

TIAGO BATISTA DA COSTA

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS CONTRATAÇÕES EMPRESARIAIS

Artigo apresentado à Universidade de Franca, como exigência parcial, para aprovação no curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em: Psicologia Organizacional

ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA: Profa. Maria Virginia de Figueiredo Pereira do Couto Rosa.

ORIENTAÇÃO: Profa. Ana Paula Barbosa

FRANCA

2012

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS CONTRATAÇÕES EMPRESARIAIS

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS IN HIRINGS PROCESSES

Tiago Batista da Costa

Orientadora Ana Paula Barbosa¹

RESUMO

O presente trabalho nos traz as transformações do mundo atual e tecnológicos interferindo diretamente no desempenho das funções dos profissionais de Psicologia Organizacional e nos mostra as novas tecnologias como ferramentas de contratação, de ampliação de “network”.

Primeiro definiremos o que é Recrutamento e seleção e suas teorias e práticas. Em seguida será definido Redes Sociais, nos mostrando quais seus objetivos e aplicabilidades. Posteriormente trazemos um paralelo entre Redes Sociais e Contratações e mostrando como isso se torna, uma ferramenta para profissionais de Recrutamento e Seleção, cada dia mais procurada.

Com base no dia a dia profissional elaboramos um capítulo exclusivo fazendo uma análise dessa ferramenta e elencando pontos que devem ser observados ao se fazer uso da mesma e concluímos que todo trabalho deve seguir as tendências e se aprimorar, buscando sempre inovação para trazer eficiência e eficácia no desempenho de nossas funções.

Palavras-Chave: Psicologia organizacional; redes sociais; contratações e influência.

ABSTRACT

This document brings us the world's technological transformations and current directly interfering in the performance of duties of Organizational Psychology professionals and shows us new technologies as tools for hiring and relationship networking improvements.

¹ Professora dos cursos de Psicologia e Administração da Universidade Franca

First of all we will define what is recruitment and selection and its theories and practices. Then will be defined social networks, showing us what its goals and where it can be used. Later we will bring a parallel between social networks and hiring process, showing how it becomes a tool for selection and recruitment professionals, increasingly sought.

Based on day to day practices, we developed a unique chapter making a review of this tool, listing points which must be observed when making use of it and we found that all work must follow trends and enhance innovation, always seeking to bring efficiency and effectiveness in the performance of our duties.

Keywords: Organizational Psychology, Social Networks, Hiring and Influence.

INTRODUÇÃO

Visto que a contemporaneidade é muito rápida e muito evolutiva, trazendo-nos assim um avanço tecnológico de muita influencia em todos os âmbitos, e, principalmente, nas organizações como um todo, ocorrendo o decorrente crescimento e popularização das redes sociais, é este o motivo que nos faz refletir o quão isso influencia no momento da contratação.

O presente artigo tem como objetivo pesquisar esse universo em expansão e elencar alguns problemas propondo possíveis soluções para esses obstáculos. Sendo assim, de maneira geral iremos apresentar alguns impasses encontrados pelos profissionais de psicologia organizacional, deixando assim uma pequena contribuição nesse tema tão importante para as organizações atuais.

Os questionamentos a serem respondidos dizem respeito a influencia das redes sociais na hora da contratação; a possibilidade de traçar um perfil dos possíveis candidatos através das redes sociais virtuais e a utilização desse recurso pelas empresas.

O método de pesquisa será o dedutivo-bibliográfico, com respaldo em teorias de autores consagrados na área. Os processos metodológicos serão: o comparativo, analítico-sintético, reflexivo, qualitativo e social. De modo que através de um processo comparativo confrontaremos dados acadêmicos dentro de suas limitações com a prática atual, de forma a analisar e sintetizar todos os dados.

Acreditamos que é relevante fazer novas pesquisas sobre o tema e que esta é uma pequena contribuição para os profissionais de psicologia organizacional e até mesmo para outros profissionais de administração que acabam por serem responsáveis pelas contratações.

1 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Recrutamento e seleção é o processo pelo qual as organizações recrutam e seleciona pessoas para ocupar cargos disponíveis;

A seleção de recursos humanos pode ser definida singelamente como a escolha do homem certo para o cargo certo, ou, mais amplamente, entre os candidatos recrutados aqueles mais adequados aos cargos existentes na empresa, visando a manter ou aumentar a eficiência e desempenho do pessoal. (CHIavenato, p.193, 1994).

