

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

CAMILA MAIA PINHEIRO

RECRUTAMENTO NAS REDES SOCIAIS:

uma análise sobre a adesão desta modalidade de recrutamento via Facebook e Instagram e suas implicações nas organizações especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís - MA

São Luís – MA
2018

CAMILA MAIA PINHEIRO

RECRUTAMENTO NAS REDES SOCIAIS:

uma análise sobre a adesão desta modalidade de recrutamento via Facebook e Instagram e suas implicações nas organizações especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís - MA

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão, em cumprimento das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Celso Antônio Lago Beckman

São Luís - MA

2018

Pinheiro, Camila Maia.

Recrutamento nas redes sociais: uma análise sobre a adesão desta modalidade de recrutamento via facebook e instagram e suas implicações nas organizações especializadas em recursos humanos em São Luís / Camila Maia Pinheiro. – São Luís, 2018.

56. f

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2018.

Orientador: Prof. Me. Celso Antônio Lago Beckman.

1.Recrutamento. 2.Redes sociais. 3.Organizações. 4.Candidatos.
5.Recursos humanos. I.Título

CDU: 658.3:005.953(812.1)

CAMILA MAIA PINHEIRO

RECRUTAMENTO NAS REDES SOCIAIS:

uma análise sobre a adesão desta modalidade de recrutamento via Facebook e Instagram e suas implicações nas organizações especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís - MA

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão, em cumprimento das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me Celso Antônio Lago Beckman
(Orientador)

Prof. Dr. Marco Antônio Nogueira Gomes
(1º Examinador)

Prof. Me. Julio Cesar Pinheiro Maciel
(2º Examinador)

Dedico esta monografia a Sidma Silva Maia, Delcia Silva Maia e a Pedro da Cruz Lima Júnior por todo amor dado durante toda esta minha existência.

AGRADECIMENTOS

Gratidão primeiramente a Deus e a Nossa Senhora por ter me dado força e sustentação por ter chegado até aqui, e principalmente a sabedoria de compreender a vida e os seus designíos.

Agradecer sobretudo a minha mãe, Sidma Silva Maia, minha companheira de vida, pelo suporte emocional e afetivo nos momentos de dificuldade, por ter me proporcionado experiências únicas e que nunca deixou de acreditar nos meus sonhos, mesmo até quando eu mesma já não acreditava mais e por me inspirar a ser uma pessoa batalhadora e protagonista dos meus ações. Agradeço a minha avó, Delcia Silva Maia, pelo cuidado e por fazer entender o valor da vida, por ter dado suporte a minha criação durante toda a vida e me ensinado lições valiosíssimas, que me ajudaram a ser quem eu sou hoje.

Ao meu namorado, Pedro da Cruz Lima Junior, meu presente de Deus, por todos os momentos felizes e inesquecíveis, e também pelos momentos de dificuldade, por nunca ter desistido de nós. Sobretudo, por ser fonte inesgotável de abrigo, consolo e principalmente de amor. Obrigada por ter me proporcionado tanta evolução pessoal. Ao seu lado eu sou uma pessoa melhor. Te amo!

Deixo registrado aqui meus agradecimentos a minha sogra, Marlene Venâncio da Silva, pelos ensinamentos diários de vida, por ser uma inspiração em minha vida por todo carinho e atenção.

Aos meus amigos do curso de Administração: Isabel Chagas; Jacirene do Espirito Santo; Vinícius Giusti, Bruna Pimentel; Wendell Bruno; Fernanda Loiola e Marcos Sampaio por me fazerem compreender que a universidade vai muito além de uma probabilidade aleatória ao colocar 40 pessoas em uma sala de aula e que os laços da vida são frutos das nossas escolhas. Tenho plena convicção que fiz as melhores escolhas. Gratidão pelos momentos divertidos e felizes e por sempre me oferecerem sustentação nos momentos difíceis. A caminhada não teria tanta alegria sem a companhia de vocês.

Em seguida, deixo a minha eterna gratidão ao meu orientador, Professor Celso Antônio Lago Beckman por ter me orientado de uma maneira ímpar e singular, com toda atenção, e por ter acreditado neste trabalho. Sobretudo por ser um exemplo de professor e profissional. Que Deus sempre abençoe a sua vida, seus planos e seus caminhos!

E a todos que me acompanharam de forma direta ou indireta, agradeço de todo coração. Seja no meu círculo pessoal ou profissional de relações, obrigada por deixarem suas contribuições. Agradeço também as instituições Exata Imóveis, Polícia Federal, Pró Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação – PPG/UEMA, ao Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Maranhão e as Lojas Americanas pela oportunidade de realizar estágios nas quais contribuíram de forma singular para o meu desenvolvimento profissional.

“Nós podemos ser heróis apenas por um dia”.
(David Bowie)

RESUMO

Com os efeitos da globalização na sociedade contemporânea, a tecnologia inseriu-se no cotidiano do ser humano, o que ocasionou uma grande mudança cultural em todo o mundo, o que proporcionou a democratização da comunicação. É neste contexto que surge as redes sociais com o intuito de estruturar socialmente as pessoas e as organizações que compartilham dos mesmos valores, pensamentos e objetivos em comum. Diante desta realidade, as organizações enxergaram uma oportunidade em interagir melhor com os indivíduos, reinventar os seus produtos e serviços e consolidar no mercado. Para que atinja esta finalidade é de suma importância que as organizações invistam em seu capital humano, sobretudo nos processos de recrutamento e seleção. A utilização do recrutamento nas redes sociais representam uma oportunidade em obter o maior alcance de candidatos. Deste modo, o presente trabalho tem como objetivo analisar o processo de recrutamento realizado por empresas especializadas em Recursos Humanos na cidade de São Luís (MA) a esta nova modalidade de recrutamento, buscando reflexões de teóricos renomados que discutem temáticas relacionadas a área de Gestão de Pessoas, em especial Marras (2011), Ivancevich (2008) e Chiavenato (2014). A metodologia aplicada na pesquisa foi a quanti-qualitativa com a finalidade de contextualizar os dados quantitativos e qualitativos considerando que não são elementos totalmente dissociados, além de utilizar como procedimento metodológicos pesquisas bibliográficas correlatas, elaboração e aplicação de questionários durante o período de 01 de novembro de 2018 a 15 de novembro de 2018 tendo como público alvo os profissionais de recrutamento das organizações especializadas em Recursos Humanos, totalizando uma amostra de 30 profissionais participantes. Nesse contexto, conceituamos o recrutamento e a seleção de candidatos com ênfase no recrutamento nas redes sociais, contextualizando para a realidade do campo de pesquisa, na cidade de São Luís, capital do Maranhão. Os resultados demonstraram que 76,7% das organizações de São Luís utilizam as redes sociais para recrutar seus candidatos e tais resultados representam a relevância de estudar as implicações deste tipo de recrutamento para as organizações de São Luís.

Palavras-chave: Recrutamento. Redes sociais. Organizações. Candidatos. Recursos humanos.

ABSTRACT

With the effects of globalization in contemporary society, technology was inserted in the daily life of the human being, which caused a great cultural change in the whole world, which provided the democratization of communication. It is in this context that social networks arise in order to socially structure people and organizations that share the same values, thoughts and goals in common. Faced with this reality, organizations saw an opportunity to interact better with individuals, reinvent their products and services and consolidate in the market. To achieve this goal, it is extremely important that organizations invest in their human capital, especially in recruitment and selection processes. The use of recruitment in social networks represents an opportunity to obtain the largest reach of candidates. Thus, the present work aims to analyze the recruitment process carried out by specialized companies in Human Resources in the city of São Luís (MA) to this new modality of recruitment, seeking reflections of renowned theorists who discuss topics related to the area of Management of People, especially Marras (2011), Ivancevich (2008) and Chiavenato (2014). The methodology applied in the research was the quanti-qualitative with the purpose of contextualizing the quantitative and qualitative data considering that they are not totally dissociated elements, besides using methodological procedure related bibliographic researches, elaboration and application of questionnaires during the period of November 1st from 2018 to November 15, 2018, targeting the recruitment professionals of organizations specializing in Human Resources, totaling a sample of 30 participating professionals. In this context, we conceptualize the recruitment and selection of candidates with an emphasis on recruitment in social networks, contextualizing to the reality of the field of research, in the city of São Luís, capital of Maranhão. The results showed that 76.7% of the organizations of São Luís use social networks to recruit their candidates and that these results represent the relevance of studying the implications of this type of recruitment for the organizations of São Luís.

Keywords: Recruitment. Social networks. Organizations. Candidates. Human resources.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Imagem do Gráfico que representa as variáveis tempo (X) e custo (Y) no processo de recrutamento	17
Figura 2 - Imagem de um cartaz em uma loja de varejo em São Luís	18
Figura 3 - Tela Inicial do site da Catho	19
Figura 4 - Imagem de um anúncio fechado e expresso	21
Figura 5 - Redes Sociais como um mecanismo de marketing	29
Figura 6 - Redes sociais como ferramenta de entretenimento e interação	30
Figura 7 - Layout inicial da Página do Facebook	31
Figura 8 - Página inicial do Instagram	32
Figura 9 - Grupos de Recrutamento no Facebook em São Luís	34
Figura 10 – Página Principal do Perfil no Instagram do Tramos Maranhão	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária	38
Gráfico 2 – Gênero dos participantes	39
Gráfico 3 – Grau de Escolaridade	39
Gráfico 4 – Curso de Graduação	40
Gráfico 5 – Identificação das Organizações Participantes	41
Gráfico 6 – Qual o seu cargo dentro da instituição.....	42
Gráfico 7 – Adesão ao Recrutamento nas Redes Sociais	42
Gráfico 8 – Redes Sociais mais utilizadas para recrutamento	43
Gráfico 9 – Perfis nas redes sociais utilizados	44
Gráfico 10 – Avaliação dos candidatos pelo conteúdo nas redes sociais	45
Gráfico 11 – Implicações do recrutamento via redes sociais no processo de recrutamento das organizações	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 CONCEITOS DE RECRUTAMENTO	14
2.1 Recrutamento interno	15
2.2 Recrutamento externo	16
2.3 Fontes de recrutamento	17
3 SELEÇÃO DE PESSOAS	22
3.1 Técnicas de seleção	23
3.1.1 Entrevista de seleção de candidatos	23
3.1.2 Provas de conhecimentos ou de capacidades	24
3.1.3 Testes psicológicos	26
3.1.3 Teste de personalidade	26
3.1.4 Técnicas de simulação	27
4 REDES SOCIAIS	28
4.1 Facebook	30
4.2 Instagram	31
5 RECRUTAMENTO NAS REDES SOCIAIS	33
6 METODOLOGIA	35
7 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS	37
7.1 Aplicação de questionário para profissionais das organizações especializadas em Recursos Humanos em São Luís – MA	37
7.1.1 Perfil demográfico dos profissionais	37
7.1.2 Implicações e adesão pelas organizações	41
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	54

1 INTRODUÇÃO

Com o expoente da globalização, a comunicação tornou-se um elo fundamental em vários segmentos da sociedade, sobretudo na economia, além de proporcionar uma mudança ideológica nos indivíduos: os hábitos tradicionais foram substituídos de uma maneira volátil por novos padrões de comportamento. Um exemplo dessa evolução foi o surgimento das redes sociais, um espaço colaborativo de troca e recebimento de informações. Pode-se associar o conceito de redes como uma espécie de colaboração e troca mútua de ideias que difunde-se com o senso comum, teórico-científico e com as diversas ramificações do conhecimento. O termo redes sugere fluxo, o que torna o conhecimento mais acessível em suas múltiplas áreas, democratizando o acesso ao saber. (ACIOLI, 2007).

