

## **Comunicação Organizacional e a Interferência das Redes Sociais no Processo de Recrutamento e Seleção<sup>1</sup>**

Beatriz Bianchi Romera

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru/SP

Giulia Oliveira de Almeida

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru/SP

### **RESUMO**

Este artigo pretende entender sobre a importância que as redes sociais exercem acerca do recrutamento e seleção e como elas podem interferir na escolha de candidatos para determinadas vagas. O foco do trabalho é identificar se a maneira como as pessoas se expressam nas redes sociais influenciam em processos seletivos. Fez-se necessário a realização de entrevistas com responsáveis por empresas de Recursos Humanos

**PALAVRAS-CHAVES:** Comunicação Organizacional; Redes Sociais; Recrutamento; Seleção.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao Espaço Jovem Pesquisador, na categoria (d) Trabalhos teórico-práticos, do XIV Congresso Abrapcorp Comunicação, Inovação, Organizações. Unesp Bauru.

## 1. Introdução

É papel do Recursos Humanos da empresa recrutar as pessoas que condizem com os valores organizacionais além de se encaixarem com as necessidades de uma organização. A comunicação organizacional “tem como fator propulsor a constatação pelas organizações da necessidade de se relacionarem de forma intencional e estruturada com a sociedade, prestar contas da sua atuação e reconhecer o papel e ação dos atores sociais” (PAULA; OLIVEIRA, 2006, p. 5).

Segundo Lemes e Weschenfelder (p.21, 2014)

Atualmente, na era da informação, as empresas visam adquirir um diferencial competitivo no mercado de trabalho a fim de obter vantagens em relação aos concorrentes, elas buscam profissionais que possam agregar capital intelectual à organização. Para isto, a política de gestão de pessoas deve estar alinhada com a missão, visão e valores organizacionais.

Atualmente o uso da internet e da tecnologia da informação digital está cada vez mais avançado e com inúmeras mudanças que ocorrem em uma fração de segundos. Esses avanços podem interferir diretamente no recrutamento e seleção, já que muitas vezes se olha as redes sociais de candidatos para eventuais considerações nas escolhas, já que é um ambiente que o candidato acredita que está “seguro” e acaba se expressando mais. Essas informações podem ser usadas pelos recrutadores para ver se o perfil do candidato se encaixa com o perfil da empresa. Para Chiavenato (2010) a internet veio para revolucionar o processo de recrutamento, devido à praticidade de interação na relação candidato/empresa que ela proporciona.

Os valores das organizações e o modo como elas se expressam, atualmente são extremamente consideráveis e decisivos no poder de compra do consumidor. Segundo Oliveira (p.3, 2003)

A organização como ator social tem compromissos com vários grupos e por este motivo a comunicação, com seu aparato técnico-conceitual, torna-se parceira na implementação de políticas organizacionais, na divulgação de sua missão e objetivos, na cooperação entre grupos e inter-organização. Assim, este artigo visa mostrar que esse impacto também é visto na hora de “chamar” as pessoas para processos seletivos, já que muitos levam em consideração a atuação da empresa na sociedade como forma de atrativo para se candidatar às vagas que ela oferece.

De forma geral, buscamos identificar a forma como as redes sociais podem interferir na candidatura de pessoas em processos seletivos e evidenciar a importância de se ter uma cultura organizacional boa, uma vez que isso interfere na escolha dos futuros funcionários das empresas.

## **2. Problema**

Com o mundo digital e a rapidez com que as informações se propagam, as redes sociais se tornaram muito importantes na composição da imagem e da reputação de uma empresa, já que atualmente é por elas que as pessoas mais se informam. Da mesma forma que as redes sociais podem chamar atenção de forma positiva, elas podem ser muito negativas e criar polêmicas, quando se trata de difundir opiniões que ferem os direitos humanos e a liberdade individual, fazendo com que as pessoas queiram distância da organização e não se interessem por vagas apresentadas por ela.

