

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

**LETÍCIA RIVELLI MIRANDA FIORINI**

**O IMPACTO DE UMA REDE SOCIAL PROFISSIONAL NO PROCESSO DE  
RECRUTAMENTO E SELEÇÃO: UM ESTUDO COM GESTORES**

MARIANA  
2018

**LETÍCIA RIVELLI MIRANDA FIORINI**

**O IMPACTO DE UMA REDE SOCIAL PROFISSIONAL NO PROCESSO DE  
RECRUTAMENTO E SELEÇÃO: UM ESTUDO COM GESTORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito à obtenção do título de Bacharela em Administração.

Orientador: Prof. MSc. Felipe Gouvêa Pena

MARIANA  
2018

F521i

Fiorini, Letícia Rivelli Miranda.

O impacto de uma rede social profissional no processo de recrutamento e seleção [manuscrito]: um estudo com gestores / Letícia Rivelli Miranda Fiorini. - 2018.

27f.:

Orientador: Prof. MSc. Felipe Pena.

CDU: 658.3

Catálogo: [ficha.sisbin@ufop.edu.br](mailto:ficha.sisbin@ufop.edu.br)

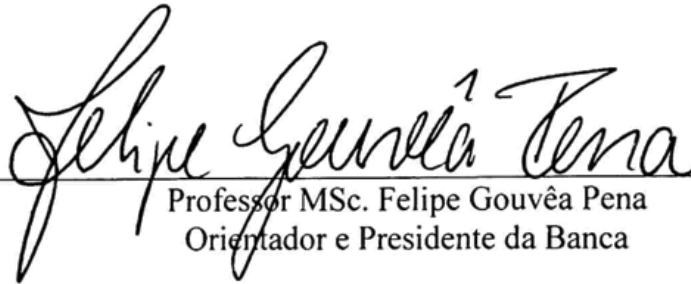
## FICHA DE APROVAÇÃO

**LETÍCIA RIVELLI MIRANDA FIORINI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado junto ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, como requisito à obtenção do Título de Bacharel.

Orientador: Prof. MSc. Felipe Gouvêa Pena

### COMISSÃO EXAMINADORA



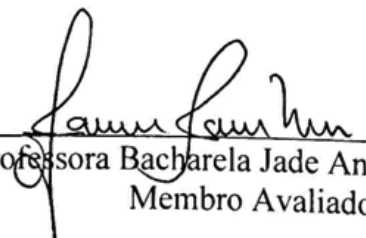
---

Professor MSc. Felipe Gouvêa Pena  
Orientador e Presidente da Banca



---

Professor MSc. Daniel Francisco Bastos Monteiro  
Membro Avaliador



---

Professora Bacharela Jade Antunes Simões  
Membro Avaliador

Mariana, 05 de outubro de 2018.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradecer a Deus e NSR por me permitirem chegar até aqui. À minha família que é a base e o apoio que eu preciso em todos os momentos. Ao professor Felipe por todo aprendizado durante esse tempo, por ser sempre disponível, pela paciência e por saber ensinar de uma maneira leve, alegre e descomplicada. Aos amigos de Ouro Preto que me acompanharam durante todo esse processo, trazendo alegria e dando a força necessária para continuar. De uma maneira especial à Thaty que esteve sempre ao meu lado durante a graduação, ajudando em todos os momentos que mais precisei. Agradeço a UFOP pelo ensino de qualidade. À República Éternamente e todos que passaram por lá por me proporcionarem o maior crescimento pessoal que eu poderia viver. À Gabi e a Bruninha por me auxiliarem em todas as etapas, mesmo que de longe e estarem sempre torcendo por mim. Ao Squad por trazer alegria quando falta. Ouro Preto por ser o cenário de tantas conquistas. Chego ao fim com o coração cheio de gratidão, por tudo que fiz, pelas pessoas que conheci e pelas boas experiências que vivi. “... e então todo meu amor Éternamente por aqui ficou.”

## RESUMO

O mundo do trabalho contemporâneo cria melhores oportunidades para se recrutar e selecionar, uma delas são as redes sociais. O presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto de uma rede social profissional no processo de recrutamento e seleção de empresas, sob a ótica de um grupo de gestores. A metodologia utilizada na pesquisa foi qualitativa, descritiva e exploratória com análise de conteúdo, através de questionários aplicados aos gestores. De acordo com a pesquisa foi possível perceber que os gestores têm utilizado cada dia mais a plataforma na busca por candidatos. De acordo com isso, pode-se constatar que, ter uma conta no *LinkedIn* é de extrema importância seja para estabelecer relações profissionais, ofertar vagas, procurar emprego ou para estar atualizado sobre assuntos da área em que atua profissionalmente.

**Palavras chave:** recrutamento; seleção; redes sociais; *linkedin*

## ABSTRACT

The world of contemporary work creates best opportunities for recruitment and selection, one of which is social networking. The present work has the objective of analyzing the impact of a professional social network in the process of recruiting and selecting companies, from the perspective of a group of managers. The methodology used in the research was qualitative, descriptive and exploratory with content analysis, through questionnaires applied to the managers. According to the research it was possible to realize that managers have increasingly used the platform in the search for candidates. Accordingly, it can be stated that having a *LinkedIn* account is extremely important whether it is to establish professional relationships, offer vacancies, look for a job or to be updated on subjects in the area in which you work professionally.

**Keywords:** recruitment, selection, social networks; *linkedin*.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	6
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	7
2.1 Recrutamento e Seleção .....	7
2.2 Redes Sociais .....	9
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	12
<b>4. ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	13
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	20
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	23
<b>APÊNDICE</b> .....	27

## 1. INTRODUÇÃO

O uso da internet no Brasil tem aumentado significativamente nos últimos anos e essa tem se tornado uma ferramenta muito prática e eficiente para obtenção de informações. A rapidez e precisão desses dados tornam os usuários cada vez mais satisfeitos e conectados. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE), 63,6% da população nacional possui internet em suas casas e dessas 94,8% se conectam também pelos celulares (SILVEIRA, 2017).

De acordo com esses números, torna-se evidente que o amplo acesso à internet é uma realidade para os brasileiros. Essa facilidade para se conectar permite que os internautas tenham cada vez mais alcance ao conhecimento. Grande parte da população tem utilizado a internet para interagir com outras pessoas através das redes sociais, que são plataformas onde os sujeitos têm a oportunidade de compartilhar suas vidas pessoais, bem como seus interesses e especificidades.

