

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

O papel das redes sociais na identificação de candidatos

Curso Técnico de Administração

Autores

Letícia Mendes de França Nunes
Michelly Felix Santana
Silvana de Barros Consoni

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

O papel das redes sociais na identificação de candidatos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à ETEC Prefeito Alberto Feres, orientado pela professora Iara B. S. Moura como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração

“Nenhuma grande descoberta foi feita sem um palpite ousado”

ISAAC NEWTON

RESUMO

Na gestão dos processos de recursos humanos em uma organização, o recrutamento e a seleção dos candidatos, são processos de grande importância.

Em uma sociedade globalizada e altamente conectada, a internet assume um importante papel no cotidiano das pessoas. Este trabalho tem como objetivo analisar o papel das redes sociais no processo de recrutamento e seleção de candidatos pelas organizações.

Com o aumento da conectividade e do uso dessas plataformas digitais, as empresas passaram a utilizar redes como Lattes, LinkedIn, Facebook e Instagram para identificar e avaliar potenciais candidatos. Investiga como essa prática impacta a eficiência do processo seletivo e a experiência dos candidatos, além de discutir os desafios éticos e as limitações associadas ao uso de informações pessoais.

O grande impacto cultural que as redes sociais vêm exercendo no cotidiano das pessoas e das organizações, mudando constantemente as relações entre as diversas camadas que formam a sociedade, há, portanto, a necessidade de estudos cada vez mais aprofundados em tudo que cerca na Relação entre as organizações que selecionam e recrutam; as redes sociais que fornecem suas plataformas e os candidatos que se apresentam por meio delas.

O recrutamento dá-se em duas formas (Interno e Externo), onde o interno trabalha com os colaboradores da própria organização, enquanto, o recrutamento externo trabalha com candidatos fora da organização.

Destacam-se que no recrutamento externo, uma de suas principais vantagens é a adaptação mais rápida pelo fato do recrutado já conhecer os processos e a cultura da organização; que por sua vez, no recrutamento interno uma das principais vantagens é a perspectiva da organização poder buscar externamente competências inerentes que não estão disponíveis em seu quadro de colaboradores.

Palavras-chave: Recrutamento, Seleção, Redes Sociais, Processos.

ABSTRACT.

In the management of human resources processes in an organization, the recruitment and selection of candidates are processes of great importance.

In a globalized and highly connected society, the Internet plays an important role in people's daily lives. In turn, this work aims to analyze the role of social networks in the process of recruiting and selecting candidates by organizations.

With the increase in connectivity and the use of these digital platforms, companies have started using networks such as LinkedIn, Facebook and Instagram to identify and evaluate potential candidates. This study investigates how this practice impacts the efficiency of the selection process and the experience of candidates, in addition to discussing the ethical challenges and limitations associated with the use of personal information.

The great cultural impact that social networks have been having on the daily lives of people and organizations, constantly changing the relationships between the different layers that make up society, therefore, there is a need for increasingly in-depth studies on everything that surrounds the relationship between the organizations that select and recruit; the social networks that provide their platforms and the candidates who present themselves through them.

Recruitment takes place in two ways (internal and external), where internal recruitment works with employees from the organization itself, while external recruitment works with candidates from outside the organization.

It is worth noting that one of the main advantages of external recruitment is faster adaptation, since the recruited person already knows the processes and culture of the organization; in turn, one of the main advantages of external recruitment is the perspective of the organization being able to seek externally inherent skills that are not available in its own staff.

Keywords: Recruitment, Selection, Social Networks, Processes.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. Introdução..... | 7 |
| 2. Objetivos..... | 8 |
| 2.1 Objetivo geral..... | 8 |
| 2.2 Objetivo específico..... | 8 |
| 3. Justificativa..... | 8 |
| 4. Desenvolvimento..... | 9 |
| 4.1 Recrutamento Interno..... | 9 |
| 4.2 Recrutamento Externo..... | 9 |
| 4.3 Principais Plataformas e suas Funções no Recrutamento..... | 10 |
| 4.4 Desafios Éticos e Limitações..... | 12 |
| 4.5 Triagem Curricular e Análise de Perfil nas Redes Sociais..... | 13 |
| 4.6 Entrevistas e Avaliações..... | 13 |
| 4.6.1 Entrevistas e Dinâmicas de Grupo..... | 13 |
| 4.6.2 Testes Psicológicos e Técnicos..... | 13 |
| 5. Metodologia..... | 14 |
| 6. Análise dos Resultados..... | 14 |
| 7. Conclusão..... | 17 |
| 8. Referências Bibliográficas..... | 20 |

1. Introdução

O recrutamento e a seleção de talentos são processos cruciais na gestão de recursos humanos, uma vez que têm um impacto direto sobre a performance e a cultura organizacional.