Dessa forma, é muito importante que as empresas não só procurem se posicionar de forma correta nas redes sociais, mas também tenham funcionários que se sigam as políticas e valores da organização, para que não haja casos de postagens que firam a imagem e reputação que a empresa tem no mercado.

Por isso, é necessário que as pessoas selecionadas em processo seletivo condizam com a cultura organizacional da empresa e sejam orientados em como se portar em suas páginas das redes. Para que o processo seja mais fácil, muitas empresas acabam utilizando as redes sociais dos candidatos para analisar como eles se portam e já selecionar pessoas que aparentam ter ideais semelhantes às da empresa.

## **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **3.1 Recrutamento**

O recrutamento é o primeiro passo para o interessado na vaga que uma empresa oferece. Para Milkovich e Boudreau (2000) recrutamento é um processo de identificação e atração de um grupo de candidatos, dos quais alguns serão escolhidos e contratados pela empresa.

Assim, Gutierrez (1995), diz que as empresas devem adotar os sistemas de gestão de recursos humanos de acordo com as suas realidades e necessidades, orientando todos os recursos disponíveis para o alcance dos objetivos.

Existe dois tipos de recrutamento: o interno e o externo e cabe ao profissional de recursos humanos divulgar as oportunidades de trabalho. “Este é o papel do recrutamento: divulgar no mercado as oportunidades que a organização pretende oferecer para as pessoas que possuam determinadas características desejadas.” (CHIAVENATO, 2010, p. 104).

### **3.2 Seleção**

O processo de seleção é realizado após o processo de recrutamento. Marras (2000) diz que os processos seletivos se baseiam na comparação da exigência do cargo, ou seja, as características exigidas pela empresa para desempenhar determinada função e o conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que o candidato que o pleiteia tem.

Segundo Guimarães e Arieira (2005)

Quando se inicia a fase de seleção dos candidatos propriamente dita, depois da triagem dos currículos, são realizados testes de conhecimentos, para assegurar o mesmo nível de conhecimento entre os candidatos. Isso é muito interessante, principalmente para os cargos nos quais estes testes são realizados, pois é necessário um certo nível de conhecimento técnico que não pode ser medido por meio de outras etapas do processo, como a entrevista.

A seleção se dá através do plano estratégico da organização, o qual está inserido os objetivos do processo seletivo, o número de vagas que ela pode oferecer e sua missão, visão e valores, os quais o candidato deve estar alinhado. “Todo processo de seleção deve ter um planejamento estratégico, com objetivos de longo prazo, para que eventuais ocorrências não venham a prejudicar o bom andamento da empresa, principalmente se os substitutos não forem eficazmente selecionados”. (GUIMARÃES E ARIEIRA, 2005)

### **3.3 Redes Sociais e a Internet**

Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2018, cerca de dois terços da população brasileira (69,8) têm conexão com a internet. Essa mesma pesquisa, mostrou que em 2017, o número de usuários de internet era de 126,3 milhões de pessoas.

Segundo Manuel Castells (2003)

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

Atualmente, com a globalização e o avanço da tecnologia, a internet acaba sendo um recurso de comunicação que encurta fronteiras e cria uma maior conexão entre os usuários. Estes acabam por se sentirem seguros ao navegar na web e ao usarem seus perfis.

As redes sociais acabam sendo um meio de acompanhar o que as pessoas, pensam, compartilham, fazem e até mesmo seus posicionamentos ideológicos e políticos e é nesse aí

que se encontra o perigo, pois da mesma forma que a exposição virtual não se mede as consequências, segundo uma matéria publicada no site de notícias G1, “é nesse território onde não há divisão entre público e privado, patrões e recrutadores estão de olho no que os profissionais compartilham e nas possíveis repercussões que podem ser geradas. (CAVALLINI, 2018)

#### 4. Metodologia

O presente artigo foi feito a partir de uma pesquisa qualitativa. A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas em profundidade, com empresas de assessoria de RH da região de Bauru. Todas as perguntas eram bem abertas e nos deram um leque muito grande de respostas, o que já era esperado por nós.