Neto *et al.* (2015) afirmam que, as redes sociais podem funcionar como um canal entre as organizações e a sociedade. Visto isso, e com acesso a tecnologia cada vez mais em alta, as empresas estão tendo que reformular alguns conceitos e modificar alguns processos para continuarem se destacando estrategicamente e o processo de recrutamento e seleção tem sido um dos que mais recebe influência dessas inovações. Segundo Gonçalves (2017) torna-se cada vez mais comum o uso dessas redes nesses processos, seja para divulgar vagas ou para analisar o perfil de determinado candidato.

Nesses termos, as redes sociais podem se tornar uma ferramenta muito útil para extrair dados, bem como atrair futuros candidatos às vagas da empresa. De acordo com alguns especialistas ter uma boa imagem nas redes sociais é de tamanha importância como ter um bom currículo, já que as redes sociais podem ajudar a afastar profissionais com o perfil indesejado (GONÇALVES, 2017).

Os dados da pesquisa realizada pelo Instituto Robert Half com a participação de 2.525 executivos de alta gestão, sobre o mercado de trabalho, confirmam esse novo cenário. A pesquisa revelou que isso já é uma realidade, de todos os gestores brasileiros entrevistados, 46% confirmaram que verificam as referências dos candidatos e 44% eliminariam um



candidato se houvessem aspectos negativos nas suas redes sociais (STAVALE, 2011). Além das redes sociais para lazer, as redes sociais profissionais têm ganhado grande importância no mercado de trabalho atual e redes como o *LinkedIn* têm tido números cada vez mais expressivos de usuários cadastrados. Segundo dados encontrados no próprio site da empresa, eles possuem mais de 562 milhões de usuários e atuam em mais de 200 países, tendo como missão conectar profissionais ao redor do mundo (LINKEDIN, 2018).

Nesses termos, este estudo teve como objetivo analisar o impacto de uma rede social profissional no processo de recrutamento e seleção, sob a ótica de um grupo de gestores que trabalham com tal processo. Para tanto, além dessa breve contextualização o trabalho será apresentado em outras quatro seções, sendo elas: revisão de literatura, metodologia, análise de resultados e considerações finais. O trabalho ainda apresenta as referências bibliográficas e o questionário utilizado na pesquisa de campo.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 Recrutamento e Seleção**

Sovienski e Stigar (2008) afirmam que a antiga área de Recursos Humanos e os seus métodos mecanicistas deram lugar para uma nova ideologia, a gestão de pessoas, que veio pra valorizar o profissional e principalmente o ser humano. Nesse novo modelo elas acreditam que a empresa deve dar maior participação, capacitar, envolver e desenvolver os funcionários. Afirmam que o “talento humano” deve ser considerado como grande fator competitivo de mercado e ponderam que os profissionais de Gestão de Pessoas devem contribuir positivamente para a formação das equipes de trabalho.

Segundo Rocha (2014) a criatividade, o potencial, o aprendizado e a vontade de vencer são características humanas que jamais poderão ser substituídas pela tecnologia e por isso é tão importante investir na capacidade de um indivíduo, pois eles sempre se adaptarão as mudanças da organização. Ele garante que um currículo impecável não é mais o principal fator para contratação de um candidato e sim o seu potencial intelectual e emocional. Nesse sentido, as técnicas de recrutamento e seleção de pessoas têm papel importantíssimo na organização, pois é através de um bom trabalho nesses processos que serão escolhidos os profissionais com perfis desejados e adequados à organização.

Caxito (2008) diz que apesar de os processos de recrutamento e seleção parecerem representar uma só função, eles exercem papéis diferentes. Define que o recrutador deve saber como utilizar os recursos disponíveis, sem desperdiçar tempo e dinheiro para escolher os perfis desejados. Já o profissional de seleção deve saber identificar quais as habilidades que a empresa procura em um novo funcionário, tentando descobrir o potencial dos candidatos. De acordo com Ferreira e Vargas (2014), um bom processo de recrutamento e seleção torna-se um grande diferencial para a organização que sabe escolher o candidato apropriado. E por isso ressaltam a importância das empresas atentarem-se aos mecanismos que regem esses processos, para que estejam coesos com as pretensões e os valores da mesma.

O recrutamento de pessoal é definido por Michel (2007) como uma oportunidade para que a empresa escolha a pessoa certa para assumir o cargo adequado. Existem três formas de recrutamento: interno, externo e o misto. Na concepção do mesmo autor, o recrutamento interno é uma maneira de preencher as vagas da empresa através do remanejamento de funcionários já existentes na organização e o recrutamento externo é feito para atrair candidatos que estão fora da organização. Já o caráter misto trata-se da utilização simultânea ou não dos recrutamentos interno e externo, no objetivo de ter ampla gama de candidatos qualificados a vaga seja dentro ou fora da empresa (ALMERI; MARTINS; PAULA, 2013). O recrutamento misto é uma prática que permite avaliar os profissionais dentro e fora da empresa, com a finalidade de escolher o mais qualificado.

Após o processo de recrutamento de pessoal, as empresas passam pelo processo de seleção do candidato. De acordo com Faissal *et al.* (2015) nesse processo é necessário que exista uma visão sistêmica da organização, além de uma análise do ambiente interno e externo, bem como das expectativas dos candidatos. E assim, a escolha do melhor candidato deve estar aliada com a ideia de reter um bom funcionário na empresa. Diante disso, os autores afirmam que deve ser feita uma avaliação antecipada do indivíduo para prever o seu potencial de crescimento, analisar se ele irá se adaptar à cultura da organização e finalmente projetar as suas competências de maneira que a organização possa alcançar seus objetivos estratégicos (FAISSAL *et al.*, 2015).

Para Chaim, Martinelli e Azevedo (2012) esse processo de seleção de pessoas é muito importante, tanto para as empresas quanto para os indivíduos. Segundo eles, é o momento em que a organização tem que usar a estratégia para atrair talentos e que esses talentos passem a agregar valor à empresa. Ainda acrescentam que esse processo deve adequar o que a empresa

almeja com o que as pessoas podem oferecer, para que assim a organização aumente sua eficiência.

O processo de seleção pode ser caracterizado como a etapa onde alguns dos candidatos que tiveram interesse na vaga divulgada, ou que foram recrutados pela própria organização, são escolhidos levando em consideração critérios pré-estabelecidos e passam por diversos tipos de testes, entrevistas e dinâmicas no objetivo de escolher aquele que melhor irá desenvolver as tarefas demandadas da vaga em aberto e agregar valor a organização por meio de seu trabalho (ALMERI; MARTINS; PAULA, 2013, p.80)

Segundo, Faissal *et al.* (2015) é muito importante que a organização tenha seus objetivos muito bem traçados em relação aos candidatos, pois é essencial que ela saiba qual o tipo de funcionário é demandado a cada momento. Se o interesse da empresa é desenvolver o profissional, ela pode contratar um funcionário em início de carreira e que não precise pagar um salário elevado, ou se é recrutar um funcionário experiente, que exige um salário maior, mas que já vai estar apto para encarar os “desafios” da empresa. Diante disso, torna-se extremamente importante esse processo, pois uma escolha errada pode gerar grandes prejuízos para organização.

