O Facebook tem como missão “oferecer a possibilidade de uma maior partilha e proximidade entre as pessoas, para que ao aumentar o fluxo de informação, a comunicação se processe de forma mais eficaz” (GOMES, 2011, p.23). Esta rede social permite trocar vídeos, jogos e fotos, e além disso os usuários têm a possibilidade de restringir a um grupo seletivo de pessoas as informações postadas.

Na sequência o Twitter apresenta-se como uma rede de informação em tempo real, onde usuários partilham informações que consideram importantes. Cada tweet possibilita a escrita em 140 caracteres, sendo que também se podem publicar fotografias, vídeos e outros conteúdos multimídia (GOMES, 2011).

O Twitter foi criado em 2006, mas tornou-se popular em 2009, desenvolvido pelos programadores Van Williams, Jack Dorsey e Biz Stone. É uma rede social que permite que o usuário se expresse em no máximo 140 caracteres, através dos chamados de tweets, onde pode conter textos, links, fotos e imagens, permite que o usuário envie e receba atualizações, essas atualizações são exibidas no perfil de usuário e enviadas a outros seguidores em tempo real. O Twitter possui características mais simples que as demais redes sociais, o que o classifica como mídia social, mesmo termo que classifica os blogs, microblogs, sites de compartilhamento de mídia e fóruns (MANCINI, 2016; PETRY; SIMONETTO, 2013)

E por fim o Instagram, que surgiu no dia 6 de outubro de 2010, foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e Mike Krieger, a intenção principal era a reviver a nostalgia do instantâneo das velhas câmeras que revelavam as fotos no ato do disparo. Por utilizar-se da câmera, o Instagram é um aplicativo mais utilizado por aqueles que possuem aparelhos celulares. Mesmo possuindo a possibilidade de utilizar a função câmera, o Instagram é mais utilizado para o compartilhamento de imagens (PIZA, 2012)

Para se tornar um usuário do Instagram, basta cadastrar-se previamente, criando login e senha, há também a possibilidade de se optar por uma conta pública onde todos irão ver as publicações, ou privada, na qual determina, mediante solicitações de outros usuários aqueles que poderão ou não ter acesso as publicações (MARTORELL, 2016).

Por tratar-se de meios de interação, as redes sociais direta ou indiretamente acabam por influenciar nos processos de recrutamento, segundo dados da plataforma Conecta do grupo IBOPE o Facebook, o Instagram e o Twitter estão entre as cinco redes sociais mais utilizadas (CONNECTA, 2017), assim a escolha para a utilização nesta pesquisa das redes sociais apresentadas está baseada nas características das informações que as mesmas irão expor sobre seus usuários.

2.5 INFLUÊNCIAS DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NÃO PROFISSIONAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO

Os gestores de recursos humanos referem-se as redes sociais como uma nova ferramenta, ou como um facilitador e acelerador do processo de recrutamento, sendo que esta é encarada como um complemento aos outros métodos e não como substituição. Os candidatos a emprego que utilizam as redes sociais online referem-se a estas como uma ferramenta de marketing pessoal e que os põe em contato com um número elevado de empresas e ofertas de emprego (GOMES, 2011). Dessa forma, segundo Araújo (2012), pode-se dizer que:

Os principais motivos, obtidos em redes sociais, que influenciam uma empresa a contratar um candidato, são: mostrar de que o candidato é criativo, realiza trabalhos voluntários, possui habilidades de comunicação sólidas ou boas referências postadas por outros. Além disso, se o perfil do candidato causa uma impressão positiva de sua personalidade e habilidade organizacional, ou fundamenta suas qualificações profissionais e acadêmicas, as chances de contratação são maiores. Por outro lado, se um candidato posta fotos ou comentários inapropriados, conteúdo que faz apologia ao uso de drogas, bebidas alcoólicas, ao crime, ou ao sexo; faz comentários negativos sobre seus empregos anteriores, apresenta habilidades de escrita pobres, conduta preconceituosa, ou se mentiu sobre as suas qualificações, suas chances de eliminação são altas (ARAÚJO, 2012, p.3).

A tecnologia está ligada de tal forma no cotidiano das pessoas, direta ou indiretamente, o que afeta suas escolhas e até mesmo sua imagem pessoal e profissional. Essa influência ocorre de maneira mais forte no uso das redes sociais virtuais, pois nestes locais os usuários têm a chance de mostrar suas características psicológicas, valores, interesses, preconceitos, ambições entre outras particularidades da sua personalidade. Neste ambiente as agências de emprego aproveitam para observar, monitorar, avaliar e selecionar candidatos a possíveis processos de recrutamento, considerando o que este expõe em suas redes sociais virtuais (ALMERI et al., 2013).

As informações disponíveis nos sites de redes sociais afetam a imagem do candidato, de forma positiva ao mostrar as qualidades do mesmo, mas também, vários fatores podem influenciar negativamente a imagem de um talento através deste tipo de sites, como por exemplo a imagem ou apresentação inadequada (fotos pouco profissionais, etc.), a comunicação inapropriada (conteúdos inapropriados como palavrões, erros de ortografia, excesso de informação correspondente à vida pessoal, “mendigar” trabalho) e o fornecimento de informações falsas no currículo (MARTINS, 2014).

2.6 QUADRO-SÍNTESE E RESUMO DOS PRINCIPAIS ESTUDOS CONSULTADOS

O quadro-síntese abaixo diz respeito a dez estudos e seus respectivos autores e ano de publicação, sendo que os mesmos foram utilizados como principais bases na construção do referencial teórico desta pesquisa, onde estes em sua maioria foram pesquisados diretamente em um sistema de busca eletrônica de artigos científicos (Google Acadêmico), através das palavras chave “redes sociais”, “recrutamento nas redes sociais”, “recrutamento”, onde foram selecionados os que estavam de acordo com o objetivo da pesquisa. Posteriormente, um resumo com os principais pontos investigados por cada um dos pesquisadores citados.

Quadro 2 Quadro-síntese dos principais estudos consultados.

Foco dos estudos	Pesquisador (es)/ano
O comportamento dos usuários das redes sociais virtuais com base na visão das agências de emprego, uma análise das atitudes, comportamentos e atributos pessoais, com a finalidade de traçar um perfil de comportamento adequado para estes ao usarem as redes sociais virtuais.	ALMERI <i>et al.</i> , 2013
O uso da internet nos processos de recrutamento e seleção na percepção dos alunos de graduação da UFRN a respeito do uso das redes sociais e sites especializados.	CARDEAL, 2012
A percepção dos estudantes concluintes da UFRN sobre a utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento e seleção.	DE SOUZA NETO <i>et al.</i> , 2014
O estudo buscou investigar e comparar a utilização das tecnologias nos processos de Recrutamento e Seleção de pessoas em empresas, além de buscar compreender os efeitos e desafios presentes no dia a dia daqueles que trabalham neste subsistema de Recursos Humanos.	GASPAR, 2016
Análise da percepção de gestores de Recursos Humanos quanto ao uso das redes sociais virtuais para o processo de recrutamento de pessoal.	GOMES <i>et al.</i> , 2012
Preendeu compreender o fenômeno do recrutamento nas redes sociais online	GOMES, 2011
Análise do impacto das redes sociais nas organizações.	MANCINI, 2016
Explora qual a relevância que os sites de redes sociais assumem na procura de talentos por parte das organizações	MARTINS, 2014
Apresenta a maneira como o recrutamento e suas formas podem influenciar a gestão e os resultados empresariais.	MICHEL, 2007
Buscou identificar qual o grau de influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção das organizações associadas à AJESM.	REAL <i>et al.</i> , 2012

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Cardeal (2012) analisou a percepção dos acadêmicos do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) referente ao uso das redes sociais (Facebook, Twitter e LinkedIn) e sites especializados em recrutamento e seleção online (Vagas.com e Catho) para a busca por oportunidades de vagas de trabalho ou estágio, outro ponto focado no trabalho foi as vantagens e desvantagens do uso além da eficiência da utilização deste método de Recrutamento e seleção virtual. Com isso o autor concluiu que os estudantes consideram a internet um ótimo meio desse processo, mas que poucos confiam apenas nesse método.

De Souza Neto et al. (2014) entrevistaram seis estudantes concluintes, com a finalidade de compreender a percepção dos mesmos sobre a utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento e seleção. Com isso, os autores puderam afirmar que os estudantes não só tinham a consciência, mas também consideravam a prática justa, mesmo sem autorização prévia.

Almeri et al. (2013) estudaram o comportamento dos usuários das redes sociais virtuais focando na visão das agências de emprego, constituiu-se de uma pesquisa descritiva, feita através de questionário, com isso, os autores obtiveram como resultado o fato de que todas as agências entrevistadas consultam as redes sociais de candidatos, outro resultado da pesquisa trata-se do fato da construção do perfil padrão de comportamento ao usuário das redes sociais virtuais, que segundo os autores, quando seguido pode formar uma imagem profissional positiva.

Gomes et al. (2012) realizaram uma análise, partindo do ponto da percepção dos gestores de gestão de pessoas no que refere-se ao uso das redes sociais em processos de recrutamento e seleção de pessoal, objetivou-se com isso, identificar as principais fases do processo, dando destaque ao uso das redes sociais virtuais, suas vantagens e suas limitações, bem como os principais dados pesquisados.

O estudo de Real et al. (2012) analisou qual o grau de influência das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção das organizações associadas a AJESM, (Associação dos Jovens Empreendedores de Santa Maria), nessa pesquisa os autores identificaram que as redes sociais virtuais não tinham influência significativa sobre as empresas pesquisadas, e que esta pode ser melhorada enquanto ferramenta de auxílio ao processo de recrutamento e seleção.

Mancini (2016) analisou o impacto das redes sociais nas organizações, assim, com alguns resultados o autor concluiu que as redes sociais virtuais estão moldando novas relações, o que acaba por gerar novos padrões de comportamento, além de novos modelos de

negócios, apresentando-se assim como uma forma inovadora de se obter vantagens e sobrevivência perante a globalização.

Michel (2007) apresentou a forma que o recrutamento influencia a gestão de pessoas, dessa forma o autor concluiu que é evidente a diferença que as pessoas fazem dentro das organizações, e dessa forma, recrutar-las deve ser realizada de maneira adequada, evitando assim prejuízos, viabilizando o sucesso da empresa.

Gomes (2011) dividiu seu estudo em duas partes, na primeira parte é apresentado a revisão da literatura referente aos conceitos de redes sociais, recrutamento e seleção, recrutamento através das redes sociais, redes sociais online e recrutamento nas redes sociais online, na segunda parte está o estudo empírico baseado em informações obtidas através de entrevistas semiestruturadas a gestores de recursos humanos responsáveis pelo recrutamento, bem como entrevistas a candidatos a emprego por via das redes sociais online. Com esse estudo o autor concluiu que o recrutamento nas redes sociais online é um fenômeno recente, devido que nem todas as suas potencialidades estão desenvolvidas.

Em sua pesquisa Martins (2014) explorou qual a relevância das redes sociais na procura de talentos nas organizações, visto que na busca de qualidade há um aumento na busca por profissionais talentosos, apaixonados e comprometidos com o seu trabalho. Dessa forma o estudo sugere que existe uma elevada importância das redes sociais na busca por perfis mais qualificados, o Facebook caracterizou-se como o segundo site mais abordado, sendo que muitos recrutadores o rejeitam por sua característica pessoal e a natureza de suas informações. A pesquisa sugere que as redes sociais não são o método mais utilizado no momento, embora o autor considere que no futuro este será mais explorado.