Historicamente, essa pré noção conceitual começa a ser explorada na Antropologia Social, através das primeiras verificações etnográficas elementares de parentesco por Claude Lévi-Strauss, o que originou um ponto de partida para vários outros estudos. Para Regina Marteleto: “[...] os estudos de redes sociais permitiram a construção de uma compreensão inovadora da sociedade, que ultrapassa os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem” (MARTELETO, 2010, p.28). Diante destas transformações e na mudança nas interações sociais entre os indivíduos, as organizações almejam agregar valor aos seus produtos e serviços e ganhar diferenciais competitivos no mercado, mas para que se atinja esse objetivo é necessário contar com colaboradores que possuam afinidade com a identidade da instituição.

O recrutamento é uma ferramenta poderosa de atrair candidatos para as organizações e que necessita de uma melhoria e aperfeiçoamento contínuo com ênfase em seus processos. (CHIAVENATO, 2014). Subdivide-se em duas classificações: interno e externo. O recrutamento interno consiste em buscar pessoas para ocupar um cargo dentro da própria empresa, restrito aos próprios funcionários pertencentes a organização. Já o recrutamento externo visa escolher candidatos aptos no mercado de trabalho, com critérios pré-estabelecidos para a ocupação do cargo.

Segundo os dados da pesquisa realizada pelo We Are Social em parceria com o HootSuite, 58% da população brasileira faz uso das redes sociais, o que

representa mais de 122 milhões de brasileiros. As 10 redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros é o Facebook (130 milhões de usuários); Whatsapp (120 milhões de usuários); YouTube (98 milhões de usuários); Instagram (57 milhões de usuários); Twitter (30 milhões de usuários); LinkedIn (29 milhões de usuários); Pinterest; Google +; Messenger e SnapChat. No Maranhão, segundo o levantamento realizado pela Quadrante Brasil, cerca de aproximadamente 2 e 2,5 milhões de habitantes utilizam algum tipo de rede social, o que representa 35% da população do estado. Por meio desta análise, pode-se constatar um potencial grande de visibilidade que as organizações podem alcançar por essa ferramenta, não somente na comercialização de produtos ou serviços, mas principalmente como um aparato de recrutamento capaz de atrair as melhores profissionais dentro das organizações.

O campo de estudo escolhido para esta pesquisa são as organizações especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís (MA) com a perspectiva de agregar valor e de proporcionar uma contribuição social e econômica para a nossa sociedade, além da temática ser inovadora e pouco abordada em pesquisas científicas. O objetivo deste trabalho é analisar a adesão e as implicações no processo de recrutamento realizado por empresas especializadas em Recursos Humanos na cidade de São Luís (MA) ao adotarem como modalidade de recrutamento a utilização do Instagram e Facebook. As organizações especializadas em Recursos Humanos de São Luís estão aderindo as redes sociais como Instagram e Facebook para recrutar seus candidatos? E quais são as implicações desta prática?

Na primeira parte do trabalho inclui o referencial teórico do trabalho abordando os conceitos e a tipologia do recrutamento, a conceituação e a classificação sobre seleção, além de contextualizar o recrutamento nas redes sociais no contexto local da pesquisa. Na segunda parte irá explorado a metodologia utilizada no trabalho e a terceira parte refere-se a análise do levantamento de dados e as respectivas conclusões.

2 CONCEITOS DE RECRUTAMENTO

O verbo recrutar, em seu aspecto generalista, possui o significado de alistar ou convocar pessoas para uma finalidade em comum. Com a evolução do mercado de trabalho, o recrutamento deixou de ter um caráter compulsório e integrou-se como uma ferramenta a partir do século XX, acompanhando as transformações sociais e econômicas, uma transição na forma de olhar o indivíduo somente por uma perspectiva meramente econômica para uma visão mais holística, de que pode contribuir e agregar valor para as organizações. (MOZER, 2017). Por meio do avanço da tecnologia a forma de recrutar obteve alterações significativas, deixando de se restringir apenas pelos jornais, *networking* e currículo *vitae*, mas ganhando ferramentas aliadas como as redes sociais e sites específicos de recrutamento.

Na vertente da Gestão de Pessoas na definição de Chiavenato (2006, p. 165) “[...] recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização”. Para que essa atração entre candidatos e recrutadores ocorra em sintonia é necessário que a empresa possua uma forte cultura organizacional, que proporcione uma identificação por parte dos candidatos com os valores institucionais. Outro passo importante para um recrutamento eficaz é a descrição dos cargos, ferramenta apropriada para formalizar as atribuições para cada função exercida dentro das organizações. Subdivide-se em nível de aplicabilidade em duas modalidades: interno e externo, que será abordado no decorrer desta pesquisa científica.

Importante ressaltar que o recrutamento é uma grande ferramenta estratégica e tem como principal objetivo agregar valor as pessoas e as organizações. Ao elaborar um processo de recrutamento, os gestores de Recursos Humanos devem atentar-se as necessidades mais emergentes da organização como menciona Dutra (2011), verificando os seguintes elementos:

- a) Perfil profissional: delimita o espaço de trabalho do indivíduo, o *now-how* técnico e intelectual que o profissional deverá desempenhar exercendo sua função.
- b) Perfil comportamental: delineado considerando a conjuntura política, social e cultural na área em que o profissional captado irá atuar.

- c) Entregas desejadas: refere-se as expectativas e suas projeções no presente e no futuro para verificar se há compatibilidade com a identidade organizacional da instituição.
- d) Condições de trabalho: analisa o ambiente de atuação do profissional e mensura os recursos disponíveis para a realização do trabalho.
- e) Condições de desenvolvimento: estima quais tipos de investimentos para treinar e capacitar continuamente o profissional recrutado.
- f) Condições contratuais: averiguar os vínculos contratuais possíveis para que o profissional exerça sua função de forma legalizada juridicamente.

O fator decisivo para a eficácia do processo de recrutamento consiste uma consolidação de práticas que valorizem o seu capital humano como o plano de cargos e salários, o que proporciona uma abordagem mais profissional e um gerenciamento mais efetivo, facilitando o desenvolvimento do indivíduo no âmbito profissional. (MARRAS, 2011).

2.1 Recrutamento interno

O recrutamento interno é voltado para os colaboradores que são pertencentes a organização e essa técnica geralmente ocorre em situações de promoção ou transferência (SATAKE et al, 2011). Para que esse processo tenha um bom embasamento e ocorra de maneira sistemática é necessário que tenha uma política elaborada de forma transparente e possua uma amplitude na divulgação da vaga referida em todos os níveis hierárquicos da organização. Podemos elencar como principais benefícios desta modalidade de recrutamento, de acordo com a visão de Marras (2011):

- a) A otimização do processo de recrutamento, o que permite uma triagem mais rápida em analisar as habilidades e competências do colaborador, além disso contribui com a agilização do processo admissional.
- b) Um aumento significativo na motivação dos colaboradores, que visam uma chance de crescer e se aperfeiçoar profissionalmente dentro da organização, gerando uma multiplicação de oportunidades
- c) Redução dos custos finais do processo de recrutamento

Pelo contrário, o recrutamento interno pode ocasionar o impedimento de novas ideias e inovações nos processos de vários níveis dentro da organização, dessa forma estagnando as expectativas. Esta modalidade de recrutar favorece o conservadorismo dentro das instituições e mantém o capital humano da instituição inalterado e conserva a identidade organizacional. (POLARY, 2015).

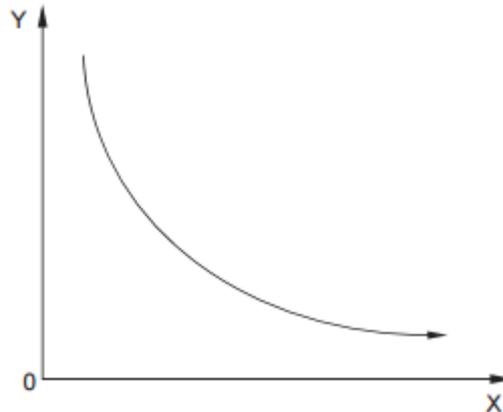
2.2 Recrutamento externo

O recrutamento externo busca captar novos funcionários por meio do mercado de trabalho, o que proporciona uma maior pluralidade e barganha de escolha dos candidatos a ocuparem o cargo em vacância. De acordo com Marras (2011, p. 58) “[...] todo recrutamento externo tem início a partir da tomada de decisão com relação a dois tópicos que definem, para o gestor de R&S, qual o melhor caminho a ser seguido na escolha das fontes utilizadas na prospecção de candidatos”. O autor elenca dois fatores determinantes:

- a) Variável tempo: possui a função de determinar e estipular os prazos de tempo e simultaneamente indica a fonte de recrutamento mais adequada;
- b) Variável custo: mensura a capacidade financeira da organização que diagnostica e diferencia os custos de cada processo da fase de recrutamento, dessa forma a avaliar a melhor relação custo benefício.

Podemos ilustrar a relação entre as variáveis custo e tempo por meio do gráfico abaixo:

Figura 1 - Imagem do Gráfico que representa as variáveis tempo (X) e custo (Y) no processo de recrutamento



Fonte: Site do QConcursos (2018)

A imagem acima representa o gráfico que possibilita ao gestor analisar a sua tomada de decisão. Verifica-se que a curva representa que quanto maior o tempo para realizar o processo de recrutamento, menor o custo financeiro do processo, caracterizando uma relação inversamente proporcional entre o tempo e o custo. A partir da tomada de decisão tomada pelo gestor, auxilia-se na escolha da fonte de recrutamento mais viável de acordo com a necessidade da organização. O recrutamento externo interfere de maneira negativa na motivação dos colaboradores, reduzindo a fidelidade dos funcionários, o que pode impactar diretamente no exercício de suas funções. (POLARY, 2015).

2.3 Fontes de recrutamento

As fontes de recrutamento têm o objetivo de ampliar a divulgação da vaga pela organização para que o maior número de candidatos aptos obtenha interesse pela vaga. No recrutamento interno são utilizados memorandos, divulgações de cartazes e anúncios pelos sistemas específicos da organização para que seja despertado o interesse dos colaboradores em galgar novos cargos dentro das instituições. O recrutamento externo pode captar candidatos pelos seguintes meios (DUTRA, 2011):

- a) Bancos de dados interno: geralmente é gerenciado pelo sistema de informações da instituição e é constituído a partir do recebimento de

currículos no dia-a-dia e analisado de acordo com as necessidades da organização.