De acordo com Ferreira (2003), as práticas de seleção tradicionais não estão sendo tão eficazes para identificar candidatos com as capacitações desejadas, e por isso, têm surgido práticas mais “agressivas”, que muitas vezes se tornam “constrangedoras” e geram questionamentos. Segundo ele, um dos casos mais notórios trata-se da prerrogativa das organizações para investigar os perfis e interações dos funcionários nas redes sociais, situação que pode gerar debates éticos frente à exposição da vida privada (FERREIRA, 2003).

## **2.2 Redes Sociais**

De acordo com Saad, Abreu e Ramos (2009, p.204) as mídias sociais “permitem a expressão e o compartilhamento de opiniões, criações, desejos, reclamações, enfim, qualquer forma de comunicação interpessoal com outros usuários.” Segundo eles, isso se torna real através de algumas ferramentas e entre elas encontram-se as redes sociais. Eles definem que nessas redes as pessoas interagem por algum padrão de conexão, que podem ser de amizade, de negócios ou até de relações conjugais.

Rede social é uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais, designadas por atores, que estão conectadas por um ou vários tipos de relações que podem ser de amizade, familiares, comerciais, sexuais etc. Nessas relações, os atores sociais desencadeiam os

movimentos e fluxos sociais, através dos quais partilham crenças, informação, poder, conhecimento, prestígio etc. (FERREIRA, 2011, p.213).

Motta, Junqueira e Turra (2018) definem as redes como conexões voluntárias entre indivíduos ou organizações que se aproximam por interesses em comum, e que não possuem hierarquia e nem processos definidos. Dessa forma afirmam que as relações são todas horizontais e que a tendência é de cooperação entre si.

Faissal *et al.* (2015) afirmam que as redes sociais mudaram bastante a maneira de atrair candidatos para as organizações, pois essas redes auxiliam na procura do candidato e, principalmente, permitem conhecer melhor o indivíduo, pois alguma das características visualizadas em um perfil nas redes sociais, não são possíveis de serem detectadas em um currículo. Segundo eles, essa nova forma de atração permite um maior alcance de candidatos, pois as informações podem atingir pessoas que estão à procura de emprego, como também, aquelas que já estão empregadas, mas podem vir a se interessar pela vaga ofertada.

De acordo com Farretti e Araújo (2017) analisar redes sociais é uma prática extremamente necessária para as organizações. Ressaltam que os usuários devem saber muito bem como gerenciar seu comportamento nas redes, pois uma imagem ruim pode afetar significativamente sua credibilidade profissional. Ainda dizem que é importante que os profissionais de gestão de pessoas procurem conhecer bem quem faz parte da rede, analisar os grupos que fazem parte, para que assim consigam detectar um pouco da personalidade do indivíduo.

Segundo Neto *et al.* (2015, p.316), “o contratante passa a ter acesso também a informações sobre orientação sexual, religião ou política, que, legalmente, não deveriam influenciar a escolha de candidatos”. Apesar de não parecer muito ético esse procedimento, as organizações parecem estar utilizando esse instrumento cada vez mais, não ficando reclusas a análises apenas das redes que objetivam a troca profissional. Na concepção de Azevedo e Rodriguez (2010), a análise das redes sociais é uma ferramenta estratégica importantíssima, pois essas conexões geram grandes fluxos de informações e podem diagnosticar situações reais e até prever comportamentos futuros. Lemes e Weschenfelder (2015) acreditam que a internet é como uma “vitrine” e através das redes sociais os profissionais podem identificar traços de personalidades que muitas vezes não são vistas nos métodos tradicionais.

A maioria das agências de recrutamento e seleção acredita que as características que mais influenciam positivamente um candidato nas redes sociais é o cuidado com a imagem exposta,

já que determinados posicionamentos podem ser prejudiciais ao candidato. Os autores ressaltam alguns comportamentos negativos que devem ser evitados, como: erros de ortografia ou concordância e exposição de ideias com conteúdo preconceituoso e ofensivo. De acordo com eles a maneira como o candidato está exposto na internet pode decidir o seu futuro na organização (ALMERI; MARTINS; PAULA, 2013).

Essa nova maneira de identificar candidatos através de plataformas virtuais faz com que os indivíduos modifiquem condutas, assim como as empresas mudem seus processos e forma de agir (CHAIM; MARTINELLI; AZEVEDO 2012). Gomes (2011) afirma que o uso das redes sociais como ferramenta de recrutamento e seleção é uma prática recente e deve ser utilizada com cuidado, sendo um complemento aos métodos tradicionais. Segundo o autor, a maioria dos gestores procuram as redes sociais profissionais para verificar se as informações contidas nos currículos são verídicas, além de observarem nessa análise uma forma de baratear os custos do processo de seleção.

Isto posto, é importante considerar também que a rede social está diretamente ligada à gestão do conhecimento, ou seja, toda a informação que seja do domínio da organização deve ser utilizada para o desenvolvimento da mesma. Por isso o entendimento dessas conexões torna-se importante, pois é uma forma de aliar interesses pessoais e profissionais, aqui sendo dada ênfase a redes como o *LinkedIn*. Em um contexto onde as empresas buscam cada vez mais conhecimento, a utilização das redes sociais torna-se uma nova estratégia de gerenciamento e controle das informações (AZEVEDO; RODRIGUEZ, 2010).

A rede *LinkedIn*, apresentada em 2003, funciona como uma plataforma para conexões profissionais. A empresa atua com uma equipe de gestores e executivos advindos de outras grandes empresas inovadoras e tecnológicas como o Google e a Microsoft. A sua receita é obtida através de assinaturas, vendas de publicidade e soluções de recrutamento. Hoje, ela se tornou a maior rede profissional do mundo, e conta com mais de 560 milhões de usuários, atuando em mais de 200 países. (LINKEDIN, 2018).

Na plataforma as pessoas interagem por conexões que podem ser de 1º, 2º e 3º grau, que são classificadas de acordo com o tipo de conexão, que pode ser direta, que é quando a pessoa aceita ou envia um convite ou por conexões com pessoas em comum. E assim, são criados grupos de interação, que são considerados redes de contato. E a partir daí podem surgir oportunidades para que o profissional se conecte com pessoas ao redor do mundo a partir de

interesses e expectativas comuns, facilitando a troca de informações e adquirindo novos conhecimentos. O *LinkedIn*, além de possibilitar trocas profissionais, concede espaço para a veiculação de anúncios e, cada vez mais, se consolida como uma rede social profissional de sucesso, sendo requerida por várias empresas contemporâneas (LINKEDIN, 2018).