Por fim, Gaspar (2016) investigou e comparou a utilização das tecnologias nos processos de Recrutamento e Seleção de pessoas nas empresas, para isso o autor aliou a pesquisa bibliográfica com a pesquisa exploratória, o que possibilitou a construção de uma discussão sobre os prós e contras no que diz respeito a utilização das tecnologias nesses processos, além de concluir que há a necessidade de novas pesquisas envolvendo essa temática.

Os estudos acima citados contribuíram com a reflexão teórica sobre o tema do recrutamento online e redes sociais, evidenciam assim a influência que a temática possui dentro das organizações, tanto do ponto de vista organizacional, com pesquisas acerca de informações de possíveis candidatos, bem como do ponto de vista dos próprios candidatos que buscam saber sobre o ambiente que irão ser inseridos. As redes sociais virtuais não profissionais por possuírem uma visão informal, acabam por dar liberdade a seus usuários,

fato este que acaba por apresentar aspectos positivos e negativos. Tais aspectos são utilizados pelos recrutadores com o intuito de montar os perfis de seus possíveis candidatos, a não divulgação da construção destes perfis acaba por ser prejudicial aos candidatos, apesar disso, a existência cada vez maior de estudos a respeito deste tema, aumenta o conhecimento das pessoas, o que vem a ser positivo, no momento que há um maior cuidado com as informações postadas na internet.

3 METODOLOGIA

Este capítulo aborda os meios que nortearam a realização da pesquisa, bem como, a apresentação e caracterização dos passos metodológicos, incluindo os participantes, o instrumento de pesquisa e coleta dos dados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Pesquisa científica significa realizar uma busca de conhecimento, estando estes apoiados em procedimentos capazes de dar confiabilidade aos resultados (MILKOVICH; BOUDREAU, 2012). Assim, quanto aos objetivos, a pesquisa caracterizou-se como descritiva, o que conforme Vergana (2000 apud Cardeal, 2012) constitui-se de expor características de uma determinada população ou determinado fenômeno, podendo também estabelecer relações entre variáveis, definindo a natureza do tema. Apesar de não ter o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, a pesquisa descritiva acaba servindo de base para que se possa encontrar uma explicação, geralmente baseada em grandes e representativas amostras, apostando no levantamento (*Survey*) como seu formato básico (VIEIRA, 2002)

Já no que diz respeito, a abordagem do problema optou-se pelo uso dos métodos quantitativos de análise dos dados. Collis e Hussey (2005 apud Cardeal, 2012) caracterizam o método quantitativo de forma que este envolve processos de coleta e análise de dados numéricos e aplicação de testes estatísticos nos dados colhidos, envolve examinar a respeito das percepções que buscam obter o entendimento das atividades sociais e humanas. Dessa forma, optou-se por esta abordagem pela viabilidade no entendimento acerca dos assuntos específicos, que se desenvolve no sentido da compreensão da percepção dos acadêmicos em relação a utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais, em possíveis processos de recrutamento.

Os dados coletados na pesquisa são do tipo primário, o que segundo Mattar (2005) trata daqueles dados que não foram anteriormente coletados, sendo estes de posse do pesquisador, sua coleta busca atender as necessidades especificadas no andamento da pesquisa. Sendo assim dados coletados de forma que venha a atender aos objetivos já definidos para que ao final possam responder aos mesmos.

3.2 POPULAÇÃO DA PESQUISA

A população da pesquisa inicialmente foi caracterizada por cento e noventa e cinco acadêmicos de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul-*Campus* Cerro Largo, que possuem matrícula ativa no curso¹. O foco nos discentes de graduação em Administração justifica-se pelo fato que, futuramente, estes irão buscar uma colocação no mercado de trabalho, o que possivelmente lhes colocará em contato com os processos de recrutamento.

No que se refere a sua população a pesquisa caracterizava-se como um censo, mas devido as dificuldades em encontrar alguns acadêmicos a mesma passa a tratar-se de uma pesquisa por conveniência, onde foram aplicados cento e cinquenta e dois questionários aos respondentes encontrados na UFFS. Os questionários foram aplicados entre os dias dois e dezoito de outubro, nas dependências da Universidade.

3.3 PLANO E INSTRUMENTO DE COLETAS DE DADOS

A fim de atender os objetivos propostos, primeiramente foram aplicados quatorze questionários de pré-teste, com acadêmicos de cursos diferentes do público alvo da pesquisa, a partir deste foram coletados dados com a finalidade de validação do instrumento de coleta de dados, sendo que este apresentou quinze questões abertas e fechadas (apêndice A) que buscaram atender aos objetivos propostos. Através da análise destes o questionário foi considerado capaz de analisar a percepção dos acadêmicos de Administração quanto a utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais não profissionais, em processos de recrutamento.

O instrumento de coleta de dados utilizado corresponde a uma adaptação do modelo utilizado por Cardeal (2012) em seu estudo. Sendo que o mesmo foi utilizado para analisar a percepção dos discentes do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), quanto ao uso da tecnologia da informação nos processos de recrutamento e seleção. Porém, para que o questionário se adequasse a pesquisa e pudesse alcançar seus objetivos foram modificadas algumas de suas indagações.

¹ Dado repassado pela Secretaria de Curso em 08/05/2017.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados coletados foi realizada de acordo com a abordagem quantitativa, analisando e interpretando os dados colhidos por meio de técnicas de estatística descritiva.

No que diz respeito a análise dos dados, com base no questionário, a presente pesquisa foi tabulada da seguinte maneira:

As questões 1 e 2, correspondem a questões de apresentação do respondente, já as questões 3 a 5 referem-se a questões ligadas as atividades remuneradas desenvolvidas ou não, sua categoria, e também uma análise do meio mais utilizado na hora de buscar novas oportunidades de trabalho. Nesse sentido, a questão 6 indaga sobre a utilização de sites para disponibilização de Curriculum ou candidatura a processos seletivos de empresas, já a questão 7 procurou saber quanto a utilização de oportunidades de emprego ofertadas nas redes sociais, caso esta possua uma resposta positiva, a próxima questão busca saber que redes sociais foram utilizadas, em sequência questionou-se quanto a obtenção ou não de retorno, bem como o tempo até este retorno.

Dessa forma, as questões 11 e 12, abordaram quanto ao uso e frequência de uso das redes sociais, como também, sobre sua intenção que estas informações façam parte de processos de recrutamento por parte das empresas. Na sequência, as questões 13 e 14, lista as atividades que são consideradas como maiores vantagens e desvantagens da utilização dessas redes sociais para processos de recrutamento.

Por fim, a questão 15, explorou o grau de concordância do respondente no que diz respeito a utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais não profissionais, sendo tal questão que irá responder o objetivo geral desta pesquisa.

Para a tabulação dos dados coletados utilizou-se do *software* Livre LibreOffice Calc, onde posteriormente foram sistematizados e analisados quantitativamente. Aplicou-se métodos de estatística descritiva, onde se dará a construção de gráficos e/ou tabelas, sendo que estas ajudam na compreensão dos resultados alcançados na pesquisa.

3.5 COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA

A resolução CNS 196 (1996) normatiza pesquisas que para a obtenção de suas informações envolvam de forma individual ou coletivamente seres humanos, de forma direta ou indiretamente, em sua totalidade ou partes. Para isso é necessário a utilização do Termo de Consentimento livre e esclarecido (TCLE), que trata-se de um consentimento do sujeito da

pesquisa e/ou de seu representante legal, livre de vícios, dependência, subordinação ou intimação (Apêndice 2). O termo de Consentimento, autorizando a participação voluntária a pesquisa sendo assinado após a explicação sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios, riscos ou incômodos que podem ocorrer no decorrer da mesma.

A presente pesquisa teve sua submissão ao CEP realizada sendo a mesma aprovada no dia 20 de setembro de 2017, com o CAAE 73001717.8.0000.5564.

4 ANÁLISES DOS RESULTADOS

Este capítulo foi desenvolvido para apresentar os resultados obtidos com a realização da pesquisa, desta forma tal encontra-se dividida em cinco sessões, sendo elas: A seção 4.1 apresenta a descrição da amostra, ou seja, dos acadêmicos de administração que responderam ao questionário, a seção 4.2 diz respeito ao comportamento dos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais Facebook, Twitter e Instagram, bem como sua intenção em usa-los como meio de ingressar no mercado de trabalho. A seção 4.3 apresenta a utilização das redes sociais virtuais como forma de busca por processos de recrutamento virtual, bem como o seu tempo de retorno, a seção 4.4 mostra a percepção dos acadêmicos sobre as vantagens e desvantagens da utilização de informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento. Por fim a seção 4.5 apresenta o nível de concordância dos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento.

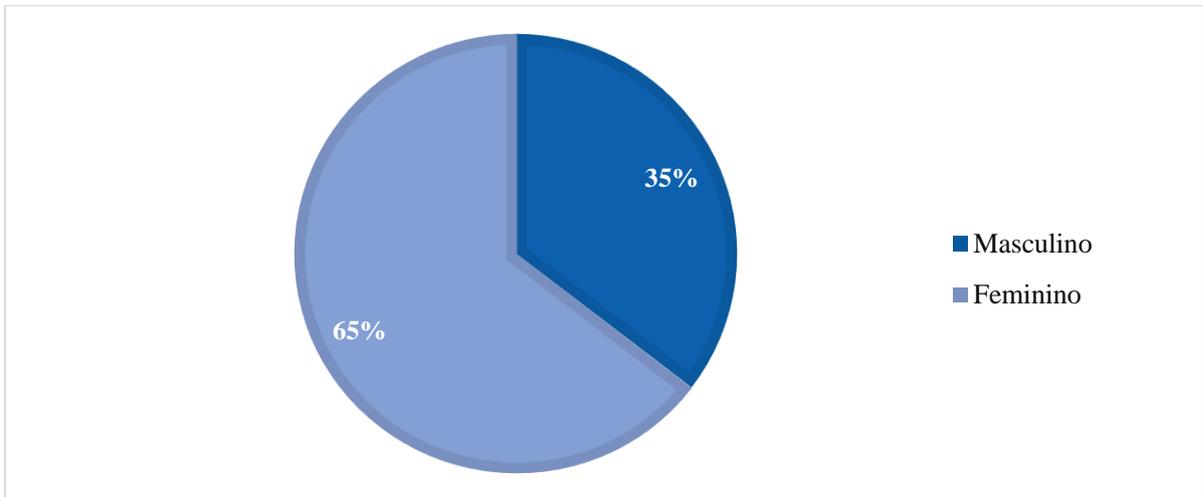
4.1 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA

Nesta seção será apresentada a descrição da amostra, ou seja, o perfil dos cento e cinquenta e dois respondentes, desta forma serão descritas informações referentes a sexo, faixa etária, exercício de atividade remunerada e a categoria de atuação profissional exercida.

4.1.1 Sexo

Quanto ao sexo a amostra em questão foi composta por 65% de integrantes do sexo feminino e 35% do sexo masculino, sendo que os mesmos estão no curso de Administração da UFFS, conforme apresentado no gráfico 1.