As perguntas feitas foram:

- Como funciona o recrutamento e seleção na empresa?
- As redes sociais interferem nessa seleção?
- As empresas interferem e pedem para olhar as páginas das redes sociais dos candidatos?
- O que vocês acham sobre essa forma de seleção?

Inicialmente, prospectamos empresas de RH da região e entramos em contato com elas através de ligação telefônica pedindo para marcar uma reunião para conversarmos sobre recrutamento e seleção e assim, conseguimos uma amostra de três empresas. Já que não tínhamos uma precisão sobre a quantidade de entrevistados que íamos conseguir para que a nossa tese fosse ou não confirmada, tentamos utilizar a técnica do *snowball* (bola de neve), que segundo Vinuto (2014, p. 202) é a

A execução da amostragem em bola de neve se constrói da seguinte maneira: para o pontapé inicial, lança-se mão de documentos e/ou informantes-chaves, nomeados como sementes, a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa, dentro da população geral. Isso acontece porque uma amostra probabilística inicial é impossível ou impraticável, e assim as sementes ajudam o pesquisador a iniciar seus contatos e a tatear o grupo a ser pesquisado. Em seguida, solicita-se que as pessoas indicadas pelas sementes indiquem novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente e, dessa forma, o quadro de amostragem pode crescer a cada entrevista, caso seja do interesse do pesquisador.

No começo, tínhamos as sementes, ou seja, pessoas que nos ajudaram com contatos, dando o início necessário para nós. Porém, a cadeia de contatos não funcionou, já que não

conseguimos com que os entrevistados iniciais nos indicassem outros participantes para que o nosso quadro de amostragem se expandisse.

Sendo assim, as entrevistas com as três empresas de RH foram gravadas em áudio depois que os responsáveis pela empresa/entrevistados participantes da pesquisa assinassem um termo de consentimento. A análise de resultados foi feita através da transcrição dos áudios das entrevistas, para que pudéssemos colher as informações necessária para a realização deste artigo.

## **5. Análise e Resultados**

Após realizar a transcrição dos áudios, foi possível fazer uma análise qualitativa das entrevistas realizadas e a partir disso foi possível perceber algumas divergências nas respostas sobre a forma da utilização das redes sociais na seleção de candidatos, apesar de todos eles concordarem que é importante fazer isso.

O primeiro entrevistado, dono de uma empresa de RH que pratica consultoria, faz o recrutamento e a seleção de jovens aprendizes, treina os selecionados e os indica para empresas parceiras, nos revelou que as redes sociais não são analisadas durante esse processo e que acredita que as empresas as quais os jovens são indicados também não façam isso. Entretanto, ele nos informou que acredita que é de extrema importância para alguns cargos que isso seja feito, uma vez que as redes sociais indicam o perfil, círculo de amizades e interesse das pessoas. Além disso, ele disse conhecer outras empresas de RH e alguns funcionários de RH em organizações conhecidas que realizam essa prática.

Já o segundo entrevistado, de uma empresa que realiza o recrutamento e seleção completo de vagas já indicadas pelas empresas parceiras, nos informou que para algumas vagas a análise de redes sociais é sim feita como fase do processo de seleção. Ainda, ele nos disse que essa interferência acontece principalmente para vagas de atendimento, nas quais é importante ter um panorama de comportamento e perfil dos candidatos e ressaltou a importância dessa prática, uma vez que hoje os candidatos a vagas possuem um currículo extremamente nivelado (em questão de escolaridade e experiências profissionais) o que faz com que o comportamento seja um diferencial.

