

A Influência das Redes Sociais Nos Processos de Recrutamento das Empresas

Autor: Gustavo Henrique Diniz de Araújo

Resumo

Com a propagação do acesso a internet e mídias sociais, a quantidade de informações profissionais, pessoais e comportamentais disponível de cada pessoa tende a aumentar na rede. Isso está despertando o interesse das áreas de contratação de muitas empresas no Brasil, que se utilizam dessas fontes para avaliar os candidatos às vagas de emprego. Uma análise de como esse processo acontece, bem como de seu embasamento ético, será feita com fins de esclarecer o que os recrutadores buscam nos perfis de cada candidato, ajudando os leitores a preparar o que pode ser chamada de marketing pessoal virtual.

Palavras-chave: redes sociais, processos de recrutamento, marketing pessoal virtual

Introdução

Por definição, redes sociais são meios de relações interpessoais e sociais na internet, nos quais as pessoas se conectam umas com as outras. Os sites de redes sociais geralmente funcionam tendo como base os perfis de usuário: uma coleção de fatos sobre o que ele gosta, não gosta, seus interesses, *hobbies*, escolaridade, profissão, fotos ou qualquer outra coisa que ele queira compartilhar.

Com a crescente popularização da internet, o número de pessoas conectadas e usuários de tais redes sociais tende a aumentar e, com ele, o número de informações pessoais que passam a circular na *web*. Dentre tais informações, podemos citar: rede de amigos, principais atividades realizadas, conduta no dia-a-dia, comunidades associadas, comentários e fotos.

Com tantos dados disponíveis, recrutadores de empresas observaram que o monitoramento em mídias sociais é uma das mais valiosas ferramentas de pesquisa para conhecer o perfil do profissional que estão contratando.

Cabe, portanto, a cada usuário usufruir de sua liberdade de expressão com responsabilidade, passando, sempre que possível, uma boa imagem nas redes de relacionamento.

O Posicionamento das Empresas e a Ética

Casos não raros são os de pessoas que conseguem um emprego, mas com pouco tempo de experiência, já se sentem motivados a procurar outro trabalho. Nestes casos, pode-se dizer que ocorreu um erro de seleção, pois não foram alinhados os interesses do candidato para/com a empresa e vice-versa. Fato semelhante ocorre quando a empresa desliga a pessoa precocemente.

“Acerto em recrutamento e seleção é, portanto, observado quando pessoas ingressam em suas áreas de interesse, sentem-se felizes e produzem dentro do que é esperado pela empresa, deixando-a igualmente satisfeita” [1].

Fica evidente, aqui, que os custos relacionados a uma contratação errada são muito altos e que as empresas, portanto, precisam ser mais assertivas nesse aspecto. Assim, os processos de recrutamento no Brasil, a exemplo dos países desenvolvidos, tendem a se tornar cada vez mais elaborados.

O psicólogo Eduardo Alencar [1] afirma que: “para psicologia, em especial para abordagem analítico-comportamental, o comportamento é a relação entre ações do sujeito para com o ambiente a sua volta, de forma que esta relação retroage sobre o próprio sujeito alterando e influenciando a sua forma de agir no futuro.”

Estudos sobre o comportamento cotidiano de um indivíduo pode levar a conclusões que, com certo grau de probabilidade, reflitam em seu perfil e comportamento no meio de trabalho. Dessa forma, a visão mais ampla de características pessoais e comportamentais contida nas redes sociais e que seriam praticamente impossíveis de serem notadas nas frias páginas de um currículo, pode ajudar um recrutador a achar a pessoa certa para o cargo certo, em uma análise menos vulnerável a erros.

Antes de que as empresas pudessem lançar mão dessa estratégia de seleção, ficava ainda uma questão não respondida: seria isso uma invasão de privacidade? E a ética?

Sabe-se que a constituição brasileira veta ao RH e aos empresários brasileiros descriminalização por idade, sexo, raça, opção sexual, religião e outros. Logo, um poderia dizer que o uso das redes sociais seria uma invasão de privacidade e que isso incentivaria o preconceito.

Por outro lado, se um candidato pode escolher o seu emprego pelos atributos da empresa (salário, local, marca, benefícios, conduta) por que a empresa não teria o direito de saber previamente se o seu futuro funcionário tem alguma atitude que comprometa a produtividade, imagem da empresa e clima organizacional?