### 3. METODOLOGIA

A presente pesquisa teve uma abordagem qualitativa que, de acordo com Godoy (1995), é uma forma de pesquisa que não procura enumerar ou medir os acontecimentos, evidenciando assim que o seu foco para análise não é estatístico. Martins (2004) define esse método como flexível, pois a coleta de dados é feita de forma apropriada para cada tipo de estudo. Para Godoy (1995) a pesquisa qualitativa deve contar com dados descritivos.

Para tanto, além de qualitativa a pesquisa possui caráter descritivo e exploratório. Gil (2002) afirma que a pesquisa de caráter descritivo tem como principal objetivo descrever as características de uma população ou fenômeno, observando posicionamentos e crenças de um grupo de indivíduos. Essa forma de pesquisa costuma mostrar características de um determinado agrupamento ou fenômeno, podendo comparar variáveis, mas não tendo a obrigação de explicar fenômeno (VERGARA, 2016)

Na pesquisa exploratória, segundo Raupp e Beuren (2006) a intenção é buscar mais sobre o assunto e conhecê-lo mais a fundo, a fim de que ele possa se tornar mais claro e dessa forma conduzir melhor a pesquisa. Além disso, esse tipo de pesquisa contribui para esclarecer questões que ficaram superficiais no texto. “Nesse sentido, explorar um assunto significa reunir mais conhecimento e incorporar características inéditas” (RAUPP, BEUREN, 2006, p.81). Segundo Vergara (2016) é uma pesquisa em uma área de pouco conhecimento e não trabalha com circunstâncias que possam surgir durante ou no final da análise.

Os participantes foram selecionados a partir do método bola de neve, que é um tipo de amostragem não probabilística e que utiliza uma cadeia de referência. Dessa maneira, as primeiras pessoas são selecionadas e essas passam indicar outras que pertençam às suas redes de contato. Para tanto, essas indicações devem ser de pessoas que possuam perfis adequados para auxiliar a pesquisa e assim consequentemente (VINUTO, 2014).

Como critério de seleção foram pesquisados gestores de grandes empresas que utilizam no processo de recrutamento e seleção, dentre outros métodos, a análise de perfis no *LinkedIn*. O perfil dos gestores será especificado no Quadro 1.

**Quadro 1 – Perfil dos Sujeitos**

Nome <sup>1</sup>	Idade	Formação	Cargo Atual	Segmento da Empresa	Tempo de Empresa
Augusto	26 anos	Administrador	Analista de Recursos Humanos	Indústria Química	2 anos
Marcela	26 anos	Administradora	Coordenadora de Gente e Gestão	Shopping Center	6 meses
Tamirys	24 anos	Psicóloga	Analista de Recursos Humanos	Assessoria Industrial	2 anos
Carolina	38 anos	Administradora	Gerente de Talento	Pesquisa de Mercado	3 anos
Vinícius	23 anos	Gestão de Recursos Humanos	Analista de Recursos Humanos	Refeições Industriais	1 ano e seis meses

Fonte: dados da pesquisa.

Todo contato estabelecido com os gestores foi feito através da troca de e-mails, sendo assim enviamos a eles um questionário estruturado em duas etapas, na primeira, foi executado o método do teste de evocação de palavras, uma técnica baseada na teoria de representações sociais. Segundo Sales, Damasceno e Paiva (2007) o entrevistado é estimulado por um termo indutor a dizer um conjunto de palavras que lhe venham a mente, demonstrando os significados que são apreendidos de cada expressão. Na segunda etapa foram aplicadas questões abertas, como pode ser visto no questionário (anexo). As informações foram observadas a partir da análise de conteúdo, sendo evidenciados os pontos principais ou categorias suscitadas pelas respostas dos sujeitos (SILVA; FOSSÁ, 2015).

#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A primeira parte consiste em analisar as palavras descritas através do teste de evocação de palavras. Foi perguntado aos gestores quais as primeiras cinco palavras que lhes vinham a mente ao pensarem na palavra “*LinkedIn*”. Infelizmente, e já pontuando tal questão como uma limitação do estudo, apenas quatro gestores concordaram em responder o teste de evocação. Logo, a análise do teste é feita apenas com as respostas dos que aceitaram.

<sup>1</sup> Apresentam-se nomes fictícios para garantir o anonimato dos participantes.

Quadro 2 – Teste de Evocação de Palavras

Nome	1ª Palavra	2ª Palavra	3ª Palavra	4ª Palavra	5ª Palavra
Augusto	Rede Social	Contato Profissional	Currículo	Marketing Pessoal	Ampliação de Visibilidade
Marcela	Competência	Experiência	Conhecimento	Network	Perfil
Tamirys	Emprego	Contatos	Dinamismo	Relacionamento	Tecnologia
Vinícius	Contatos	Modernização	Currículo	Recomendações	Pulsar

Fonte: dados da pesquisa.

Ao analisar as palavras ditas pelos gestores a primeira percepção que podemos ter é que ao pensar em *LinkedIn* os gestores relacionaram a plataforma muito mais com expressões presentes no âmbito profissional e suas finalidades, do que como uma rede social de interação entre pessoas. Posto isso, é possível conceber que essa rede já é peça fundamental no mundo corporativo. Também é possível notar que, na visão deles, se trata de uma nova tecnologia que permite ampliar a visibilidade dos usuários no mercado. Sendo assim, pode-se constatar a importância dessa rede no ambiente de trabalho.

Uma das palavras mais citadas foi “contatos” e podemos entender que essa palavra diz muito sobre o modo de funcionar da plataforma, e os objetivos da mesma. Todos os profissionais que utilizam essa rede estão ligados por conexões que são estabelecidas por afinidades que permitem conectar profissionais do mundo todo. De acordo com isso, podemos relacionar essa expressão com a palavra, também citada pelos gestores, “*networking*”, que nada mais é do que estabelecer redes de contatos, e dessa forma tornar possível desenvolver trocas de experiências e conhecimentos. Através de toda essa troca de informações as relações tem se tornado mais dinâmicas e assim a rede vem se consolidando como a maior rede social profissional do mundo.

Quando alguns gestores disseram “currículo”, tentamos entender quais os pontos importantes foram colocados, e foi possível constatar que a forma de currículo convencional não é mais suficiente para realidade tecnológica que vivemos. A partir dessas pressuposições, o *LinkedIn* se apresenta como uma forma de currículo virtual, onde é possível conhecer as experiências do indivíduo, bem como as competências de cada um, além de informações como faculdade em que estudou, empresas que trabalhou, cursos, entre outros. Para tanto, é importante que todos esses dados estejam contidos no perfil, pois cabe ao próprio usuário se promover. Posto isso, a plataforma torna esses processos mais rápidos, precisos, modernos e contam com outras referências que melhoram a qualidade do processo.