Tradicionalmente, esses processos eram limitados a métodos convencionais, como anúncios em jornais e agências de emprego. No entanto, com o advento das redes sociais, a dinâmica desse cenário passou por uma transformação significativa, possibilitando que as empresas identifiquem e atraiam candidatos de forma mais ágil e eficiente.

De acordo com Chiavenato (2014), o recrutamento pode ser compreendido como um conjunto de ações direcionadas a identificar e atrair candidatos qualificados para vagas disponíveis.

A utilização das redes sociais, portanto, surge como uma estratégia inovadora que potencializa esse processo, proporcionando um canal de comunicação dinâmico entre recrutadores e candidatos em um ambiente digital.

As plataformas digitais, especialmente o LinkedIn, Facebook e Instagram, tornaram-se fundamentais não apenas para a divulgação de vagas, mas também para a construção de uma marca empregadora sólida. Segundo Dutra (2018), essas redes sociais permitem que as empresas ampliem seu alcance, conectando-se a um público mais diverso e engajado. Essa interação contribui para a formação de uma imagem positiva da organização, atraindo candidatos que se identificam com seus valores e cultura.

A utilização das redes sociais no recrutamento levanta importantes questões éticas, particularmente relacionadas à privacidade e à equidade nas decisões de seleção. Conforme apontado por Galiazi (2020), a análise de perfis nas redes sociais pode resultar em preconceitos inconscientes, onde características pessoais que não são relevantes para o desempenho profissional influenciam a escolha de candidatos. Diante disso, é fundamental que as organizações reflitam sobre sua responsabilidade em criar processos de seleção que promovam a diversidade e a inclusão.

Abordaremos os principais impactos e desafios éticos do uso das redes sociais no recrutamento e seleção. Compreender essas dinâmicas é vital para que as empresas utilizem as redes sociais de forma ética e eficaz, construindo ambientes de trabalho justos e inclusivos.

2. Objetivos

2.1 Objetivo Geral

Analisar o papel das redes sociais no recrutamento e seleção de candidatos, discutindo suas implicações éticas e práticas.

Apresentar as principais redes sociais utilizadas.

Elucidar a visão dos candidatos quanto a utilização das redes sociais no Processo de Recrutamento e Seleção.

2.2 Objetivos Específicos

- Explorar as vantagens e limitações do uso de redes sociais na identificação de talentos.
- As formas de recrutamento (interno e externo) e suas diferenças.
- Discutir as implicações éticas do uso de informações pessoais na seleção de candidatos.
- Avaliar o impacto das redes sociais na diversidade e inclusão no recrutamento.
- Apresentar as principais redes sociais utilizadas.
- Demonstrar a metodologia aplicada no processo da seleção e recrutamento.
- Abordagem aos candidatos quanto a aceitação, preocupações e utilização das redes sociais no processo.

3. Justificativa

A relevância deste tema se destaca no atual cenário, onde as redes sociais se tornaram ferramentas fundamentais na busca por talentos em um mercado competitivo.

Empresas que não utilizam essas plataformas correm o risco de perder oportunidades valiosas de atrair e reter profissionais qualificados.

Além disso, entender os desafios éticos associados ao uso das redes sociais é essencial para desenvolver práticas de recrutamento que respeitem os direitos dos candidatos e promovam a diversidade Gil (2010); Chiavenato, (2014).

Os desafios dos profissionais envolvidos na atualização e desenvolvimentos de rotinas que assegurem e garantem a confiabilidade em todo o Processo de Seleção e Recrutamento.

O impacto da utilização das redes sociais no custo dos processos para as organizações.

A grande influência das Redes Sociais no dia a dia das pessoas e das organizações e seu papel na Seleção e Recrutamento.