O recrutamento e seleção é uma prática comum nas organizações para escolha de profissionais qualificados e dentro de um perfil pré-definido para o cargo a que concorrem. Esse processo se faz necessário em momentos de substituições de colaboradores, novas contratações decorrentes de mudanças estruturais administrativas, aumento da demanda de atividades, entre outras possibilidades.

Um fator de atenção para as organizações é a utilização do recrutamento e seleção como forma de minimizar os riscos de uma contratação errada, o que gera alto grau de rotatividade.

Apesar de se simplificar o processo em recrutamento de potenciais candidatos e seleção do profissional, existem outras atividades envolvidas que permitem uma escolha com maior probabilidade de sucesso. Dentre elas está a definição de um perfil para vaga, definição de requisitos, aprovação da diretoria, definição das atividades do cargo, definição da técnica adequada para seleção e do processo em si.

Um processo seletivo adequado necessita da definição de critérios, com isso é possível selecionar pessoas que possuem características comuns à cultura da empresa, além de contribuir para o cargo selecionado.

O recrutamento é uma atividade positiva e convidativa, e tem como objetivo básico abastecer o processo de pessoas, para que a seleção – atividade de escolha – tenha maior probabilidade de sucesso. É composto por anunciar a vaga com as exigências básicas para o desempenho da função como os requisitos, em seguida é feita a triagem dos currículos selecionando os com perfis mais próximos ao exigido. A seleção se baseia na análise mais profunda das características dos candidatos para que seja possível a escolha de um profissional com o perfil do cargo.

O recrutamento ocorre internamente ou externamente, o que define essa etapa pode ser desde a mão de obra qualificada – que pode ser encontrada dentro ou fora da empresa – até mesmo o perfil do candidato, não havendo demanda interna para ele.

A divulgação do recrutamento pode ocorrer através de vários meios de comunicação, especializados ou não, assim como dentro da própria empresa. Atualmente com a tecnologia disponível é muito comum que essa divulgação ocorra em sites especializados, ou da própria organização, ou ainda de empresas especializadas em recrutamento e seleção contratadas pela organização.

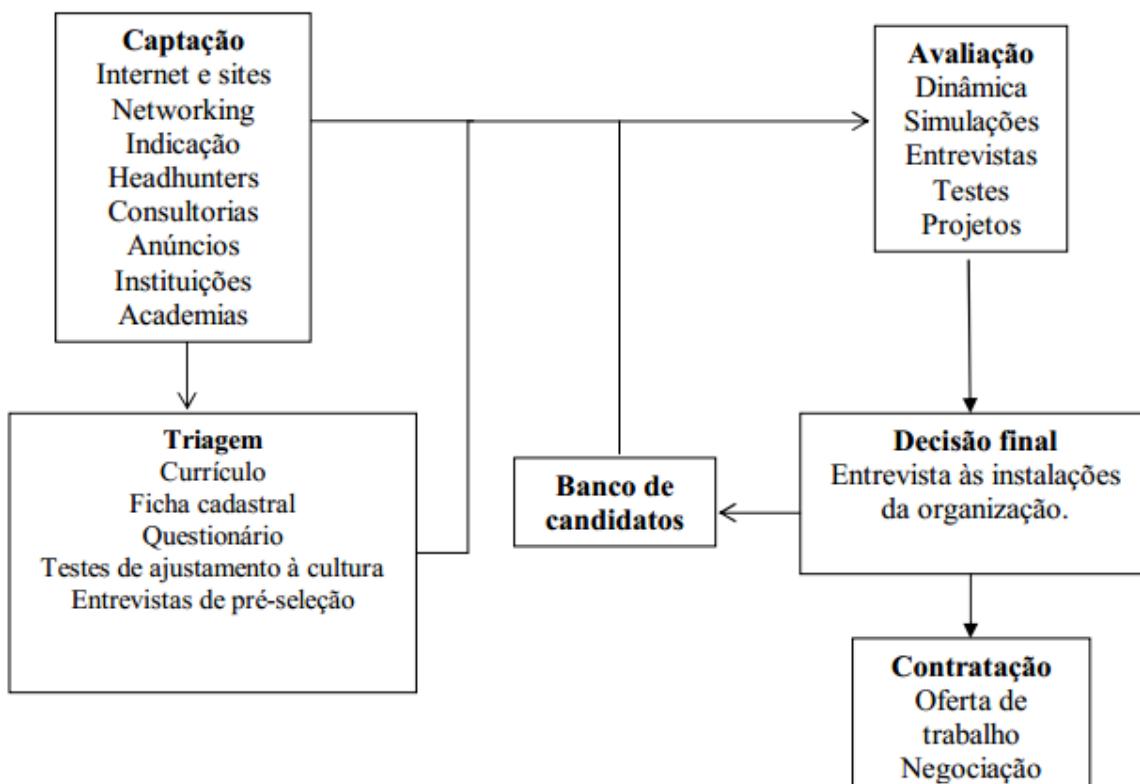


Fig. 1 – Etapas do Processo Seletivo

Fonte: BOHLANDER et al (2005)

