

## O USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS PELAS EMPRESAS NO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PROFISSIONAIS

Katilice Mansk Firme<sup>1</sup>; Katyara Pessanha<sup>1</sup>; Denise Simões Dupont Bernini<sup>2</sup>

1 - Pós-graduanda em Gestão de Pessoas pela Multivix - Vitória

2 - Doutora em Engenharia de Produção - Professor Multivix - Vitória

### RESUMO

Com a globalização o mundo ficou cada vez mais interligado, a internet se destacou por ser um meio de comunicação que se espalhou por todos os lugares. No meio empresarial se tornou uma ferramenta competitiva para crescimento e transformação dos negócios. Neste contexto, o presente artigo traz o uso das redes sociais virtuais pelas empresas no processo de recrutamento e seleção na visão de profissionais e empresas da área. O artigo teve como objetivo verificar em quais processos do recrutamento e seleção é utilizado as redes sociais. Para isso, foi realizada uma pesquisa com abordagem quantitativa com 59 profissionais de recursos humanos. Os resultados obtidos foram tabulados através de gráficos, para ficar mais clara e de melhor compreensão. Sobre os resultados do estudo, pode identificar que o uso das redes sociais no processo de recrutamento e seleção agregou benefícios importantes na condução das atividades e a velocidade das informações auxiliam na redução no tempo de desenvolvimento do processo como um todo.

**Palavras Chave:** recrutamento; seleção, gestão de pessoas; mídias sociais virtuais.

### ABSTRACT

With globalization the world has become increasingly interconnected, the internet has stood out for being a means of communication that has spread everywhere. In the business environment, it has become a competitive tool for business growth and transformation. In this context, this article brings the use of virtual social networks by companies in the process of recruitment and selection in the view of professionals and companies in the area. The article aimed to verify in which recruitment and selection processes social networks are used. For this, a research with a quantitative approach was carried out with 59 human resources professionals. The results obtained were tabulated by means of graphics, in order to be clearer and better understood. Regarding the results of the study, it can be identified that the use of social networks in the recruitment and selection process added important benefits in conducting the activities and the speed of the information helps to reduce the development time of the process as a whole.

**Keywords:** recruitment; selection, people management; virtual social media.

## 1 INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia e os diversos recursos que está sendo oferecido por este fenômeno tem influenciado fortemente a forma de interação e relacionamento entre os indivíduos. As pessoas usam a internet de maneira cada vez mais intensa e cotidiana quanto a expõe de sua imagem, pessoal e profissional, e opiniões que acabam por demonstrar habilidades, atitudes, personalidades, ideais, competências entre outras características pessoais. Essa nova forma de

convivência social também atinge as empresas que se utilizam desses recursos no marketing, negócios, entre outros diversos processos que incorporam as estratégias dessas organizações.

Castells (2003, p.8) define que a internet é um meio de comunicação que permite uma integração de várias pessoas em várias partes do mundo e veem afetando diretamente as atividades chaves da sociedade no mundo todo. Hoje em dia não utilizar a internet acaba por impor uma exclusão da pessoa à temas importantes e de grande influência para o convívio social moderno como economia, cultura, política, relacionamento, atualizações diversas, entre outros.

Nas empresas o uso da internet se tornou cada vez mais frequente. De acordo com Chiavenato (2010), a era da informação, no início do ano de 1990, trouxe a integração dos meios de comunicações o que transformou o mundo em uma verdadeira aldeia global. Entre as organizações a competitividade se tornou mais intensa e o mercado volátil, tendo destaques às empresas com mais agilidade para alcançar de forma inovadora um novo serviço, produto ou mercado. O recurso primordial dessas instituições passa a ser o capital intelectual que transforma e aplica o conhecimento em formas mais rentável para o empreendimento.

Nessa diretriz as redes sociais virtuais entram cada vez mais nas empresas para agregar ou inovar seus processos e sua relação com o mercado, entre estes, trataremos de maneira mais específica o de recrutar e selecionar pessoas para provimento de postos de trabalho.