Outra informação importante encontrada nessa entrevista, foi em relação a interferência das empresas. O entrevistado nos disse que por mais que existam questões legais que falam que é proibido segregar e categorizar, algumas empresas pedem para fazer alguns filtros, até mesmo por questões políticas. Para essa empresa de RH, as redes sociais que são analisadas são: *LinkedIn*, para cargos mais técnicos, e *Facebook*, para cargos mais operacionais.

A terceira entrevista realizada, foi com uma funcionária de uma empresa de RH e consultoria financeira e para gestão de pessoas, que também realiza o recrutamento e seleção do início ao fim. Ela nos informou que, principalmente nos últimos tempos, muitas empresas solicitam um filtro de candidatos através da análise das redes sociais para ver como ele se comporta como pessoa e profissional, uma vez que eles prezam por colocar em suas vagas pessoas que se deem bem com quem já trabalha lá.

Além disso, nessa entrevista foi dito que essa prática não acontece apenas para identificar perfil das pessoas, mas também como forma de portfólio dos candidatos, principalmente em vagas para design e relações públicas por exemplo, uma vez que a organização de um feed de postagens pode indicar como a pessoa trabalha e sua criatividade.

Nessa empresa de RH as redes mais utilizadas são *Instagram*, para vagas mais artísticas, e *LinkedIn* para vagas no financeiro. Ela ainda nos disse que até mesmo no *LinkedIn*, uma mídia mais relacionada ao profissional, é possível ver comportamentos inadequados de candidatos. Como psicóloga, ela não concorda com essa prática quando é utilizada para levantamento de perfil das pessoas, mas concorda quando se é utilizada como portfólio.

## **6. Conclusão**

Com a realização deste artigo, foi possível perceber que as redes sociais são sim levadas em consideração na hora da seleção de candidatos e não somente para levantamento de perfil e comportamento, mas também para análises de competências necessárias para determinadas vagas. Além disso, por mais que tenha sido selecionada uma pequena amostra para essa pesquisa, foi possível ver que as empresas cada vez mais pedem para que isso seja levado em conta na hora da seleção de profissionais e que os funcionários das empresas de RH acreditam que essa seja uma prática com importância.

Outra coisa que pudemos notar, é que essa prática é mais relevante para algumas áreas de atuação, como por exemplo no atendimento é importante que seja levada em consideração o perfil comportamental de candidatos.

Também foi importante descobrir que as empresas não se preocupam somente com o comportamento do funcionário em relação ao público externo, mas também em relação aos funcionários que já trabalham na equipe, pensando em manter um bom clima organizacional.

Todos os entrevistados foram muito claros e nos deram informações muito relevantes, o que comprova a importância de se atentar as publicações e reações feitas nas redes sociais pois podem ter empresas te observando.

## 7. Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GUTIERREZ, L.H. S. **Recursos humanos: uma releitura contextualista**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: USP, V.35, nº4, p.72-82, Jul/Ago.1995

LEMES, Aline Garcia; WESCHENFELDER, Gelson. **A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO**. 2014. 10f. Artigo científico - Gestão Contemporânea: Revista de Negócios da Cesuca. Unisinos.

MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2000

OLIVEIRA, I. L. **NOVO SENTIDO DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: CONSTRUÇÃO DE UM ESPAÇO ESTRATÉGICO**. 2003. 11f. Artigo científico - PUC Minas, Belo Horizonte, 2003.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida de. **Componentes da Comunicação Estratégica: uma reflexão sobre a articulação entre os aspectos teórico-conceituais e práticos**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 29, 1-15, 2006. Acesso em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1497-1.pdf>>. Data de acesso: 09 abr. 2019.

VINUTO, Juliana. **A AMOSTRAGEM EM BOLA DE NEVE NA PESQUISA QUALITATIVA: UM DEBATE EM ABERTO**. Temáticas, Campinas, p. 202 - 218, ago/dez 2014. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/tematicas/article/view/2144>. Acesso em: 22 jun. 2019.