- b) Indicações: uma vez que constatada a necessidade da organização em captar um novo profissional, o recrutador divulga a informação de forma interna e externa, fazendo com que a informação ganhe maior volatilidade e alcance de maneira mais rápida os candidatos. Caracteriza-se por ser uma fonte de recrutamento rápida e econômica.
- c) Cartazes internos e externos: Caracteriza-se por ser uma ferramenta divulgada em locais estratégicos onde haja um nicho de profissionais de um determinado ramo, de acordo com as necessidades da organização preencher a vaga de acordo com o perfil previamente estabelecido. Pode-se verificar um exemplo de cartaz na figura abaixo:

Figura 2 - Imagem de um cartaz em uma loja de varejo em São Luís



Fonte: Grupo VAGAS – São Luís (Facebook)

- d) Entidades diversas: refere-se a entidades que oferecem assistência aos trabalhadores de uma forma geral ou em um seguimento profissional específico, que através do atendimento presencial e de capacitações,

encaminham os profissionais para o mercado de trabalho. Como exemplo pode-se citar o Sistema Nacional de Emprego (SINE) que possui a finalidade de capacitar, empregar e realocar os trabalhadores no mercado de trabalho.

- e) Consultorias de *outplacement*: esta modalidade de consultoria possui a finalidade de realocar profissionais ou de prestar assessoria ao trabalhador em processo de desligamento por meio de *feedbacks* e capacitar para o mercado de trabalho. Possui como público-alvo a prestação de serviços para pessoas jurídicas.
- f) Consultorias de *replacement*: são responsáveis por modelar candidatos para o mercado de trabalho e realizam atendimento para pessoas físicas com o objetivo de inserir os candidatos nas vagas ociosas das organizações.
- g) Agências de emprego: ofertam serviços de recrutamento de profissionais e possuem como principal responsabilidade enviar currículos dos candidatos que estejam de acordo com a descrição de cargos e perfis estabelecidos. Caracterizam-se por prestarem serviços a diversas organizações, para exemplificar podemos citar a Catho, uma agência de emprego online, como podemos visualizar a imagem abaixo:

Figura 3 - Tela Inicial do site da Catho

Fonte: Site da Catho (2018)

- h) Consultorias em recrutamento e seleção: são empresas prestadoras de serviço que se diferenciam pela sua metodologia de trabalho em conhecer melhor a identidade organizacional da empresa, diagnosticando o perfil profissional de cada cargo exercido dentro da organização com a finalidade de obter uma eficiência no processo de recrutar candidatos
- i) *Headhunter*: são profissionais que buscam talentos para ocuparem cargos vacantes nas esferas tática e estratégica da organização ou profissionais extremamente difíceis de serem encontrados no mercado de trabalho. É um tipo de recrutador que se destaca pela sua influência e pelo seu perfil profissional.
- j) Mídia: na perspectiva de Marras (2011) caracteriza-se mídia “[...] pelo conjunto de canais de comunicação composto por jornais, revistas, rádio, televisão, etc”. Estas ferramentas servem de suporte aos Gestores de Recursos Humanos para atrair os candidatos de uma forma geral ou de um segmento específico de trabalhadores. Segundo a visão do autor Marras (2011) o anúncio expresso por meio das estatísticas atingem profissionais peculiares de cada segmento. Os anúncios expressos subdividem-se em duas classificações: anúncio fechado, na qual a empresa recrutadora não se identifica e restringe apenas a comunicação pelo envio de currículos; o anúncio aberto é aquele na qual a empresa se identifica, detectando o seu contato para melhor abranger a comunicação com os candidatos. Pode-se ilustrar melhor o anúncio de uma maneira generalista por meio da imagem abaixo:

Figura 4 - Imagem de um anúncio fechado e expresso

ENGENHO NOVO R\$220.000,00, Rua Verna Magalhães, 94 loja com divisórias, escritório e banheiro, 57m2. Tratar 2221-4848 CJ2710

JACAREPAGUA Lojão próximo a linha amarela, escolas, clínicas, Av. Geremário Dantas, 1092, chaves na borracharia ao lado R\$2000,00 Tel. 2533-4134

ROCHA Rua General Belford nº190. Frente Delegacia legal. Alugo/ vendo sobrelas 200/ 270m2. Juntas/ separadas. P/Indústria leves/ escritórios. Visitas Tel:2572-2142/ 2570-1582

S. CRISTOVÃO Esquina f. melo lançamento centro comercial: 3lojas 11x8 +jirau 11x8 =170m /// galpão 750m // /3pavs 100m escritório =300m figueiredo. 9982-

do a natureza da atividade assim o exigir.

Empregos

300 - Empregos

Procura-se **ELECTRICISTAS** Conhecimentos básicos de interruptores eléctricos on/off. Conhecimentos de sistemas de aspersão serão valorizados. Local: Estádio da Luz

COZINHEIRA(O) p/residência. Forno/ fogão c/experiência e referência profissional, disposição p/ajudar em outros serviços. Dorme emprego, 2 folgas semanais, remuneração ini-

350m2., no Centro de C. Grande, em frente calç. Tratar Tel.:(22)8111-(21)2415-0554 a noite.

PASSO ponto Clínica na Barra. Oportunidade consultórios, recepção, tudo novo. Alvará aprovado Vigilância. 55.000,00. Pagamento negociável. Tel.8136-065

PASSO Ponto em Loja R.Moreira César. Excelente localização, 30m², piso solarium e 2ª andar do shopping, escada rolante. Tel.:81041.

PASSO Ponto, excelente coração de Cpo.Gra rua muito movimentada serve p/qualquer ramo, na frente. Preço de ex-

Fonte: Blog Horas Extraordinárias (2011)

Ao selecionar a fonte de recrutamento mais adequada para o processo seletivo, o recrutador estará apto para receber os currículos ou carta de indicação de acordo com a receptividade dos candidatos com a vaga, preenchimento de formulários caso necessário e analisar a documentação. A função do recrutador é processar os materiais enviados pelos candidatos e realizar uma triagem do recrutamento, com a finalidade de selecionar os candidatos apropriados com o perfil da vaga ofertada pela organização.

3 SELEÇÃO DE PESSOAS

Muitas pessoas tendem a confundir os conceitos de recrutamento e seleção, porém os processos são complementares entre si e a seleção é uma etapa conseguinte ao recrutamento. Podemos conceituar seleção de acordo com a visão de Chiavenato (2014, p.134) “a seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas alguns candidatos possam ingressar na organização: aqueles que apresentam as características desejadas”, características essas que são definidas pela estruturação e descrição dos cargos. De acordo com a visão do teórico Ivancevich (2008) a seleção é atingida por influências ambientais de origem interna e externa. O ambiente interno pode ser evidenciado pelas características internas da organização como o tamanho (porte da empresa), a complexidade e a volatilidade. Podemos definir o ambiente externo na seleção como variáveis pouco controláveis pela organização como a composição e a disponibilidade do mercado local que é afetado pelos fatores políticos, econômicos e sociais.

A seleção tem como fundamentação a descrição e análise do cargo (ou competências requeridas e baseia-se também por meio de aplicação das técnicas de seleção, a implementação da técnica dos incidentes críticos, a análise do cargo no mercado e o mapeamento de competências. A base de comparação da seleção consiste em compilar os dados do candidato e transformar em uma ficha de especificações com a finalidade de estabelecer parâmetros. As competências requeridas pela empresa na visão de Chiavenato (2016) servem como um procedimento que visa comparar as competências individuais oferecidas pelos candidatos. A técnica dos incidentes críticos consiste em investigar a performance profissional do candidato em outras organizações, destacando seus pontos desejáveis ou indesejáveis. A análise do cargo no mercado é uma espécie de suporte quando as organizações possuem dificuldade em delimitar a descrição de cargos e fundamenta-se na pesquisa de mercado para obter maiores informações. Segundo a Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Privada (ABRAPP, 2015, p. 9-12) a seleção é composta pelos seguintes processos:

- a) “Preparação: as etapas são utilizadas conforme o perfil da vaga e o prazo de tempo do processo seletivo.
- b) Avaliação de Candidatos: consiste em uma triagem inicial dos dados e vivências profissionais adquiridos pelos candidatos, com a finalidade de diagnosticar conhecimentos específicos referente ao cargo.

- c) Ferramentas: utiliza-se de provas escritas sobre assuntos técnicos ou específicos para mensurar o nível de conhecimento técnico. Uma outra alternativa de avaliar o candidato é a Ferramenta de *Assesment* que possui como objetivo mensurar as características específicas da personalidade do indivíduo.
- d) Dinâmicas de Grupo: consiste em avaliar características comportamentais como liderança, capacidade de negociação, inteligência emocional, entre outros. Mas para que seja eficaz, é importante que defina-se um *script* que discorra a respeito do planejamento das atividades como o tipo de dinâmica a ser executada, incluindo o número de participantes, organização das atividades a serem realizadas, e como a dinâmica será conduzida.
- e) Entrevista: É uma das ferramentas mais utilizadas no processo de seleção e caracteriza-se pelos seus elementos subjetivos e imprecisos obtém a finalidade de contribuir na escolha com o candidato através de perguntas que almejem detalhar o perfil profissional do candidato, suas experiências e esclarecer dúvidas sobre o processo seletivo
- f) Emissão de Parecer: após o levantamento de dados nas fases anteriores, realiza-se um relatório com o parecer de todos os candidatos participantes do processo seletivo.
- g) Finalização do Processo: Realiza-se o *feedback* com todos os participantes aprovados e reprovados no processo seletivo, a fim de dar trâmite a admissão para os aprovados, e destacar os pontos a serem melhorados para os reprovados no processo seletivo.”

3.1 Técnicas de seleção

As técnicas de seleção funcionam como uma ferramenta de detectar de forma analítica o comportamento de cada candidato e na visão de Chiavenato (2016, p. 127) para garantir a eficiência estas técnicas precisam ter como atributos a celeridade e a confiabilidade. Estas técnicas são agrupadas em cinco categorias nas quais podemos elencar a entrevista de seleção; provas de conhecimentos ou de capacidades, testes psicológicos, testes de personalidade e técnicas de simulação.