Essa discussão nos leva a entender o porquê um dos gestores citou o “marketing pessoal”, pois ele está completamente relacionado aos objetivos dos usuários e da plataforma. Um perfil bem apresentado é uma ótima maneira de “ampliar a visibilidade”, ainda fazendo referência as expressões colocadas pelo mesmo gestor, mas não é necessário apenas isso. Ao depreender algumas noções da rede é possível perceber que ela está em constante evolução, por isso para constituir uma boa imagem é preciso que o usuário seja ativo, tenha interações com as suas redes e ofereça algumas temáticas para os membros.

Cabe colocar, que um dos gestores citou a palavra “pulsar”, que se torna pertinente aqui, uma vez que, essa ferramenta permite aos usuários produzirem seus próprios conteúdos, e dessa forma o indivíduo tem a oportunidade de mostrar seu domínio sobre o assunto e assim chamar atenção de recrutadores. É notório que essa plataforma se tornou uma forma inovadora e diferente dos modos tradicionais, por isso tem tido cada vez mais sucesso em suas conexões.

Fazendo uma breve análise sobre as palavras citadas, podemos concluir que a maioria delas estabelece uma relação com o ambiente profissional, e com os requisitos necessários para conseguir um “emprego” ou para se manter no mercado de trabalho. Sendo assim, é possível perceber que as palavras além de se completarem, produzem uma sequência, que nos mostra esse novo dinamismo que a rede *LinkedIn* tem causado nos processos das empresas.

Após o teste de evocação de palavras, foram iniciadas algumas questões e a primeira indagação foi se os gestores conheciam a rede social profissional *LinkedIn*, e foi detectado que a totalidade de respostas foram positivas, ou seja, todos os gestores participantes conheciam essa plataforma. A pergunta seguinte questionou se os gestores além de conhecer, possuíam um perfil nessa rede e pôde-se observar que todos os respondentes disseram que também possuíam um perfil nela. Essas primeiras perguntas deram abertura para a sequência do questionário e vieram pra confirmar o quão difundido essa rede tem sido no meio profissional e a importância da mesma para os gestores.

Após a confirmação da utilização dessa rede por parte dos gestores, a outra pergunta questionou as razões que fizeram com que eles se interessassem em ter um perfil nessa rede, e as respostas se assemelharam bastante. Pois consideraram que essa é a rede mais importante para profissionais no mundo e é uma das principais ferramentas atuais de divulgação de vagas, busca por candidatos e contato profissional (*networking*). Alguns afirmaram ainda que

quando criaram o perfil, estavam à procura de oportunidades no mercado de trabalho e viram nessa plataforma a oportunidade em se conectar com outros profissionais e empresas.

De acordo com essas respostas, podemos depreender que ter um perfil nessa rede é importante tanto para gestores, que estão sempre em busca de talentos para sua empresa, quanto para profissionais que procuram emprego, pois através dela, é possível encontrar oportunidades de emprego ou encontrar candidatos que tenham as características desejadas pela empresa. Ademais, ela promove uma relação mais próxima com outros profissionais que possuem os mesmos interesses.

Além disso, disseram que estar alinhado com essa rede, permite ao recrutador, obter um leque muito maior de candidatos capacitados para participar dos processos seletivos de suas organizações. Alguns consideraram também que a rede proporciona acesso a informações sobre o mercado e as novas tecnologias, permitindo assim a transferência dessas informações entre os grupos e conexões. Essas afirmações vão de encontro com o que Ferretti e Araújo (2017) discorrem sobre a importância de analisar os grupos e conexões em que o candidato está inserido. Outra questão que foi levantada e deve ser considerada relevante é que o acesso ao *LinkedIn* permite encontrar excelentes profissionais minimizando custos.

De acordo com isso, podemos concluir que a plataforma proporciona aos gestores um conjunto maior de opções, pois podem ter acesso a um maior número de candidatos bem qualificados, o que permite, assim, aumentar a qualidade dos processos de recrutamento. Outro fator importante é que o gestor pode identificar características nos profissionais, através dos grupos que ele se relaciona na plataforma, o que auxilia o processo. Além disso, o fato dela ser uma ferramenta que não gera custos atrai ainda mais o interesse dos gestores, pois eles podem encontrar bons profissionais, sem ter que gastar com isso.

O profissional que está em busca de emprego deve utilizar a rede para criar maior visibilidade no mercado de trabalho. Sendo assim, destacaram que a plataforma permite que o candidato tenha a oportunidade de expor suas experiências profissionais, o que consideram extremamente necessário para colocar o currículo em evidência. De acordo com essas informações, torna-se evidente que ter um perfil no *LinkedIn*, no mundo contemporâneo, é essencial para quem quer atuar no mercado de trabalho, pois além de ser uma forma de ofertar e procurar emprego, é uma maneira de estabelecer contatos no mundo profissional.

Além disso, mais uma vez salientaram a importância do *networking* e de estar a par das oportunidades profissionais. Outro ponto interessante foi a colocação de que essa rede proporciona a criação de filtros, relacionado às habilidades e competências, permitindo a ampliação de redes que possuam interesses e objetivos em comum ou a mesma área de atuação. Isso confirma a ideia dos autores Saad, Abreu e Ramos (2009) que dizem que nessas redes as pessoas se conectam por um padrão de conexão.

Sobre o conteúdo que eles buscam quando procuram os perfis nessas redes, eles disseram que depende do tipo de profissional procurado, mas que primeiramente buscam por requisitos que atendam as funções do cargo. E listaram algumas informações que consideram indispensáveis, que são as experiências profissionais e as competências, objetivos e formação acadêmica. Seguido por faculdade que estudou, empresas onde trabalhou e o tempo que ficou em cada empresa. Outro fator citado, por um dos gestores, foi a prática de constatar se os valores das organizações já trabalhadas pelo profissional são parecidas com a da empresa em questão.

Por conseguinte, compreende-se que candidatos que possuem um perfil completo e com o histórico profissional bem detalhado se tornam mais atrativos. Por tanto, uma pessoa que está a procura de emprego deve atentar para todas essas características que são importantes na visão dos gestores. Assim, podemos entender que ao analisar um perfil, os gestores buscam características que possivelmente deveriam estar no currículo do indivíduo, porém na plataforma eles, além de investigarem essas informações, eles podem analisar outros aspectos que não estariam contidos no mesmo.