Necessidade do estudo deste processo, pois a cada dia, as Redes Sociais tornam-se mais utilizadas como banco de dados e ferramentas poderosas que elas proporcionam às organizações e aos candidatos.

4. Desenvolvimento

4.1 Recrutamento Interno

O recrutamento interno envolve a promoção ou transferência de colaboradores que já pertencem à organização para novas funções. Essa abordagem apresenta diversas vantagens, como a redução de custos relacionados à contratação e uma adaptação mais rápida, dado que os funcionários já conhecem a cultura e os processos internos da empresa.

Chiavenato (2014) enfatiza que o recrutamento interno pode aumentar a motivação e o engajamento, pois os colaboradores veem oportunidades de crescimento profissional dentro da organização.

Contudo, como observa Marras (2011), essa prática pode limitar a diversidade de ideias, uma vez que os colaboradores tendem a compartilhar experiências semelhantes. A falta de novas perspectivas pode resultar em estagnação e na perda de inovação.

As principais vantagens incluem a diminuição de custos e um aumento no engajamento dos colaboradores. Por outro lado, as desvantagens podem incluir a limitação da diversidade e a dificuldade em atrair novas ideias e abordagens (Chiavenato, 2014; Dutra, 2018).

4.2 Recrutamento Externo

O recrutamento externo busca preencher vagas com candidatos de fora da organização. Essa análise é crucial para trazer novas experiências e perspectivas que podem ser essenciais para o crescimento e a inovação da empresa. Marras (2011) afirma que o recrutamento externo enriquece a equipe, permitindo a inclusão de competências que não estão disponíveis internamente.

As redes sociais desempenham um papel fundamental nesse contexto, permitindo que as empresas alcancem um público mais amplo. Galiazi e Demo (2020) ressaltam que as redes sociais facilitam a identificação de candidatos com habilidades específicas que se alinham à cultura da empresa. No entanto, esse enfoque apresenta desafios, como o custo e o tempo necessários para integrar novos colaboradores, além do risco de alta rotatividade devido a uma má escolha de candidatos, Chiavenato (2014).

As vantagens incluem a capacidade de atrair novos talentos e promover a diversidade. As desvantagens podem envolver custos elevados e um período de adaptação mais longo para novos colaboradores. Dutra (2018).

4.3 Principais Plataformas e suas Funções no Recrutamento

Dentre as diversas plataformas existentes, a LinkedIn e a Lattes se destacam como as mais relevantes.

O LinkedIn se destaca no recrutamento profissional, permitindo que recrutadores filtrem candidatos com base em habilidades e experiências. Galiazi e Demo (2020) consideram o LinkedIn uma ferramenta essencial para construir uma marca empregadora forte e conectar-se com potenciais candidatos.

Perfil Corporativo da empresa no LinkedIn é uma das principais ferramentas para o recrutamento. A página da empresa serve como um ponto de encontro onde candidatos podem aprender mais sobre a cultura organizacional, benefícios e valores a empresa, além de visualizar vagas abertas.

As principais funcionalidades desta plataforma são:

- **Postagens de Vagas:** Ela permite que as empresas publiquem vagas diretamente em sua página, com descrições detalhadas, requisitos e informações sobre como se candidatar;
- **Atração de Talentos:** A página de carreira de uma empresa nesta plataforma é usada para divulgar a cultura da organização, o que atrai candidatos que se alinham aos valores da empresa. Através de postagens regulares, a empresa também compartilha notícias, projetos e atualizações que reforçam sua marca empregadora.
- **Conteúdo Visual:** As empresas podem usar fotos, vídeos e artigos para mostrar ambiente de trabalho, entrevistar funcionários ou compartilhar histórias de sucesso.

A Plataforma Lattes é um sistema brasileiro do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), que integra currículos, grupos de pesquisa e instituições, sendo essencial para a ciência, tecnologia e inovação no país.

Seu principal recurso é o ‘Currículo Lattes’, usados por pesquisadores, professores e estudantes para registrar sua trajetória acadêmica, produções científicas e experiências profissionais. É amplamente utilizado para processos de avaliação acadêmica, seleção de bolsas e financiamento de pesquisas. Por sua riqueza de informações e sua crescente confiabilidade e abrangência, se tornou elemento indispensável à análise de mérito e competência.