Para Chiavenato (2010), as empresas podem de forma mais rápida, fácil e simples entrar em contato direto com candidatos, que estão cada vez mais interligados e antenados através dessas redes, e vice-versa, tornando o processo de seleção mais interativo e dinâmico.

Com tantas formas de usar as redes para o processo de recrutamento e seleção se buscou, através dos estudos para desenvolvimento deste trabalho, conhecer como essas redes estão sendo utilizadas pelas empresas no desempenho do

processo de recrutamento e seleção de um novo empregado, para isso foi aplicada uma pesquisa, no Estado do Espírito Santo, principalmente, com objetivo descritivo com profissionais que atuam em organizações que se utilizam deste processo, seja ele desenvolvido por setor da própria empresa, e aqueles que atuam em empresas prestadoras de tais serviços.

De forma explícita se intenciona identificar a intensidade do uso das redes sociais virtuais no processo, em quais etapas e quais as redes têm sido mais utilizadas, bem como conhecer de forma qualitativa quais valores agregados têm sido observados pelos profissionais que utilizam essas ferramentas no processo de captação de talentos dentro das organizações e de prestadores destes serviços.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 GESTÃO DE PESSOAS**

De acordo com Chiavenato (2014), é a partir da Revolução industrial que surge o conceito de trabalho e no decorrer do século XX houve muitas mudanças que influenciaram nas organizações na sua forma de administrar as pessoas e o seu comportamento, foi quando se instituiu o departamento de pessoal dentro das empresas cujo objetivo era fazer cumprir as obrigações legais trabalhistas existentes. No decorrer da industrialização outros processos relacionados à administração de pessoal, como os de recrutamento, seleção e segurança do trabalho, foram sendo incluídos nas empresas e com essa nova abrangência uma nova unidade organizacional intitulada então por Recursos Humanos (RH) foi criada e implantada por diversas organizações.

Esse movimento nasce após a Segunda Guerra Mundial quando houve um aumento nos movimentos sindicais o que impôs mudanças significativas nos métodos utilizados pelas empresas na administração das pessoas que passaram a se preocupar também com as condições de trabalho oferecidas e a negociar com essas entidades questões remuneratórias da relação trabalhista.

De acordo com Chiavenato (2012) foi no decorrer do século XX que se

configurou três eras organizacionais:

- Era da industrialização clássica: com início na primeira metade do século XX era caracterizada pela adoção de estrutura organizacional burocrática com formato piramidal e centralizador. A tomada de decisão acontecia no topo da hierarquia com regimes internos com regras para disciplinar o comportamento dos trabalhadores e uma cultura organizacional conservadora e tradicional.
- Era da industrialização neoclássica: iniciou logo após a Segunda Guerra Mundial, quando o mundo começou a mudar intensamente e mais rápido e as transações comerciais passaram de nível regional para internacional aumentando a competitividade entre as empresas. A teoria das relações humanas foi sendo substituída pela teoria comportamental. A cultura organizacional deixou de ser antiga e tradicional e passou a concentrar-se no presente. O RH começa a olhar para as pessoas como recursos vivos de uma organização e ter cada vez maior destaque sendo considerando um agente de grande influência para o sucesso empresarial.
- Era da Informação: começa em 1990 e ainda está em crescente desenvolvimento e adaptações. A estrutura organizacional predominante era totalmente descentralizada e com o foco em equipes multifuncionais. A cultura organizacional com foco no futuro e no destino, com a valorização do conhecimento e da criatividade. Um ambiente cheio de mudanças rápidas e turbulentas. Os empregados passaram a ser vistos como seres humanos proativos e inteligentes que devem ser impulsionados. E a administração de Recursos humanos começa a ser visto como Gestão de Pessoas.