A seleção estabelece dentre os candidatos qual é o mais apto para o cargo concorrido, essa etapa envolve análises de informações sobre o candidato, informações estas que podem ser adquiridas por entrevistas, currículos, formulários de proposta de emprego, dinâmicas de grupo, testes psicotécnicos, testes de desempenho, dentre outros. (LANCOMBE & HEEILBORN, 2003).

O mercado de trabalho refere-se às vagas oferecidas pelas empresas e é regulado pelo mecanismo de oferta e procura que se reflete nos critérios de seleção de pessoal e nos demais subsistemas de recursos humanos. Está em oferta quando há muitas vagas e poucos candidatos. Quando se encontra nessa situação, os critérios de seleção passam a ser menos rigorosos e, em muitos casos, até inexistentes, pois o número de candidatos disponíveis não é o suficiente para preencher as vagas abertas. (BANOV & FIDELIS, p.14, 2010).

Por mais competitivo que o mercado de trabalho tenha se tornado é necessária atenção quanto às exigências, uma vez que os candidatos não estando aptos cria-se uma desestrutura e uma necessidade de se reavaliar a descrição de cargos e remuneração.

Assim, um recrutamento e seleção bem feito evita retrabalhos, recolocações, desestruturação de cargos e salários, assim como gastos com treinamento e formação, além de contribuir para o desenvolvimento da empresa.

2 REDES SOCIAIS

Em pleno século XXI, a internet faz parte de nosso dia-dia e o que mais ouvimos são termos como “*The Social Network*” ou Redes Sociais, que consistem em sistemas estruturados sociais compostos por organizações e pessoas conectadas por um ou mais objetivos em comum.

Redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente (DUARTE; 2008, p. 156)

Para entendermos o conceito de redes sociais se faz necessária uma breve análise da história da humanidade. Desde a pré-história o homem busca a colaboração de outros iguais para alcançar objetivos, isso transparece através dos grupos de caça, das tribos indígenas e, seguindo nossa história, das navegações.

A necessidade de socializar, interagir e se integrar se faz presente por necessidades, afinidades ou interesse. É possível exemplificar as diferentes situações com os movimentos políticos, como a ditadura, que reuniu pessoas por objetivos comuns, interesses e necessidades – objetivo do poder, interesse em ser parte do movimento, necessidade de sobrevivência – assim como temos os movimentos opositores, que também se caracterizam como redes sociais.

Podemos definir as redes sociais como qualquer grupo que compartilhe de um objetivo e interesse comum, atualmente pode-se citar como exemplo clubes de futebol, igrejas, sala de aula e empresas.

Através da evolução, em um mundo em total movimento e transformação, a tecnologia permitiu que as redes sociais se transportassem para o mundo virtual. Iniciando com o e-mail como forma assíncrona de se comunicar, passando pelos programas de mensagens instantâneas – que permitiam a comunicação em tempo real, o modelo que conhecemos hoje como rede social partiu da *Sixdegrees*, lançada em 1997, em seguida houve a criação da *Friendster* em 2002 e dos recentes *My Space* - de 2003 – *Orkut*, *Facebook* e *Twitter*.

No Brasil as redes sociais ganharam repercussão com a chegada do *Orkut*, em 2004, seguido pelo *Myspace* – que ofereceu mundialmente ferramentas diferenciadas – e pelo *Facebook*, que revolucionou o conceito de redes sociais.

A *Google*, empresa responsável pelo maior site de busca da internet, lançou em 2011 o *Google +*, que oferece uma nova *interface*, mas que não conseguiu conquistar o público brasileiro com tanto ardor como seu concorrente.

