



O papel das redes sociais no recrutamento *online*

Andrea Camila D`Almeida Santos Pombinho

Vila Nova de Gaia

2016



O papel das redes sociais no recrutamento *online*

Andrea Camila D`Almeida Santos Pombinho

Dissertação submetida para satisfação parcial dos requisitos do grau de mestre em Gestão de Recursos Humanos sob a orientação do Prof.º Doutor António Pedro Costa

Aprovada em 22 de novembro de 2016

Composição do Júri:

Prof. Doutor Manuel Pinto Teixeira

(Presidente)

Profª Doutora Ana Cláudia Rodrigues

(Arguente)

Profº Doutor António Pedro Costa

(Orientador)

Profª Doutora Maria Elisete Martins

(Coorientadora)

Vila Nova de Gaia
2016

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do Prof.^o Doutor António Pedro Costa e coorientação da Prof.^a Doutora Maria Elisete Martins, apresentado à Escola Superior de Gestão do ISLA - Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia para a obtenção do grau de Mestre em Gestão de Recursos Humanos, conforme o Aviso n.º 16961/2010 da DGES, publicado no n.º 217, na 2ª série do Diário da República, em 9 de novembro de 2010

“A persistência é o caminho do êxito.”

Charles Chaplin

Agradecimentos

São muitas as pessoas que fizeram parte deste trabalho, ao qual de uma maneira ou de outra, merecem os meus sinceros agradecimentos.

Primeiramente, gostaria de agradecer ao meu professor e orientador, Prof.^o Doutor António Pedro Costa, pela ajuda incomensurável, pela orientação, conselhos e sobretudo por sempre acreditar que era capaz.

De igual modo, muito obrigada a minha coorientadora, Prof.^a Doutora Maria Elisete Martins, no qual me acompanhou e ajudou neste processo importante.

Agradeço aos meus pais, Carlos Pombinho e Alzira Pombinho, por sempre estarem ao meu lado, pelo suporte familiar, compreensão, por me ensinarem a lutar na vida e, sobretudo, pelo amor incondicional.

Ao meu irmão, Angelo Pombinho, agradeço o incentivo e preocupação do meu sucesso profissional.

Deixo um especial agradecimento ao meu namorado, Tiago Silva, que, suportando as minhas impaciências e nervosismos, sempre esteve lá para manter a calma e, pelo carinho dos seus pais, José Silva e Clara Silva.

Agradeço aos meus amigos, principalmente ao Mário Almeida, pelo apoio e ajuda na investigação feita.

Por fim, gostaria de agradecer ao Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA) por me facilitarem e apoiarem, sendo essenciais nesta conquista.

Resumo

A globalização e a facilidade no acesso à informação vieram permitir a introdução de mudanças cruciais nos processos de recrutamento, facilitando o contato entre empresas e candidatos. Devido às constantes modificações e à competitividade do mercado de trabalho a utilização da *internet* tornou-se uma ferramenta essencial.

Atualmente as redes sociais *online* são um instrumento importante na vida das pessoas. A sua abismal evolução beneficia a vida social e profissional, não só na partilha de informações e de contatos, mas também na procura de trabalho.

Sendo que o recrutamento *online* é uma temática atual e inovadora, este estudo prende-se na importância de perceber junto dos estudantes finalistas de todas licenciaturas do ISLA (Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia) os meios existentes na procura de trabalho através das redes sociais, quando o país está a atravessar uma crise económica visível.

Este estudo tem como objetivo compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*, enumerando algumas das suas potencialidades, possíveis constrangimentos e caracterizando as funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online*. Outro aspeto importante é entender a influência e importância de manter um perfil profissional atualizado nas redes sociais.

Palavras-chave: Gestão de Recursos Humanos; Recrutamento e seleção; Redes sociais *online*; Recrutamento *online*.

Abstract

The globalization and the easiness to access information came to permit the introduction of crucial changes in the recruitment processes, facilitating the contact between companies and candidates. Due to constant modifications and labor market competitiveness, the usage of the internet became a crucial tool.

Currently, the online social networks are an important instrument in the lives of people. It's abysmal evolution benefits both social and professional life, not only in the exchange of information and contacts but also to search for work.

Since the online recruitment is a current and innovative theme, this study relates to the importance of perceiving among graduate students of all degrees from Polytechnic Institute of Management and Technology (ISLA) the existing means to search for work through social networks when the country is going through a visible economic crisis.

The objective of this study is to comprehend the role of social networks as a recruiting tool, enumerating some of its potential, possible constraints and characterizing features of social networks that favor online recruitment. Another important aspect is to understand the influence and the importance of keeping an updated professional profile on the social networks.

Keywords: Human Resource Management; Recruitment and selection; Online social networks; Online recruitment.