Ao se cadastrar em uma rede social, o candidato está dando aceite de sua exposição ao mundo. Em algumas delas, isso acontece de forma um pouco mais reservada (facebook, por exemplo, que limita a visualização de determinados usuários) e, em outras, de maneira mais abrangente, como o twitter.

Pessoas que não querem que sua vida seja exposta, certamente tomarão um cuidado redobrado com a exposição. A Internet é um espaço livre e uma vez que informações são colocadas neste canal, elas estarão disponíveis para diversas finalidades.[1]

Baseando-se nesse conceito, a ideia de análise de informações pessoais contidas nas mídias sociais quando da seleção de um candidato popularizou-se.

O Que As Empresas Procuram

Dentre os principais motivos, obtidos em redes sociais, que influenciam uma empresa a contratar um candidato, estão: mostras de que o candidato é criativo, realiza trabalhos voluntários, possui habilidades de comunicação sólidas ou boas referências postadas por outros. Além disso, se o perfil do candidato causa uma impressão positiva de sua personalidade e habilidade organizacional, ou fundamenta suas qualificações profissionais e acadêmicas, as chances de contratação são maiores.

Por outro lado, se um candidato posta fotos ou comentários inapropriadas, conteúdo que faz apologia ao uso de drogas, bebidas alcoólicas, ao crime, ou ao sexo; faz comentários negativos sobre seus empregos anteriores, apresenta habilidades de escrita pobres, conduta preconceituosa, ou se mentiu sobre as suas qualificações, suas chances de eliminação são altas.

Assim, as mídias sociais passam a ser decisivas nos processos seletivos de organizações, conforme afirma a Pesquisa Internacional de Mercado de Trabalho realizada pela empresa de recrutamento Robert Half com 2.525 executivos das áreas de finanças e de recursos humanos de 10 países [2]. Para 44% dos brasileiros entrevistados, aspectos negativos encontrados em redes como Facebook, Twitter e Orkut seriam suficientes para desclassificar um candidato no processo de seleção, sendo a principal causa a constatação de que o perfil do candidato é bem diferente do que foi descrito no currículo. Apenas 17% afirmam não se deixar influenciar pelas redes sociais, enquanto os 39% restantes preferem fazer uma entrevista antes de tomar a decisão final [2].

Além das redes sociais pessoais, surgiram, recentemente, redes sociais exclusivamente profissionais. Informações como experiência profissional, formação acadêmica e currículo passam a compor o perfil do usuário. No LinkedIn, por exemplo, muitas pessoas trocam dados estritamente profissionais, podendo ser bastante útil para quem busca oportunidades de emprego.

Segundo a mesma Pesquisa Internacional de Mercado de Trabalho [2], os executivos brasileiros afirmaram que utilizam a rede LinkedIn para verificar a veracidade das referências apresentadas nos currículos dos candidatos a uma vaga de trabalho. 46% deles dizem fazer isso sempre, enquanto 43% apenas com os candidatos que já foram entrevistados

Enfim, as redes sociais auxiliam, e muito, no trabalho de recrutamento, tornando-o mais ágil e fazendo com que a seleção dos mais aptos, de acordo com o perfil da vaga exigida, seja menos susceptível a erros. Desta forma, conforme mostram as pesquisas, já estão sendo amplamente utilizadas nos processos de seleção de empresas.

O uso adequado das redes sociais, portanto, pode alavancar uma carreira. A publicação de informações verdadeiras, dicas profissionais, trabalhos acadêmicos, projetos, experiências profissionais, currículo, enfim, dados que valorizam o perfil de uma pessoa podem ser decisivos num processo de triagem a uma vaga de emprego. Por outro lado, fotos e comentários inapropriados podem prejudicar o candidato. Cabe ao candidato ter isso em mente e tentar promover um marketing pessoal virtual que possa torná-lo mais atraente para um recrutador, uma vez que já é bem sabido que no ambiente digital, as boas ideias e ações conseguem visibilidade e apoio de forma muito rápida e espontânea[3].

Referências

[1]<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/devemos-ou-nao-considerar-redes-sociais-como-parte-do-processo-seletivo/65655/>

[2]<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI236070-17180,00-REDES+SOCIAIS+INFLUENCIAM+DAS+EMPRESAS+BRASILEIRAS+A+DESCCLASSIFICAR+CANDIDA.html>

[3]<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/dicas-emprego/seu-processo-seletivo-comeca-nas-redes-sociais-2>