O Lattes permite que os usuários incluam informações detalhadas sobre a produção científica, como capítulos de livros, participação em eventos acadêmicos, entre outros. Essas informações são organizadas em seções específicas, que podem ser sempre atualizadas.

Outras redes sociais, como Facebook e Instagram, também são utilizadas no recrutamento. Essas plataformas oferecem uma abordagem mais informal, permitindo que as empresas compartilhem sua cultura organizacional e atraiam candidatos que se identificam com esses valores. Marras (2011) observa que ao compartilhar conteúdo relevante, as empresas podem aumentar sua atratividade e visibilidade no mercado de trabalho.

O recrutamento e Seleção do Facebook envolve a utilização das ferramentas e recursos da plataforma para atrair, identificar e contratar os melhores candidatos para uma vaga, sejam em empresas que usem o Facebook como parte de sua estratégia de marketing de recrutamento, ou diretamente por meio de funções que o próprio Facebook oferece.

A seguir detalho como o processo de recrutamento e seleção pode ser feito no Facebook, destacando as principais ferramentas e práticas:

- Páginas Corporativas no Facebook . As empresas usam frequentemente suas páginas corporativas no Facebook para se conectar com os possíveis candidatos. A página da empresa serve como um “cartão de visita” digital, onde são compartilhadas atualizações sobre a cultura organizacional, oportunidades de emprego e informações sobre os valores da empresa. Isso cria um ponto de engajamento para atrair candidatos que se identifiquem com a missão da empresa. As principais funcionalidades são as postagens de vagas, conteúdo de Employer Branding (Marca Empregadora);

- O Recrutamento e seleção no Facebook é uma ferramenta poderosa e dinâmica, permitindo que as empresas se conectem com uma vasta rede de candidatos;
- Funcionalidades de Faceb Jobs, anúncios segmentados e grupos especializados ajudam a atrair candidatos de maneira eficaz.

No entanto, as empresas precisam ser cautelosas com as questões de privacidade e éticas relacionadas ao uso das redes sociais no recrutamento.

Outra plataforma citada, o Instagram, apesar de ser uma plataforma voltada para compartilhamento de fotos e vídeos, é uma ferramenta cada vez mais popular para o recrutamento e seleção de candidatos principalmente devido seu alto engajamento e à sua base de usuários diversificada, incluindo muito jovens profissionais e talentos criativos.

Destacamos as principais práticas e ferramentas do Instagram:

- Perfil corporativo é fundamental para as empresas que desejam usar a plataforma como uma ferramenta de recrutamento; suas principais funcionalidades;
- Postagens de Vagas. A maneira mais direta de comunicar oportunidades de emprego é por meio de postagens no feed;
- Stories. São uma forma dinâmica de divulgar as oportunidades de trabalho;
- Destaques (Highlights). Os destaques nos perfis podem ser usados para criar álbuns de informações sobre vagas, processos seletivos e conteúdos relacionados ao recrutamento, como depoimentos de funcionários ou eventos de recrutamento

4.4 Desafios Éticos e Limitações

Apesar das vantagens, a utilização das redes sociais no recrutamento apresenta desafios éticos. Galiazi e Demo (2020) afirmam que a análise de perfis sociais pode levar a decisões enviesadas, onde recrutadores fazem julgamentos com base em informações irrelevantes, como aparência ou opiniões pessoais. Isso pode resultar em discriminação e exclusão de candidatos que poderiam contribuir significativamente para a organização.

Chiavenato (2014) sugere que as empresas estabeleçam diretrizes claras sobre a utilização de informações provenientes das redes sociais no processo de seleção. É fundamental que as práticas de recrutamento sejam transparentes e respeitem a privacidade dos candidatos, promovendo uma cultura de ética e justiça.

4.5 Triagem Curricular e Análise de Perfil nas Redes Sociais

A triagem de currículos permanece uma prática essencial no recrutamento, mas a análise de perfis em redes sociais tornou-se um complemento importante. Os recrutadores têm acesso a uma variedade de informações sobre os candidatos, incluindo experiências anteriores, habilidades, recomendações e interesses. De acordo com Marras (2011), essa análise permite uma avaliação mais abrangente das competências dos candidatos.