Com um modelo diferenciado e direcionado, o *Linkedin* trouxe uma proposta focada no âmbito profissional, fazendo valer os primeiros indícios da influência das redes sociais na carreira. Através dele é possível criar um *networking* e apresentar seu currículo, além de receber e compartilhar recomendações. A busca por um profissional no *Linkedin* deve ocorrer quando a captação envolve maior formalidade, com candidatos de currículos mais elaborados, com foco nos resultados de experiências anteriores. De acordo com Teles (2010, p.87) “O *Linkedin* é uma espécie de currículo profissional, em que consta sua posição atual, os cargos que exerceu, sua escolaridade, seus sites, particularmente sites de empresas, e seu blog.” Por esse motivo, é o mais indicado para ser trabalho pela Gestão de Pessoas e para profissionais que desejam estar em evidencia. Este site disponibiliza um “mapa de sua rede profissional”, dando uma real dimensão de sua rede de relacionamento e quão influentes são, o que no futuro deverá ser utilizado como estratégia de contratação de profissionais que facilitarão as relações de negócios.

Apesar da particularidade dos 140 caracteres possíveis para comunicação, o *Twitter* proporciona a possibilidade de anúncios de vagas de trabalho, além de busca de vagas pelos usuários. Por ser ágil e imediatista é uma excelente ferramenta de recolocação profissional. De acordo com Safko (2010, p.353) “O *Twitter* é um veículo social, especialmente criado para melhorar a comunicação. O *Twitter* é um serviço para amigos, familiares e colegas de trabalho se comunicar e manterem-se conectados.”

Sendo assim, podemos concluir que com a amplitude tomada pela facilidade e praticidade das redes sociais até o mundo das corporações acaba entrando para esse universo em expansão. No mundo atual estar conectado a uma rede social não só é uma espécie de modismo como uma necessidade das pessoas por estarem antenados ao mundo virtual e interagindo não somente conhecidos e que fazem parte do nosso cotidiano, mas também com aquelas que nunca viram e trocando informações, projetos, experiências e vivencias em tempo real. E as organizações começam a perceber a importância desta ferramenta no processo de recrutamento e seleção.

3 AS REDES SOCIAIS E O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Diante da evolução dos meios de comunicação e a tecnologia disponível, é comum que o contato inicial entre o candidato e a empresa seja realizado pela internet, onde muitas organizações abrem um link "trabalhe com a gente"; diretamente nos Recursos Humanos (RH) da organização; ou ainda com a intermediação de empresas especializadas, que realizam uma primeira avaliação dos candidatos, enviando para a empresa somente os candidatos com o perfil para a vaga em aberto.

As relações sociais em que cada indivíduo está inserido podem ser vistas como uma rede. Cada pessoa pode ser vista como pertencente a uma teia a partir da qual linhas conectam pessoas de seu convívio e relacionamento profissional. Com isso, identificar as razões de escolher uma pessoa para trabalhar em uma determinada área implica conhecer o candidato, para isso as empresas colhem informações nas redes sociais online, nos bancos de currículos, entre outros.

Para Boog e Boog (2002), as formas tradicionais de recrutamento e seleção tornam-se rapidamente obsoletas. Mais do que nunca, é preciso apropriar-se das novas técnicas e tecnologias, principalmente da internet. A principal revolução que a internet introduziu no processo de captação de pessoas diz respeito a localizar profissionais que não estão procurando emprego, os denominados "candidatos passivos", através de visitas a salas de bate-papo, ingressos em comunidades virtuais.

As ferramentas utilizadas por *headhunters* – pessoas ou empresas especializadas na procura de profissionais no mercado de trabalho – e profissionais de recrutamento são variadas e baseadas nas necessidades da empresa, do cargo, perfis de vagas e de mercado.

Com a divulgação de vagas através de sites de empresas ou de consultorias especializadas faz-se da internet ferramenta fundamental na “caça” de talentos, permitindo que as empresas expandam suas possibilidades, utilizando os formatos disponíveis no mundo virtual a seu favor.

Com o advento das redes sociais virtuais os profissionais possuem a possibilidade de uma análise prévia do perfil do candidato. Ao preencher currículos já se tem os campos para informação dos perfil em redes de grande porte, assim como blogs e páginas pessoais. Essa possibilidade é a demonstração de como as redes sociais estão introduzidas no mundo corporativo.

Contudo, apesar da facilidade trazida pela tecnologia é preciso ter cuidado pois a internet pode ser uma via de mão dupla, contribuindo para elevar a “marca” ou denegri-la em se tratando de organizações ou a “reputação”, em se tratando de profissionais.

Os riscos estão diretamente relacionados a segurança das informações, como publicações de vagas fictícias com objetivo de coletar dados confidenciais dos candidatos para utilização ilícita, e também as atitudes dos candidatos nas redes sociais, como participação em “comunidades” politicamente inadequadas.

Constata-se que as redes sociais possuem grande influência na busca de profissionais e permite que estes consigam recolocações e melhores posições.

4 ANALISE DO USO DAS REDE SOCIAIS

Atualmente a maior dificuldade encontrada pelas empresas é o preenchimento de cargos abertos, isso se dá por conta da competitividade e pela falta de capacitação dos candidatos a vaga, tornando assim árduo essa busca pelo colaborador certo e apropriado para essa função. Com tudo existem varias teorias que nos traz maneiras e mais maneiras de ser assertivo na hora de fazermos uma contratação.

Alguns estudiosos acabam por apoiar essas teorias outros acabam por discordar. Dentre essas teorias temos, entrevistas individuais, entrevistas em grupo, dinâmicas de grupo, testes psicológicos, entrevistas em língua estrangeira, entre outros.

De forma geral, nota-se que cada profissional com o decorrer do tempo e da experiência que vem adquirindo acaba por desenvolver sua maneira de trabalhar; maneira essa que se divide em subgrupos, pois como profissional de recrutamento e seleção, não podemos avaliar os mesmos quesitos para todas as vagas, ou seja, se a vaga em questão é para a produção teremos que avaliar a capacidade do candidato de produzir, se a vaga exigir esforço físico teremos que avaliar se o mesmo é capaz e se sua saúde permite a execução da tarefa, já para uma vaga administrativa avaliamos o conhecimento sofre a função a ser desempenhada e se o candidato possui conhecimento nas ferramentas que se faz necessárias para a eficiência e eficácia do seu desempenho. Para cada tipo de vaga há um tipo de entrevista, um tipo de dinâmica e um tipo de condução por parte do profissional.

Como pertencemos a um mundo onde a tecnologia é mais rápida a cada dia e evoluímos em um piscar de olhos, nada mais justo do que nossos profissionais estar preparados para esse avanço e assim sendo desenvolvendo suas próprias teorias e ferramentas para executar um trabalho eficiente e eficaz.

Com todo esse avanço tecnológico é necessário seguir nesse processo de inovação e busca para melhorar não somente a forma de executar o trabalho, mas também para poder apresentar resultados satisfatórios as organizações. Com isso surge a integração das redes sociais na hora das contratações uma ferramenta aliada do setor responsável pelas contratações e tomando muito mais força nessa busca por profissionais extremamente capacitados.

Essa nova ferramenta nos traz a possibilidade de levantarmos algumas características básicas do perfil dos interessados ao cargo; ainda não há uma melhor maneira de usar essa ferramenta, mas como vivencia podemos dizer que a mesma é usada com base em teorias já desenvolvidas.

Os principais pontos utilizados dessa ferramenta são:

- Analise de responsabilidades;

A analise de responsabilidade nada mais é que a capacidade que o mesmo tem para ser responsável, nos mostrando se o seu perfil é voltado a sua vida acadêmica, vida profissional ou simplesmente só a sua vida pessoal, dando créditos aqueles que conseguem de uma maneira natural mesclar todos esse pontos em um perfil, deixando sempre claro que é responsável e presa toda sua bagagem, sendo assim uma pessoa que sabe que a vida é composta de amigos, familiares e a manutenção disso tudo é a profissão

- Analise de socialização;

A análise de popularidade nos traz o quanto esse individuo é capaz de se socializar e de defender pontos de vistas e ideais de maneira pacifica e amistosa, é muito natural e está em evidencia hoje em dia debater temas polêmicos em seus perfis sociais online e assim podemos notar o comportamento do Homem quando algo diverge ou até mesmo fere aquilo que se acredita plamente e se tem como regra, sendo um ponto primordial a ser analisado visto que uma organização é composta de seres humanos únicos, assim sendo devemos analisar a capacidade de interação com universos distintos e a capacidade de respeitar o outro e sua opinião.

- Analise de conteúdo;

Um tipo de analise também muito comum nas redes sociais é o conteúdo, postado ou compartilhado pelo candidato sempre unindo ao bom senso a responsabilidade de ser um perfil público de acesso universal, analisar os tipos de conteúdos ali publicados nos mostra em uma

análise final se essa pessoa é totalmente expansiva o que chamamos nos termos populares de “brincalhão”, ou se é uma pessoa mais retraída ou até mesmo tímida que não se mostra muito, uma pessoa recatada, conseguimos ainda de maneira superficial notar os principais valores dessa pessoa.

Claro que isso são análises totalmente superficiais e as mesmas variam de avaliador para avaliador nos trazendo mais um parâmetro de comparação para com o todo e não uma ferramenta decisiva; existem casos que ela se torna decisiva quando logo após o selecionado entrevistar um candidato e o mesmo se sair muito bem na entrevista, postar em seu perfil comentários que tiram a credibilidade ou a competência do mesmo ou da organização, mostrando assim que o entrevistado não tem menor interesse em assumir uma vaga na organização em questão.

Essa ferramenta está sendo muito utilizada hoje em dia como mais uma maneira de se avaliar candidatos se tornando até manchetes de jornais e discussão entre profissionais da área, não podemos utilizá-la de forma errônea, porém para compor uma série de artifícios utilizados como avaliador das competências dos candidatos a desempenhar a função para qual será contratado.

CONCLUSÃO

A mídias sociais oferecem possibilidades para uma revolução na gestão de pessoas, especialmente no recrutamento e seleção. É possível usufruir de plataformas que permitem captar profissionais talentosos no mercado de trabalho, independente da disponibilidade, já que muitos mantêm seus perfis atualizados como vitrine de suas qualificações.

O cenário atual exige um posicionamento estratégico, alinhando as pessoas e processos com os objetivos da empresa, e para isso é possível o uso de ferramentas que proporcionam baixos custos, assertividade e rapidez nos processo de recrutamento e seleção realizados através das novas mídias, que permitem minimizar as distâncias entre candidatos e empresas, ampliando não apenas o número de candidatos, mas também a diversidade cultural entre os mesmos.

Além dos sites especializados em recrutamento e seleção é possível utilizar também as redes sociais para captação de profissionais, análise de perfis, divulgações de vagas e posicionamento de marca. Utilizando essas ferramentas de maneira direcionada a empresa cria uma oportunidade para aqueles que possuem interesse em trabalhar nela, além de uma oportunidade para própria empresa de se promover.

REFERÊNCIAS

BANOV, Marcia & Regina FIDELIS, Gilson José. **Gestão de Recursos Humanos.** Tradicional e Estratégica. 1. Ed. Érica Ltda.

BOHLANDER, George, SNELL, Scott e SHERMAN, Arthur. **Administração de Recursos Humanos.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005

BOOG, G. & BOOG, M, (Orgs) **Manual de gestão de pessoas e equipes: estratégias e tendências.** São Paulo: Editora Gente, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 1994..

DELLA VALLE, James. **Redes sociais estão no mapa das contratações.** Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/carreira/redes-sociais-estao-no-mapa-das-contratacoes-09112009-13.shl>> INFO Online, Segunda-feira, 09 de novembro de 2009 - 11h04.

DUARTE; Quandt Souza, 2008, **O Tempo Das Redes.** Editora Perspectiva S/A

IDG NEWS SERVICE. **Redes sociais viram ferramenta para contratação.** Disponível em: <<http://computerworld.uol.com.br/carreira/2010/06/30/redes-sociais-viram-ferramenta-para-contratacao/>>. Acesso em 15/02/2012.

LACOMBE, F. J. M. & HEILBORN, G. L. J. (2003). **Administração: princípios e tendências.** São Paulo: Saraiva.

OLIVEIRA, Natanael. **A História das Redes Sociais.** Disponível em: <<http://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-das-redes-sociais/>> Acesso em: 15/02/2012.

SAFKO, Lon. **A Bíblia da Mídia Social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios.** São Paulo: Novatec, 2010.

SAYON, Daniel. **A evolução das redes sociais.** Disponível em:<<http://www.mestreseo.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-a-publicidade-2>>. Acesso em: 15/02/2012.

TELES, André. A Revolução das Mídias Sociais. São Paulo: M. Books, 2010.

Agradeço primeiramente a minha família pelo investimento em minha vida acadêmica me dando assim a possibilidade de me graduar e fazer um curso de especialização, agradeço também a minha orientadora Ana Paula Barbosa por me acompanhar, apoiar e me orientar nessa jornada e por fim agradeço a todos meus professores do curso de especialização e em especial a Profa. Maria Virginia de Figueiredo Pereira do Couto Rosa pela atenção e pelo ótimo desempenho como orientadora metodológica.

Nome: Tiago Batista da Costa

Endereço: Dr. João Messias, 210

Tel: 16-8111-4547

E-mail: tiagobcaf@hotmail.com