Gráfico 1 Proporção de respondentes por sexo



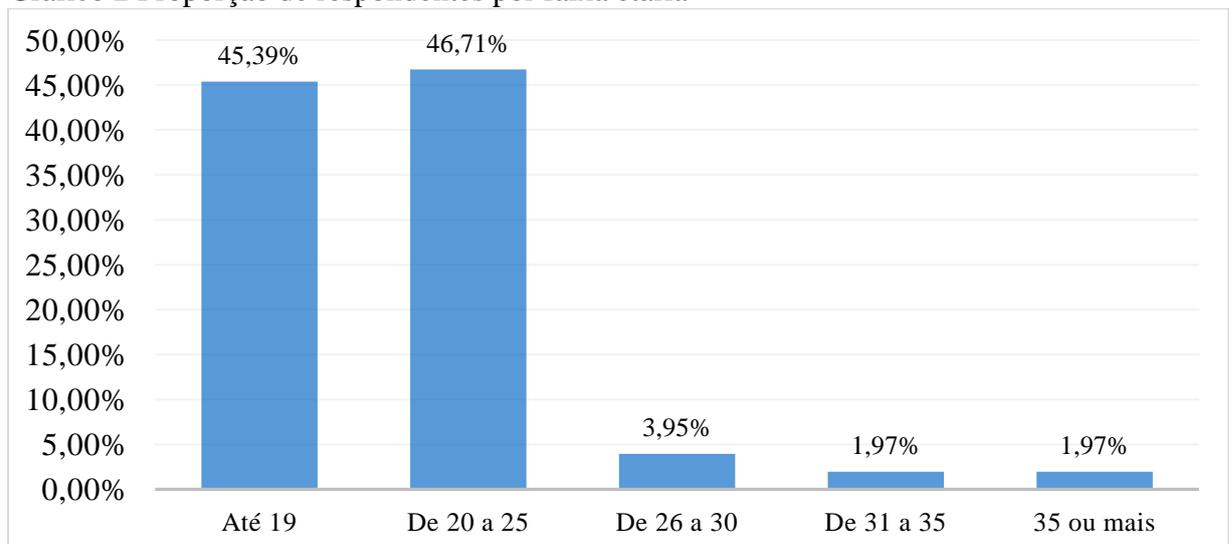
Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Ao analisar o gráfico acima percebe-se que em sua grande maioria os acadêmicos de administração respondentes dessa pesquisa caracterizam-se por mulheres.

4.1.2 Faixa etária da amostra

Para caracterizar demograficamente perguntou-se sobre faixa etária dos pesquisados, dos quais, as informações podem ser visualizadas no gráfico a seguir:

Gráfico 2 Proporção de respondentes por faixa etária



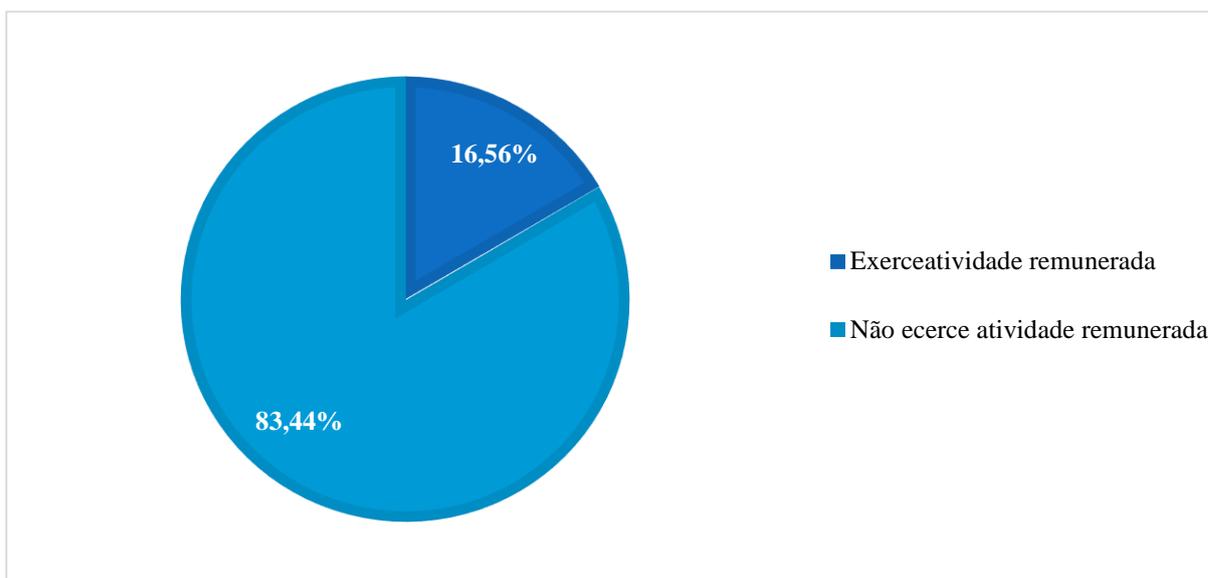
Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

No que diz respeito a faixa etária, os maiores percentuais concentraram-se nas faixas etárias de 20 a 25 anos, com 46,71%, o segundo maior índice compreende entre os que possuíam idade inferior a 19 anos, com 45,39% dos pesquisados. Por fim, o estudo contou com a colaboração de um percentual de aproximadamente 7,89% (somando-se as proporções dos grupos) de respondentes pertencentes as faixas etárias de 26 a 30, 31 a 35 e superiores a 35 anos, correspondendo respectivamente a 3,95%, 1,97% e 1,97% dos representantes da amostra (Gráfico 2).

4.1.3 Atividade remunerada e categoria profissional dos pesquisados

No que se refere ao exercício de atividade remunerada, em sua maioria a amostra pesquisada não exerce nenhuma atividade remunerada, correspondendo a um percentual de 83,44%, e apenas um percentual de 16,56% revelou estar exercendo atividades com a finalidade de obtenção de renda no momento da aplicação da pesquisa.

Gráfico 3 Proporção de respondentes em função do exercício de atividade remunerada



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Dos participantes que afirmaram realizar alguma atividade remunerada, o percentual de 10% dos respondentes estão buscando ingressar no mercado de trabalho por meio de programas de estagiário ou trainee, 5,71% atestam estar atuando de forma autônomo na busca por renda, 15,71 atestam ser colaboradores de empresas privadas.

A presente pesquisa também obteve respostas indicadas pelos pesquisados no espaço destinado a exposição de atividades que não se encaixam nas categorias indicadas no instrumento de pesquisa, somando um percentual de 7,14%, onde os mesmos informaram exercer atividades como bolsista em projetos de extensão da Universidade, empresário privado, garçom e agricultor.

Outro dado obtido demonstrou que atualmente 61,43% dos respondentes declararam atualmente não estar trabalhando.

4.2 COMPORTAMENTO DA AMOSTRA EM RELAÇÃO AOS MECANISMOS UTILIZADOS PARA INGRESSAR NO MERCADO DE TRABALHO

Neste tópico serão detalhadas as informações coletadas que dizem respeito ao comportamento dos pesquisados em relação aos mecanismos adotados para a busca de oportunidades de emprego. Primeiramente serão apresentados os meios de comunicação mais utilizados pela amostra, na sequência apresenta-se a porcentagem de respondentes que conhecem ou utilizam as redes sociais para possíveis processos de recrutamento.

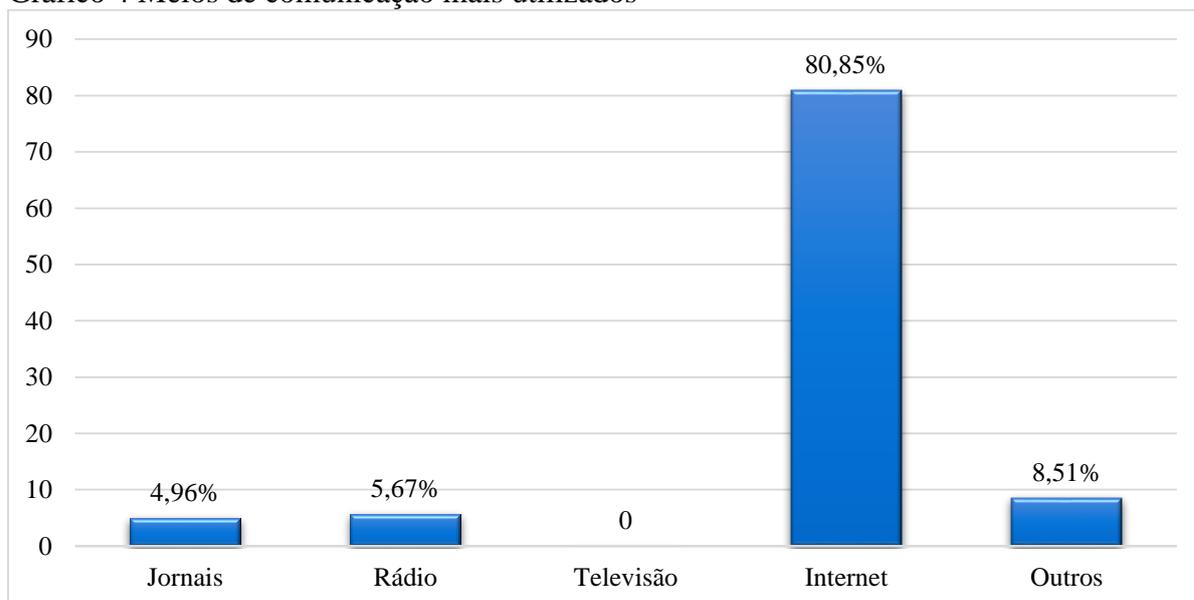
Posteriormente, serão demonstradas as porcentagens de respondentes que costumam se candidatar em vagas disponíveis em redes sociais, além disso quais as redes sociais mais utilizadas no momento de se candidatar.

Por fim, serão apresentados os resultados em relação ao recebimento ou não de respostas, bem como o tempo de espera até o recebimento desta informação.

4.2.1 Meios de comunicação utilizados na procura por oportunidades de emprego

A amostra quando questionada sobre a utilização dos meios de comunicação para buscar o ingresso no mercado de trabalho contou com algumas opções que compreendiam os meios mais utilizados para estas atividades no momento da pesquisa. Estas alternativas compreendiam consultas a jornais e revistas, acompanhamento de programas de rádio e televisão e pesquisas na internet, além destes, disponibilizou-se a opção para a indicação de outros meios que não os citados no instrumento de coleta de dados.