3.1.1 Entrevista de seleção de candidatos

Ao mesmo tempo em que é parte integrante do processo de seleção também é uma técnica mais utilizada e pode ser aplicada na triagem inicial no recrutamento, como entrevista pessoal e como entrevista técnica para avaliação do *now-how* do candidato e em várias outras situações do cotidiano organizacional. Segundo a visão de Batista, Carvalho e Batista (2018, p. 216) podemos conceituar a entrevista por meio desta análise “[...] a entrevista é um método estruturado que tem como objetivo selecionar e avaliar competências, aptidões e auxiliar o entrevistador na escolha do candidato mais bem preparado ao cargo”. Para que se obtenha

eficiência durante o decorrer da entrevista na seleção é necessária uma construção sólida de padronização e estruturação das perguntas para que haja um entrosamento entre entrevistador e candidato. A entrevista subdivide-se em quatro formatos:

- a) Entrevista totalmente padronizada: caracteriza-se por ser uma entrevista estruturada e com um roteiro pré-estabelecido, o que minimiza o dinamismo das respostas, tornando-se limitada. Geralmente são utilizadas o método da escolha simples (verdadeiro ou falso, entre outros), escolha múltipla, entre diversos métodos existentes.
- b) Entrevista padronizada apenas nas perguntas: esse método permite perguntas já pré-estabelecidas, que permite ao candidato uma liberdade ao responder as perguntas da entrevista. Proporciona dinamismo e uma maior amplitude na coleta de informações.
- c) Entrevista diretiva: baseia-se no método que delimitam a resposta esperada, mas não demarca as questões, proporcionando uma maior liberdade ao recrutador para que o mesmo conheça melhor os valores e o conceitos pessoais de cada candidato. Importante ressaltar que esta modalidade de entrevista é contingencial, ou seja, depende de como a entrevista estará sendo conduzida.
- d) Entrevista não diretiva: é uma categoria de entrevista em que perguntas e respostas não são previamente especificadas. É de cunho exploratório, informal e não estruturada e não há um roteiro específico de como conduzir a entrevista, ficando a critério do recrutador.

3.1.2 Provas de conhecimentos ou de capacidades

Consiste em avaliar o grau de conhecimentos teóricos e de habilidades técnicas dos candidatos. As provas de capacidade têm o objetivo de mensurar as habilidades por meio de vivências no âmbito profissional, especificamente as tarefas. De acordo com Chiavenato (2014, p. 134) as provas de capacidade e de capacidades classificam-se quanto à forma de aplicação, quanto à avaliação e quanto à organização:

- a) Quanto à forma de aplicação: as provas podem ser orais (perguntas e respostas oralizadas); escritas (perguntas e respostas escritas); e provas de realização, que são realizadas através de uma execução de uma determinada tarefa.
- b) Quanto à forma de avaliação: as avaliações podem ser gerais, quando mensuram os conhecimentos com o intuito de examinar as noções de cultura geral do candidato; já as avaliações específicas examinam o grau de conhecimento técnico do candidato na área referente ao cargo que irá ocupar.
- c) Quanto à organização: subdivide-se nas formas tradicional e objetiva. As provas tradicionais possuem a característica de abordarem questões dissertativas e objetivas com longas respostas com a finalidade de examinar a profundidade do saber do candidato. As provas objetivas possuem a finalidade em mensurar a extensão e a abrangência dos conhecimentos de uma maneira simples de objetiva e as suas principais formas de aplicação são as alternativas simples ou testes dicotômicos, múltipla escolha, preenchimento de lacunas, ordenação ou conjugação de pares, escala de concordância ou discordância, escala de importância e escala de avaliação.

3.1.3 Testes psicológicos

Segundo Oliveira *et al* (2005) pode-se conceituar os testes psicológicos como “[...] instrumentos de medida que investigam amostras de comportamento e devem ser capazes de auxiliar na identificação de características de sujeitos.” Para que sejam validados é de suma importância que tenham confiabilidade e parâmetros psicológicos estabelecidos. Para Chiavenato (2004, p.135) os testes psicológicos caracterizam-se por três fatores:

- a) **Preditor:** através do teste, possui a finalidade de prever um prognóstico do futuro desempenho do candidato no cargo. Tem a validade mensurada a partir da entrada do candidato (admissão) na organização pela sua performance profissional e o seu desempenho no cargo.
- b) **Validade:** Refere-se a capacidade de mensurar a variável humana em que se pretende medir.
- c) **Precisão:** analisa a capacidade do teste em averiguar semelhantes resultados em um mesmo candidato, dessa forma a demonstrar consistência na coleta dos dados.

3.1.3 Teste de personalidade

Pode-se conceituar personalidade como um conjunto de características pessoais mensuráveis do indivíduo e representa a integração das características mensuráveis correlacionados aos aspectos permanentes e consistentes e é essa compactação de variáveis que determina os traços da personalidade, que torna o indivíduo com características únicas e peculiares. (CHIAVENATO, 2014).

Os testes de personalidade são empregados para conhecer o sistema endógeno dos indivíduos, constituído por características típicas e exclusivas que são determinantes na constituição do perfil comportamental de cada indivíduo. Podemos exemplificar como métodos mais comuns de teste de personalidade: teste de Wartegg; teste de Rorschach; psicodiagnóstico miocinético, teste da árvore, teste grafológico e o teste de predominância cerebral. (MARRAS, 2011).

3.1.4 Técnicas de simulação

As técnicas de simulação avaliam o comportamento do indivíduo de uma maneira grupal e fundamenta-se em execuções de cunho social. A principal técnica utilizada para este tipo de avaliação é o psicodrama, que consiste na escolha por parte do indivíduo referente aos papéis sociais que irá desempenhar. São ferramentas utilizadas como complemento ao diagnóstico na qual o candidato no processo seletivo simula situações cotidianas profissionais do cargo que pode desempenhar com a finalidade de prever sua performance profissional futuramente. Na maioria das vezes esse mecanismo é realizado em processos seletivos em que são exigidos como principal característica o relacionamento interpessoal como cargos gerenciais ou o segmento de vendas.

4 REDES SOCIAIS

Através do processo de globalização, obteve-se uma maior facilidade na maneira de comunicar, um acontecimento mundial que acontece num instante em questão de segundos é propagado para todos os continentes por meio da internet. Segundo Camargo e Escobar (2012, p. 03) podemos conceituar a internet da seguinte forma:

“É uma união entre duas palavras em inglês: interconnected network, que significa rede interconectada e designa a rede mundial pública de computadores interligados por cabos ou tecnologias sem fios (wireless), ou seja, intercomunicando diversos dados e informações como textos e imagem.”

Auxiliou a dinamizar e a interferir diretamente na cultura, de forma a tornar padronizada. Segundo a visão de Marteleto (2010, p. 28), pode-se conceituar as redes sociais da seguinte maneira:

“Em linhas gerais, os estudos de redes sociais permitiram a construção de uma compreensão inovadora da sociedade, que ultrapassa os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem. De forma diferente, o conceito de redes sociais leva a uma compreensão da sociedade a partir dos vínculos relacionais entre os indivíduos, os quais reforçariam suas capacidades de atuação, compartilhamento, aprendizagem, captação de recursos e mobilização.”

As redes sociais tornaram-se um verdadeiro nicho para grupos sociais específicos e teve-se uma expansão muito além das fronteiras regionais e nacionais e se democratizaram. Pode-se entender melhor esse fenômeno por meio da conceituação das autoras Tomael, Alcará, Di Chiara (2005, p. 95) nesta seguinte citação:

“As redes sociais ultrapassaram o âmbito acadêmico/ científico, conquistando e ganhando espaço em outras esferas. E podemos observar esse movimento chegando à Internet e conquistando cada vez mais adeptos, aglutinando pessoas com objetivos específicos, ou apenas pelo prazer de trazer à tona ou desenvolver uma rede de relacionamento.”

Através das redes de relacionamento é possível construir relações de afetividade humana, como amizades e relacionamentos amorosos, de acordo com as crenças, valores e preferências de cada indivíduo. Atualmente as redes sociais são o principal meio do marketing, por meio de seu alcance de público amplificado, como

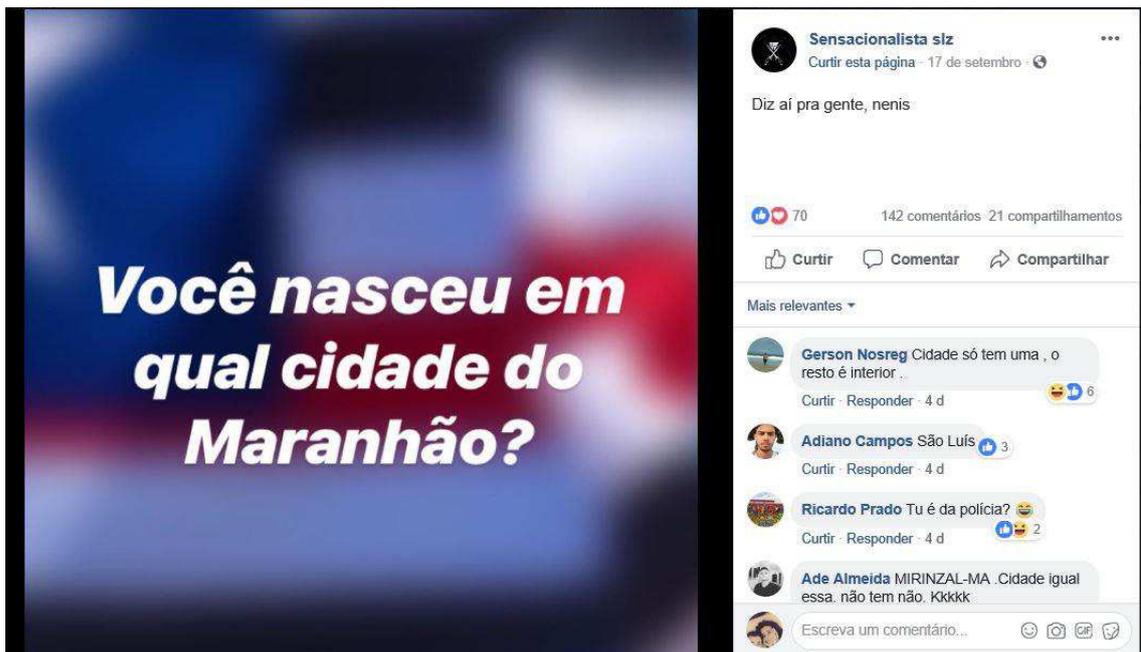
aborda Alcioli (2007, p. 05) ao afirmar que “Uma questão importante na análise de redes é a identificação de cliques e o estudo de sua organização em grupos, como também a possibilidade de que sejam elos importantes na troca de determinado tipo de informações.”

Figura 5 - Redes Sociais como um mecanismo de marketing

Fonte: Instagram @lojasamericanas (2018)

Por meio dessa mensuração de alcance por meio dos *likes*, é possível analisar de uma forma holística determinados grupos, seus costumes, preferências e traçar vários tipos de perfis.

Figura 6 - Redes sociais como ferramenta de entretenimento e interação



Fonte: Facebook Sensacionalista Slz (2018)

4.1 Facebook

A rede social *Facebook* teve surgimento com a idéia de três estudantes da Universidade de *Harward* composto por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin com a origem do aplicativo inicialmente denominado de *Facemash* uma espécie de jogo que obtinha a finalidade de estimular competições internas dentro da universidade, na qual colocava as imagens dos alunos e disputava qual aluno era o mais atraente.