Em tempos atuais, de acordo com Derner (2012), a gestão de pessoa influencia diretamente a estratégia corporativa das empresas, auxiliando e promovendo as mudanças organizacionais e culturais visando um melhor crescimento e sucesso dessas. Logo o setor de recursos humanos atua juntos aos gestores para agregar valor ao negócio, no desenvolvimento das pessoas, para aumentar a produtividade, unir parceiros, entre outros.

## 2.2 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO PARA PROVIMENTO DE POSTO DE TRABALHO

O processo de admissão ou preenchimento de vaga disponível numa empresa se constitui de algumas etapas dentro as quais se destacam para este estudo o recrutamento e a seleção de candidatos.

Um dos primeiros a ser aplicado é o recrutamento que pode ser entendido como a porta de entrada de muitas empresas, que liga o mercado de trabalho ao RH. As empresas através do recrutamento divulgam no mercado suas oportunidades a fim de encontrar aquela com características adequadas para ocupar um cargo vago na empresa. De acordo com Chiavenato (2014) o recrutamento possibilita as empresas escolherem seus futuros empregados e também proporciona aos candidatos a possibilidade de escolherem as organizações que pretendem trabalhar, um independente do outro, cada um com suas escolhas e seus objetivos de mercado.

Com a velocidade do desenvolvimento da tecnologia e as mudanças que isso tem proporcionado na vivência social, a exigência por empregados cada vez mais versáteis, qualificados e com características comportamentais específicas, além de fatores como cenário econômico, natureza e qualidade do serviço, produtividade e competitividade internacional tem influenciado o mercado de trabalho disponível, assim o RH de hoje se vê frente há um de seus grandes desafios: recrutar empregado que se encaixe satisfatoriamente a vaga considerando os aspectos necessários quanto a conhecimento, habilidade e atitude da pessoa frente ao perfil profissional esperado. Sendo neste aspecto que se busca apoio em novas ferramentas e métodos para o recrutamento. O uso das redes sociais proporciona um maior alcance dos interessados, aumentando o número de interessados nas vagas e expandindo a diversidade de concorrentes, potencializando um processo de seleção mais adequado na busca pelo profissional mais compatível com a vaga existente e ofertada. (CHIAVENATO, 2014)

Após o recrutamento, ou seja, a captação de interessados se dá início a etapa

chamada de seleção que pode ser definida como a fase em que se desenvolve a escolha propriamente dita do melhor candidato para a vaga, onde os candidatos são avaliados, classificados e então se dá a decisão. (CHIAVENATO, 2006)

Já Limongi-França & Arellano (2002, apud SOUZA et al, 2011), defini que a seleção é um processo que utiliza instrumentos de análise, avaliação e comparação para dentre os candidatos advindos do recrutamento seja possível a escolha daquele mais adequado a instituição.

### 2.3 AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS E O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

A tecnologia e suas atualizações trouxeram para a sociedade novos métodos de relacionamento e comunicação no mundo todo. Esses métodos estão influenciando o convívio e o acesso a diversos temas como educação, cultura, economia e negócios. Através de ferramentas ou aplicativos como e-mail, Twitter, sites, Facebook, LinkedIn, Whatsapp, a comunicação entre as pessoas tem sofrido mudanças significantes que implicam em maior volume e abrangência de informações. O uso dessas aplicações também tem se tornado cada vez mais comum para compartilhamento de experiências de vidas individuais trazendo a convivência social pelas pessoas para o mundo tecnológico, as redes sociais virtuais. (AFONSO, 2009)

Para compor essa rede social são imprescindíveis dois subsídios básicos, pessoas, incluindo organizações compostas por estes, e interações, que são interdependentes, uma vez que a estruturação da rede somente se dá com o fluxo de informações e trocas sociais que ocorrem com base na interação daqueles que integram a rede. (RECUERO, 2009)

De acordo com o Ibope Inteligência (2018), 95% dos brasileiros acessam a internet enquanto assistem TV, dentre eles 75% acessam para usar as redes sociais. As redes sociais se transformaram em um meio de comunicação mais acessível, rápido, com abrangência mundial, compartilhando muitas informações

em poucos segundos. São esses aspectos que tem feito com que cada vez, mas as redes sociais sejam utilizadas pelas organizações em seus processos de recrutamento e seleção das empresas e em muitos casos o melhor retorno adequação do processo já pode ser notado.