Gráfico 4 Meios de comunicação mais utilizados



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

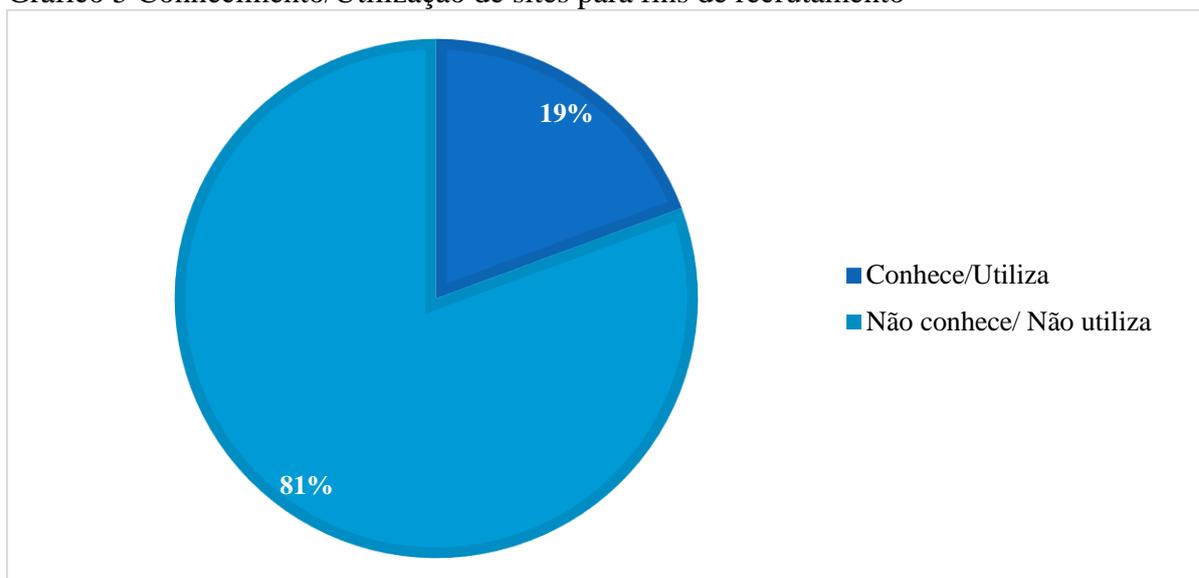
Dessa forma a Internet apresentou-se como o meio de comunicação mais utilizado pelos pesquisados no momento de procurar oportunidades de trabalho e candidatar-se a processos seletivos, somando o percentual de 80,85% dos respondentes.

O segundo maior índice diz respeito a opção outros, com 8,51% dos votos, onde neste item foram citados não meios de comunicação em si mas o contato boca a boca entre as pessoas, além da utilização de Curriculum, ou a não utilização de meios de comunicação com a finalidade de busca por processos de recrutamento. Na sequência, apresentou-se a utilização de jornais com 5,67% dos respondentes, seguido pela utilização de meios como jornais e revistas, com um percentual de 4,96%. Nenhum respondente afirmou utilizar-se da televisão para a busca por possíveis processos de recrutamento, como apresentado no gráfico 4.

4.2.2 Conhecimentos sobre sites para procura de oportunidades profissionais

Os respondentes da pesquisa foram questionados quanto a utilização de sites para a procura por oportunidades de trabalho, desta forma, obteve-se como resultado que em sua maioria os respondentes não costumam utilizar-se destes métodos, obtendo-se o percentual de 80,67% de não respondentes e de apenas 19,33% de respondentes que já se utilizaram destes meios, como apresentado no gráfico 5:

Gráfico 5 Conhecimento/Utilização de sites para fins de recrutamento



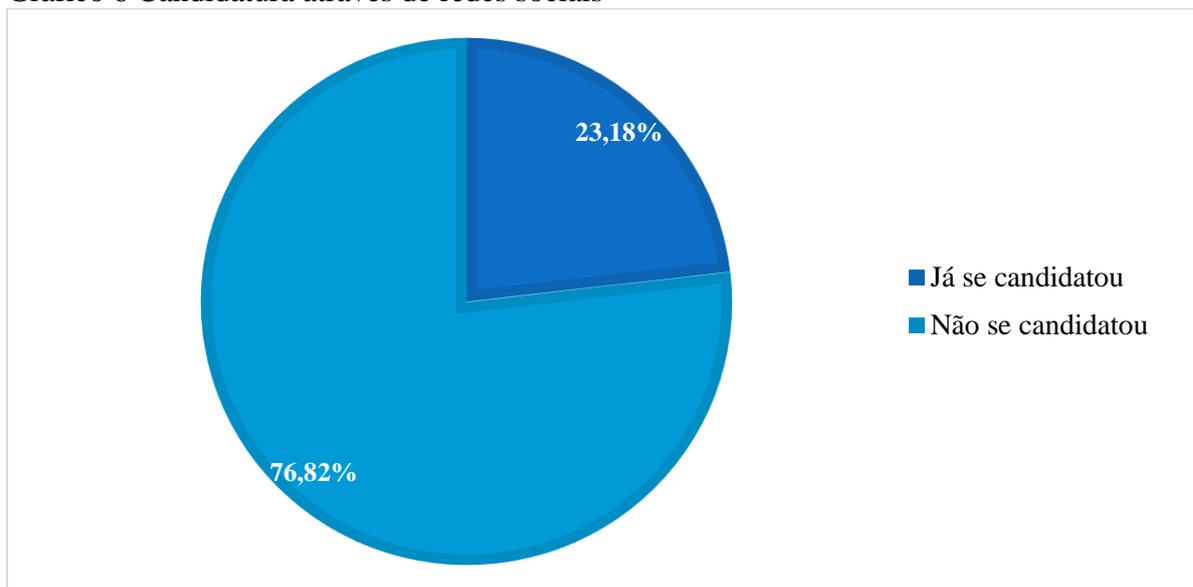
Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tomando por base os resultados obtidos nos gráficos 4 e 5, pode-se observar que os respondentes apesar de terem a internet como meio de comunicação mais utilizado, não a utilizam como um meio na busca por possíveis processos de recrutamento.

4.2.3 Candidatura em processos seletivos divulgados em redes sociais

Quando questionados quanto a candidatura em processos de recrutamento nas redes sociais em sua grande maioria (76,82%) os respondentes afirmaram nunca ter se candidatado a vagas de empregos divulgadas em redes sociais virtuais.

Gráfico 6 Candidatura através de redes sociais



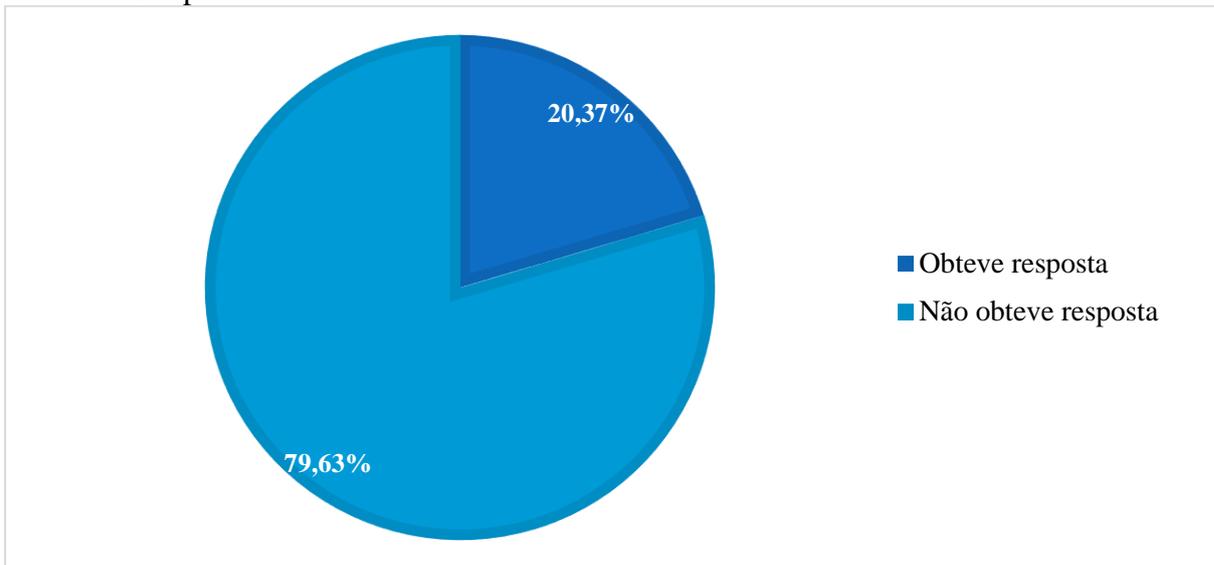
Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Como apresentado no gráfico 6 23,18% dos pesquisados responderam já ter se candidatado em vagas a processos de recrutamento em redes sociais virtuais, o que leva a indagação da questão seguinte, onde perguntou-se qual a rede social em que ocorreu esse processo, sendo que nesta questão em sua maioria foi indicado a rede social virtual Facebook como sendo a utilizada, outras redes citadas foram o LinkedIn, CIEE e o Curriculum Lattes.

4.2.4 Resposta a candidatura

No que diz respeito a obtenção de resposta da candidatura em vagas disponíveis em redes sociais, 79,63% dos respondentes afirmaram não ter recebido retorno a respeito da candidatura a vaga de recrutamento e apenas 20,37% afirmaram ter recebido algum retorno, sendo este positivo ou negativo a respeito da vaga existente.

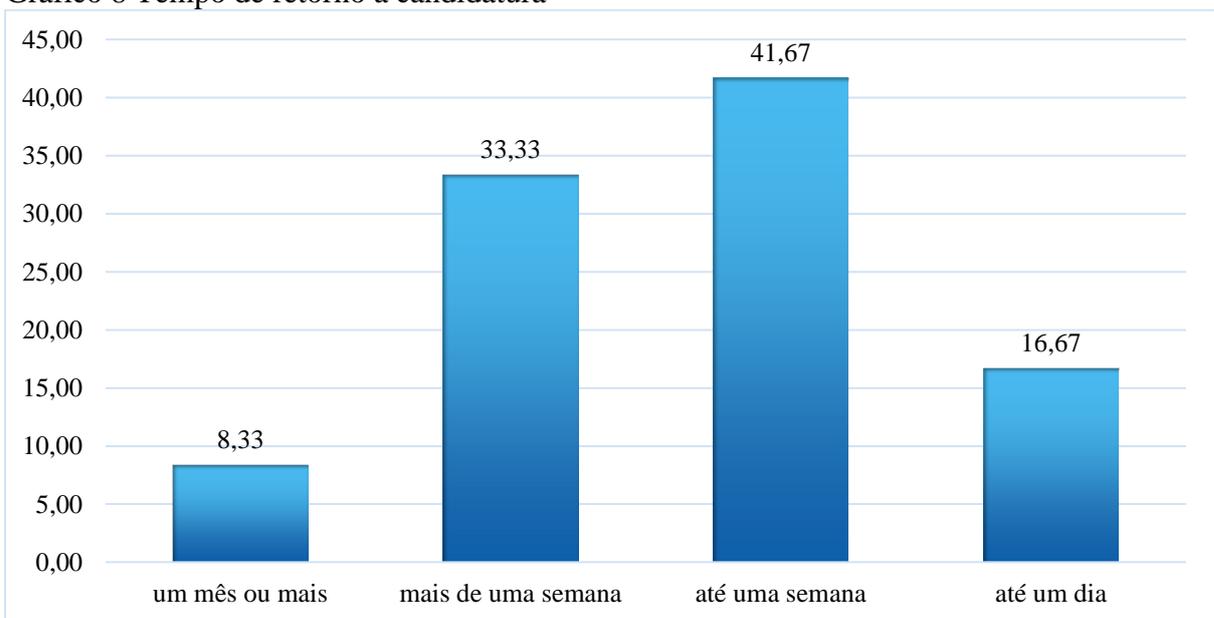
Gráfico 7 Resposta a candidatura



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

No que diz respeito ao tempo de espera até um retorno da candidatura, dos respondentes que afirmaram ter recebido retorno 41,67% afirmam ter recebido a devolutiva em até uma semana, 33,33% receberam em mais de uma semana, 16,67% em até um dia, 8,33% mencionaram o recebimento do retorno em intervalo de tempo de um mês ou mais, como exposto no gráfico 8.

Gráfico 8 Tempo de retorno a candidatura



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Percebe-se de modo geral, que em sua maioria os estudantes respondentes da pesquisa não obtiveram retorno sobre sua candidatura, o que acarreta em uma percepção negativa por parte dos mesmos sobre a credibilidade deste meio de recrutamento, em contrapartida, os respondentes que afirmaram obter resposta as obtiveram em um curto espaço de tempo.