Deu início oficialmente a suas atividades no dia 4 de fevereiro de 2004, com o objetivo de concentrar informações pessoais dos universitários (público-alvo na fase de criação) com o surgimento do *thefacebook*, um aplicativo originariamente pensado para integrar e ampliar as redes de contato dos alunos de *Harward* e somente no ano de 2005 expandiu o seu público, abrangendo os secundaristas e em 2006 engloba o acesso para mais de 22.000 redes referentes a organizações comerciais. (WIKIPEDIA, 2018)

Nesse mesmo ano, a rede social abarcou indivíduos acima de 13 anos de idade e com endereço de e-mail ativo, atraindo diversos grupos etários, o que

proporcionou uma expansão exponencialmente rápida. Podemos caracterizar e definir o *Facebook* pela conceituação de Correia e Moreira (2014, p. 172):

“O Facebook transformou-se num extraordinário caso de sucesso através do domínio massivo de milhões de interações sociais, diárias. Esta nova esfera de comportamentos sociais acarreta um fascínio inerente, mas também fornece aos cientistas sociais uma oportunidade, sem precedentes, de observação de comportamentos num cenário natural, de testar hipóteses num domínio totalmente novo e de recrutar com eficiência participantes de todas as partes do mundo e dos mais diversos perfis demográficos.”

Com a finalidade de suporte nas interações dos grupos sociais, através do *Facebook* os indivíduos podem adquirir novas amizades, acompanhar as notícias pelo *feed* que se inclui as notificações de publicações dos amigos virtuais e notícias referentes a preferência do internauta; grupos de debates sobre os mais variados temas; a cronologia, que almeja relembrar momentos da vida publicados. Além de acessar-se na internet, o internauta pode acessar o *Facebook* diretamente do seu celular, com aplicativos ofertados pelos sistemas operacionais *Android* e *Iphone OS*, proporcionando maior acessibilidade e comodidade para os internautas. Na figura abaixo pode-se visualizar a página inicial do *Facebook*.

Figura 7 - Layout inicial da Página do Facebook



Fonte: Facebook (2018)

4.2 Instagram

O *Instagram* é uma rede social que tem como principal característica os elementos visuais, representado pelas fotos, que proporciona ao usuário a publicação de suas fotos, além de editar suas imagens e interagir com outros usuários através de

comentários e curtidas. Teve surgimento por meio de outro aplicativo denominado *Burbn* e foi fundado pelo brasileiro Mike Krieger e pelo americano Kevin Systrom (atual CEO da instituição) e a fundação da organização foi constituída sem nenhum investimento de capital ou gerenciada por um modelo específico de negócios. Devido a difícil operacionalidade do aplicativo *Burbn*, seus fundadores repensaram e aperfeiçoaram o aplicativo, criando o Instagram, voltado inicialmente para usuários do sistema operacional *Iphone OS*.

No dia 3 de abril de 2012, o aplicativo *Instagram* é disponibilizado pela loja de aplicativos do sistema operacional *Android*, *Play Store*, um grande marco para sua expansão. Ao longo do tempo possibilitou-se a expansão para outras lojas de aplicativo como o *Windows Phone*, para celulares da marca *Nokia*.

Segundo Piza (2012, p. 11) “[...] a base de relacionamentos do *Instagram* característica comumente presente nas redes sociais da internet se mantém em torno de ter amigos ou seguidores.” com foco na visualização de fotografias que explanam o cotidiano dos indivíduos, o que ocasiona uma maior visibilidade ao perfil.

O aplicativo oferece várias funcionalidades para o usuário como os recursos de edição de imagem, inspiradas na câmera Polaroid; as curtidas nas publicações, que possui o objetivo de mensurar a popularidade do usuário; os comentários, que ampliam a interação entre os usuários; além de construir novas relações através da opção seguir e a função explorar que disponibiliza uma espécie de álbum de fotos inspirada nas pessoas em que o indivíduo segue e na sua lista de amigos. Logo abaixo podemos visualizar o layout inicial do *Instagram*:

Figura 8 - Página inicial do Instagram



Fonte: Instagram (2018)

5 RECRUTAMENTO NAS REDES SOCIAIS

Além de entreter num contexto geral, as redes sociais agregaram valor ao recrutamento dentro das organizações. Pode-se atrair os candidatos por meio dessa ferramenta e avaliar o comportamento, valores e perspectivas dos candidatos, o que torna as redes sociais uma vitrine profissional em potencial, o que faz deste mecanismo um grande elemento de comunicação para o recrutamento externo. Colaborando com esta explicitação, Lemes e Weschenfelder (2012, p. 27) analisam esta ferramenta como uma inovação e que futuramente ganhará uma maior popularidade:

“O recrutamento e seleção com o auxílio das redes sociais virtuais é uma nova prática na área de recursos humanos. Alguns estudiosos já tratam o assunto como uma realidade que tende a crescer nos próximos anos, devido à facilidade de interação que esta ferramenta proporciona.”

O recrutamento nas redes sociais de acordo com a visão de Ivancevich (2008, p. 195) o recrutamento nas redes sociais “[...] é uma alternativa relativamente barata de atrair candidatos qualificados”, o que ajudou com que esta modalidade de recrutamento se popularizasse nas organizações. Os benefícios não se restringem aos benefícios econômicos, mas pela praticidade de pesquisar melhor o perfil do candidato através de informações como postagens, fotos e os seus contatos pessoais e profissionais. É de suma importância que o candidato tenha cautela ao alimentar conteúdos nas redes sociais, para não transmitir uma imagem errônea de sua personalidade.

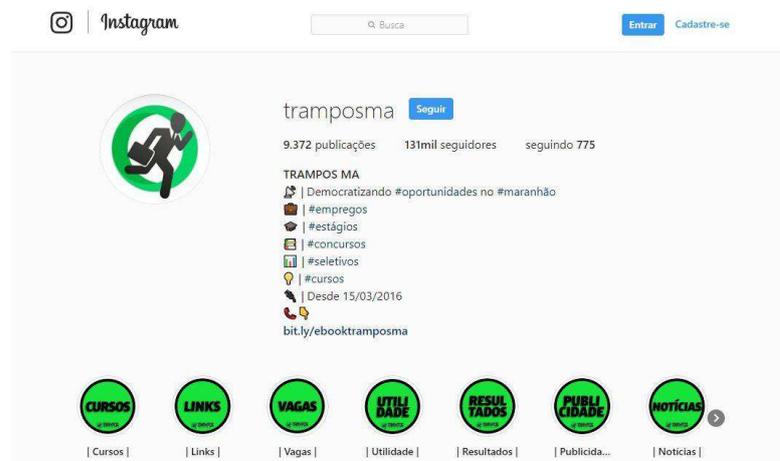
Em São Luís, podemos destacar uma página referência em recrutamento nas redes sociais: o Tramos Maranhão que possui página no *Instagram* e *Facebook*, e por conta desta ferramenta observou a oportunidade de comercializar seus serviços com divulgação de cursos profissionalizantes e outros produtos e serviços relacionados a área de Gestão de Pessoas. Importante ressaltar a utilização dos grupos de recrutamento no *Facebook*, que facilita a comunicação direta entre recrutadores e candidatos. Nas imagens abaixo podemos ilustrar como funciona a divulgação de vagas na página Tramos Maranhão e o funcionamento de mecanismo dos grupos no *Facebook*.

Figura 9 - Grupos de Recrutamento no Facebook em São Luís



Fonte: Facebook (2008)

Figura 10 – Página Principal do Perfil no Instagram do Tramos Maranhão



Fonte: Instagram Tramos Maranhão (2018)

6 METODOLOGIA

O presente trabalho foi norteado por uma abordagem quanti-qualitativa, pois a pesquisa almeja estudar e compreender as implicações e a adesão ao recrutamento nas redes sociais Facebook e Instagram pelas organizações em São Luís, através dos resultados numéricos. Gatti (2006, p. 28) traz à tona que, “[...] é preciso considerar que os conceitos de quantidade e qualidade não são totalmente dissociados”. Nesta modalidade de pesquisa possui uma especificidade de orientações teóricas, técnicas e coleta de dados possuem um viés empírico.

Além de operacionalizar através do método fenomenológico a compreensão da recente forma de comunicação entre as pessoas por meio da internet, em especial na utilização das redes sociais, como aborda Holanda (2006, p. 371):

“O método fenomenológico constitui-se numa abordagem descritiva, partindo da ideia de que se pode deixar o fenômeno falar por si, com o objetivo de alcançar o sentido da experiência, ou seja, o que a experiência significa para as pessoas que tiveram a experiência em questão e que estão, portanto, aptas a dar uma descrição compreensiva desta.”

Quanto aos procedimentos, programou-se o levantamento do referencial teórico por meio de artigos, livros, periódicos e afins com a finalidade de validar e sustentar a fundamentação teórica. A pesquisa bibliográfica é fundamentada por meio de materiais referentes ao tema já existentes (GIL, 2002).

Segundo a visão de Gil (2010, p. 29-30) “[...] a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos.” Além de instrumento de coleta de dados como a aplicação de questionários com o objetivo de analisar as implicações e a adesão ao recrutamento nas redes sociais pelas organizações especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís (MA). O mecanismo de coleta de dados segundo a visão de Marconi e Lakatos (2011) representa a constituição de uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito ou online e com privacidade.

A amostra da pesquisa utilizada foi a de cunho não probabilística por conveniência, ou seja, as pessoas foram selecionadas dentro do alcance do

pesquisador. Neste caso, o questionário foi elaborado na plataforma eletrônica do Google formulários, onde foi possível divulgar o link nas redes sociais Instagram, Facebook e WhatsApp o que totalizou a coleta em 30 respostas.

O questionário foi elaborado com 11 perguntas, com 7 perguntas objetivas e obrigatórias e 1 questão subjetiva opcional para avaliar os dados demográficos dos participantes, a organização em que trabalham e analisar a adesão do recrutamento via redes sociais e 3 perguntas subjetivas que visa analisar as implicações deste tipo de recrutamento nas organizações especializadas em Recursos Humanos situada em São Luís (MA).

Quanto aos desafios na aplicação do questionário, constatou certa dificuldade por parte dos participantes em respondê-lo. Acredita-se que tenha sido o fato de que durante a abordagem, apesar da identificação da pesquisadora, o entrevistado sentia insegurança ao respondê-lo por privacidade dos dados, assim como pode acontecer nas aplicação de certos questionários presenciais. Outra implicação durante a aplicação do questionário foi a amostra, constatou-se que a quantidade de organizações especializadas em Recursos Humanos em São Luís é escassa até o presente momento que foi realizado a pesquisa, o que afetou diretamente na quantidade de amostra coletada.

O universo da pesquisa foi desenvolvida na cidade de São Luís (MA), no prazo de 01 de novembro de 2018 a 15 de novembro de 2018, com os profissionais de recrutamento das organizações especializadas em Recursos Humanos da capital do Maranhão, São Luís. O motivo da escolha deu-se pela praticidade por ser a cidade residente da pesquisadora e pela afinidade na área de Gestão de Pessoas.

7 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

Esta pesquisa fundamentou-se no campo da Gestão de Pessoas, especificamente na área de recrutamento nas redes sociais para analisar as implicações e a adesão pelas organizações de São Luís desta modalidade de recrutamento. Diante disso, a pesquisa tem como problemática entender se os recrutadores das empresas especializadas em Recursos Humanos estão aderindo ao recrutamento nas redes sociais e quais são as implicações para as organizações.