Uma pesquisa realizada em 2017 mostrou que 94,4% das empresas estão presentes nas redes sociais, 62% avaliam que as redes sociais têm um papel importante para os negócios e 85,3% usam as redes sociais para visibilidade online. Na pesquisa, com 98,8% do resultado, o destaque foi para o Facebook como a rede social mais utilizada. Dentre o público pesquisado 95% usam o facebook, 94% acessam diariamente tendo como assuntos mais pesquisados informações relacionadas a sua profissão e área de atuação. O pesquisador descreve que com base nessa pesquisa as redes sociais crescem quanto a sua disponibilidade e utilização para a promoção e propagação de informações profissionais a fim ter uma chance no mercado ou do mercado encontrar um perfil adequado de maneira mais ágil e eficiente. (VIANNA, 2018)

De acordo com Recuero (2009), as redes sociais são aplicações utilizadas para expor, anunciar e compartilhar informações entre pessoas. Já para as empresas elas são incorporadas aos processos de marketing, vendas, exploração de informação e recrutamento e seleção. Entre os dispositivos disponíveis o Facebook e o LinkedIn são os mais utilizados para os fins empresariais.

Correia e Moreira (2014) descrevem que o Facebook é um produto que oferece as pessoas o poder do compartilhamento tornando as informações mais abertas e interligadas e conta com mais de 800 milhões de usuários. A ferramenta também promove o diálogo entre pessoas com pensamentos diferentes e em várias partes do mundo, lembra datas comemorativas, inclui fotos, vídeos entre outros recursos. Nesta rede os setores de recrutamento e seleção criam páginas e/ou grupos para compartilhar as ofertas de vagas.

Criado em 2002 e lançado em 2003 por Reid Hoffman e Jeff Weiner, a rede social LinkedIn está voltada para o meio empresarial e tem como objetivo a interatividade de profissionais e empresas, a fim de apresentar suas carreiras,

negócios, vagas e pesquisas. (BRASIL, 2014)

De acordo com Brasil (2014), essa ferramenta nos últimos anos, tem se tornado um dos principais meios de divulgação de vagas, rede de contatos e novas conexões entre o ambiente empresarial. Tem finalidade restritamente profissional o que faz com que quem utiliza tenha o cuidado ao se expressar, pois a rede não é para relações informais e sim para as formais entre empresas e profissionais. As publicações tendem a ser mais elaboradas e estruturadas, porque reflete no currículo do profissional e na imagem da empresa. Um dos principais benefícios oferecido é o acesso online as empresas de todo o mundo sem sair de casa. A facilidade de acesso agiliza um processo de recrutamento e seleção, pois o LinkedIn possui filtros que auxiliam na busca dos profissionais pelas empresas conforme perfis desejados.

Com um maior alcance das publicações de ofertas de vagas os setores de recrutamento e seleção se viram submersos há um volumoso número de interessados ocasionando uma demanda de atividade superior ao que se era capaz de responder por e-mail ou por documentos físicos. Esses novos meios de comunicação trazem formas mais rápidas e atualizadas de se ter acesso a informações dos candidatos. O próprio fato de se cadastrar e utilizar as redes sociais já podem demonstrar características de destaques em alguns processos de seleção. O uso dessas ferramentas com objetivo profissional se dá de forma crescente fazendo com que o mercado tecnológico se aproveite deste nicho disponibilizando aplicações focadas neste aspecto de modo a ampliar a interligação das pessoas com assuntos profissionais em comum possibilitando a troca de apoio, serviços e informações de interesse do grupo que compõe a rede de contato. (AFONSO, 2009)