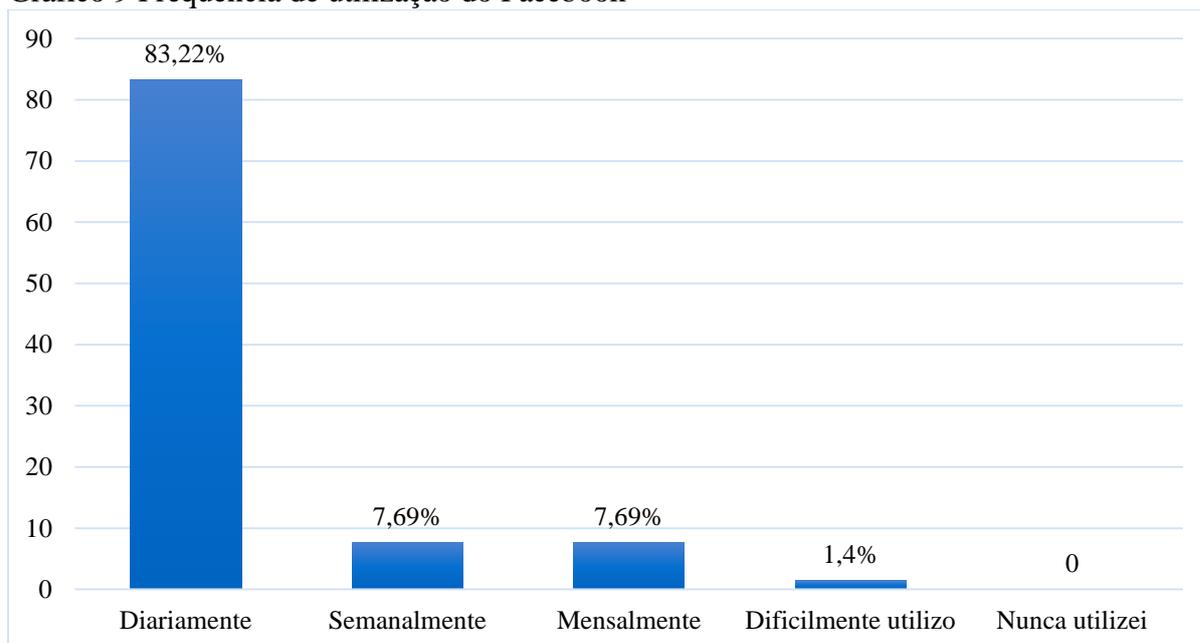
4.3 UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM PARA BUSCAR OPORTUNIDADES DE TRABALHO

Nesta sessão será apresentado qual a frequência de utilização das redes sociais virtuais não profissionais Facebook, Twitter e Instagram, bem como a intenção de que estas sejam utilizadas em processos de recrutamento.

4.3.1 Frequência de utilização

Ao ser questionado sobre a frequência de utilização do Facebook 83,22% dos respondentes afirmaram acessar a rede social diariamente, 7,69% afirmam usar esta rede semanalmente, 7,9% usa mensalmente, 1,4% dos respondentes afirmaram que dificilmente utilizam, nenhum respondente nunca utilizou esta rede social, como mostra o gráfico 9 a seguir:

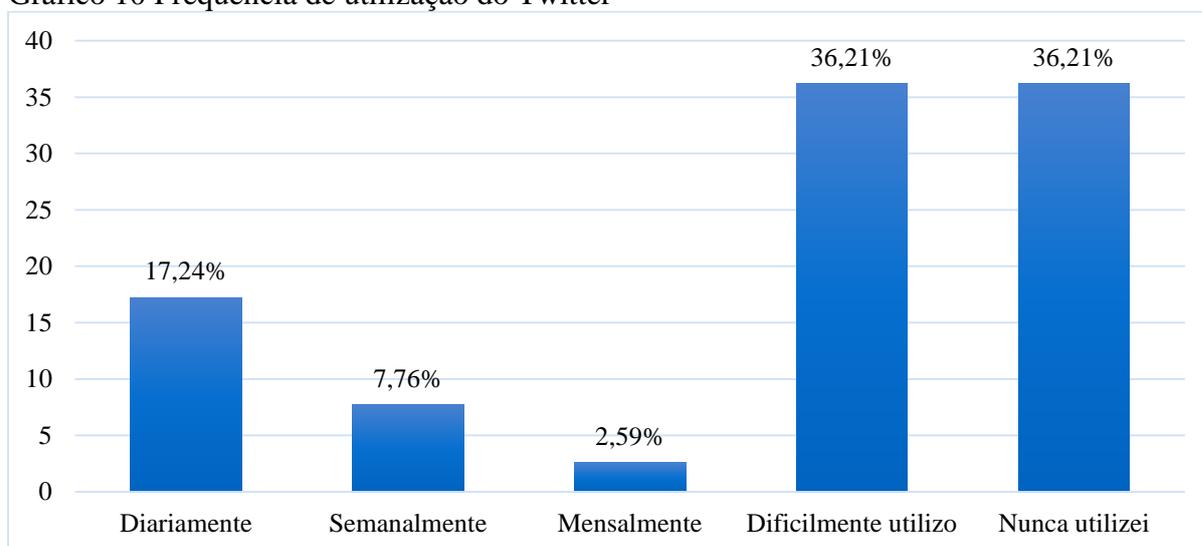
Gráfico 9 Frequência de utilização do Facebook



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Quando questionado sobre a frequência de utilização do Twitter, as maiores porcentagens indicam que em sua maioria os respondentes dificilmente utilizam (36,21%) ou nunca utilizaram esta rede social (36,21%), em contrapartida o terceiro maior índice caracteriza-se pelos respondentes que utilizam esta rede social diariamente (17,24%), seguido de 7,76% dos respondentes que afirmam usar semanalmente esta rede social virtual, o menor índice diz respeito as pessoas que utilizam mensalmente a rede social (2,59%), conforme exposto no gráfico 10.

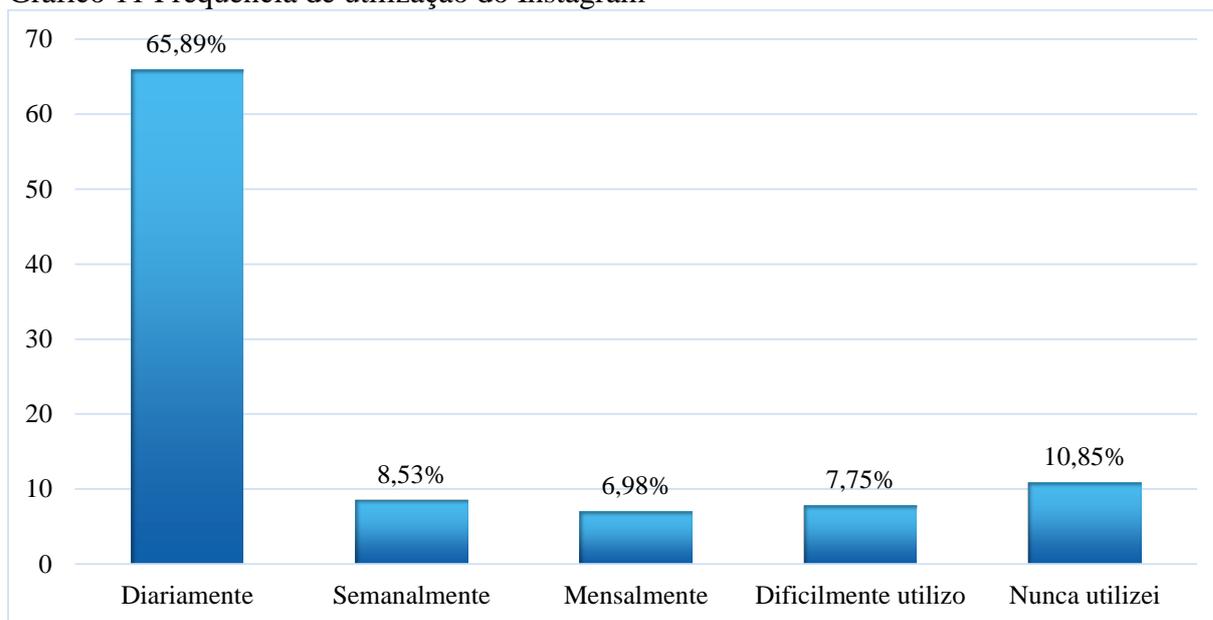
Gráfico 10 Frequência de utilização do Twitter



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Finalmente, no que diz respeito a frequência de utilização do Instagram, 65,89% dos respondentes afirmam utilizar esta rede social virtual diariamente, a segunda maior porcentagem diz respeito aos respondentes que afirmam nunca ter utilizado a rede (10,85%), já 8,53% dos respondentes afirmam usar semanalmente, na sequência 7,75% afirmam usar mensalmente, o menor índice diz respeito aos que afirmam dificilmente utilizar o Instagram (6,68%), conforme o gráfico 11.

Gráfico 11 Frequência de utilização do Instagram



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

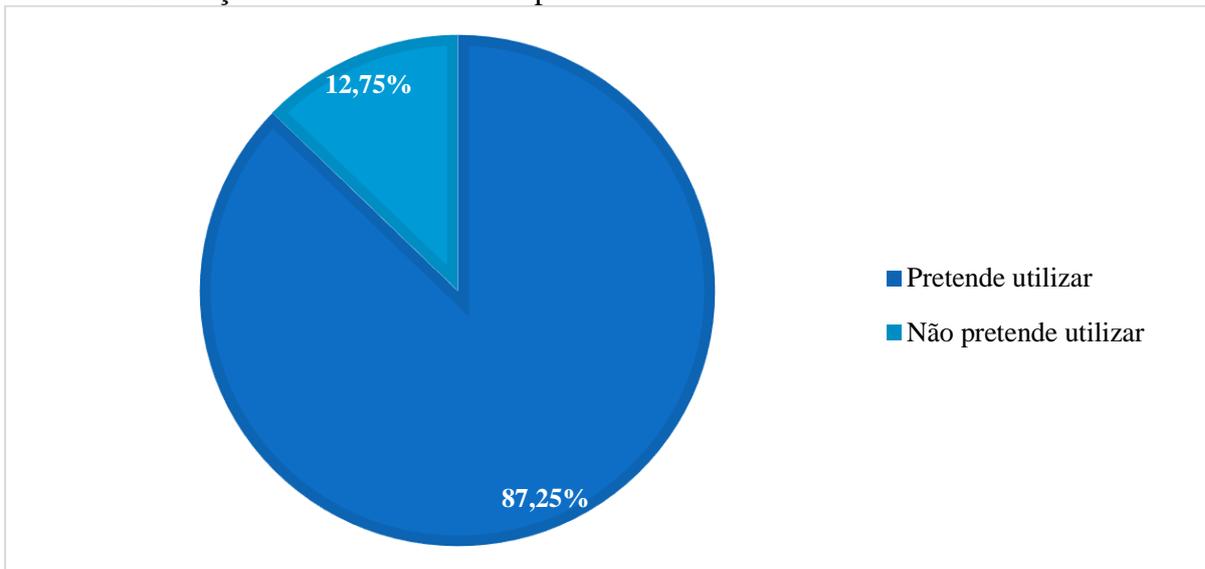
Ao analisar as informações destacadas pode-se dizer que a rede mais utilizada pelos respondentes é a rede intitulada Facebook, com o índice de 100% dos respondentes utilizando esta rede social virtual (soma dos respondentes que afirmaram utilizar diariamente, semanalmente, mensalmente, e dificilmente utilizam).