7.1 Aplicação de questionário para profissionais das organizações especializadas em Recursos Humanos em São Luís – MA

Para o levantamento da pesquisa foi utilizado como técnica de instrumento de coleta de dados, o questionário (APÊNDICE A). O questionário foi elaborado na plataforma do *googleforms* onde é gerado um link que é possível divulgá-lo. O questionário possui 7 questões objetivas obrigatórias e 4 questões subjetivas opcionais. A divulgação do questionário foi realizada nas redes sociais e não é preciso criar uma conta ou registro para acessá-lo. A coleta dos dados foi feita no período do dia 01 de novembro de 2018 a 15 de novembro de 2018 com 30 respostas coletadas.

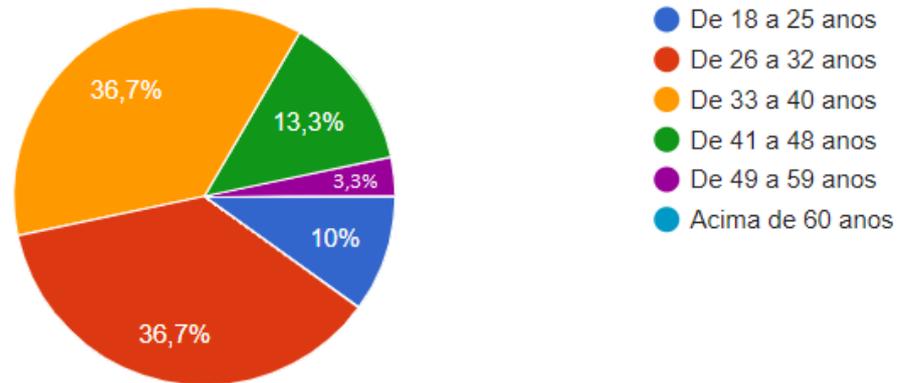
7.1.1 Perfil demográfico dos profissionais

As perguntas são iniciadas por meio de quatro perguntas demográficas objetivas como a faixa etária, gênero, grau de escolaridade e uma pergunta subjetiva na qual tinha a finalidade de traçar o perfil do profissional que trabalha em empresas especializadas em serviço de Recursos Humanos que possui o ensino superior.

Gráfico 1 – Faixa etária

Qual a sua idade?

30 respostas



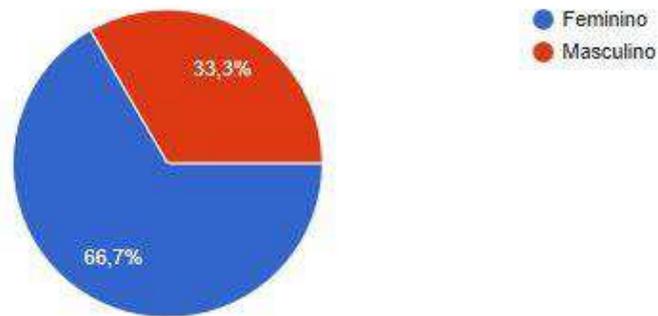
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Pode-se analisar que parte dos profissionais que responderam este questionário encontram-se na faixa etária dos 26 aos 32 anos, apresentando 36,7% e que uma outra parte dos profissionais participantes se encontram na faixa etária de 33 a 40 anos, representando também 36,7%. Apenas 13,3 % dos participantes afirmaram estar na faixa etária dos 18 aos 25 anos. Apenas 3,3 % dos profissionais afirmaram ter entre 49 a 59 anos. Na faixa etária que representa acima de 60 anos não houve nenhum participante, o que caracteriza profissionais relativamente jovens.

Gráfico 2 – Gênero dos participantes

Qual o seu gênero?

30 respostas



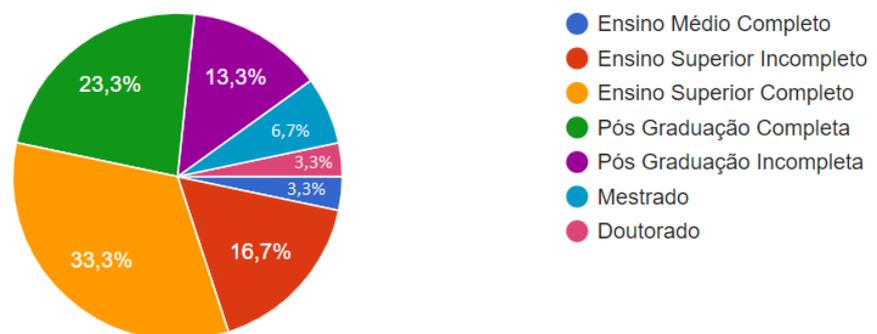
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Através destes dados observa-se a predominância de profissionais do gênero feminino representado por 66,7%. Por meio dos dados levantados podemos afirmar que a maior parte de profissionais de recrutamento em São Luís são mulheres.

Gráfico 3 – Grau de Escolaridade

Qual o seu nível de escolaridade?

30 respostas



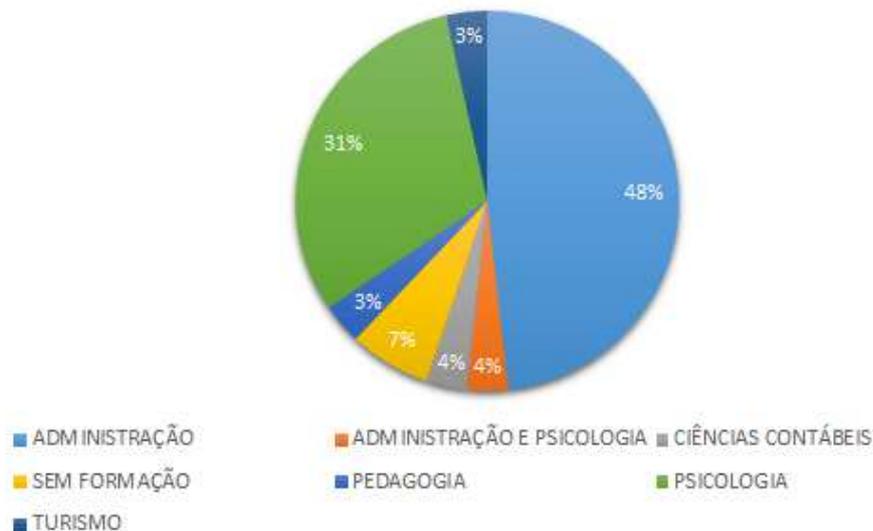
Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Por meio desses dados podemos constatar que a maioria dos participantes possuem ensino superior completo, o que representa 33,3%. 23,3% dos participantes

possuem pós-graduação completa, 16,7% possuem ensino superior incompleto e 13,3% afirmaram estar com a pós graduação incompleta. Através destes dados podemos afirmar que a maioria dos profissionais são capacitados ou procuram se capacitar. Uma pequena parte dos participantes afirmou ter feito o mestrado com 6,7% e doutorado com apenas 3,3%, e com a mesma porcentagem de 3,3% alguns participantes afirmaram somente terem feito o ensino médio completo.

Gráfico 4 – Curso de Graduação

SE JÁ CURSOU O ENSINO SUPERIOR, QUAL O SEU CURSO DE FORMAÇÃO?



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Através dos dados levantados podemos constatar uma pluralidade na formação do profissional de Gestão de Pessoas em São Luís. Importante ressaltar que essa pergunta teve caráter subjetivo e opcional, por isso algumas respostas ficaram abreviadas. Mesmo com essa pluralidade existe uma predominância do administrador com 48,2%. Um participante afirmou ter feito duas graduações (Administração e Psicologia) representando 3,4% e com a mesma porcentagem um participante afirmou ter cursado Ciências Contábeis. 6,8% dos participantes afirmaram não ter cursado o ensino superior, 3,4% dos participantes cursaram o ensino superior na área de Pedagogia, 9,4% afirmaram ter cursado Psicologia e 6,8% dos participantes afirmaram ter cursado Turismo.

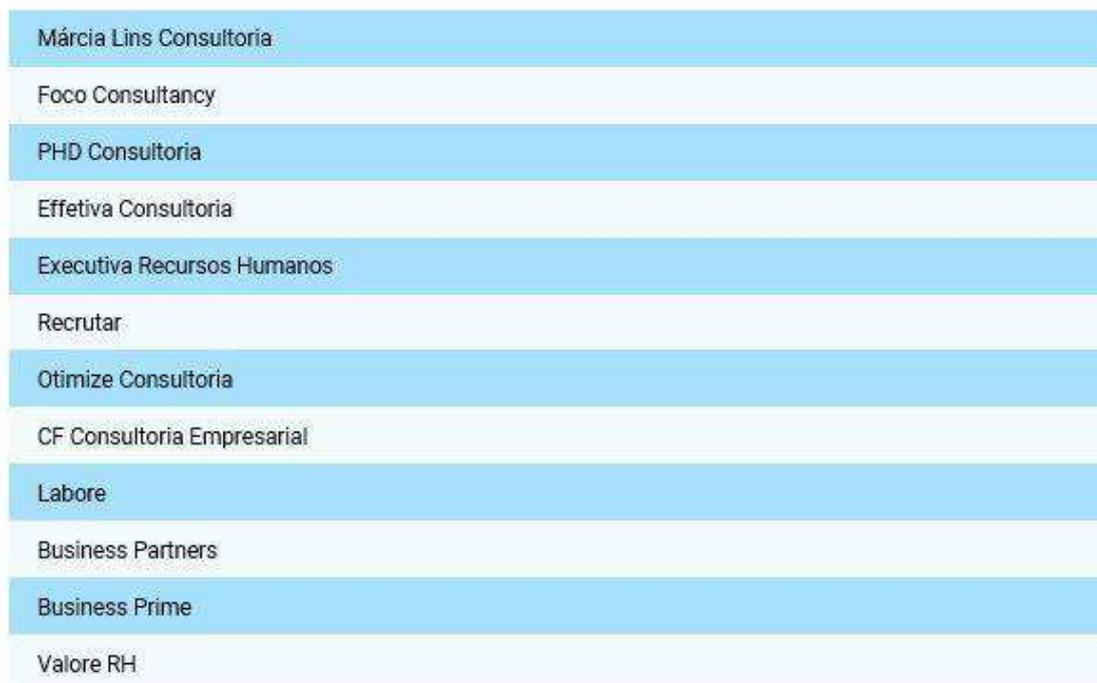
7.1.2 Implicações e adesão pelas organizações

As perguntas e coletas de dados a seguir possuem como finalidade identificar as organizações do segmento em São Luís, delimitar o perfil do profissional nestas instituições, avaliar a adesão do recrutamento nas redes sociais e as suas implicações nas organizações especializadas em Recursos Humanos.