Índice

1	Introdução	1
2	Gestão de Recursos Humanos	2
3	Processo de recrutamento e seleção.....	4
3.1	Recrutamento <i>online</i> ou <i>e-recrutamento</i>	6
3.1.1	Técnicas de recrutamento <i>online</i>	8
3.1.2	Etapas do recrutamento <i>online</i>	9
3.1.3	Plataformas de recrutamento online	10
3.1.4	Vantagens e desvantagens do recrutamento <i>online</i>	12
3.1.5	Estudo do recrutamento <i>online</i> em Portugal.....	14
4	As redes sociais <i>online</i>	15
4.1.1	Exemplos de redes sociais	19
4.2	Privacidade das redes sociais	21
4.3	Dificuldades/ Problemas com o uso das redes sociais <i>online</i>	22
4.4	Estudos das redes sociais <i>online</i> em Portugal.....	23
4.4.1	Obercom (Observatório da Comunicação) e Trabalhando.com	23
4.4.2	Estudo da Universia e Trabalhando.com.....	23
4.4.3	Estudo do Grupo Marketest e da IDC (International Data Corporational) Portugal	25
5	Metodologia de Investigação.....	26
5.1	Objetivos do estudo e as motivações	26
5.2	População alvo	28
5.3	Recolha e análise de dados	29
6	Apresentação dos resultados.....	30
6.1	Discussão dos resultados	48
7	Conclusões.....	52

7.1	Recomendações	54
7.2	Limitações metodológicas	55
8	Referências bibliográficas	56
9	Anexos.....	63
9.1	Anexo I: Formulário “Estudo sobre qual o papel das redes sociais no recrutamento <i>online</i> .”	63
	Grupo I -Caracterização dos Participantes.....	63
	Grupo II- O uso das redes sociais.....	64
9.2	Anexo II: Pedido de validação do Inquérito por Questionário "O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO RECRUTAMENTO <i>ONLINE</i> ”	62

Índice

Ilustração:

Ilustração 1: Evolução das redes sociais ao longo do tempo. Fonte: Boyd e Ellison (2008, pp. 212)	16
Ilustração 2: Utilização pessoal de redes sociais em Portugal. Fonte: IDC Portugal (2016)	20

Gráfico:

Gráfico 1: Representação gráfica para a variável “Sexo”	32
Gráfico 2: Representação gráfica para a variável “Idade”	33
Gráfico 3: Representação gráfica da variável “atividade atual profissional”	342
Gráfico 4: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “ <i>Linkedin</i> ”	353
Gráfico 5: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “ <i>Facebook</i> ”	36
Gráfico 6: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “ <i>Hi5</i> ”	37
Gráfico 7: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “ <i>Twitter</i> ”	38
Gráfico 8: Relação da variável “perfil <i>online</i> ” e “sexo”	437
Gráfico 9: Relação da variável “perfil <i>online</i> ” e “atual atividade profissional”	438
Gráfico 10: Relação da variável “perfil <i>online</i> ” e “sexo”	430
Gráfico 11: Relação da variável “potencialidades” e “idade”	43
Gráfico 12: Relação da variável “potencialidades” e “atual atividade profissional” ...	432
Gráfico 13: Relação da variável “constrangimentos” e “atual atividade profissional” ..	43

Tabelas

Tabela 1: Websites gerais de emprego em Portugal. Fonte: Rodrigues (2014, pp.25) ..	10
Tabela 2: Caracterização dos participantes	30
Tabela 3: Utilização das redes sociais	31
Tabela 4: Questões abertas sobre a utilização das redes sociais.....	31

Lista de abreviaturas

- CV- Curriculum Vitae
- E.g.- exempli gratia- por exemplo
- EUA- Estados Unidos da América
- EURES- Portal Europeu da Mobilidade Profissional
- GRH- Gestão de Recursos Humanos
- HTML- Hypertext Mark-up Language
- OberCom- Observatório da Comunicação
- RH- Recursos Humanos
- SRS- Sistema de redes sociais
- TIC- Tecnologias de Informação e Comunicação
- IDC Portugal - International Data Corporational

1 Introdução

A evolução tecnológica originou novos paradigmas. Por um lado, os candidatos expõem publicamente um perfil profissional e, por outro, as empresas tiram partido das novas formas de recrutamento dos recursos humanos, sendo essencial para se manterem num mercado cada vez mais competitivo (Benzerra & Helal, 2009).

Assim as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) propiciam aos gestores de Recursos Humanos no recrutamento (seleção de capital humano). Com base nestas tecnologias o recrutamento auxiliado pela *Internet* é designado por *e-recruitment*. É importante referir que para as empresas a economia de tempo, a minimização de recursos financeiros e otimização de processos são vantajosos na captação de novos talentos.

Investigadores e estudiosos têm procurado conhecer melhor os *sites* das redes sociais para “entender as práticas, implicações, cultura e a importância, assim como o engajamento dos usuários com eles” (Boyd & Ellison, 2008, p.211).

Esta dissertação foi realizada no âmbito do mestrado de Gestão de Recursos Humanos do Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA) tendo como objetivo compreender a perceção dos estudantes finalistas de todas as licenciaturas deste Instituto, face ao recrutamento através das redes sociais.

Este estudo teve fases distintas, dividindo-se por quatro capítulos. No primeiro capítulo foi feito um levantamento bibliográfico. É pertinente nesta fase falar-se sobre conceitos e citações tais como: gestão de Recursos Humanos, processo de recrutamento e seleção e redes sociais.