A segunda rede social virtual mais utilizada foi o Instagram com 89,15% dos respondentes afirmando utiliza-la. Desta forma, a rede social menos utilizada foi o Twitter, com um percentual de respondentes de 68,8% afirmando de alguma forma utilizar-se da mesma.

4.3.2 Intenção de utilização para fins de recrutamento

Quanto as intenções do uso das redes sociais virtuais para fins de processos de recrutamento, o interesse em continuar a usar o Facebook para aumentar seu leque de possibilidades profissionais e procurar por novas oportunidades divulgadas neste ambiente é de 87,25% dos pesquisados, onde apenas 12,75% se opõem a esta ideia, afirmando não ter interesse em que seu perfil seja utilizado para este fim (gráfico 12).

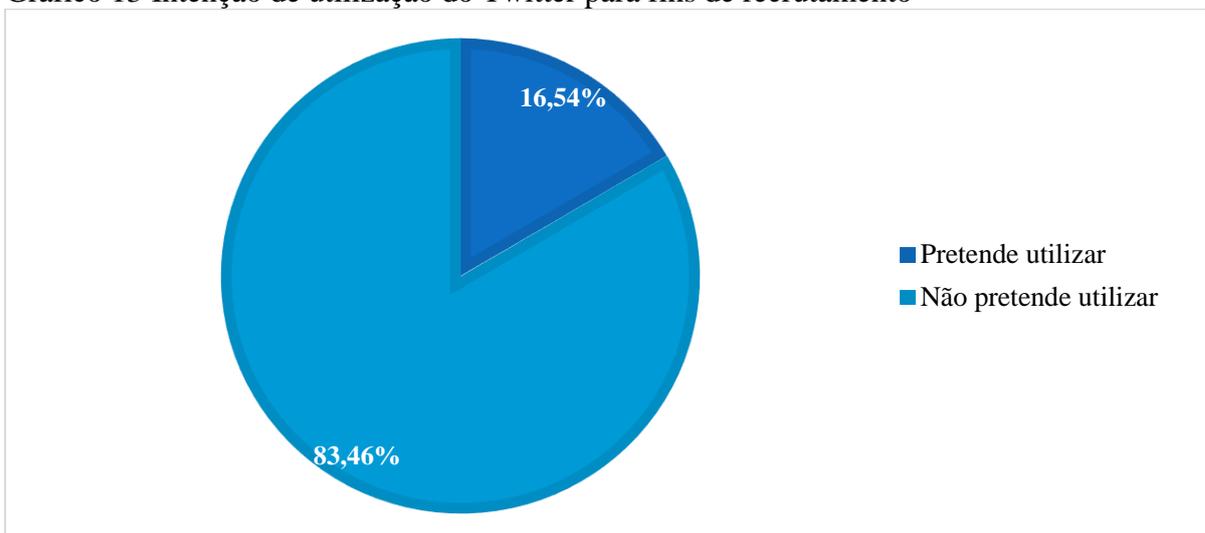
Gráfico 12 Intenção de uso do Facebook para fins de recrutamento



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Ao ser questionada a respeito do uso do Twitter 83,46% da amostra afirma não ter interesse em utilizar suas informações ali postadas para possíveis processos de recrutamento, em contrapartida apenas 16,54% dos respondentes afirmam interesse em que essas informações façam parte de processos de recrutamento (gráfico 13).

Gráfico 13 Intenção de utilização do Twitter para fins de recrutamento

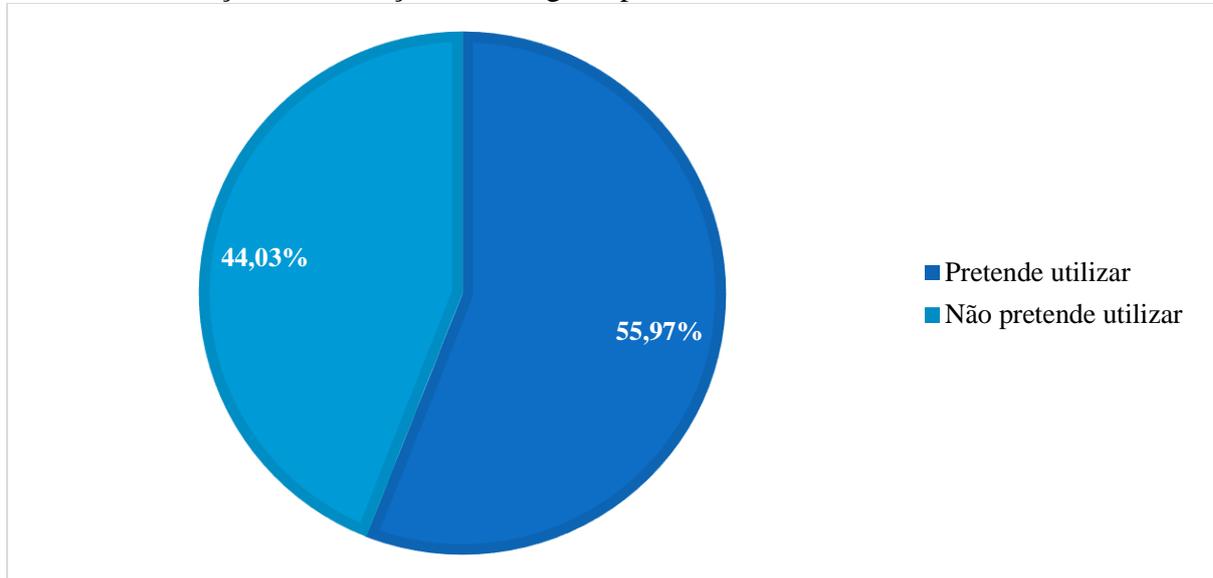


Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Por fim quando questionado o grupo em relação a rede social virtual Instagram e a intenção em utiliza-la em processos de recrutamento, os respondentes ficaram divididos, onde

55,97% afirmam ter interesse em utilizar as informações ali contidas, já 44,03% afirmam não ter interesse em utilizar as mesmas, conforme gráfico 14.

Gráfico 14 Intenção de utilização do Instagram para fins de recrutamento



Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Tendo por base os dados apresentados anteriormente sobre as intenções em utilizar as informações das redes sociais em possíveis processos de recrutamento, tem-se que comparativamente o Facebook com 87,25% (análise isolada, utilizando-se apenas dos dados referente a esta rede social) é a forma mais representativa em termos de usuários interessados em acompanhar e utilizar as informações relacionadas ao tema, na sequência o Instagram com 44,03% (análise isolada) é a segunda, e por fim o Twitter com a menor percentual entre as três redes analisadas, com 16,54% (análise isolada).

4.4 VANTAGENS E DESVANTAGENS DO USO DO FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM EM PROCESSOS DE RECRUTAMENTO VIRTUAL.

Essa seção tem por objetivo apresentar as impressões positivas e negativas marcadas como sendo mais importantes pelos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais virtuais em processos de recrutamento.

4.4.1 Impressões sobre as vantagens do processo de recrutamento online

Um dos objetivos desta pesquisa foi analisar a percepção dos respondentes quanto as vantagens da utilização das redes sociais virtuais em processos de recrutamento, desta forma a tabela 1 demonstra a exposição das informações obtidas:

Tabela 1 Vantagens na utilização das redes sociais em processos de recrutamento

Alternativas	Respondentes
Grande disponibilidade de informações	100
Comodidade e fácil candidatura	44
Economia de tempo	61
Economia de recursos	50
Possibilidade de atualização de perfil como candidato;	32
Rápida comunicação e facilidade no acesso	103
Possibilidade de divulgação de informações sobre trajetória profissional, experiências e objetivos para carreira	33
Outros	-
Total	423

Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Vale ressaltar que nesta questão cada respondente poderia marcar até três alternativas que considerava mais importante, sendo assim, no que diz respeito aos principais benefícios percebidos pelos respondentes em relação aos processos de recrutamento online foram considerados como principais pelos respondentes a rápida comunicação e facilidade no acesso (opção marcada 103 vezes) e a grande disponibilidade de informações (opção marcada 100 vezes). O terceiro aspecto mais marcado foi a economia de tempo (opção marcada 61 vezes).

Na sequência aparecem os aspectos referentes a economia de recursos (opção marcada 50 vezes), a comodidade e fácil candidatura (opção marcada 44 vezes), a possibilidade de divulgação de informações sobre trajetória profissional, experiências e objetivos para carreira (opção marcada 33 vezes) e por último considerou-se a possibilidade de atualização de perfil como candidato (opção citada 32 vezes).

4.4.2 Impressões sobre as desvantagens do processo de recrutamento online

Assim como as vantagens, a presente pesquisa objetivou analisar as desvantagens no uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento, onde cada respondente marcou

as três alternativas que considerou mais relevantes. As informações são apresentadas na tabela 2.

Tabela 2 Desvantagens na utilização das redes sociais em processos de recrutamento

Alternativas	Respondentes
Impessoalidade no processo/Redução do contato direto entre o candidato e a organização	85
Possibilidade de exclusão de candidatos que considerem a internet um meio sem credibilidade	43
Fragilidade dos dados disponibilizados nos sites	67
Não recebimento de Feedback sobre o processo	33
Exclusão dos candidatos que não tem acesso a internet	55
Veracidade duvidosa das informações disponibilizadas	78
Criação de um perfil negativo através das informações postadas pelo candidato	65
Outros	-
Total	426

Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Em relação as desvantagens os mais citados pelos respondentes foram a impessoalidade no processo/Redução do contato direto entre o candidato e a organização (opção marcada 85 vezes), em segundo lugar a opção sobre a veracidade das informações disponibilizadas foi citada 78 vezes. Na sequência aparecem opções como a fragilidade dos dados disponibilizados nos sites (opção marcada 67 vezes) e a criação de um perfil negativo através das informações postadas pelo candidato (opção marcada 65 vezes).

A quinta opção mais marcada diz respeito a exclusão dos candidatos que não tem acesso a internet (opção marcada 55 vezes), após estas estão as opções de possibilidade de exclusão de candidatos que considerem a internet um meio sem credibilidade (marcada 43 vezes) e por fim foi citado o não recebimento de Feedback sobre o processo (opção marcada 33 vezes).

4.5 NÍVEL DE CONCORDÂNCIA NO QUE DIZ RESPEITO A UTILIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES POSTADAS NAS REDES SOCIAIS EM PERFIS VIRTUAIS NÃO PROFISSIONAIS.

No que se refere a concordância dos respondentes tendo seu ponto de vista como candidato foram questionados quanto ao nível de concordância com afirmativas relacionadas ao uso das redes sociais virtuais. Conforme apresentado na tabela 3.