Ademais, ressaltaram algumas características que podem enriquecer um perfil, como uma foto apresentável do candidato e que as informações referentes à vida profissional estejam expostas de forma clara e objetiva, à fim de facilitar a visualização pelo recrutador. A depender da vaga, acrescenta-se ou excluem-se determinados tipos de informação. Como exemplo, pontuaram que dependendo do cargo, características como o local onde reside, cursos, carteira nacional de habilitação, entre outras informações tornam-se necessárias. Essas foram consideradas características importantes no processo, mas frisaram que a busca deve ser customizada com o cargo em questão.

Tudo isso, confirma a ideia de Lemes e Weschenfelder (2015), de que essas redes acabam se tornando “vitrines” profissionais. E que através delas pode-se identificar algumas

características específicas que talvez os métodos tradicionais não sejam capazes de reconhecer o que torna essas redes, grandes aliadas do processo.

Quando foram indagados sobre os tipos de conteúdos que poderiam ser prejudiciais ao candidato, nessas redes profissionais, os gestores destacaram alguns comportamentos, e as práticas mais citadas como comprometedoras, foram os erros de ortografia, fotos inapropriadas, posicionamentos políticos, religiosos ou preconceituosos e conteúdos que não sejam relacionados com o lado profissional. Os recrutadores afirmaram que excluem também conteúdos que sejam contrários ao que a empresa trabalha. Tais questões reafirmam o que Almeri, Martins e Paula (2013) ressaltaram sobre comportamentos que devem ser evitados nas redes. De acordo com eles, a forma como o candidato se expõe pode definir o seu futuro profissional, o que de fato podemos validar diante desse contexto apresentado.

É consenso entre os recrutadores que qualquer tipo de futilidade postada pode danificar a imagem do profissional. Por isso, a conduta ideal é se portar nas redes profissionais da mesma maneira como num ambiente corporativo. Para tanto é essencial que não se fale mal de ninguém, principalmente de entrevistadores, colegas de trabalho, ou *feedbacks* já recebidos, além de se abster de falar sobre projetos futuros da empresa em que trabalha. Outra questão importantíssima é ser imparcial em relação a temas polêmicos e ter muito cuidado com a disseminação de informações falsas.

A pergunta seguinte questionou se eles já tinham passado pela experiência de desistir de algum candidato ao ver o perfil do mesmo no *LinkedIn*, e todos os gestores disseram que nunca haviam passado por esse tipo de experiência. Houve gestores que revelaram já terem encontrado conteúdos polêmicos, mas não ofensivos a ponto de desistir do candidato, evidenciando que se fosse encontrado uma sequência de postagens, talvez, poderia comprometer a escolha.

Através dessas afirmações podemos entender que postagens de caráter preconceituoso ou ofensivo, possivelmente seriam motivo de uma reavaliação sobre a contratação de um candidato. Porém, os gestores participantes ainda não haviam encontrado esse tipo de situação. De acordo com isso, pode-se observar que como a rede possui uma finalidade profissional, é notório que as pessoas tenham atitudes mais cautelosas nessa plataforma ao publicar sobre qualquer assunto.

Apesar dessas declarações, alguns deles relataram já terem desistido do candidato ao analisar outras redes sociais, mas consideraram que no *LinkedIn* os indivíduos tomam mais cuidado ao fazer qualquer tipo de postagem, para de fato não prejudicar a sua imagem, já que se trata de uma rede profissional. O que comprova os pensamentos dos autores Chaim, Martinelli e Azevedo (2012) quando dizem que os indivíduos modificam condutas nessas plataformas virtuais, assim como empresas mudam a maneira de agir.

Já a outra pergunta, questionou o contrário da anterior, se eles já haviam passado pela experiência de resolver contratar um profissional por visualizar alguma postagem, e observamos que a quase totalidade de gestores disseram que não, afirmaram que apesar de um conteúdo interessante chamar a atenção do recrutador ele não decide a vaga, e que o processo de selecionar um candidato é de grande importância e é muito maior do que apenas analisar uma postagem. Ressaltando que no processo existe um longo trabalho de investigação de perfil, levantamento de referências, além das próprias entrevistas, por isso não devem se basear ou deixar influenciar apenas por postagens em redes sociais.

Isto posto, mostra uma concordância com o autor Gomes (2011), que afirma que essas novas redes sociais devem ser utilizadas como complemento dos métodos tradicionais dos processos de recrutamento e seleção. Assim, no mundo contemporâneo o *LinkedIn* tornou o trabalho de investigação do candidato mais fácil, possibilitando resultados mais rápidos e precisos para empresa, o que é fundamental nos processos de qualquer organização.

Apesar de todas essas afirmações, foi encontrado um caso em que um gestor já havia passado pela experiência de decidir contratar um profissional através do conteúdo satisfatório visto na sua rede profissional. Esse gestor relatou ter contratado o profissional ao apreciar os conteúdos postados sobre a área que atua, além de seus comentários, o que ocasionou a sua admissão. Apesar de não ter sido uma prática comum, podemos deferir novamente que ter um perfil completo, com conteúdos interessantes e bons posicionamentos é muito importante e podem gerar até uma contratação, caso o gestor aprove. Ou seja, a plataforma já permite identificar pessoas que possuam os atributos que uma organização deseja.

Para finalizar o questionário, foi perguntado se os gestores utilizam a plataforma para buscar candidatos que não estavam inscritos no processo seletivo e todos eles disseram que sim, que utilizam diariamente essas plataformas para busca de candidatos. Como justificativa disseram que esse tipo de atitude agrega valor ao processo seletivo, dando oportunidades para

candidatos potenciais que não tiveram acesso aos anúncios e por isso reafirmaram a importância de manter as informações sempre atualizadas.

Além disso, alguns gestores destacaram que em determinadas ocasiões, quando os processos de recrutamento e seleção precisam ser sigilosos e discretos, nem chegam a abrir o processo seletivo e assim a busca no *LinkedIn* se torna essencial. Em outros casos, alguns recrutadores afirmaram que após o período de divulgação de alguma vaga, procuram candidatos com perfis aderentes ao cargo a fim de agregar qualidade ao processo seletivo. Disseram ainda que a maioria dos candidatos convidados a participar dos processos aceitam os convites propostos.

Todos esses dados corroboram com as afirmações feitas por Faissal *et al.* (2015), citados anteriormente, em que eles evidenciam a forma como as redes sociais modificaram as maneiras de atração e procura de um candidato, aumentando muito mais o alcance, pois essas novas ferramentas podem atingir pessoas que procuram um emprego, como também aquelas que já estão empregadas, mas podem vir a se interessar por uma nova oportunidade.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar o impacto de uma rede social profissional no processo de recrutamento e seleção pela ótica de um grupo de gestores. Sendo assim, eles responderam algumas perguntas do questionário que procurou identificar e mapear qual o papel exercido pela plataforma nesses processos. De acordo com os dados obtidos, pôde-se evidenciar a importância que essa rede tem exercido no contexto atual do mercado de trabalho.