O segundo capítulo corresponde à metodologia de investigação: objetivos, população alvo, seus métodos de análises e tratamento de dados serão abordados para a decomposição dos resultados e observações finais.

O terceiro capítulo será exclusivamente para a apresentação dos resultados e discussão dos mesmos. É importante nesta fase fazer-se uma análise descritiva quanto ao género e quantidade.

No quarto e último capítulo, será destinado às conclusões, recomendações e limitações metodológicas.

2 Gestão de Recursos Humanos

São muitas as definições de Gestão de Recursos Humanos (GRH), mas de uma forma simplificada, é a aliança estabelecida entre os trabalhadores e as organizações, através das suas práticas de gestão (Scarpello & Ledvinka, 1988).

Torrington, Hall, & Taylor, (2005) realçaram que a abordagem dos gestores de Recursos Humanos (RH) em relação às práticas de gestão burocráticas das pessoas consideradas no passado, era tido como um custo. Cuesta (2005) superou esta abordagem clássica constatando que atualmente o fator humano são essenciais para o mercado competitivo, visando as tendências no momento e antecipando-se aos seus concorrentes (Ansoff, 1965).

Stavrou-Costea (2007), foca alguns pontos a considerar na mudança desse paradigma:

- A gestão de recursos humanos pode assumir-se como o recurso para criar vantagem competitiva;
- Os Recursos Humanos (RH) estão incorporados na organização para atividades de recrutamento e seleção de pessoas adequadas para os cargos em aberto;
- São elementos vitais para investir no capital humano tendo em vista o seu desenvolvimento;
- É necessário perceber qual é a estrutura respeitante ao capital humano e, quando existe, deve-se perceber como está a ser alterada, estabelecendo, novos requisitos, se for necessário.

Num mercado em constante mudança é vital manter-se competitivo, para tal, a formação dos colaboradores, mantendo-os sempre atualizados, é um fator determinante para o sucesso empresarial. O essencial nestes ambientes dinâmicos e modernos passa pelo êxito do capital humano das empresas.

Com o avanço tecnológico, a *Internet* veio auxiliar as empresas e os potenciais candidatos na procura de trabalho. De acordo com Hortinha (2002), a *internet* surgiu em meados dos anos 60 nos Estados Unidos da América (EUA), desenvolvida para fins militares. A autora constata ainda que a partir de 1994 foi utilizada para fins comerciais. A evolução das tecnologias foi benéfica para os utilizadores da *Internet*, que enquanto clientes, passaram a exigir mais. Destacam-se algumas exigências tais como: a troca de

informações mais seguras, privacidade do utilizador, informações, serviços gratuitos, *sites* com design atrativos, navegação eficiente e rapidez de *download*. Em 1989, com o aparecimento do WWW (*World Wide Web*), baseado na existência do hipertexto *HTML* (*Hypertext Mark-up Language*), foi evoluído devido ao crescente número de utilizadores atraídos pela rapidez de comunicação e pela partilha de informações (Lindon, Lendrevie, Lévy, Dionísio, & Rodrigues, 2004).

Sendo que o avanço tecnológico foi importante para as empresas, consequentemente também para os RH, o uso de computadores, programações informáticas, meios de comunicação e sistemas de informação conduziram a diversas modificações na gestão e nos recursos humanos. Atualmente, são muitas as empresas que utilizam a *internet* como meio de recrutamento e seleção, planos de remuneração e formações *online*.

É inquestionável que, com suporte da *internet*, as bases de dados são essenciais para o recrutamento *online*, no contexto organizacional. Têm como finalidade o armazenamento das candidaturas que enviaram ou já tinham contactado com as empresas. Servem como fonte de perfis profissionais que permitem aceder a uma característica profissional específica que a empresa esteja eventualmente a procura, podendo, ou não, ter-se candidatado às vagas em aberto, encontrando-se identificadas (Shafique, 2012). Segundo Mannino (2007) a partir das informações que estão na base de dados é possível tomar decisões de investimentos, controlo de *stocks*, localização, entre outras. Outro aspeto importante é que as bases de dados ajudam a coordenar e ordenar os dados pretendidos.

Anderson (2003) constatou que são muitos os *websites* que ao fazer-se a inscrição das ofertas de trabalho são automaticamente redirecionadas para as bases de dados de empresas, podendo ser futuramente reaproveitadas.

3 Processo de recrutamento e seleção

Segundo Gomes, Cunha, Rego, Campos, Cabral-Cardoso, & Marques, (2008) afirmam que o recrutamento é “o conjunto de atividades levadas a cabo por uma organização com o objetivo fundamental de considerar um grupo de candidatos, atraindo-os para a empresa e retendo-os pelo menos no curto prazo” (pp.200). O recrutamento pode-se definir por uma fase de necessidade de ocupação de um ou mais cargos de uma determinada empresa para que posteriormente, se reunir o perfil indicado, seja inserido.