Entretanto, é fundamental que os recrutadores utilizem essas informações de maneira ética, evitando preconceitos. A busca por um equilíbrio entre a análise de dados disponíveis nas redes sociais e a proteção da privacidade dos candidatos é crucial para garantir um processo de seleção justo.

4.6 Entrevistas e Avaliações

As entrevistas, sejam elas presenciais ou virtuais, continuam a ser um componente fundamental no processo de seleção. A utilização de ferramentas digitais para conduzir entrevistas permite que as empresas alcancem candidatos em diferentes locais, economizando tempo e recursos. Segundo Dutra (2018), a flexibilização proporcionada pelas entrevistas virtuais não apenas facilita a logística, mas também contribui para uma maior diversidade no pool de candidatos.

4.6.1 Entrevistas e Dinâmicas de Grupo

Entrevistas e dinâmicas de grupo são métodos comuns para avaliar habilidades e a adequação ao perfil da vaga. De acordo com Chiavenato (2014), as dinâmicas de grupo permitem avaliar o comportamento dos candidatos em equipe. Galiazi e Demo (2020) apontam que entrevistas virtuais se tornaram uma alternativa prática, ampliando o alcance da seleção e permitindo maior flexibilidade.

4.6.2 Testes Psicológicos e Técnicos

Em alguns processos, são aplicados testes para medir o alinhamento comportamental e a compatibilidade com o cargo. Chiavenato (2014) destaca que os testes técnicos avaliam a competência profissional do candidato, enquanto os testes psicológicos ajudam a analisar o perfil comportamental, oferecendo uma visão mais completa (Marras, 2011).

5. Metodologia

A metodologia utilizada foi a de referências bibliográficas já existentes e pelo método quantitativo.

6. Análise dos Resultados.

A coleta de dados ocorreu via questionário com perguntas fechadas, elaborado através da ferramenta eletrônica Google Docs e encaminhado aos participantes por Whatsapp.

Barros e Lehfeld (2007) entendem que este instrumento é o mais utilizado para o levantamento de informações, pois possibilita ao pesquisador abranger maior número de pessoas e informações em um curto espaço de tempo, facilita a tabulação dos dados obtidos, garante o anonimato, fato que pode gerar maior liberdade nas respostas obtidas e menor influência do pesquisador sobre elas, além de economizar tempo e recursos em sua execução.

A população-alvo foi composta por 33 pessoas, com faixa etária entre 15 a 40 anos. A opção por esse público alvo deu-se por entender que essas pessoas podem contribuir com respostas significativas ao artigo que está sendo desenvolvido. Foi incluso pessoas com idade de primeiro emprego e daqueles que estão em busca de novas oportunidades. Público este também que possuem graus de aceitação de utilização das redes sociais.

Os dados obtidos foram demonstrados através de gráficos elaborados pelo programa excel, para facilitar o melhor entendimento e visualização dos resultados. Barros e Lehfeld (2007), constata que a classificação é uma maneira de distribuir e selecionar os dados obtidos, na fase de coleta, reunindo em classes e grupos, de acordo com os objetivos de pesquisa.

Com base nos dados coletados, 97% dos entrevistados (figura 1) afirmaram que sim, as Redes Sociais possuem um papel importante no processo de Recrutamento e Seleção dos candidatos. Este alto índice demonstra o quanto é relevante às organizações, em aprimorarem seus processos no uso das redes sociais.

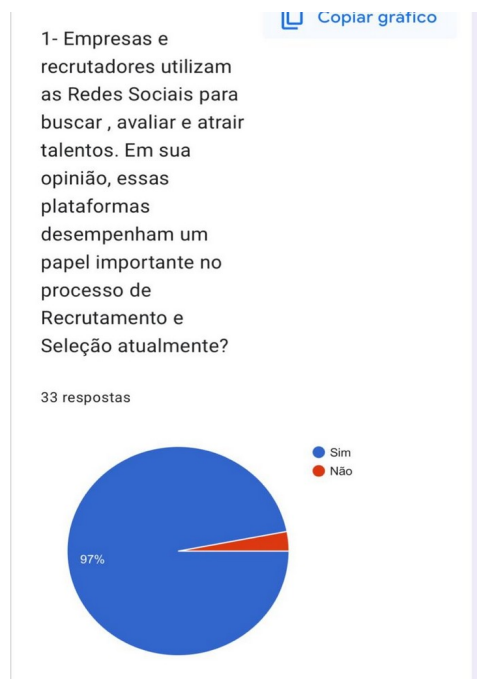


Figura 1: Importância das Redes Sociais no processo de Recrutamento e Seleção

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora

Na figura 2 mostra que os participantes da pesquisa afirmam que as Redes Sociais podem ter sim impactos negativos no Processo de Recrutamento e Seleção (72%).