Tabela 3 nível e concordância quanto as informações contidas nas redes sociais virtuais

	Totalmente de acordo		De acordo		Não concordo nem discordo		Discordo		Discordo totalmente		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
As utilizações das informações postadas em redes sociais virtuais não profissionais podem ser usadas em processos de recrutamento sem aviso prévio	17	11,26	46	30,46	46	30,46	32	21,19	10	6,62	151	100
As informações postadas nas redes sociais virtuais sempre irão condizer com a realidade	5	3,31	11	7,28	29	19,21	76	50,33	30	19,87	151	100
As informações postadas nas redes sociais virtuais ajudam a formar o perfil do candidato	20	13,42	81	54,36	33	22,15	12	8,05	3	2,01	149	100
O perfil criado a partir das informações contidas nas redes sociais virtuais sempre condiz com o real perfil do candidato	7	4,64	11	7,28	45	29,80	68	45,03	20	13,25	151	100
Processos de recrutamento influenciam o conteúdo que é postado nas redes sociais virtuais	25	16,67	84	56,00	32	21,33	9	6	-	-	150	100
A utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais em processos de recrutamento irá favorecer os candidatos que não as utilizam	10	6,62	26	17,22	61	40,40	37	24,50	17	11,26	151	100
Existe a preocupação em manter um perfil nas redes sociais virtuais adequado para preenchimento de vagas em processos de recrutamento	25	16,56	70	46,36	35	23,18	19	12,58	2	1,32	151	100
Total	109	10,34	329	31,21	281	26,66	253	24	82	8		

Fonte: elaborado pela autora, 2017

Quanto a seguinte afirmação: “As utilizações das informações postadas em redes sociais virtuais não profissionais podem ser usadas em processos de recrutamento sem aviso prévio ” obteve-se como resultado a porcentagem de 11,26% dos respondentes totalmente de acordo e 30,46% dos respondentes de acordo com a afirmação, já o percentual de 30,46% dos respondentes mantiveram-se neutros, não concordando nem discordando da afirmativa, em contrapartida o percentual de 21,19% discordaram e 6,62% discordaram totalmente da afirmativa. Desta forma pode-se considerar que a maioria dos respondentes considera que sim as informações podem ser usadas sem aviso prévio.

A segunda afirmativa consistia em: “As informações postadas nas redes sociais virtuais sempre irão condizer com a realidade” para esta afirmativa obteve-se a percentagem de 3,31% dos respondentes que concordam totalmente com a mesma e 7,28% estavam de acordo, já 19,21% dos respondentes não concordaram nem discordaram da afirmativa, já 50,33% dos respondentes discordaram e 19,87% discordaram totalmente da afirmativa. Podendo assim ser concluído que em sua maioria os respondentes consideram que as informações postadas não irão condizer com a realidade.

Ao ser indagado sobre a afirmativa “As informações postadas nas redes sociais virtuais ajudam a formar o perfil do candidato” o percentual de 13,42% dos respondentes considera estar totalmente de acordo e 54,36% de acordo com a afirmativa, 22,15% dos respondentes ficaram imparciais, 8,05% discordaram e 2,01% discordaram totalmente da afirmativa. Desta forma pode-se dizer que para a maioria dos respondentes as informações postadas irão sim ajudar a formar o perfil do candidato.

Quanto a quarta afirmativa foi exposto que “O perfil criado a partir das informações contidas nas redes sociais virtuais sempre condiz com o real perfil do candidato” onde a percentagem de 4,64% estão totalmente de acordo e 7,28% estão de acordo com a afirmativa, a percentagem de 29,80% dos respondentes não concordam nem discordam da afirmativa, já 45,03% discordam e 13,25% discordam totalmente da afirmativa, sendo assim em sua maioria os respondentes consideraram que a afirmativa não deve ser considerada como correta.

No que diz respeito a afirmativa “Processos de recrutamento influenciam o conteúdo que é postado nas redes sociais virtuais” o percentual de 16,67% está totalmente de acordo e 56% está de acordo com a afirmativa, 21,33% dos respondentes optaram por manter-se neutros, 6% discordaram da afirmativa e nenhum dos respondentes discordou totalmente, podendo-se concluir por meio destes dados que em sua maioria os respondentes consideram a afirmativa verdadeira, podendo-se assim afirmar que segundo a população desta pesquisa os processos de recrutamento influenciam sim no conteúdo postado nas redes sociais virtuais.

A sexta afirmativa consistia em “A utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais em processos de recrutamento irá favorecer os candidatos que não as utilizam” onde 6,62% dos respondentes estava totalmente de acordo e 17,22 de acordo com a afirmativa, 40,40% dos respondentes não concordaram nem discordaram da afirmativa, já 24,50% discordaram da afirmativa e 11,26% discordaram totalmente da afirmativa. Neste caso, a maioria dos respondentes mantiveram-se neutros a afirmativa, de modo que não se

pode afirmar se a utilização das informações postadas irá ou não favorecer os candidatos que não as utilizam.

Por fim, a sétima afirmativa consiste em “Existe a preocupação em manter um perfil nas redes sociais virtuais adequado para preenchimento de vagas em processos de recrutamento” onde a amostra comportou-se de modo que 16,56% estavam totalmente de acordo e 46,36% de acordo com a afirmativa, 23,18% dos respondentes nem concordaram nem discordaram da afirmativa, e o percentual de 12,58% de respondentes discordaram e 1,32% discordaram totalmente da afirmativa. Deste modo em sua maioria os respondentes da pesquisa avaliaram como verdadeira a afirmativa, sendo assim pode-se dizer que a amostra pesquisada tem a preocupação em manter um perfil adequado.

5 CONCLUSÃO

Quanto a seus objetivos, de forma geral, esta pesquisa buscou fazer uma análise sobre alguns pontos importantes para se entender como os Acadêmicos de Administração da UFFS, respondentes desta pesquisa percebem informações recorrentes quando se fala em redes sociais virtuais, onde pode-se afirmar que segundo as informações coletadas em sua maioria os acadêmicos preocupam-se em manter um bom perfil, sendo assim, os possíveis processos de recrutamento influenciam nas postagens, mantendo-as adequadas, para que estas venham a condizer com a realidade, estando adequadas a formar o perfil do acadêmico como candidato ao possível processo, pois os mesmos possuem o conhecimento de que as informações poder ser utilizadas sem nenhum aviso prévio.

Outro ponto importante a ser destacado diz respeito a frequência de utilização das redes sociais, onde em na sua maioria os acadêmicos de Administração da UFFS respondentes desta utilizam-se das redes sociais pesquisadas com uma significativa frequência, mas de forma geral o Facebook obteve um maior percentual de intenção de utilizar as informações ali contidas em possíveis processos de recrutamento (87,25%), seguido apenas do Instagram com 56,97%. O Twitter teve um maior índice de não intenção, onde 83,46% dos respondentes não pretendem usar as informações postadas.

Apesar de grande parte dos respondentes afirmar usar a internet como principal meio de comunicação (80,85%), em sua maioria não utilizam-se destes para buscar por possíveis processos de recrutamento (80,67%), de forma que 76,82% nunca se candidatou a vagas disponíveis nas redes sociais. Uma das possíveis causas da não candidatura nessas vagas pode ser caracterizado pelo não retorno nessa modalidade de processo de recrutamento, pois 79,63% dos respondentes que afirmam já ter se candidatado não receberam Feedback algum. Em contrapartida os respondentes que afirmaram ter recebido algum retorno em sua maioria o receberam em até uma semana (41,67%).

Por fim, outro ponto importante são as vantagens das informações das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento, onde a mais citada foi a rápida comunicação e facilidade no acesso, seguida da grande disponibilidade de informações, tanto as contidas nos sites quanto informações do próprio candidato através de seu perfil.

Já no que diz respeito as desvantagens a mais citada foi a impessoalidade no processo/Redução do contato direto entre o candidato e a organização, seguida da falta de veracidade das informações disponibilizadas nos sites. Desta forma pode-se dizer que os

acadêmicos respondentes da pesquisa percebem as vantagens e desvantagens neste método de busca por processos de recrutamento.

Sendo assim, observa-se que os objetivos propostos por esta pesquisa foram alcançados, desde a obtenção de dados demográficos, obtendo informações relevantes sobre sexo, faixa etária e atividade remunerada, até a coleta de informações que ajudaram a compreender a percepção dos acadêmicos de Administração da UFFS quanto ao uso das redes sociais em possíveis processos de recrutamento.

Como sugestão de estudo posterior, sugere-se a ampliação do estudo, abrangendo também acadêmicos de Universidades particulares, para que se possa fazer um comparativo, podendo-se também ampliar o leque adicionando a pesquisa redes sociais voltadas para processos de recrutamento, como é o caso do LinkedIn, pois muitas informações podem ter sido perdidas devido ao foco da pesquisa apenas nas redes sociais virtuais não profissionais.

REFERÊNCIAS

- ALMERI, T.; MARTINS, K.; DE PAULA, D.. **O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção.** Revista de Educação, Cultura e Comunicação do Curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, Lorena, v. 4, n. 8, jul./dez. p. 77-94, 2013
- CARDEAL, S.. **O uso da tecnologia da informação nos processos de recrutamento e seleção: percepções dos discentes do curso de administração da UFRN sobre redes sociais e sites especializados.** Trabalho de Conclusão de Curso. Administração. 2012.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CONECTA. Whatsapp o app de rede sócia mais usado pelos internautas brasileiros. Diponível em: <<http://conecta-i.com/?q=pt-br/whatsapp-%C3%A9-o-app-de-rede-social-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros>>. Acesso em 18 de novembro de 2017.
- CORADINI, J.; MURINI, L. **Recrutamento E Seleção De Pessoal: Como Agregar Talentos À Empresa.** Disciplinarum Scientia: Ciências Sociais Aplicadas, v. 5, n. 1, p.55-78, 2009.
- CRISPIM, Ana Carla et al. **Social representations elements of athlete on Facebook.** Revista Interamericana de Psicologia/Interamerican Journal of Psychology, v. 50, n. 3, 2017.
- DE SOUZA NETO, R. et al. **Recrutamento e Seleção nas Redes Sociais: A Percepção dos Estudantes de Administração da UFRN.** Revista Organizações em Contexto-online, v. 11, n. 22, p. 313-346, 2015.
- GASPAR, D. **A utilização das tecnologias nos processos de recrutamento e seleção de pessoas: análises, desafios e tendências.** 2016.
- GIL, A. **Gestão de Pessoas: Enfoque nos papéis profissionais.** São Paulo: Atlas, 2012.
- GOMES, A. **Recrutamento nas redes sociais on-line.** Diss. Instituto Superior de Economia e Gestão, 2011.
- GOMES, T. C. et al. **Recrutamento pela internet: a utilização das redes sociais virtuais.** Passo Fundo. **Anais.** Passo Fundo: UPF, 2012.
- GOMES, T. C.; SCHERER, L. A.; LÖBLER, L. M. **Uso das Redes Sociais Virtuais no processo de Recrutamento e Seleção de Pessoal: Uma análise na perspectiva de profissionais de Recursos Humanos.** 2012.
- LAIMER, V.; GIACHINI, V. **A utilização das redes sociais no processo de recrutamento e seleção nas empresas.** Revista de Administração e Comércio Exterior, v. 1, n. 1, p. 22-36, 2015.

MARTINS, S. **A procura online dos talentos: o papel dos sites de redes sociais no recrutamento de candidatos.** Tese de Doutorado. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. 2015.

MARTORELL, L. et al. **O Uso de Imagens em Redes Sociais e o Respeito ao Paciente Odontológico.** Journal of Health Sciences, v. 18, n. 2, p. 107-113, 2016.

MATTAR, F. **Pesquisa de Marketing: Metodologia e Planejamento.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MICHEL, M. **Tipos De Recrutamento E Sua Importância Para Uma Gestão Adequada De Pessoas Aplicadas A Empresas.** Revista Científica Eletônica De Administração, São Paulo: Ano VII N° 13. 2007

MINISTÉRIO DA SAÚDE, **Resolução nº 196, de 10 de outubro de 1996**
Disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/1996/res0196_10_10_1996.html
Acesso em 16/05/2017.