De acordo com Chiavenato (1983) o recrutamento é a “escolha de um homem certo para o cargo certo” (pp.145).

O recrutamento recorre a várias práticas, sendo que Caetano & Vala (2007) enumeraram como: anúncios em jornais e revistas, arquivos de candidatos que enviaram candidaturas espontâneas ou que já tenham sido facultadas nos arquivos de anteriores recrutamentos, cartazes ou anúncios das organizações, feiras de emprego, nas universidades e escolas, nas agências de recrutamento, por referência de alguém que já trabalha na empresa e vulgarmente dito como “passa palavra”.

Para acompanhar as devidas mudanças tecnológicas, as empresas optam assim por colocarem um perfil pretendido para um cargo em falta. Rocha (2006) defende que o recrutamento pressupõe atingir algumas metas:

- Atrair candidatos suficientes para possibilitar o processo de seleção;
- Partindo do planeamento dos recursos humanos, determinar as atuais e eventuais necessidades de recrutamento;
- Gerir pessoas qualificadas a baixo custo para as empresas;
- Aumentar a taxa de sucesso mediante a qualificação dos candidatos e reafirmá-los posteriormente;
- Cumprir todas normas da empresa;
- Melhorar a eficiência para o bem da organização.

O recrutamento e seleção têm sido cada vez mais estudados devido a sua crescente atividade. Com o aumento das responsabilidades, da autoridade, em busca de melhorias nas organizações e na procura do melhor candidato. De acordo com Chiavenato (1999), o recrutamento é o processo de atrair candidatos para uma vaga, anunciando e tornando-o atrativo para candidatos disponíveis no mercado.

O processo de seleção consiste na escolha de candidatos, na classificação e decisão. Tem como objetivo escolher e classificar os candidatos mais adequados às necessidades do cargo e da organização (Chiavenato, 1999). Este processo varia de organização para organização, mas têm a mesma finalidade, sendo esta recrutar candidatos mais qualificados para o perfil solicitado.

3.1 Recrutamento *online* ou *e-recrutamento*

“Para quê perder semanas à procura de um candidato quando através da Internet as respostas são quase imediatas”? (Martins, 2001, pp. 56-58, citado por Gomes, 2008)).

A *internet* surgiu como uma ferramenta de recrutamento, em meados da década de 90. De acordo com Parry & Wilson (2008) o recrutamento *online* tem crescido rapidamente durante os últimos dez anos e, atualmente, é amplamente utilizado por empregadores e candidatos em todo o mundo.

As novas tecnologias geraram mudanças na vida das pessoas e das organizações, pelo que o surgimento do recrutamento *online* foi “uma das mais atuais, úteis e dinâmicas aplicações das tecnologias de informação no domínio da gestão das pessoas”, (Peretti 2007), sendo que a crescente utilização da *internet* para procurar oportunidades profissionais e, por outro lado, os profissionais utilizam os recursos e funcionalidades para pesquisar os candidatos que necessitam.

Sendo de aplicabilidade fácil, como por exemplo, criando uma página *web* no *site* da organização onde os candidatos expõem o seu perfil biográfico, divulgando as oportunidades de trabalho em que a resposta deverá ser efetuada para o *e-mail* publicado e através de *sites* específicos em que os candidatos e empresas interessadas possam aceder com frequência. Assim se torna um diferencial estratégico das organizações. Um recrutamento estratégico tem por base a escolha de um candidato mais indicado. Para tal, as organizações precisarão levar a cabo algumas decisões relevantes para atrair o candidato certo (Gomes, 2010). Segundo Mathis & Jackson, 2002) é importante saber:

1. Onde recrutar (internamente ou externamente);
2. Quem recrutar, dependendo da vaga em questão, se a tempo inteiro ou parcialmente;
3. O perfil pretendido, ou seja, as características do perfil desejadas para o cargo.

De acordo com os autores Allen, Otondo e Mahto (2008), apesar do recrutamento *online* possa ter muitas características em comum com os métodos de recrutamento tradicionais (e.g. anúncios de jornais e feiras de emprego), existem no entanto algumas diferenças, tais como:

- Permitirem ter mais informação disponível;
- Usarem mais canais de comunicação;

- Serem interativos;
- Chegarem a mais candidatos.

A *internet* e consequentemente o e-recrutamento possibilitam uma maior amplitude de candidatos, e ainda a redução do tempo de recrutamento (Mitter & Orlandini 2005).

3.1.1 Técnicas de recrutamento *online*

As técnicas de recrutamento *online* estão-se a tornar muito conhecidas entre os empregadores e candidatos (Zail, 2000).

Veger (2006) constatou duas eficazes técnicas para se fazer o recrutamento *online*: através de *sites* de emprego e dos *sites* das próprias empresas que estão a recrutar.

Os *sites* de procura de trabalho estão a ser cada vez mais utilizados. Tem como intuito mostrar um leque de anúncios e ofertas, sendo estes fáceis de se pesquisar, podendo até publicar o *curriculum vitae* (CV) e aceder a outros.

