



Procurados pela NET: O uso da REDE SOCIAL como ferramenta de seleção de pessoas

Maria Helena Bernardo Myczkowski¹
Ana Cristina Magalhães Di Giacomo Minervino²
Mariléa Carvalho de Oliveira Viebig³.

Resumo

A Era Digital nos trouxe uma nova proposta de comunicação e interação. Grupos Sociais ganham novos formatos e passam a pertencer a Comunidades Virtuais, Redes Sociais e Sites de Convivência. Essa nova linguagem, que antes pertenceria somente ao universo dos jovens, demonstra grande utilidade e eficácia dentro do contexto organizacional, pois se tornou um poderoso aliado das empresas de recursos humanos na hora de recrutar profissionais. Este trabalho faz, inicialmente, um aporte teórico sobre a existência dos grupos sociais e sua expansão para o ambiente tecnológico, para em seguida, analisar de que maneira as redes virtuais podem ser utilizadas como uma poderosa ferramenta de recrutamento e seleção.

Palavras-chave:

Grupos Sociais; Redes Sociais; Internet; Era Digital; Comunicação em Redes.

1. Introdução

As tecnologias de informação e comunicação vêm produzindo uma mudança na forma de pensar dentro do ambiente organizacional. A internet pode ser considerada hoje, uma das maiores ferramentas de comunicação. Dessa forma, o mundo virtual passou a ser um ambiente

¹ Mestre em Administração pelo Centro Universitário Nove de Julho, especialista em Comunicação e Marketing pela Universidade Anhembí Motumbi, graduada em Comunicação Social, com ênfase em Rádio e Televisão pela FAAP-SP, docente do ensino superior em curso de graduação e coordenadora da pós graduação da faculdade INED/RC. *E-mail:* mariahelenabernardo@hotmail.com

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, Mestre em Ciência da Comunicação pela ECA/USP. Ex vice-diretora, coordenadora do curso de RP e docente de graduação e pós da Fac. Casper Líbero. Autora do livro Tudo acaba em Festa. *E-mail:* crisnagiacom@hotmail.com

³ Pedagogia pela PUC-MG, professora universitária, com especialização em Comunicação e Marketing e Formação para Professores de Ensino Superior. Aluna especial Mestrado USP *E-mail:* leaviebig@terra.com.br



de interação fornecendo múltiplas formas e espaços de comunicação e interação entre pessoas e organizações.

Segundo Ferreira (2001, p. 28), o ser humano só se faz como tal diante de outro, seu semelhante, com o qual estabelece mecanismos diversos de interação. A necessidade do homem como ser social é incontestável. Desde o princípio da humanidade, as pessoas vivem em comunidades aonde se relacionam mutuamente. De acordo com Bauman (2003, p. 7), a palavra comunidade sugere algo bom, uma vez que estar ou pertencer a uma faz seus membros sentirem-se bem.

É sabido, porém, que as relações interpessoais são, antes de tudo, relações que envolvem um movimento de bônus e ônus, pois na mesma proporção que a comunidade ou o grupo pode trazer sentimentos de proteção ela também sugere perda de liberdade. Minicucci (2001, p. 200) afirma que a sensação de pertencer a um grupo acaba por reforçar os laços de camaradagem, amizade e lealdade para com os membros do próprio grupo assim como impele que os grupos acabem separando indivíduos que não pertençam à mesma comunidade. Entre ganhos e perdas, a comunidade acaba por estabelecer um mecanismo de identidade do grupo.

Essa identidade acaba se refletindo na forma de agir e de se comunicar do grupo. E nesse momento, a comunicação e a informação se fortalecem como uma das bases fundamentais de todas as relações pessoais. À medida que o grupo cresce as pessoas passam a sentirem-se mais ligadas num verdadeiro estado de coesão. O autor descreve que os membros passam a pensar e agir do mesmo modo visando gozar dos resultados da força do grupo.

Com o advento de novas tecnologias de informação novas formas de se comunicar são introduzidas em nosso universo social, utilizando recursos mais rápidos e de grande penetração. Ferreira (2001, p.165) corrobora quando afirma que não é novidade nenhuma dizer que vivemos em uma sociedade da comunicação e da informação e que, devido à isso, a comunicação é crucial para o estabelecimento e continuidade da vida social.

Nesse momento, inovações tecnológicas da informação causam grande impacto sobre as pessoas e conseqüentemente sobre as organizações em que estão inseridas.



2. Grupos e Redes Sociais

De acordo Banov (2002, p.109) o comportamento do grupo vai além da soma do comportamento de seus componentes uma vez que as pessoas podem ter comportamento diferenciado à do grupo quando se encontram fora dele. Minicucci (1989, p.270) enfatiza que pessoas juntas por si só não formam um grupo uma vez que para ser considerado grupo deve haver interação entre os membros.