Gráfico 5 – Identificação das Organizações Participantes

Nome da organização em que trabalha

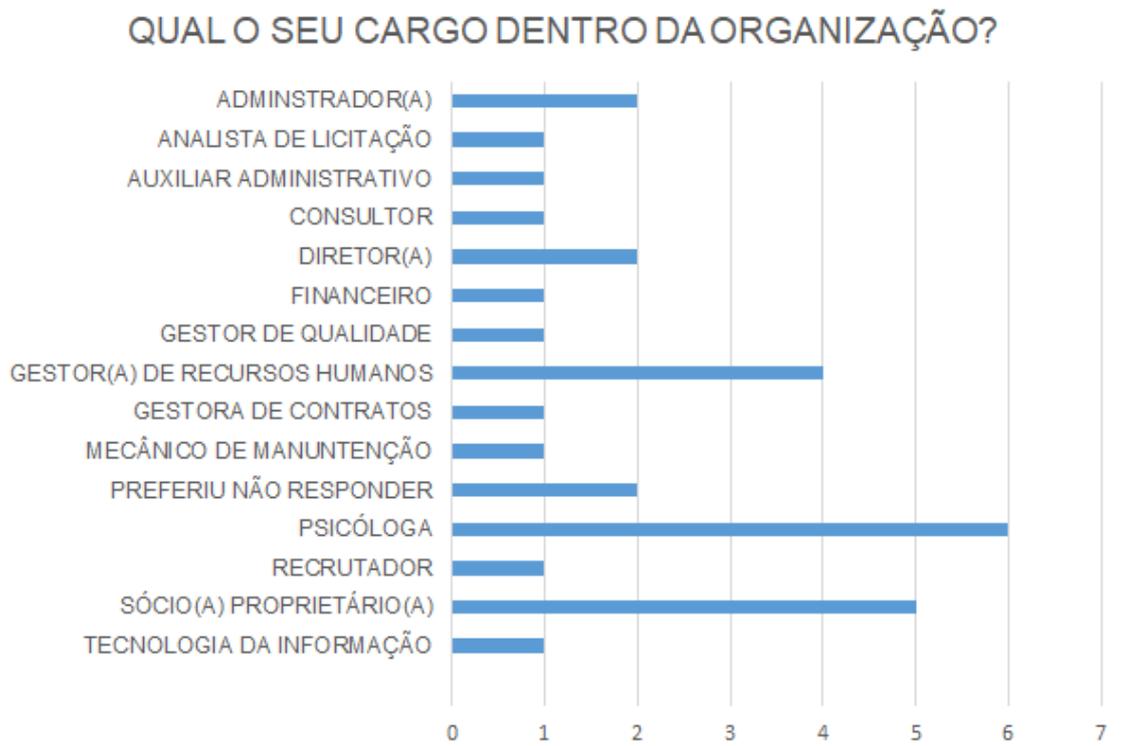
30 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

No intuito de auxiliar a identificar as empresas que participaram da pesquisa e de validar o trabalho, a pergunta tinha o objetivo de associar o participante na empresa a qual trabalha. A pesquisa contou com a participação da Valore RH, Business Prime, Business Partners, Labore, entre várias outras listadas.

Gráfico 6 – Qual o seu cargo dentro da instituição



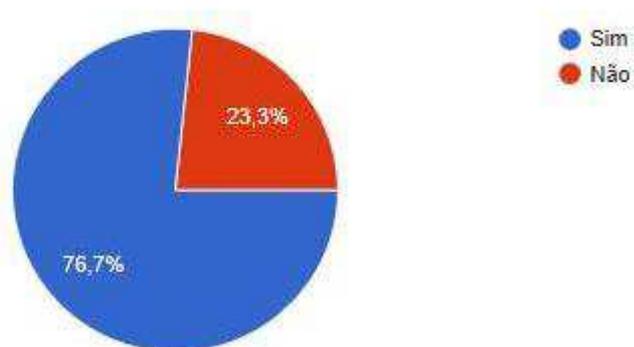
Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Através desta pergunta de caráter subjetiva, podemos analisar que profissionais de várias áreas assumem o papel de recrutar pessoas, de diferentes níveis hierárquicos, o que torna o processo de recrutamento mais descentralizado.

Gráfico 7 – Adesão ao Recrutamento nas Redes Sociais

Você já utilizou as redes sociais para recrutar candidatos?

30 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Mediante a coleta de dados da pergunta, interpreta-se que 76,7% já recrutaram pelo menos uma vez nas redes sociais, uma porcentagem expressiva, o que comprova gradativamente a adesão desta modalidade de recrutamento por parte das organizações. Apenas 23,3% das organizações afirmaram nunca ter recrutado via redes sociais.

Gráfico 8 – Redes Sociais mais utilizadas para recrutamento



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

A oitava pergunta possui o caráter subjetivo e a finalidade da pergunta é de coletar informações das organizações de quais redes sociais são utilizadas para o recrutamento de seus candidatos. Uma grande maioria citou o Facebook e *Instagram* como uma ferramenta de recrutar. Houveram menções as redes sociais *Whatsapp* e *Linkedin*.

Gráfico 9 – Perfis nas redes sociais utilizados

Quais usuários, perfis ou grupos das redes sociais que você utiliza para recrutar?

30 respostas

Recruta qualidade tem perfil em todas
RM consultoria
Grupo de empregos; perfis dos candidatos
Minha rede de amigos e fãs page de empregos
Nossos perfis nas redes sociais no Instagram e Facebook
Postagens nos perfis do Instagram e do Facebook como Vagas São Luís, Trampus Maranhão entre outros
nossos próprios perfis das redes sociais e repassamos para o Trampus MA, vagas Maranhão entre outros
nenhum
nas minhas perfis pessoais
utilizamos nossos perfis institucionais e repassamos o conteúdo das vagas para nossos parceiros como o empregosiz, trampus ma entre outros
Perfil institucional

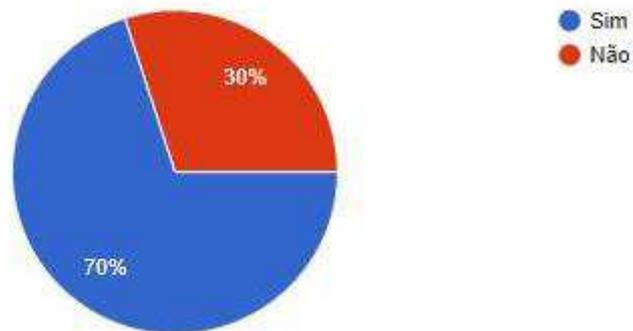
Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

A nona pergunta teve caráter subjetivo e de mensurar quais perfis das redes sociais as organizações utilizam para recrutar as suas vagas. Pode-se constatar que as organizações utilizam o perfil institucional como forma de recrutar ou que podem fazer parcerias com perfis especializados em divulgar vagas de emprego como o Trampus Maranhão e o Vagas São Luís (MA)

Gráfico 10 – Avaliação dos candidatos pelo conteúdo nas redes sociais

Você avalia o candidato pelo conteúdo de suas redes sociais?

30 respostas



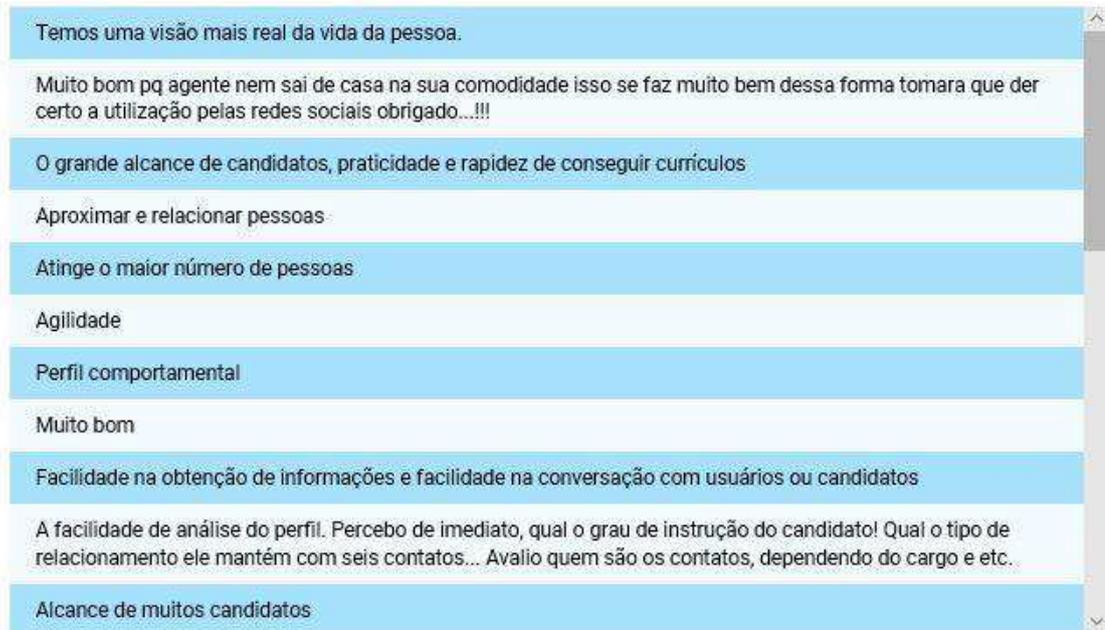
Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

De acordo com os dados coletados referente a nona pergunta, 70% dos recrutadores afirmam avaliar o candidato pelas redes sociais, o que alerta os candidatos ao terem cuidado ao alimentar as informações em suas redes sociais por meio de fotos, postagens, curtidas, entre outros. Já 30% dos recrutadores afirmam não aderir a prática de avaliar o conteúdo dos candidatos em suas redes sociais.

Gráfico 11 – Implicações do recrutamento via redes sociais no processo de recrutamento das organizações

Na sua opinião, quais são as implicações da utilização das redes sociais no processo de recrutamento?

30 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

A última pergunta do questionário teve caráter subjetivo e pediu para que os recrutadores respondessem as implicações do recrutamento via redes sociais nas organizações. Foram citados como implicações um melhor custo benefício no processo de recrutamento, a comodidade, o rápido alcance de divulgação da vaga, facilidade na obtenção de informações referentes aos candidatos, entre várias outras implicações, destacando as seguintes narrativas:

“A facilidade de análise do perfil. Percebo de imediato, qual o grau de instrução do candidato! Qual o tipo de relacionamento ele mantém com seis contatos... Avalio quem são os contatos, dependendo do cargo e etc.”

“Você pode encontrar informações sobre o candidato que geralmente em uma entrevista de emprego o mesmo não falaria.”

“Rapidez no processo, expansão massiva do anúncio, público diversificado.”

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este presente trabalho teve a finalidade de aprofundar os saberes sobre processo de recrutamento, aliando a um mecanismo poderoso de comunicação: as redes sociais, que revolucionaram a cultura nesse contexto de globalização em que vivemos. Como foi abordado, o recrutamento via redes sociais gera um grande alcance entre os candidatos, o que possibilita uma maior barganha de escolha para o recrutador.

O objetivo deste trabalho era abordar a adesão e as implicações desta modalidade de recrutamento nas empresas especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís (MA). Com o advento tecnológico, as antigas práticas de recrutamento se tornaram obsoletas e observou-se nas redes sociais uma viabilidade de inovar o processo de recrutamento

A realização do estudo foi ambientada com base nas implicações desta prática de recrutamento e a adesão do recrutamento nas redes sociais nas empresas especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís (MA). Para obter respostas para a problemática envolvida, optou-se por uma pesquisa descritiva tendo como instrumento de coleta de dados o questionário com 11 questões no total nas quais 7 questões tinham o caráter objetivo e obrigatório com a finalidade de obter informações demográficas e traçar o perfil do recrutador nas redes sociais e 4 respostas possuíam o caráter subjetivo e opcional a fim de obter informações por parte da adesão e as implicações desta modalidade para as organizações.