O próprio *site* da empresa, por meio virtual, apresenta o perfil pretendido da(s) diferente(s) vaga(s) e como se candidatar. É importante que as empresas que estão a recrutar tenham a preocupação de expor, de uma forma simples e detalhada, as informações do cargo com o objetivo de atrair novos colaboradores.

Outras técnicas existentes são: os anúncios *online* em jornais de classificados, nas universidades, agências de emprego, conferências *online*, *sites* agregadores que redirecionam o currículo para os lugares mais adequados (Veger, 2006).

3.1.2 Etapas do recrutamento *online*

Segundo Almeida (2004) o sistema virtual é capaz de realizar diversas tarefas, tais como:

- Atrair e fazer a triagem de candidatos qualificados;
- Administrar os currículos dos candidatos;
- Gerenciar as informações dos candidatos tendo em vista subsidiar o processo de seleção;
- Prover informações dos candidatos para contratações;
- Recolher e monitorizar medidas de avaliação e aperfeiçoamento do processo.

Singh & Finn (2003) e Zall (2000) vieram a dar um contributo relevante na questão da triagem *online*. Devido a dificuldade de perceber se o candidato preenche os requisitos exigidos somente através do currículo e, sendo uma maneira de agilizar o processo de contratação, procede-se através de um formulário de pré-seleção *online* com várias questões chave.

O sistema do recrutamento *online* possui quatro etapas de acordo com Cappelli (2003, pp. 54):

- Atrai os candidatos: pela aparência da empresa, por atrativos e incentivos;
- Seleciona os candidatos: perguntas claras, jogos e testes;
- Faz contato: contato rápido e adaptação dos recrutadores ao ritmo;
- Sela o acordo: finalização com contato pessoal.

3.1.3 Plataformas de recrutamento online

São várias as plataformas de recrutamento *online* existentes no mundo virtual. Pode-se definir como uma plataforma *online* aquela que disponibiliza e oferece oportunidades de interação e de comunicação (Acquisti & Gross, 2006). Uma plataforma de recrutamento *online* pode ser classificada através da comunicação: plataformas as quais permitem às pessoas interagirem com outros usando texto, imagem, voz, vídeo ou uma combinação (Askool et al., 2012).

Sendo importante diferenciar plataformas e *sites* de recrutamento *online*, Galanaki (2002) explica que *websites* ou *sites*, para o efeito de recrutamento, são espaços que fornecem serviços de divulgação de vagas de emprego, permitindo aos candidatos enviarem currículos eletronicamente.

A estudiosa Rute Rodrigues com o seu estudo sobre “E-recrutamento como opção estratégica: realidade ou quimera nas empresas da região Minho?” (Rodrigues, 2014, pp.25) enumerou alguns *sites* ou *websites* de procura de trabalho em Portugal (ver tabela 1):

Tabela 1: Websites gerais de emprego em Portugal. Fonte: Rodrigues (2014, pp.25)

Placas/websites gerais de emprego em Portugal :

www.bep.gov.pt	www.infojobs.pt
www.bonsempregos.com	www.net-empregos.com
www.cantinhodoemprego.com	www.pt.jobrapido.com
www.careerjet.pt	www.netemprego.gov.pt
www.empregos.org	www.ofertas-emprego.com
www.emprego.sapo.pt	www.trabalhar.pt
www.emprego.comunidades.net	www.proemprego.pt
www.empregosonline.pt	www.indeed.pt

O *Curriculum Vitae* (CV) da *Europass*, pode ser uma forma de apresentação de perfil pessoal e/ou profissional, sendo um documento onde sintetiza as competências e qualificações. Este é constituído por regras e normas europeias com intuito de facilitar a comparação posteriormente entre os candidatos. Atualmente, ao publicar o CV *Europass* via *online*, pode ser facilmente redirecionado para o EURES (Portal Europeu da Mobilidade Profissional) onde está visível à empregadores de toda a Europa (Srogoňová, 2012)

Para várias plataformas de recrutamento *online* temos os vários utilizadores, ou seja, as empresas que querem recrutar, mediante o perfil pretendido, utilizam a rede social mais adequada para tal (Sherman, 2008).

3.1.4 Vantagens e desvantagens do recrutamento *online*

Os autores Ortigão (2000), Cappelli (2001), Araújo (2002), Cardoso (2005), Mitter (2005) & Prasad, (2009) enumeram algumas desvantagens do recrutamento *online*, tais como:

- A eliminação de candidatos que não tenham acesso a *internet*;
- Pode atrair candidatos sem as qualificações pedidas;
- Pode haver excesso de candidaturas;
- Menor contato humano;
- As dificuldades técnicas podem dificultar o acesso à informação;
- O *curriculum vitae* desatualizado.

Januzzi (2004) constata também algumas limitações deste processo:

- Por ser um contato mais impessoal, a empresa não tem um relacionamento inicial com o candidato e consequentemente não o conhece a fundo;
- O risco de contratações inadequadas;
- O excesso de candidatos.

Contrariamente, Weinstein (2009) considera que é uma nova estratégia para encontrar perfeitos candidatos e novos empreendedores através da interação e comunicação, devendo ser assim pró-ativos, partilhando informações e mantendo sempre o perfil atualizado e público.

Peretti (2007) apresenta algumas vantagens para as empresas:

- Custos baixos;
- Atingem-se populações distintas daquelas que se atingem com os meios tradicionais;
- Permite segmentar e selecionar os candidatos através de pesquisa específica;
- Definição mais concreta dos perfis dos candidatos.

O mesmo autor também aponta algumas vantagens para os candidatos neste tipo de recrutamento, tais como:

- Disponibilização de informações profissionais e pessoais;
- Podem ser pesquisadas oportunidades de trabalho a qualquer hora e em qualquer lugar;

- Possibilidade de receberem via *e-mail* as oportunidades adequadas ao seu perfil.

Como se pode confirmar, são várias as vantagens do recrutamento *online*, é rápido na troca de informação, sendo esta praticamente instantânea, abrange o mercado global, acelera o processo de recrutamento e seleção da empresa, trazendo assim benefícios em termo de custos e rapidez, contudo é importante ressaltar o contato pessoal no final deste processo.

3.1.5 Estudo do recrutamento *online* em Portugal

Um estudo pertinente para esta temática foi da Mestre Ana Filipa Gomes (2011), que numa pesquisa qualitativa, através de entrevistas a gestores de recursos humanos, constatou que este tipo de recrutamento é muito recente em Portugal, tendo sido mais explorado em meados de 2006, contudo só se notou um maior crescimento em 2009. Através deste estudo feito verificou que grande parte dos gestores de recursos humanos utilizam os sistemas de redes sociais (SRS) devido a sua eficiência, rapidez de comunicação, partilha de conhecimento e informação. Na pergunta feita se “os candidatos terão ou não maior êxito se estiverem registados com um perfil numa rede social?” (p. 50), os gestores de RH salientam a ajuda devido ao maior número de informações e ofertas de trabalho, porém não por si só chegará. A maioria dos gestores de RH entrevistados referem que quando recebem currículos procuram fazer uma pesquisa mais detalhada sobre os candidatos nas redes sociais, podendo assim confirmar a veracidade de algumas informações. Por outro lado, os candidatos que já responderam aos anúncios com ofertas de emprego por via dos sistemas de redes sociais, concluem que é uma forma eficaz de *marketing* pessoal, podendo assim coordenar a sua imagem profissional e pessoal em prol da divulgação de informações.

4 As redes sociais *online*

As redes sociais surgiram em 1997, apesar de só ter sido possível navegar no início de 1998, com o aparecimento do *Sixdegrees*, que permitira criar perfis e listas de amigos. Em 2000 o serviço fechou por não ter conseguido ser um negócio sustentável e rentável (Boyd & Ellison, 2007).

No entanto alguns autores dizem que a *Class-mates.com* foi o primeiro lugar de redes sociais em funcionamento, que começou em 1995 (Peslak, Ceccucci, & Sendall, 2010)

A partir 2000 surgiram diversos serviços de redes sociais, mas o que mais se assemelha ao que encontramos atualmente é a rede *Friendster*. Devido ao crescimento das exigências sociais, acabou por limitar as funcionalidades do próprio serviço, sendo posteriormente uma decepção para os utilizadores (Boyd & Ellison 2008, pp. 214).

Segundo os autores Boyd & Ellison (2007) as redes sociais *online* são serviços baseados na *Internet* que permitem a construção de um perfil público, auxiliam na ligação com outros utilizadores podendo partilhar uma conexão, recursos, informações, interesses e gostos.

Daí vem o aparecimento das comunidades virtuais que podem definir-se como um grupo social que não está sujeito a padrões exclusivos, mas entre os participantes destas comunidades existe uma partilha de interesses comuns, sejam estes interesses profissionais, ocupacionais, sociais ou religiosos.

A Ilustração 1 abaixo apresentada retrata a evolução das redes sociais podendo-se concluir que a partir de 2003 houve um crescimento considerável.

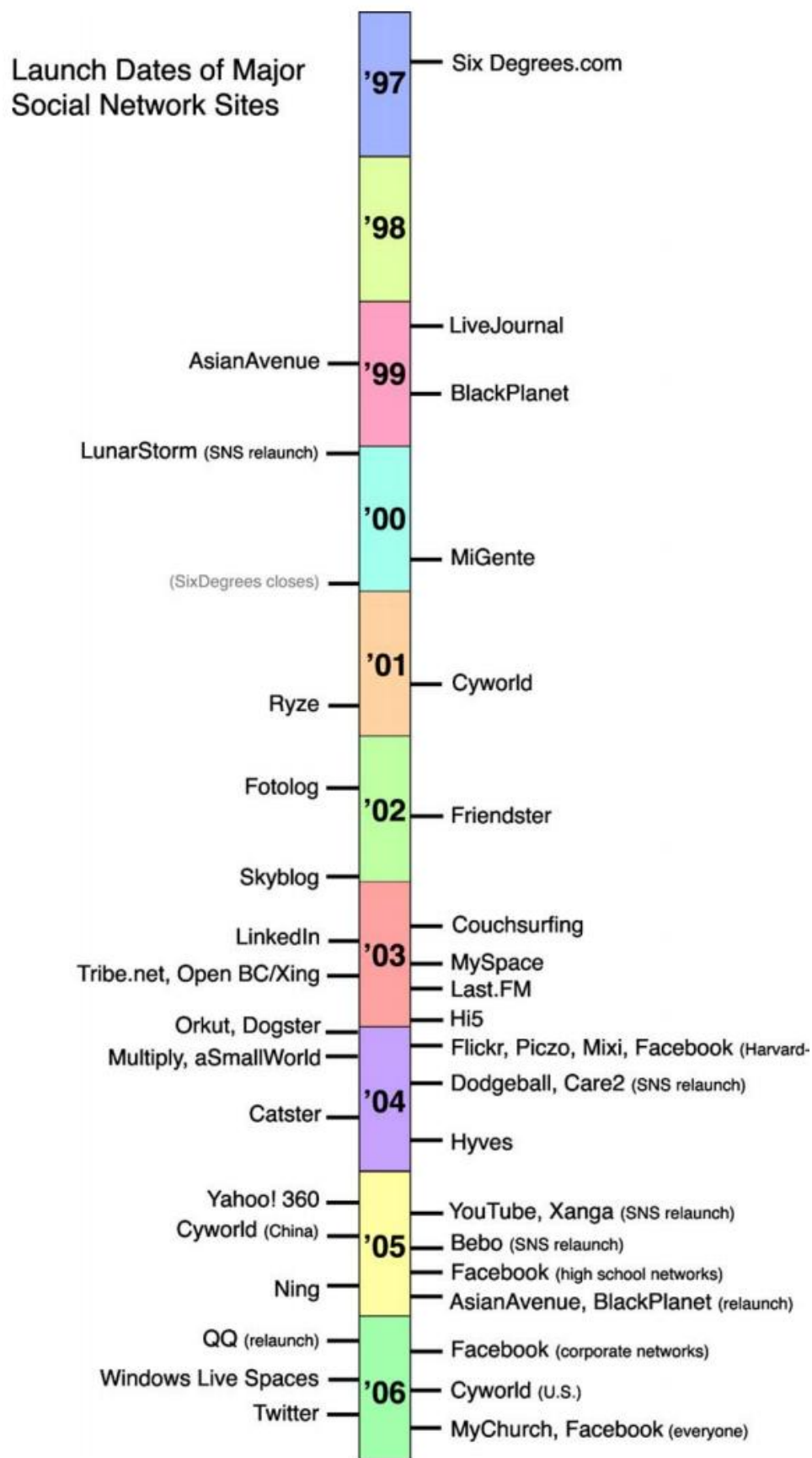


Ilustração 1: Evolução das redes sociais ao longo do tempo. Fonte: Boyd e Ellison (2008, pp. 212)

Ao enquadrar-se “sociais” nas “redes” é importante saber que as redes são sistemas dinâmicos e, como tais, sujeitos a processos de ordem, caos, agregação, desagregação e rutura (Nicolis, 1989). Quando uma rede de computadores se conecta com outra de pessoas e organizações, é designada de rede social (Garton, 1997).

As redes sociais, em 2008, vieram a dar um salto mundialmente importante. O aparecimento de *blogs*, vídeos e *sites* de redes sociais vieram a mudar as formas de organização, identidade e conversações. Contudo a massificação do uso da *internet* foi a partir do século XXI. Afonso (2009) considera que as redes sociais são como “grandes repositórios de informações, em que milhões de pessoas com objetivos comuns compartilham experiências de vida de maneira colaborativa e espontânea” (pp. 31).

Portanto, as redes sociais vieram a facilitar a comunicação e interação de atores ou participantes, deixando as suas informações individualistas para a visualização de outrem. Essas informações, interações e comunicações partilhadas entre grupos de atores vieram a ser estudadas a partir da década de 90. Ou seja, uma rede social é definida por um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman, & Faust, 1994; Degenne, & Forsé, 1999).

Segundo Marteleto (2001, pp. 71-81), as redes sociais representam um conjunto de participantes autónomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados, donde se conclui que os grupos sociais estejam permanentemente conectados.

Ao falarmos em redes sociais é importante que as universidades acompanhem e se adaptem também a esta evolução. Gomes, Scherer, & Lobler, (2012) referem que a utilização das redes sociais cresceu de forma profunda na vida dos alunos universitários, sendo que o “consumo” é bastante elevado. Os autores referem que os estudantes estão a ser cada vez mais educados com influência da *internet* e dos meios audiovisuais. Constata-se também o proveito para fins profissionais. Esta situação acontece porque atualmente existem tendências de desemprego e a competição por um emprego é acrescida.

De acordo com o estudo dos autores Miranda, Morais, Alves, & Dias, (2008) sobre a utilização das redes sociais por alunos do ensino superior concluíram que as principais

motivações que levam aos alunos a utilizarem as redes sociais são os contatos com os amigos e o entretenimento. Reconhece ainda outras motivações como o apoio à aprendizagem, contatos profissionais, discussões de temas de interesse e promoção de eventos. Para este autor, as redes sociais mais utilizadas pelos alunos são o *Facebook* e o *Hi5*.