Na era digital a existência dos grupos sociais passou a ser conhecida como redes sociais e se configuram como grupos informais, formados espontaneamente, através de afinidades e simpatias entre seus participantes. Nesse tipo de agrupamento, as pessoas se unem pelo desejo de compartilhar sentimentos e intenções.

Uma das características que mais definem a comunidade virtual é a aproximação de desconhecidos em razão de suas afinidades. Johnson (2001, p. 51) consagra o computador como sendo a primeira grande tecnologia do século XX que aproxima pessoas que não se conhecem, em vez de afastá-las, fazendo com que estranhos se interajam.

Segundo Fritjof Capra, *“redes sociais são redes de comunicação que envolvem a linguagem simbólica, os limites culturais e as relações de poder”*. A partir dessa conceituação, a rede social pode ser entendida como sendo uma das formas de representação dos relacionamentos, sejam eles afetivos ou profissionais, dos seres entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos. A rede passa a ser então a responsável pelo compartilhamento de idéias entre pessoas que possuem interesses e objetivo em comum e também valores a serem compartilhados. Assim, cada grupo de discussão é composto por pessoas que se identificam mutuamente através de interesses e necessidades comuns.

Atualmente, as redes estão instaladas, em sua maioria, no domínio da Internet, uma vez que a mesma possui a característica de acelerar, de forma ampla, a dissiminação idéias e a retenção de novos agentes em busca de algo em comum.



As redes sociais possuem a característica de expressar uma gama ampla de idéias, incluindo movimentos políticos, econômicos e até mesmo comportamentais ao difundir novos padrões de atitude, posicionamento e valor social.

A rede utiliza-se da velocidade incomum da internet para disponibilizar todas informações ali armazenadas. Levando-se em conta que 34% dos brasileiros já possuem acesso a internet em 2007 segundo dados da Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2007, publicada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br) do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), nota-se a importância desse novo conceito de agrupamento social e sua influência nos hábitos e novas formas de relacionamento.

3. Rede Social: Orkut

O Orkut foi criado em 24 de Janeiro de 2004 com a intenção formar grupos aonde seus membros pudessem criar novas amizades e fortalecer graus de relacionamentos. Ele é filiado ao Google e é considerado uma das redes sociais de maior acesso. Prova disso é que apenas em seu primeiro mês de existência, foram cadastrados mais de 100 mil internautas. Atualmente o número ultrapassa os 10 milhões de usuários, sendo que, aproximadamente 75% de usuários alegam ser brasileiros. Mas essa informação pode ser controversa uma vez que os usuários podem ou não disponibilizar dados que não sejam necessariamente verdadeiros.

Para que se possa participar dessa rede social, a pessoa necessita receber o convite de um membro já cadastrado no sistema. A partir daí, o novo membro tem o direito a uma página com seu perfil e fotos aonde poderá trocar informações, buscar amigos, adicionar novos amigos, fazer parte de comunidades, ingressarem em grupos de discussão, trocar mensagens e deixar depoimentos para outros membros da rede.

Não há limites para navegar nas comunidades virtuais. O internauta poderá participar de quantas comunidades lhe convier, sempre respeitando seu funcionamento. Caso o novo membro infrinja alguma norma do grupo e dependendo do grau de gravidade poderá ser expulso do grupo.



Como acontece quem qualquer tipo de agrupamento social, as comunidades virtuais também estão sujeitas a desentendimentos. Segundo Rheingold (1995, p. 73) toda comunidade não está livre de conflitos. De uma forma ou de outra, todo conflito quebra uma zona de conforto e gera novos olhares propondo debates, fortalecendo a identidade do grupo. Assim, quanto mais uma comunidade virtual debate, mais fácil fica identificar os tipos de internautas que a compõe. Rheingold (1996, p. 81), complementa que “numa comunidade virtual a conversa fiada é o contexto. A conversa fiada cria um contexto onde vamos aprender qual o tipo de pessoa que somos, as razões por que pode ou não confiar-se em nós e quais são os nossos interesses. Costa (2003, p. 66) corrobora ao afirmar que a reciprocidade entre os membros é que constrói a comunidade virtual, fortalecendo seus vínculos e continua “o objetivo maior está na sensação de pertencer a um ambiente que todos constroem e compartilham” (COSTA, 2003, p. 71).

4. O Uso da Rede Social como Ferramenta de Seleção de Pessoas

Nos últimos tempos, os sites de buscas e de relacionamentos ganharam uma nova função que apenas à de promover encontros entre amigos. As empresas de recursos humanos perceberam sua grande penetração e agilidade no momento de recrutar profissionais. Dessa forma, o Orkut, Google e dentre outros endereços, passaram a ser consultados a fim de conhecer sobre os interesses, amigos, comportamento e até mesmo para divulgar a vaga ofertada.

Jocélio Soares, presidente da Associação Brasileira das Empresas de Recursos Humanos, seccional do Rio Grande do Norte (ABRH/RN), afirma que a internet se tornou uma ferramenta de seleção de candidatos. “Hoje as empresas têm pressa para contratar e querem o melhor profissional, não pode perder tempo errando”.