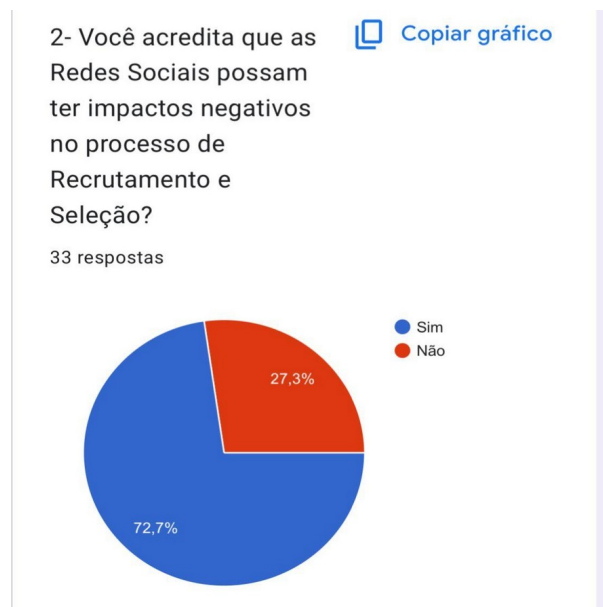


Figura 2: Impactos negativos das Redes Sociais no processo de Recrutamento e Seleção.

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora

Na Figura 3 abaixo está demonstrado o grau de utilização da Rede LinkedIn pelos pesquisados (46,5%).



Figura 3: Uso da Rede Social LinkedIn no processo de Recrutamento e Seleção.
Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora

Na figura 04 abaixo é demonstrado qual a maior faixa etária dos pesquisados, e 66,7% estão entre 26 e 40 anos.

Mesmo que a maioria estar na faixa etária de maior idade (66,7%), as constatações dos gráficos anteriores, demonstra que as Redes Sociais são relevantes no cotidiano da maioria das pessoas, pois a cada tempo, independente de sua faixa etária, as pessoas incorporam em seu dia a dia, tais redes.

Baseado nesses dados, podemos considerar que há grandes desafios para as organizações melhorarem seus processos, a fim de que cada vez mais, o uso dessas ferramentas possam ser mais eficazes, de fácil usabilidade, tanto para os gestores e principalmente para os candidatos, para que, independente de idade, possam ser mais atrativas e de fácil uso, garantindo assim a confiabilidade e facilidade de acesso.



Figura 4: Faixa etária dos pesquisados
Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora

Por fim, este estudo foi limitado pela análise teórica e sugere-se que futuras pesquisas explorem o impacto de ferramentas digitais no engajamento e na retenção de talentos, bem como o uso de algoritmos de inteligência artificial para a análise de perfis (Dutra, 2018; Gil, 2010).

7. Conclusão

As redes sociais representam uma evolução significativa no recrutamento e seleção, mas seu uso precisa estar alinhado com a ética e a privacidade dos candidatos, promovendo um processo justo e inclusivo (Chiavenato, 2014).

O uso das redes sociais no recrutamento e seleção de candidatos representa uma transformação significativa nas práticas de gestão de recursos humanos, refletindo as mudanças sociais e tecnológicas da era contemporânea. À medida que as plataformas digitais se tornam parte integrante da vida cotidiana, a forma como as empresas identificam e atraem talentos precisa se adaptar a essa nova realidade. As redes sociais não apenas ampliam o alcance das estratégias de recrutamento, mas também oferecem ferramentas valiosas para construir uma marca empregadora forte e autêntica.

Este trabalho evidenciou que, ao utilizar plataformas e redes sociais como o LinkedIn, Lattes, Facebook e Instagram; as organizações têm acesso a um pool de candidatos

diversificados e engajados, garantindo um grande banco de dados, que antigamente, sem estas redes sociais, seriam impossíveis de conseguir ou dispenderiam de um alto custo operacional

A possibilidade de interagir diretamente com potenciais colaboradores e compartilhar a cultura organizacional proporciona uma vantagem competitiva significativa. Além disso, as redes sociais facilitam a triagem e a análise de perfis, permitindo uma avaliação mais completa das competências e experiências dos candidatos.

Entretanto, é imprescindível que as empresas abordem essa nova dinâmica com responsabilidade.

Os desafios éticos associados ao uso das redes sociais são numerosos e incluem questões de privacidade, preconceitos inconscientes e a utilização de informações que não são necessariamente relevantes para a função desejada.

Para garantir que o recrutamento seja justo e inclusivo, as organizações devem estabelecer diretrizes claras e práticas transparentes. Isso não só ajudará a evitar discriminações, mas também fortalecerá a confiança dos candidatos nas práticas de seleção.

Além disso, a necessidade de promover a diversidade e a inclusão nas equipes deve ser uma prioridade nas estratégias de recrutamento.

Diversidade não é apenas uma questão ética, mas também uma vantagem competitiva, pois equipes diversas tendem a ser mais criativas e inovadoras, refletindo uma gama mais ampla de experiências e perspectivas.

As empresas que adotam uma abordagem inclusiva não apenas melhoram suas chances de atrair os melhores talentos, mas também se posicionam como líderes responsáveis em seus setores.

A pesquisa revelou que o papel das redes sociais no recrutamento e seleção é multifacetado e dinâmico, exigindo que as empresas se mantenham atualizadas sobre as melhores práticas e tendências do mercado.

A inovação constante e a adaptação às novas realidades são essenciais para o sucesso em um ambiente de trabalho em constante evolução.

Combinando as oportunidades oferecidas pelas redes sociais com uma abordagem ética e inclusiva, as organizações poderão não apenas melhorar seus processos de recrutamento, mas também contribuir para um mercado de trabalho mais justo e equitativo.

Podemos então considerar, que as Redes Sociais hoje é uma importante ferramenta de uso no Processo de Seleção e Recrutamento de um candidato devido alto grau de usabilidade das mesmas.

O auto grau de usabilidade também implica na necessidade cada vez maior, em garantir melhores serviços ao usuário final (candidato), e aos gestores das organizações, a confiabilidade dos dados recebidos, com mecanismos cada vez mais práticos e eficazes, que envolvem as partes (organização que seleciona e recruta, as redes sociais que disponibiliza suas plataformas e os candidatos que buscam as vagas).

8. Referências Bibliográficas

- BARROS, Adil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. Fundamentos da Metodologia Científica. 3.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos. 3. Ed. São Paulo: Elsevier, 2014.
- DAVISON, Krista H., MARAIST, Catherine C., & BING, Mark N. Friend or foe? The promise and pitfalls of using social networking sites for HR decisions. *Journal of Business and Psychology*, 26(2), 153-159, 2011.
- DESSLER, Gary. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Prentice Hall, 2016.
- DUTRA, J. S. Gestão de Talentos: A Nova Gestão de Pessoas. 1. Ed. São Paulo: Pearson, 2018.
- GALIAZI, M. C.; DEMO, G. Recrutamento e Seleção: O Impacto das Redes Sociais. In: *Gestão de Recursos Humanos e suas Novas Demandas*. São Paulo: Atlas, 2020.
- GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- JESKE, Debora, & SHULTZ, Kenneth S. Using social media content for screening in recruitment and selection: pros and cons. *Work, Employment and Society*, 30(3), 535-546, 2016
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia Científica. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MARRAS, J. P. Recrutamento e Seleção. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- NIKOLAOU, Ioannis, Social Networking Web Sites in Job Search and Employee ind recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(2), 179-189, 2014.
- PODIUM Sport, *Leisure and Tourism Review* 8 (2), 192-210, 2019
- ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projetos de estágio e de Pesquisa em Administração. 3.ed. São Paulo, 2009.
- SIVERTZEN, Anne-Marie, NILSEN, Ety Ragnhild, & OLAFSEN, Anja Helen, Employer branding, employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product & Brand Management*, 22(7), 473-483, 2013.