As conclusões obtidas com essa pesquisa foram que essa rede social tem contribuído de uma maneira muito positiva para os processos de recrutamento e seleção, e que cada vez mais as empresas têm buscado conhecer os candidatos pelos seus perfis. Ademais, todos os gestores participantes consideraram importante que o candidato possua um perfil nessa rede social, pois essa plataforma se tornou uma ferramenta muito utilizada no mundo profissional.

Isso posto, podemos deferir que a praticidade, a oferta de informações e a ausência de despesas causaram bastante interesse nos gestores em relação a utilização do *LinkedIn*. Diante disso, essa rede se tornou uma grande aliada dos profissionais para realização de bons processos de recrutamento e seleção, já que, além dos dados contidos no currículo, o gestor

pode avaliar outros aspectos, como a interação com outras pessoas, os grupos que participa e a maneira como o candidato expõe seus pensamentos. Além disso, durante a pesquisa encontramos gestores que além de apenas analisar os perfis, disseram que usam essas redes para procurar por candidatos qualificados que não tenham se inscrito à vaga. Fazendo com que, segundo eles, agregue mais valor aos processos de recrutamento. Como considerações colocaram também a importância de se manter as informações expostas no perfil, sempre atualizadas.

Sendo assim, podemos concluir que essa rede social profissional, tem impactado diariamente os processos de recrutamento e seleção. Os gestores têm se apoiado cada dia mais na plataforma, para buscar por novos candidatos, ampliar a qualidade dos processos seletivos, buscar informações sobre candidatos e reduzir custos dos processos. Por isso, podemos constatar que, no mundo contemporâneo, ter uma conta no *LinkedIn* é de extrema importância seja para estabelecer relações profissionais, ofertar vagas, procurar emprego ou para estar atualizado sobre assuntos da área em que atua profissionalmente.

Esse estudo contribui para área acadêmica uma vez que trata de um assunto pouco explorado e que traz um tema de grande importância para a área de gestão de pessoas e a evolução dos processos de recrutamento e seleção. A relevância do estudo para sociedade se mostra nas mudanças no mercado de trabalho e as novas tendências que devem ser observadas tanto por parte de candidatos como profissionais de gestão de pessoas. Ademais, observa-se que através dessas redes, o comportamento das pessoas, passa a ser monitorado até fora do local de trabalho. Apesar de não parecer ético, essas ações têm acontecido cada vez mais e por isso é necessário que as pessoas aprendam como expor suas particularidades na rede, uma vez que os dados podem ser acessados por qualquer um que esteja interessado.

Como limitações da pesquisa, cabe listar a dificuldade de encontrar profissionais que se dispusessem a responder o questionário e que respondessem as perguntas com maior grau de profundidade, além da indisponibilidade de um gestor em responder o teste de evocação de palavras. Além disso, cabe citar a complexidade em encontrar empresas na região que tivessem as características necessárias para o bom resultado da pesquisa, como porte e uma área de recursos humanos estruturada e utilizadora da plataforma. Outro ponto importante foi a dificuldade em conseguir material para o referencial teórico, uma vez que é um tema novo e não foram encontrados muitos estudos recentes sobre o assunto.

Através dessa pesquisa podem-se desenvolver novas propostas que avaliem a plataforma pela ótica de profissionais que estão à procura de trabalho e se inscreveram nessa rede profissional com o intuito de conseguir um emprego. Poderiam surgir pesquisas que mostrassem também o impacto de outras redes sociais, como Facebook e Instagram, nos processos de recrutamento e seleção. Outra proposta seria analisar quais são os perfis das organizações que passaram a adotar as práticas on-line de recrutamento e seleção e quais os impactos causados nas contratações. Como também seria interessante mostrar em quais níveis de cargos as organizações aplicam essas novas estratégias. Seria de grande valia que essas novas questões fossem estudadas, pois trariam novas informações e enriqueceriam muito os poucos estudos acadêmicos envolvendo esse tema.



## REFERÊNCIAS

ALMERI, T. M.; MARTINS, K. R; PAULA, D. S. P. O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **Eccom**, Lorena, v. 4, n. 8, p.77-94, 08 jul. 2013. Semestral.

AZEVEDO, T. B.; RODRIGUEZ, M. V. R. Softwares para Análise de Redes Sociais - ARS. In: congresso nacional de excelência em gestão, 6., 2010, Niterói. **Anais...** . Niterói: Niterói, 2010. p. 1 - 13. Disponível em:  
<[https://www.researchgate.net/profile/Martius\\_Rodriguez/publication/268286919\\_SOFTWARES\\_PARA\\_ANALISE\\_DE\\_REDES\\_SOCIAIS\\_ARS/links/55db4a4408aec156b9afe676.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Martius_Rodriguez/publication/268286919_SOFTWARES_PARA_ANALISE_DE_REDES_SOCIAIS_ARS/links/55db4a4408aec156b9afe676.pdf)>. Acesso em: 17 jun. 2018.

CAXITO, F. A. **Recrutamento e Seleção de Pessoas**. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2008. 128p.

CHAIM, D. F.; MARTINELLI, C. R.; AZEVEDO, M. M. Redes Sociais on-line e seleção de pessoas: LinkedIn e SERVQUAL. **Revista de Tecnologia Aplicada: RTA**, São Paulo, v. 1, p.30-42, set. 2017. Set/dez.

FAISSAL, Reinaldo *et al.* **Atração e seleção de pessoas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Fgv Editora, 2015.

FERREIRA, G. C. Redes Sociais de Informação: uma história e um estudo de caso. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, p.208-231, set. 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-99362011000300013&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362011000300013&lang=pt)>. Acesso em: 25 mar. 2018.

FERREIRA, F. S.; VARGAS, E. C. A importância do processo de recrutamento e seleção de pessoas no contexto empresarial. **Estação Científica (unifap)**, Macapá, v. 4, n. 2, p.21-39, dez. 2014.

FERREIRA, R. G. Vale Tudo? Ética nos processos de recrutamento e seleção. **Raepublicações**, São Paulo, v. 12, n. 2, p.18-22, jul. 2013. Disponível em: <[http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/gv\\_v12n2\\_18-221.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/gv_v12n2_18-221.pdf)>. Acesso em: 15 mai. 2018.