### **3 METODOLOGIA DA PESQUISA**

O presente trabalho foi desenvolvido através de uma pesquisa aplicada com objetivo descritiva, pois buscou identificar como tem se dado o uso das redes sociais no processo de seleção e recrutamento de pessoas e os ganhos percebidos nessa utilização, através da aplicação de um questionário anônimo

com perguntas fechadas e uma aberta que visam identificar características básicas do perfil das empresas dos respondentes e do referido processo. Também foi procedida uma pesquisa bibliográfica com base em publicações e estudos pretéritos a este, com acesso disponível pela internet, e encontrados com o uso de sites de buscas acadêmicas ou não é palavras chaves descritas para compor o material aqui exposto.

Em específico para o questionário foi utilizada a ferramenta online disponibilizada gratuitamente intitulada por *Google Formulários* que possibilita o envio eletrônico do questionário, bem como estratificação numérica e gráfica dos resultados, quando houver, de forma automática e prática, não sendo necessário transpor os dados para nenhum outro banco ou sistema para tratativas quantitativas.

O acesso ao questionário foi feito através login para permitir somente uma resposta por pessoa e o endereço eletrônico para acesso disponibilizado através do aplicativo de rede social *WhatsApp* em grupos e contatos tendo como destinatários principais profissionais do Estado do Espírito Santo que atuam em empresas que realizam processo de recrutamento e seleção para prover vaga disponíveis. O acesso ficou disponível por aproximadamente um mês do segundo semestre do ano de 2018 e obteve 59 participações. Após essa etapa procedeu-se a análise das respostas no intuito de identificar o perfil das empresas dos participantes e também atender ao proposto nesta pesquisa que contou análise dos dados quantitativos, mas também uma análise qualitativa das respostas apresentada para a questão aberta.

Com base no retorno da pesquisa foi possível descrever algumas características do perfil das empresas dos profissionais participantes. No que diz respeito ao porte, dentro das opções propostas no questionário observa-se que a grande maioria se concentra na característica de grande porte, com mais de 100 empregados, correspondendo a 74,6% conforme apresenta a tabela a seguir.

TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO DAS RESPOSTAS SEGUNDO A CLASSIFICAÇÃO POR PORTE DAS EMPRESAS

Classificação/Porte	% de respondentes
Microempresa, com até 10 empregados	11,9
Pequena, até 49 empregados	6,8
Média, entre 50 a 99 empregados	3,4
Grande, com mais de 100 empregados	74,6
Empresas de recrutamento e seleção	3,4

**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

Já quanto ao setor o destaque se deu nas organizações de iniciativas privadas, ou seja, 2º setor com 94,7%, quando se considera o mercado de atuação a distribuição se apresentou da seguinte forma:

TABELA 2: DISTRIBUIÇÃO DAS RESPOSTAS SEGUNDO AO MERCADO DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS

Classificação/Porte	% de respondentes
Agronegócio	
Comércio	21,1
Serviço	40,4
Educação	3,5
Tecnologia	3,5
Indústria	21,1
Transporte	3,6
Distribuição	1,8
Financeira	1,8
Saúde	1,8
Serviço Público	1,8

**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

No próximo tópico serão abordados os demais resultados e suas análises trazendo possibilitando expor respostas às questões que fundamentaram este estudo.