O que podemos constatar através dos resultados da pesquisa realizada grande parte das organizações especializadas em Recursos Humanos aderem, a esta modalidade de recrutamento, cerca de 76,7% de acordo com os dados levantados. Dentro da pesquisa é de suma importância ressaltar a análise de que o recrutamento nas redes sociais é constituído por vários atores, não se limita apenas aos profissionais da área de Recursos Humanos e caracteriza-se por ser um processo descentralizado ao mesmo tempo em que é convergente com outras áreas como a Psicologia, Administração, Tecnologia da Informação, entre outras áreas.

O mecanismo do recrutamento nas redes sociais é um elo exponencial, proporcionado pelo seu alcance ampliado em atrair o maior número de candidatos possível e as suas implicações desta prática nas organizações proporcionam um melhor diagnóstico sobre o perfil do candidato, garante uma melhor comunicação

entre candidatos, além de proporcionar celeridade ao processo de recrutamento, de forma a garantir a sua eficiência.

Diante disso foi possível reunir condições necessárias para responder os questionamentos iniciais se organizações especializadas em Recursos Humanos de São Luís estão aderindo as redes sociais como *Instagram* e *Facebook* para recrutar seus candidatos? De acordo com os dados levantados pelo questionário cerca de 76,7% aderem ao recrutamento as redes sociais e as mais populares entre os recrutadores de São Luís no segmento especializado em Recursos Humanos são as redes sociais *Facebook* e o *Instagram*.

O segundo questionamento referia-se quais são as implicações desta prática? Segundo o referencial teórico levantado as implicações desta modalidade proporcionam uma vantagem no custo-benefício e que possui um maior alcance ao atrair candidatos qualificados para exercer funções dentro das organizações. De acordo com o levantamento de dados da pesquisa o recrutamento nas redes sociais implica na celeridade do processo de recrutamento, melhoria na comunicação entre candidatos, avaliar o perfil do candidato, entre várias outras implicações.

Acredita-se que este tema será ainda estudado com mais profundidade, e abordado sob novas perspectivas. É preciso incentivar ainda mais o recrutamento nas redes sociais, tendo em vista o processo da democratização da informação. Como sugestão, podemos abordar o tema de acordo com a perspectiva do candidato e a delimitação do seu perfil por meio das redes sociais, com a intenção de ampliar o referencial teórico sobre o tema. E por fim sabe-se que a inserção nas redes sociais no processo de recrutamento representou um marco e que acompanha as mudanças organizacionais em um contexto globalizado e é uma aposta válida para as organizações aperfeiçoarem e inovarem em seus processos de recrutamento, de forma a tornar mais dinâmico

REFERÊNCIAS

ACIOLI, S. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, v. 12, 2007. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1784/1520>>. Acesso em: 21 set. 2018.

ALCARÁ A.; TOMAÉL M.; CHIARA I Di. Das redes sociais à inovação. **Revista Ciência da Informação Brasília**, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2018

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES FECHADAS DE PREVIDÊNCIA PRIVADA. **Guia de Recrutamento e Seleção de Pessoal**, São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/guia_recrutamento.pdf>. Acesso em: 13 set. 2018.

AZEVEDO, Claudia R.; NOHARA, Jouliana J. **Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações, teses**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BAIMA, Glória M. N; PAIVA, Ione G; LOPES, Betânia L. F. **Manual para normalização de trabalhos acadêmicos**. São Luís: Eduema, 2011.

BATISTA, Eraldo Carlos; CARVALHO, Eliamar Jonck; BATISTA, Luana Karoline da Silva. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista - UNIOESTE/MCR**, v. 18, n. 34, 1º sem. 2018. Disponível em: <<http://saber.unioeste.br/index.php/csaemrevista/article/view/19489/12659>>. Acesso em 01 nov. 2018

BIERNATZKI, W. Globalização da comunicação. **Comunicação & Educação**, n. 19, p. 46-65, 30 dez. 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. Novas formas de comunicação: história do facebook uma história necessariamente breve. **Revista**

Alceu, Rio de Janeiro, v.14, n.28, p.168-187, jan./jun. 2014. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu%2028%20-%20168-187.pdf>>. Acesso em 12 set. 2018.

COSTA, Josiane Lima; MORAES, Reinaldo Ribeiro. Recursos humanos: recrutamento e seleção na empresa amazon cook (refeições coletivas). **Revista de Administração e Contabilidade - RAC**, [S.l.], v. 5, n. 9, p. 33 - 43, jun. 2018. Disponível em: <<http://revistasfap.com/ojs3/index.php/rac/article/view/188>>. Acesso em: 01 nov. 2018.

COSTA, Thaís. **As 10 redes sociais mais utilizadas no Brasil**. Marketing de Conteúdo. Disponível em :<<https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>> Acesso em: 07 set. 2018.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2006.

ESCOBAR, Claudio; CAMARGO, Ricardo Araujo. E-commerce: B2W: O consumidor no mundo das vendas on-line/ o nível de qualidade do serviço e a frustração do consumidor. **Anais do IV Seminário Eniac**. 2012. Disponível em: <<https://ojs.eniac.com.br/index.php/Anais/article/viewFile/86/79>>. Acesso em: 13 set. 2018.

FACEBOOK. In: **WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook&oldid=51881035>>. Acesso em: 17 out. 2018.

FERREIRA, Liliane Juvência Azevedo; ALVARES, Lillian Maria Araújo de Rezende; MARTINS, Dalton Lopes. O conhecimento na perspectiva da construção social: as redes sociais e a gestão do conhecimento em ambientes organizacionais de bibliotecas. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 14, n. 1, p. 68-89, fev. 2016. ISSN 1678-765X. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8640994>>. Acesso em: 12 set. 2018.

GIL, Antônio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HOLANDA, Adriano. Questões sobre pesquisa qualitativa e pesquisa fenomenológica. **Análise Psicológica**, Lisboa, v. 24, n. 3, p. 363-372, jul. 2006 . Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S08708231200600030010&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 13 set. 2018

INSTAGRAM. In: **WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Instagram&oldid=51766977>>. Acesso em: 10 out. 2018.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de Recursos Humanos**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

LAMPE, Carla Jeane. **Estudo das práticas de recrutamento interno em determinada instituição financeira**. p. 25. Trabalho de Conclusão de Curso (MBA em Gestão de Pessoas e Comportamento Humano) – CEPPAD – Universidade Federal do Paraná, 2014.

LEMES, Aline Garcia; WESCHENFELDER, Gelson Vanderlei. A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **Gestão Contemporânea: Revista de negócios do CESUCA**, [S.l.], v. 2, n. 3, nov. 2015. Disponível em: <<http://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistaadministracao/article/view/834>>. Acesso em: 21 set. 2018.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARTELETO, Regina Maria. Redes Sociais, mediação e apropriação de informação: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Pesq. Bras. Ci. Inf., Brasília**, v.3, n.1, p.27-46, jan./dez.2010. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/viewArticle/26>>. Acesso em: 11 set. 2018.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2012.

MOZER, Emílio. **Recursos humanos estratégico** – uma reflexão sobre o tema. **Revista Gestão em Foco**. Disponível em: <http://www.unifia.edu.br/revista_eletronica/revistas/gestao_foco/artigos/ano2017/03_8_artigo_cientifico_rh.pdf>. Acesso em: 10 set. 2018

OLIVEIRA, D. da S. **Marketing digital: o uso do Instagram como ferramenta de marketing e prospecção de novos clientes**. 2018. 31f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.

PASSOS, Antonio E. V. M. **Atração e seleção de pessoas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f., il. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) — Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf>. Acesso em: 13 set. 2018

RÉGIS, Helder Pontes; D'ÁVILA, Geyza Cunha; OLIVEIRA, Lúcia Maria Barbosa de. Redes Sociais e Indicações para Processos de Recrutamento e Seleção: uma Análise pela Perspectiva dos Candidatos. **Revista Psicologia**: organizações e trabalho, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 65-80, dez. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/rpot/article/view/17282>>. Acesso em: 01 nov. 2018.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral**: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 12 out. 2018.

SATAKE, Erik Fabiano et al. Recrutamento e seleção com foco no recrutamento Interno. **Universitári@: Revista Científica do Centro Universitário Salesiano Auxilium** - Lins (SP), v. 2, n. 2, jul/dez. 2011. Disponível em: <<http://www.salesianolins.br/universitaria/artigos/no4/artigo19.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2018.

SILVA, Thiago H. et al. Uma fotografia do Instagram: caracterização e aplicação. **Revista Brasileira de Redes de Computadores e Sistemas Distribuídos (RB-RESO)**, [S.l.], jun. 2017. Disponível em: <<http://ojs.sbc.org.br/index.php/rb-resd/article/view/74>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

TRINDADE, Ingrid. **Números das redes sociais no Maranhão**: Facebook e Instagram. Quadrante Brasil. Disponível em: <quadrantebrasil.com.br/pt-br/numeros-das-redes-sociais-no-maranhao-facebook-e-instagram/>. Acesso em 07 set. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA OS RECRUTADORES



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RECRUTAMENTO NAS REDES SOCIAIS:

uma análise sobre a adesão desta modalidade de recrutamento via Facebook e Instagram e suas implicações nas organizações especializadas em Recursos Humanos situadas em São Luís - MA.

Olá, meu nome é Camila, sou acadêmica do curso de Administração pela Universidade Estadual do Maranhão - UEMA e gostaria da colaboração dos Gestores em Recursos Humanos de empresas especializadas em RH para estarem respondendo a este questionário para a elaboração da minha monografia. Importante ressaltar que todos os dados levantados são sigilosos. Obrigada pela sua participação!

Atenciosamente

Camila Maia – Orientanda
Celso Beckman – Orientador

1 – Qual o seu gênero? *

- () Feminino
- () Masculino

2 – Qual a sua idade? *

- () De 18 a 25 anos
- () De 26 a 32 anos

- De 33 a 40 anos
- De 41 a 48 anos
- De 49 a 59 anos
- Acima de 60 anos

3 – Qual o seu nível de escolaridade? *

- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós Graduação Completa
- Pós Graduação Incompleta
- Mestrado
- Doutorado

4- Se já cursou o Ensino Superior qual a sua área de formação?

5 – Nome da Organização em que trabalha? *

6 – Qual o seu cargo dentro da organização? *

7- Você já utilizou as redes sociais para recrutar candidatos? *

- Sim
- Não

8 – Se sim, quais as redes sociais que você utiliza ou já utilizou para recrutar candidatos?

9 – Quais usuários, perfis ou grupos das redes sociais que você utiliza para recrutar?

10 – Você avalia o candidato pelo conteúdo nas redes sociais?

11- Na sua opinião, quais são as implicações da utilização das redes sociais no processo de recrutamento