Soares alega que ao contratar um profissional é preciso que além do conhecimento técnico ele possua um bom comportamento social e nesse momento a internet é útil para saber se o candidato falou a verdade na entrevista ou nas informações apresentadas no currículo. “Muitos candidatos mentem, e, quando procuramos na internet, acabamos descobrindo”, destaca.



Vale lembrar que os sites de relacionamentos não são consultados apenas no momento da definição do perfil do candidato, mas também são muito utilizados para recrutar um candidato para uma determinada vaga. Nesse momento, as redes sociais servem de condutores de informação e utilizam a agilidade do meio como grande recurso competitivo.

De acordo com o estudo da empresa de rede social para profissionais Viadeo, um em cada cinco executivos procura na web informações sobre pessoas que participam de processos seletivos e 59% desses tomadores de decisão admitem que esses dados podem influenciar no momento de contratar.

De acordo com o site de tecnologia “ZDNet”, que teve acesso ao relatório, 25% dos funcionários da área de recursos humanos já rejeitaram candidatos com base em informações divulgadas on-line. O estudo também indica que, em 13% dos casos, o RH optou por contratar pessoas depois de encontrar na internet informações positivas a seu respeito.

Peter Cunningham, gerente da Viadeo afirma que “a popularização de ferramentas de busca, como o Google, significa que empregadores em potencial estão a apenas alguns cliques de informações sobre você”. Para chegar aos resultados, a pesquisa fez mais de 2,6 mil entrevistas via internet.

5. Estudo de Caso

A revista Offline fez uma seleção para estagiário de RP que demorou cerca de três meses até a contratação. Num primeiro momento o portal enviou currículos de alunos de letras, secretariado, publicidade além do solicitado. O portal no caso era o da Catho on line. Chegaram em Março deste ano mais de oitenta fichas solicitando a vaga que já informava na triagem o valor do auxílio que era então de R\$400,00. Com as fichas em mãos foi feita a triagem pelo nível dos cursos e local de moradia (proximidade com a sede da revista), assim como experiência anterior e idade. Ficando para entrevista somente três candidatas alunas da Faap, Casper Libero e USP.

Há que se levar em conta que mesmo especificando-se qual o curso solicitado pelo cliente, muitos outros candidatos foram selecionados pela Catho, o que demandou mais tempo para a triagem das informações.



6. Considerações finais

Mesmo com toda esta tecnologia o encontro pessoal (olho no olho) não pode ser dispensado para se conhecer o perfil e temperamento do candidato, que só pode ser detectado pessoalmente.

Pensamos que com essa pseudo segurança que os empresários têm com a tecnologia, um simples serviço de atendimento automático de telefonia com problemas na gravação deve fazer com que este mesmo empresário perca alguns negócios, senão muitos. Quem já não desistiu de um contato depois de ser encaminhado para vários setores, uma vez que no menu não há a opção desejada ou cansou de ouvir aquelas musiquinhas intermináveis. Fora o wwwqualquer coisa mal pronunciado pela gravação. Acreditamos que o ser humano parou de pronunciar (articular) corretamente as palavras sem se preocupar com o receptor da mensagem, Tão elementar na nossa área.

Em maio deste ano o Speed da Telefônica teve uma pane deixando diversos clientes sem serviço, além de todos os órgãos do governo do Estado de São Paulo fora do ar. Consideramos, portanto válido sempre um plano B. Esteve nos noticiários mais importantes do Estado que não só este serviço corre o risco de novas panes assim como os seus concorrentes e telefonia móvel também. Há um boato nos USA que todos os GPS do mundo entrarão em pane brevemente.



7. Referências Bibliográficas

BANOV, Márcia R. Ferramentas da Psicologia Organizacional. São Paulo: CenaUn, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CAPRA, Fritjof As Conexões Ocultas - Ciência para uma Vida Sustentável. Editora Cultrix, 2002.

COSTA, Rogério da. A cultura digital. São Paulo: Publifolha, 2003.

FERREIRA, Delson. Manual de Sociologia: dos clássicos à sociedade da Informação. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

JOHNSON, Steven. A cultura da interface. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MINICUCCI, Agostinho. Psicologia Aplicada à Administração. São Paulo: Editora Atlas, 1989.

MINICUCCI, Agostinho. Psicologia das Relações Interpessoais. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

RHEINGOLD, Howard. A comunidade virtual. Lisboa: Gradiva, 1996.

<http://www.nominuto.com/vida/ciencia-e-tecnologia/empresas-consultam-internet-na-hora-de-contratar/30086/> Acesso em 05 maio 2009.

<http://www.oficinadanet.com.br/tags/tecnologia> Acesso em 02 de abril 2009

<http://www.orkut.com>>. Acesso em: 02 abril 2009.