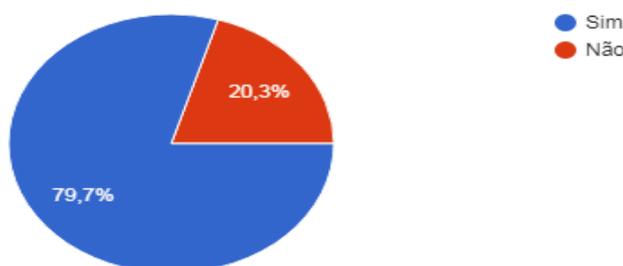
### 3.1 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados demonstraram que todas as empresas em que atuam os respondentes realizam processo de recrutamento e seleção para captação de empregados e em sua maior parte, 63,2%, tal processo é desenvolvido de forma integral pelo próprio Rh da organização. Apenas 7% contratam empresas prestadoras desses serviços para atuarem em todos os seus processos de

provimento de vagas. As demais organizações, 29,8%, utilizam tanto serviço interno quanto externo para desempenhar essas atividades, contudo dentre essas 93% priorizam o serviço interno para realizar o maior volume dos processos.

No gráfico abaixo visualizamos que as redes sociais virtuais têm sido amplamente utilizadas nos processos de recrutamento e seleção conforme apontava as referências bibliográficas pesquisadas.

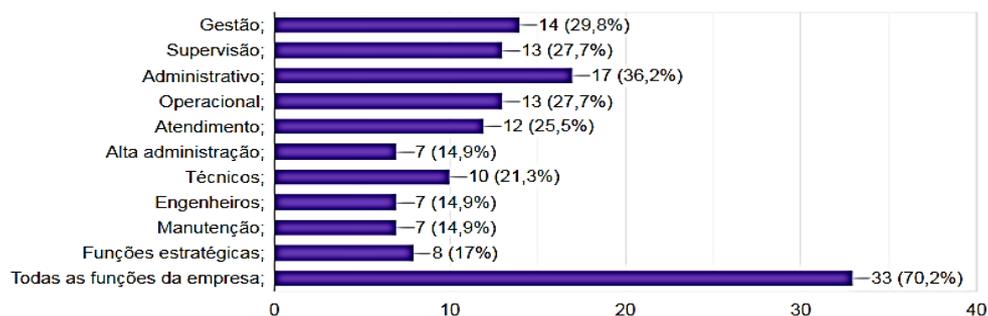
GRÁFICO 1: REPRESENTAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO



**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

Outro resultado que deve ser mencionado trata da abrangência do uso desses recursos tecnológicos nos processos conforme cargos e/ou funções em que estão sendo ofertadas as vagas, onde se verifica que as organizações têm feito uso dos recursos de forma expressiva para suprir demandas de empregados em todos os níveis de atuação segundo se observa no gráfico a seguir.

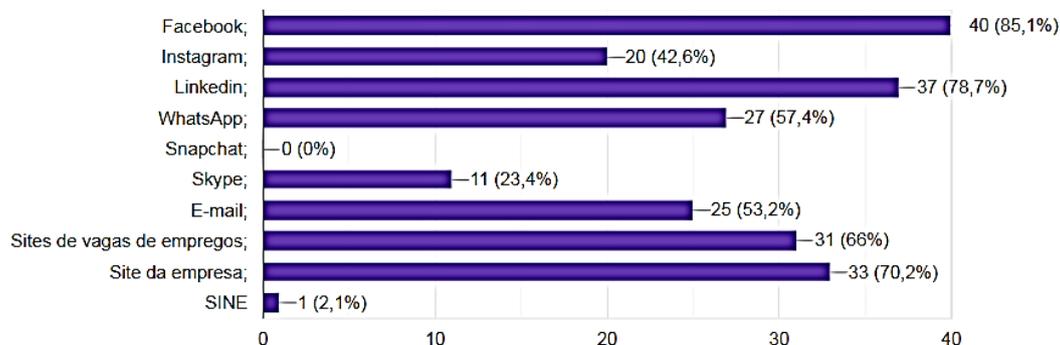
GRÁFICO 2: REPRESENTAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS PARA PROVIMENTO DE VAGAS DE ACORDO COM CARGOS/FUNÇÃO



**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

Analisando o retorno obtido quanto a quais redes são utilizadas nesses processos de recursos humanos identifica-se congruência com aquelas que são mais utilizadas pelas pessoas em sua rotina diária, tendo em primeiro lugar o Facebook e logo em seguida a rede profissional LinkedIn. Nota-se que o uso dessas redes apresentou resultados superiores até mesmo aos sites das empresas.