MILKOVICH, G.; BOUDREAU, J. **Administração de Recursos Humanos.** Tradução Reynaldo C. Marcondes. 1.ed. 10. reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

PARENZA, G. et al. **Analisando o Papel das Redes Sociais no Processo de Recrutamento e Seleção: Um Estudo Multicaso em Empresas do Setor Metal Mecânico.** In: SEMEAD. SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO. 16, Out./2013. **Anais...** Porto Alegre, [s.n.], 2013

PETRY, A.; SIMONETTO, E. **Uso do Twitter como Canal de Marketing: Uma Análise das Principais Empresas Brasileiras de Comércio Eletrônico.** Revista Eletrônica Sistemas & Gestão, v. 8, n. 1, p. 94-104, 2013.

PIZA, M. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica.** 2012.

QUEIROGA, F. **Seleção de pessoas e desempenho no trabalho: um estudo sobre a validade preditiva dos testes de conhecimentos.** 2009. 215 f.,il. Tese (Doutorado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações) -Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

REAL, M.; CARDOSO, M.; BIRRER, A. **A Influência Das Redes Sociais Virtuais No Processo de Recrutamento e Seleção das Empresas Associadas à AJESM.** 1º Fórum Internacional Ecoinnovar. Santa Maria. 2012

ROCHA-PINTO, S. et al. **Dimensões funcionais da gestão de pessoas.** 9.ed.rev.ampl. Rio de Janeiro: editora FGV,2007.

SILVA JUNIOR, A.; PEREIRA, F.; CORREIA NETO, J. **Engajamento digital: um estudo com páginas de instituições de ensino superior no Facebook.** Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.4, n.2, p.140-157, 2013.

TJDFT, tribunal de justiça do Distrito Federal dos territórios, **Múnus públicos.** Disponível em: <http://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/direito-facil/munus-publico>. Acesso em 16/05/2017

VIEIRA, V. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, v. 5, n. 1, 2002.

APÊNDICE A— Questionário

UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL- UFFS
Campus CERRO LARGO



Caro(a) Colega,

O presente questionário é parte integrante do meu trabalho de Conclusão do curso (TCC) de Graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul- UFFS, *Campus Cerro Largo*, que aborda a percepção dos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento e é orientado pelo professor Rodrigo Prante Dill (rodrigo.dill@uffs.edu.br).

Não existem respostas certas ou erradas relacionadas a qualquer um dos itens deste instrumento de pesquisa, pretendendo-se apenas a visualização da opinião sincera dos respondentes a respeito do assunto. O tratamento destinado aos dados, por sua vez, será efetuado de uma forma global, não estando sujeito a análises individualizadas. As informações coletadas por meio deste instrumento de pesquisa serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos.

Muito obrigada pela colaboração!

Dienifer de Jesus Belmonte E-mail: dienifer.itcees@gmail.com

1. Gênero: () Masculino ()Feminino

2. Faixa etária:

- () Até 19 anos
- () De 20 a 25 anos
- () De 26 a 30 anos
- () De 31 a 35 anos
- () Mais de 35 anos

3. Exerce atividade remunerada: Sim () Não()

4. Caso exerça atividade remunerada, assinale abaixo a categoria de sua ocupação profissional:

- () Estagiário/Trainee ()Servidor Público ()Profissional autônomo () Colaborador em empresa Privada () Atualmente não estou trabalhando
- () outros: _____

5. Para buscar oportunidades de trabalho, quais os meios de comunicação você utilizou ou tem utilizado com maior frequência?

- () Jornais/ revistas ()Rádio ()Televisão ()Internet
- ()Outros:_____

6. Você conhece ou utiliza algum site para disponibilização de curriculuns ou candidatura em processos seletivos de empresas? () Sim () Não

Quais: _____

7. Você já se candidatou a algum anúncio para emprego divulgado em uma rede social?

- ()Sim ()Não

8. Se respondeu sim, quais foram essas redes?

9. Obteve resposta da candidatura? () Sim () Não

10. Se obteve resposta, quanto tempo demorou? _____

11. Caso possua perfil em alguns dos sites listados, com que frequência costuma acessar ou atualizar as informações?

Perfis	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Difícilmente utilizo	Nunca Utilizei
Facebook					
Twitter					
Instagram					

12. Sobre as redes sociais listados abaixo, informe sua intenção de uso para fins de recrutamento:

Perfis	Continuarei a utilizar	Não pretendo utilizar
Facebook		
Twitter		
Instagram		

13. Sobre as vantagens para a utilização destas redes sociais nos processos de recrutamento organizacional, assinale os três mais importantes:

- () Grande disponibilidade de informações
- () Comodidade e fácil candidatura;
- () Economia de tempo;
- () Economia de recursos;
- () Possibilidade de atualização de perfil do candidato;
- () Rápida comunicação e facilidade no acesso;
- () Possibilidade de divulgação de informações sobre trajetória profissional, experiências e objetivos para carreira;
- () outros: _____

14. Sobre as desvantagens para a utilização dessas redes sociais nos processos de recrutamento, assinale os três mais importantes:

- () Impessoalidade no processo/Redução do contato direto entre o candidato e a organização;
- () Possibilidade de exclusão de candidatos que considerem a internet um meio sem credibilidade;
- () Fragilidade dos dados disponibilizados nos sites;
- () Não recebimento de Feedback sobre o processo;
- () Exclusão dos candidatos que não tem acesso a internet;
- () Veracidade duvidosa das informações disponibilizadas;
- () Criação de um perfil negativo através das informações postadas pelo candidato;
- () Outros: _____

15. No que diz respeito a utilização das informações postadas nas redes sociais em perfis virtuais não profissionais, assinale seu nível de concordância do ponto de vista do CANDIDATO, de acordo com as assertivas abaixo.

	Totalmente de acordo	De acordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
As utilizações das informações postadas em redes sociais virtuais não profissionais podem ser usadas em processos de recrutamento sem aviso prévio.					
As informações postadas nas redes sociais virtuais sempre irão condizer com a realidade.					
As informações postadas nas redes sociais virtuais ajudam a formar o perfil do candidato.					
O perfil criado a partir das informações contidas nas redes sociais virtuais sempre condiz com o real perfil do candidato.					
Processos de recrutamento influenciam o conteúdo que é postado nas redes sociais virtuais.					
A utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais em processos de recrutamento irá favorecer os candidatos que não as utilizam.					
Existe a preocupação em manter um perfil nas redes sociais virtuais adequado para preenchimento de vagas em processos de recrutamento					

APÊNDICE B- TCLE
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

A PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS CERRO LARGO EM RELAÇÃO AO USO DAS REDES SOCIAIS NÃO PROFISSIONAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO

Prezado participante,

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa “**A percepção dos acadêmicos do curso de bacharelado em administração da UFFS campus Cerro Largo em relação ao uso das redes sociais não profissionais no processo de recrutamento**”, desenvolvida por Dienifer de Jesus Belmonte, discente de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Campus de Cerro Largo sob orientação do Professor Me. Rodrigo Prante Dill. O objetivo central desse estudo é analisar a percepção dos acadêmicos em relação ao uso das redes sociais virtuais não profissionais em processos de recrutamento.

Esta pesquisa Justifica-se pela possível visualização do comportamento dos acadêmicos do curso de bacharelado em Administração no que diz respeito ao uso das redes sociais virtuais não profissionais para o processo de recrutamento, além da influência que este processo tem sobre a escolha do que será postado, visto que cada vez mais essas redes sociais buscam auxiliar a relação entre as pessoas e as empresas que realizam o recrutamento, tornando-se útil pois irá buscar a coleta de informações relevantes para as pessoas que buscam manter uma boa apresentação em suas redes sociais não profissionais, com o intuito de apresentar um bom perfil, transmitindo sua imagem de forma positiva e satisfatória para as empresas que fazem esta busca como uma forma de recrutamento.

Sua participação nesta pesquisa consiste em responder a um questionário estruturado, com dezesseis questões abertas e fechadas, em um momento oportuno, com aproximadamente 10 minutos de duração. É válido ressaltar que sua participação não é obrigatória, tendo autonomia para decidir se deseja ou não participar, sem necessidade de qualquer explicação e sem nenhuma penalização. A não participação em momento algum afetará sua vida profissional e acadêmica. Contudo, sua participação é de extrema importância para que os resultados alcançados sejam os mais condizentes com a realidade, fazendo-se assim, importantes para a execução desta pesquisa. Em momento algum haverá remuneração ou qualquer recompensa nesta pesquisa, sendo sua participação livre e voluntária. A confidencialidade e privacidade das informações prestadas serão garantidas, sendo assim, qualquer dado que de alguma forma pode vir a identifica-lo será omitido dos resultados da pesquisa, e o material armazenado em local seguro. No decorrer da pesquisa ou posteriormente a ela você poderá solicitar ao pesquisador informações referentes a participação ou conteúdo da pesquisa, sendo que este deve ser feito através dos meios de contato apresentados no presente termo.

Como principal benefício a sua participação apresenta-se o conhecimento a respeito da utilização das informações postadas nas redes sociais virtuais não profissionais, visando que as mesmas são postadas informalmente, podendo acarretar no aumento do cuidado com os estes conteúdos, aumentando assim o número de perfis que podem ser considerados positivos no momento de busca de colocação no mercado de trabalho.

Sua participação poderá acarretar em riscos de constrangimento em grandes grupos, além do risco de que venha a atrapalhar as atividades acadêmicas previstas em plano de ensino. Com o intuito de evitar este constrangimento a aplicação do questionário se dará nas dependências da UFFS, em horas e locais que possam melhor atender as necessidades de

ambos, visando não interferir nas atividades acadêmicas dos discentes. **Caso o risco de constrangimento se concretizar, você possui o direito de encerrar o questionário, mesmo que não tenha respondido todas as questões, além de, a qualquer momento, poder entregá-lo mesmo que em branco.** Além disso, caso não sinta-se a vontade em responder a pesquisa á a total liberdade em negar-se a receber o questionário, sem que isso acarrete em qualquer tipo de constrangimento.

Os resultados deste estudo terão divulgação em eventos e/ou publicações científicas mantendo sigilo dos dados pessoais. Caso concorde em participar, uma via deste termo ficará em seu poder e a outra será entregue ao pesquisador. Não receberá cópia deste termo, mas apenas uma via.

Desde já, agradecemos!

Cerro Largo, _____ de 2017.

Rodrigo Prante Dill

Tel: (55 99603-9104) / E-mail: rodrigo.dill@uffs.edu.br

Endereço para correspondência: (Rua Jacob Reinaldo Haupenthal-1580. CEP 97900-000. Cerro Largo – RS – Brasil).

Em caso de dúvida quanto à condução ética do estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS:

Tel e Fax - (049) 2049-3745

E-Mail: cep.uffs@uffs.edu.br

http://www.uffs.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2710&Itemid=1101&site=proppg

Endereço para correspondência: Universidade Federal da Fronteira Sul/UFFS - Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS, Rodovia SC 484 Km 02, Fronteira Sul, CEP 89815-899

Declaro que ficou esclarecido os propósitos da pesquisa, seus procedimentos, seus possíveis riscos e benefícios, além de minha isenção de despesas, concordando voluntariamente em participar desta pesquisa

Nome completo do (a) participante _____

Assinatura:

Caso queira receber os resultados desse estudo via E-mail, deixe o seu contato:
