



MÍDIAS DIGITAIS E O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS: UM ESTUDO MULTICASOS

FERREIRA, Ricardo Ertel¹; SILVA, Katia Raquel Oliveira da²;
SANTOS, Rozali Araujo³; FERREIRA, Ana Paula Alf Lima⁴.

Palavras-Chave: pessoas, recrutamento, mídias digitais.

1. Introdução

A utilização de serviços on-line podem criar grandes oportunidades de ingresso no mercado de trabalho hoje em dia, onde as empresas estão cada vez mais engajadas no seu marketing relacional e outros métodos de atrair potenciais candidatos a uma vaga na empresa (CAPELLI, 2001). Para Cintra (2010) a utilização de estratégias utilizando o marketing digital já vem se justificando a um bom tempo em vários ramos de negócio, que poderiam ser até mesmo plataformas de atendimento com o atendimento virtual. Ultimamente, cada vez mais as empresas tem se utilizado de mídias digitais para o processo de recrutamento e seleção, isso abrange desde o cadastramento de currículos em sites específicos ou até paginas em redes sociais, onde isso por si só demonstra um pouco do conhecimento de tecnologia exigido por qualquer empresa atualmente, além disso, as empresas podem comparar a veracidade dos fatos colocados em um currículo comparando com as das informações postadas nas mídias conforme Afonso (2009). Na mesma linha de pensamento Gomes (2012) ressalta que a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação as relações sociais se expandiram, em específico, pode-se citar a *internet*, onde as relações formadas pelas redes, refletissem a realidade ao seu redor e a influência das informações compartilhadas.

Diante desse momento propício mídias digitais e de sua plena utilização este trabalho tem como tema a utilização de mídias sociais e o processo de recrutamento e seleção de pessoas, mostrando os benefícios da utilização das mídias sociais como ferramenta auxiliar na captação de profissionais adequados a cada função disponível nas empresas estudadas.

2. Metodologia e/ou Material e Métodos

Para esta pesquisa optou-se por uma abordagem qualitativa, descritiva e estudo multicasos, sendo a pesquisa qualitativa segundo Pinheiro *et al* (2004) é um estudo que

¹ Universidade de Cruz Alta. E-mail: ricardoertel@hotmail.com

² Universidade de Cruz Alta. E-mail: katiarakelo@hotmail.com

³ Universidade de Cruz Alta. E-mail: rozali@unicruz.edu.br

⁴ Universidade de Cruz Alta. E-mail: alima@unicruz.edu.br



identifica e analisa profundamente dados não mensuráveis de um determinado grupo de indivíduos em relação a um problema específico. A pesquisa qualitativa é descritiva, uma vez que a palavra escrita desempenha um papel fundamental tanto no processo de obtenção de dados como na disseminação dos resultados, assim a relevância de todos os dados observados no ambiente de estudo. A pesquisa descritiva não tem compromisso em explicar os fenômenos apenas descrevê-los, muito embora a descrição possa servir de base à sua compreensão (VERGARA, 2007).

Como objeto de pesquisa sob o qual incide a observação sobre o tema em estudo optou-se pela realização de um estudo multicase. Um estudo de caso está circunscrito a uma ou poucas unidades investigadas, na presente pesquisa foi investigado o setor de Gestão de Pessoas do Hospital Santa Lúcia e uma empresa de Consultoria (VERGARA, 2007). Como fonte primária de coleta de dados, compreendeu a realização de uma pesquisa qualitativa através de entrevistas individuais em profundidade com um roteiro de pesquisa semi-estruturado, o tratamento e análise de dados deram-se, preponderantemente, de forma qualitativa, pela análise de conteúdo.

3. Resultados e Discussões

A realização das entrevistas com a gestora de recursos humanos do Hospital e a Consultora, responsáveis pelo recrutamento e seleção foi possível obter dados que permitiram conhecer o fenômeno atual do recrutamento através das redes sociais on-line e digitais.

Especificamente sobre as redes digitais, destacam-se o com o *facebook*, a *catho on-line*, diversos sites de currículo, e no caso da consultoria os sites das empresas-clientes. Tais mídias são utilizadas desde 2008. Esta utilização de redes sociais prende-se principalmente por este ser um método gratuito que permite o contato com um número mais elevado e variado de candidatos, sendo um método prático e dinâmico, cada vez mais utilizado na sociedade contemporânea. Além de serem encaradas como uma forma de projeção da imagem. Assim o principal motivo o empregador a utilizar as redes digitais para difundir informação sobre determinada oferta de emprego e principalmente no que se refere aos sites de currículos são acesso amplo e rapidez. No entanto, ressalta-se que apesar do grande número de pessoas que acessam essas mídias, muitas vezes a seleção ou a efetivação não ocorre em virtude da questão salarial, cuja consultoria não tem autonomia para negociar.

Outro ponto a ser ressaltado é a facilidade de comunicação proporcionada pelas redes digitais, principalmente na busca de cargos estratégicos onde impera a distância, a faixa etária dos funcionários recrutados através de mídias sociais é diversificado sendo que o hospital



privilegia uma faixa etária acima dos 30, o que se justifica por procurar preencher vagas de cunho estratégico. Já a consultoria trabalha com um faixa que varia dos 20 aos 35 anos de idade.

Nos processos de recrutamento e seleção de forma ampla existem uma taxa de efetivação em torno de 65 a 75% no hospital e de na consultoria de 80%, no entanto se consideramos apenas as redes sociais on-line e digitais o hospital trabalha com eficiência total, o que se difere da consultoria que apresentação uma variação em do grau de autonomia concedido.

Considerando as vantagens e desvantagens, o fato de permitir acesso a pessoas de outras cidades com o perfil adequado para o cargo é citado como uma das maiores vantagens, além do custo reduzido e qualidade, em contra partida a principal desvantagem que aparece é a distancia do candidato o que dificulta o deslocamento. O processo de recrutamento através das redes sociais e digitais demora no mínimo 30 dias, pois envolve a obtenção de currículos, o contato com os candidatos, o deslocamento para a entrevista, sendo da empresa ou do candidato.

No entanto deve-se salientar que a utilização de mídias sociais e digitais ainda é uma prática recente, e que ainda é preciso quebrar a resistência de pessoas e empresa, quebrar paradigmas, pois por ser um método ainda recente e cujas potencialidades não estão completamente exploradas, as redes sociais funcionam ainda como um complemento aos meios tradicionais de recrutamento, não superando a utilização destas. As empresas continuam a recorrer, na maioria, aos jornais, *site* da própria empresa, *sites* de recrutamento, entre outros. Desta forma, o recrutamento on-line é encarado como mais um meio à disposição para atingir o objetivo, apesar de já recorrerem com bastante frequência a algumas das redes sociais.

4. Conclusões

De maneira geral, quando usadas, é possível ressaltar que as mídias sociais e digitais tem se mostrado eficientes, trazendo um resultado positivo para as empresas, mas não em um curto espaço de tempo, sendo que a localidade das empresas influencia bastante na eficiência das mídias digitais quando utilizadas, como se evidenciam em estudos de Soares (2011), onde aponta que na grande maioria dos casos, somente as empresas de maior porte tem um retorno positivo, e até podem lucrar com essa pratica, já nas cidades do interior, onde predominam empresas de menor porte, ainda existem grandes dificuldades para lidar, como a cultura da cidade, e a competitividade com os grandes centros, as quais, em geral oferecem uma maior



remuneração e propostas mais atraentes para os candidatos a vagas, conforme também informado pela empresa de assessoria de RH na entrevista. É notado que nenhuma das empresas utiliza as redes sociais para acompanhamento dos funcionários, Soares (2011) afirma que a utilização dessas redes poderia ser uma ferramenta importante tanto para conhecer quanto para desenvolver o funcionário, assim traçando um perfil de cada um de acordo com características e gosto pessoais.

Levando em consideração, o recrutamento on-line defendido no trabalho é pertinente, pois atinge um escopo maior de perfis, isso aumenta as possibilidades de um recrutamento bem sucedido, uma vez que as vagas divulgadas podem ser vistas por pessoas de todo o país. A seleção através das mídias, apesar de poder ser feita a distancia esbarra na dificuldade de negociação, mas ao final também se justifica, pois confrontando as entrevistas ainda se tem um resultado positivo levando em considerações as seleções feitas com cargos táticos e estratégicos. No entanto a pesquisa não tem a pretensão de ser exaustiva pela quantidade de elementos entrevistados, assim naturalmente, uma extensão dessa pesquisa traria mais elementos qualitativos e uma segurança, maior principalmente no contexto da pequena empresa.

Referências

AFONSO, A. S. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

CAPELLI, P. **Making the Most of On-Line Recruiting – How the Web Changes Recruiting**. Harvard Business Review. v.79, n.3, March, 2001. Disponível em: <<http://hbr.org/2001/03/making-the-most-of-on-line-recruiting/ar/1>>. Acesso em: 20/12/2011.

CINTRA, F. C.. **Marketing digital: a era da tecnologia on-line**. São Paulo: Investigação, v. 10, n. 1, p. 6-12, 2010.

GOMES, T. C.; SCHERER, L. A.; LÖBLER, M. L.; ESTIVALETE, V. de F. B. **Recrutamento pela internet: a utilização das redes sociais virtuais**. Passo Fundo: Anais do SENID, 2012.

PINHEIRO, R. M; CASTRO, G. C.; SILVA, H. H.; NUNES, J. M. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. FGV Editora: Rio de Janeiro, 2004.

SOARES, C. A. P. de T. **O convívio da empresa com as redes sociais**. Disponível em RH.com.br acesso em 07/10/2011.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2007.