FERRETTI, A. S. Z.; ARAUJO, B. F. V. B. Comportamentos nas Redes Sociais Online e seus Impactos nas Relações Profissionais. **Revista Administração em Diálogo - Rad**, [s.l.], v. 19, n. 2, p.91-115, 1 maio 2017. Portal de Revistas PUC SP.

<http://dx.doi.org/10.20946/rad.v19i2.31143>.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2002.

GODOY, S.A. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar.-abr. 1995.

GOMES, A. F. P. **Recrutamento nas redes sociais online**. 2011. 22 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão de Recursos Humanos, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2011. Disponível em:

<[https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/3394/1/Recrutamento redes sociais online.pdf](https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/3394/1/Recrutamento%20redes%20sociais%20online.pdf)>. Acesso em: 02 abr. 2018.

GONÇALVES, Juliana. **Redes sociais, uma extensão do currículo**: A utilização das redes em processos de seleção e recrutamento tem se tornado cada vez mais comum. Especialistas recomendam cuidado com a imagem e cautela com posts. 2017. Disponível em:

<<https://www.folhadelondrina.com.br/empregos-e-concursos/redes-sociais-uma-extensao-do-curriculo-980974.html>>. Acesso em: 28 mar. 2018

LEMES, A. G., WESCHENFELDER, G. A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **Gestão Contemporânea: Revista de Negócios da Cuesca**. Cachoeirinha, v. 2, n. 3, p.19-39, 11 abr. 2015. Disponível em:

<<http://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistaadministracao/article/view/834>>. Acesso em: abr. 2018.

**LINKEDIN**. 2018. Disponível em:<<https://about.linkedin.com/pt-br>> Acesso em 29/06/2018.

MARTINS, H. H. T. S. Metodologia Qualitativa de Pesquisa. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 30, n. 2, p.289-300, maio 2004. Mensal.

MICHEL, M. Tipos de recrutamento e sua importância para uma gestão adequada de pessoas aplicadas a empresas. **Revista Científica Eletrônica de Administração**. São Paulo. Ano VII, n. 13. dez 2007.

MOTTA, R. G.; JUNQUEIRA, L. A. P.; TURRA, F. J. A Eficácia das Redes Sociais e das Ferramentas de Marketing no Recrutamento de Integrantes para Organizações Sem Fins Lucrativos . **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 1, p. 76-88, 2018.

NETO *et. al.* Recrutamento e Seleção nas Redes Sociais: A Percepção dos Estudantes de Administração da UFRN. **Organizações em contexto**. São Bernardo do Campo, v.11, n. 22, jul.-dez. 2015.

RAUPP, F.M.; BEUREN, I.M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In. BEUREN, I.M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006. Cap.3, p.76-97.

ROCHA, A. P. S. **A importância do processo de recrutamento e seleção de pessoal na organização empresarial**. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 15, 2014, Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro, 2014. p. 14-17.

SAAD, E.; ABREU, A.; RAMOS, D.; O estudo das redes sociais na comunicação digital: é preciso usar metáforas? **Estudos de Comunicação**, v.6 p.201,225, 2009.

SALES, Z.; DAMASCENO, M.; PAIVA.M. Organização Estrutural das Representações Sociais do Cuidado. **Rev.Saúde.Com** 2007; 3(1): 28-36.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T.. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos. In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2013, Brasília. **Anais... . Brasília: Enepq 2013 - Anpad**, 2013. p. 1 - 14. SILVEIRA, Daniel. Mais de 63% dos domicílios têm acesso à internet, aponta IBGE, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/mais-de-63-dos-domicilios-tem-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml>> Acesso em: 15 dezembro 2017.

SOVIENSKI, F. STIGAR, R. Recursos Humanos x Gestão de Pessoas. **Revista Científica de Administração**, v. 10, n. 10, jan./jun. 2008.

STAVALE, L. **Robert Half divulga pesquisa sobre o mercado de trabalho no Brasil e nas principais economias do mundo.** Robert Half, 2011. Disponível

em:<<http://www.perspectivabrasil.com.br/perspectiva/noticias/robert-half-divulga-pesquisa-sobre-o-mercado-de-trabalho-no-brasil-e-nas-principais-economias-do-mundo/>> Acesso em: 02 fevereiro 2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa Em Administração.** 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VINUTO, J. (2014). **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto.** *Temáticas*, 22 (44). 203-220.

## APÊNDICE

### Questionário<sup>2</sup>

#### *Teste de Evocação de Palavras*

Ao ler e/ou escutar o termo “***LinkedIn***”, quais são as **cinco** primeiras **palavras** que vêm à sua cabeça? Explique.

1 <sup>a</sup>	
2 <sup>a</sup>	
3 <sup>a</sup>	
4 <sup>a</sup>	
5 <sup>a</sup>	

#### *Questões Dissertativas*

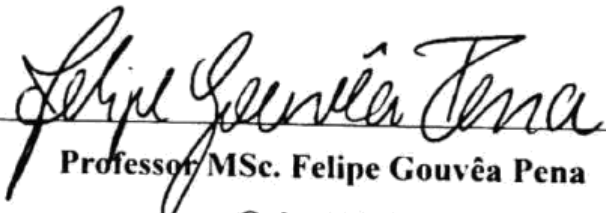
1. Você conhece o *LinkedIn*? ( ) Sim ou ( ) Não
2. Você possui um perfil nessa rede social? ( ) Sim ou ( ) Não
3. Quais foram as razões que fizeram com que você buscasse ter um perfil no *LinkedIn*?  
**Comente.**
4. Qual a importância de ter um perfil no *LinkedIn*? **Explique.**
5. O que você busca quando analisa perfis no *LinkedIn* e o que não pode faltar? **Explique.**
- 6.a) Qual tipo de conteúdo postado pode prejudicar a imagem do profissional? **Comente.**
- 6.b) Você já teve a experiência de visualizar uma postagem e desistir do candidato? **Comente.**
- 6.c) E a situação oposta, já teve a experiência de contratar alguém após visualizar uma postagem? **Comente.**
7. Você analisa apenas os candidatos inscritos à vaga ou já utilizou a plataforma para buscar um candidato que não estava inscrito no processo seletivo? **Comente.**

---

<sup>2</sup> Questionário formulado pelo Prof. Felipe Gouvêa Pena

## DECLARAÇÃO

Certifico que a aluna **Leticia Rivelli Miranda Fiorini**, autora do trabalho de conclusão de curso intitulado **“O IMPACTO DE UMA REDE SOCIAL PROFISSIONAL NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO: UM ESTUDO COM GESTORES”** realizou as correções sugeridas pela banca examinadora e que estou de acordo com a versão final do trabalho.

  
Professor MSc. Felipe Gouvêa Pena  
Orientador

Mariana, 30 de novembro de 2018.