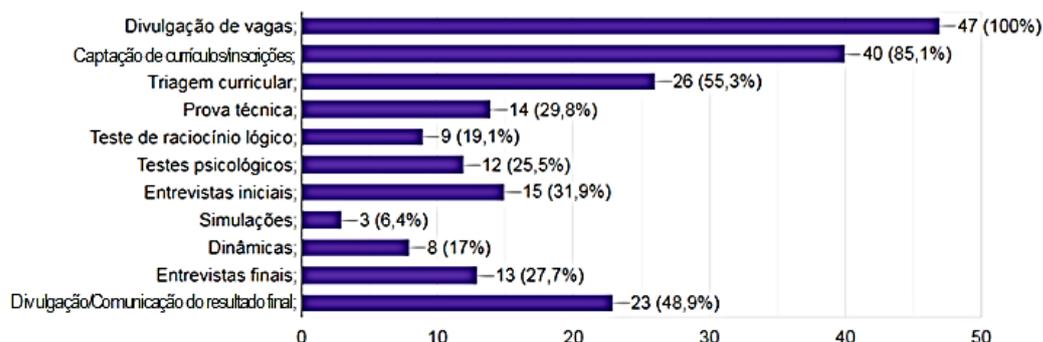
GRÁFICO 3: REPRESENTAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NO PROCESSO



**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

Outra informação importante obtida pela pesquisa para o estudo trata do comportamento de uso das redes sociais nas diversas etapas do processo de recrutamento e seleção cujo dados são apresentados no gráfico a seguir.

GRÁFICO 4: REPRESENTAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NAS ETAPAS DO PROCESSO



**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

Os profissionais respondentes indicam que o uso das redes sociais no recrutamento e seleção gerou benefícios importantes ao processo, 97,9% confirmam qualitativamente haver benefícios e melhorias. Numa análise qualitativa das respostas apresentadas na pergunta aberta que solicitou aos respondentes que citassem pelos menos dois benefícios identificados algumas abordagens corroboram com o que foi apontado em estudos anteriores utilizados no referencial deste como, por exemplo, quanto à expansão do alcance de candidatos de modo a gerar uma maior variedade e volume de pessoas interessadas, além de rapidez e abrangência da propagação das publicações de vagas.

A agilidade que esses dispositivos oferecem nas diversas fases do processo também esteve fortemente presente nas respostas, principalmente quanto à redução no tempo de desenvolvimento do processo como um todo. Há relatos de que as redes sociais também estão sendo utilizadas para conhecer um pouco mais sobre o perfil do candidato, “*Conhecer melhor o perfil através do histórico de vida através do facebook, por exemplo*” afirma um respondente.

Outro fator importante relatado se relaciona aos custos necessários para se utilizar essas redes que tendem a ser de baixo ou até mesmo gratuito uma vez que o uso de redes como Facebook, LinkedIn e WhatsApp, por exemplo, não refletem obrigatoriamente em desprendimento de valores para os usuários sejam eles empresas ou candidatos. Outros ganhos operacionais também foram citados como o uso de aplicativos e/ou sistemas muitas vezes disponíveis nas redes sociais para triagem inicial de currículos, o que tem se tornando importante considerando que o número de candidatos está cada vez maior devido ao próprio uso das redes sociais virtuais para divulgação de oportunidades.

Além dos ganhos relatados um dos respondentes cita que o uso das redes também pode melhorar a visibilidade da empresa e conseqüentemente fortalecimento da marca perante a sociedade, “[...] *boa divulgação da empresa nas redes sociais*” afirma o profissional.

De forma quantitativa agrupando as respostas por similaridade de sentido do que foi descrito pelos participantes da pesquisa foi possível amoldar as seguintes definições dos benefícios apontados e suas ocorrências dentre as informações recolhidas.

TABELA 3: PERCENTUAL DE PRESENÇA NAS RESPOSTAS SEGUNDO DEFINIÇÃO DE BENEFÍCIOS DEFINIDA POR SIMILARIDADE

Benefício	% de presença
Agilidade	28,8
Agilidade no acesso a informações	9,6
Análise de perfil	4,1
Baixo custo	5,5
Eficiência	4,1
Maior alcance do público	17,8
Maior diversidade de candidatos	15,1
Rapidez na divulgação	5,5
Redução de custo	4,1
Outros	5,5

**Fonte:** Pesquisa realizada pelas autoras

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em consonância com as literaturas pesquisadas e com que se conhece do comportamento da sociedade nos dias atuais, identificou-se que o uso das redes sociais virtuais tem representatividade significativa no desempenho do processo de recrutamento e seleção dentro das organizações assim como na vida de seus demais usuários. Seu uso permeia as diversas etapas do processo, bem como todos os níveis de cargo que compõe o quadro de funções de uma empresa. As redes mais utilizadas para este processo são Facebook, LinkedIn e sites próprios. Logo, se vislumbra que assim como as pessoas que não utilizam internet e seus recursos podem ficar à margem de temas e assuntos do cotidiano, poderá também ser excluído de oportunidades do mercado de trabalho.

Restou concluída ainda que essa nova forma de recrutar e selecionar pessoas tem gerado valores e benefícios ao processo, principalmente no que tange a agilidade e/ou rapidez com que se propaga e recebe informações iniciais que alimentam todas as demais etapas do processo, ou seja, a divulgação das vagas

e a captação de interessados. Esses benefícios são pontos chaves para que as organizações tenham mais diversidade de candidatos e conseqüentemente uma maior disponibilidade de encontrar o perfil mais adequado ao esperado para a vaga e a organização.

## REFERÊNCIAS

- AFONSO, Alexandre Soares. **Uma Análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. 2009. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.
- BRASIL, Isabella. **A importância do LinkedIn no mercado de recrutamento**. 2014. Monografia (Graduação). Faculdades Integradas Hélio Alonso. Rio de Janeiro, 2014.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahor, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4ªed. Barueri, SP: Manole, 2014.
- CORREIA, Pedro Miguel A. Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. **Novas formas de comunicação: história do Facebook - Uma história necessariamente breve**. Lisboa. In: Revista Alceu. 28., 2014. Rio de Janeiro. 2014. v. 14, p. 168 – 187.
- DERNER, Dalia. **Gestão de Pessoas**. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/38386506/gestao-de-pessoas---unifac>. Acesso em: 15 de jul. de 2018.
- RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. 2006. Tese. Doutorado em Comunicação e Informação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.
- SOUZA, Dércia Antunes de; PAIXÃO, Claudiane Reis da; SOUZA, Edna Alves B. **Benefícios e dificuldades encontradas no processo de seleção de pessoas: uma análise do modelo de seleção por competências, sob a ótica de profissionais da área de gestão de pessoas**. São Caetano do Sul. Revista Gestão & Regionalidade - Vol. 27 - Nº 80 - mai-ago/2011.
- VIANNA, Iara. Social Media Trends 2018: **panorama das empresas e usuários nas redes sociais**. Blog Inteligência Rock Content. 06 de dez. de 2018. Disponível em: <https://inteligencia.rockcontent.com/social-media-trends-2018/>. Acesso em: 25 de jul. de 2018. 95% dos internautas brasileiros assistem TV enquanto usam internet. IBOPE INTELIGÊNCIA. 14 de mai. de 2018. Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/95-dos-internautas-brasileiros-assistem-tv-enquanto-usam-internet/>. Acesso em: 03 de set. de 2018.