Outro aspeto não menos importante, é compreender o que são *sites* de redes sociais. De uma forma simplificada, é definido por serem os espaços usados para a expressão das redes sociais.

Boyd & Ellison (2007) também vieram a dar o seu contributo para a definição de *sites* de redes sociais como aqueles sistemas que permitem:

- a construção de uma *persona* através de um perfil ou uma página pessoal;
- a interação através de comentários;
- a exposição pública da rede social de cada ator. Os *sites* de redes sociais seriam uma categoria do grupo de pacotes de *softwares* sociais, que teriam aplicação direta para a comunicação mediada por computador. Embora estes elementos sejam mais focados para a estrutura do sistema utilizado pelos atores, é na apropriação que reside a principal diferença apontada pelas autoras.

4.1.1 Exemplos de redes sociais

Serão abordados de seguida alguns dos nomes de redes sociais apesar de haver inúmeros exemplos, mas não relevantes para este estudo.

A estudiosa Rosa Maria Rolim (2011) abordou algumas redes sociais na sua tese de mestrado com o tema “As Redes Sociais na Adolescência em Portugal – Quem Utiliza?”. Como por exemplo:

- *Hi5*- é uma rede social criada por *Ramu Yalamanchi* em 2003. Apesar de ter perdido muitos utilizadores após o surgimento do *Facebook*, o *Hi5* ainda é muito conhecido pelos jovens. Esta rede pode proporcionar a partilha de vídeos, imagens, informações, adicionar aplicações. Esta rede permite criar um perfil, adicionar informações pessoais como por exemplo: data de nascimento, localidade, religião, interesses, estado civil, etc.
- *Orkut*- criada em janeiro de 2004 pela *Google* sendo o seu criador o Engenheiro Orkut Buyukkokten. Esta rede tinha como finalidade ajudar os seus utilizadores a conhecer pessoas, fazer novas amizades e manter relacionamentos.
- *Flickr*- criado pela Ludicorp no Canadá e lançada em fevereiro de 2004. Esta rede social permite aos seus utilizadores criarem um álbum de fotografias e entrarem em contato com fotógrafos de todo o mundo.
- *Myspace*- lançado em 2003 e segundo Recuero (2009), foi a rede social mais popular até o início de 2008 nos EUA (Estados Unidos da América). Tinha como objetivo promover as interações dos utilizadores através da construção de perfis, *blogs*, grupos, fotos e vídeos.
- *Twitter* fundado por Jacky Dorsy, Biz Stone e Evan Williams em 2006 com intuito de, em tempo real, enviar e receber atualizações, mensagens, seguir e escolher os próprios seguidores.
- *Facebook* foi fundado por Mark Zuckerberg nos EUA em 2004. Inicialmente foi criada com o objetivo de partilha de informações entre alunos da Universidade de Harvard nos EUA. Dirigido apenas para os estudantes de Harvard, rapidamente se propaga pelas outras universidades e escolas secundárias, no entanto, teriam de ser membros desta instituição (Recuero, 2009). Em 2006 devido a evolução de utilizadores estendeu-se para qualquer pessoa, podendo criar assim um perfil. Em 2009 chega a ser a rede social mais explorada e mais popular. O *Facebook* tem como objetivo a partilha de informação (vídeos,

imagens e texto) e difundir a mesma pelo seu grupo de amigos. Na *Timeline* mais conhecido como mural existe ainda a possibilidade de os amigos publicarem, como também terem acesso de forma cronológica às atividades e atualizações de *status* pelo utilizador através do “*Feed de Notícias*”.

Segundo Caramaz (2012) o *LinkedIn* é uma rede social especificamente criada para profissionais sendo mundialmente reconhecida. Possibilita aos utilizadores a estruturação da rede de contatos, sob a forma de rede social, tendo por base os que já conhece e em quem confia profissional e pessoalmente.

Um estudo feito pela Revista “Comunicações – Diretório Global das TIC” na “Edição especial da revista comunicações empresas e profissionais · 2015 | 2016 (IDC Portugal, 2016) intitulada por “Portugal Tech Insights 2020” pretendeu analisar as tendências tecnológicas num estudo detalhado da sua evolução e o impacto destas nas organizações portuguesas. Segundo este estudo, as organizações portuguesas começaram a equacionar a necessidade de adoptar estratégias *Social Business* (implementação de tecnologias como a *Web 2.0*) em simultâneo com o processo de transformação organizacional e cultural. Os dados recolhidos (verificar Ilustração 2) evidenciam que a maioria dos inquiridos utilizam as plataformas de recrutamento *online*, possuindo contas no *Facebook* (87%) e no *LinkedIn* (89%), apresentando também níveis de utilização no *Google+* e no *Youtube*. Outras redes como *Twitter*, *Instagram* e *Pinterest*, apesar de terem sido pouco utilizadas, são igualmente plataformas de recrutamento *online*.

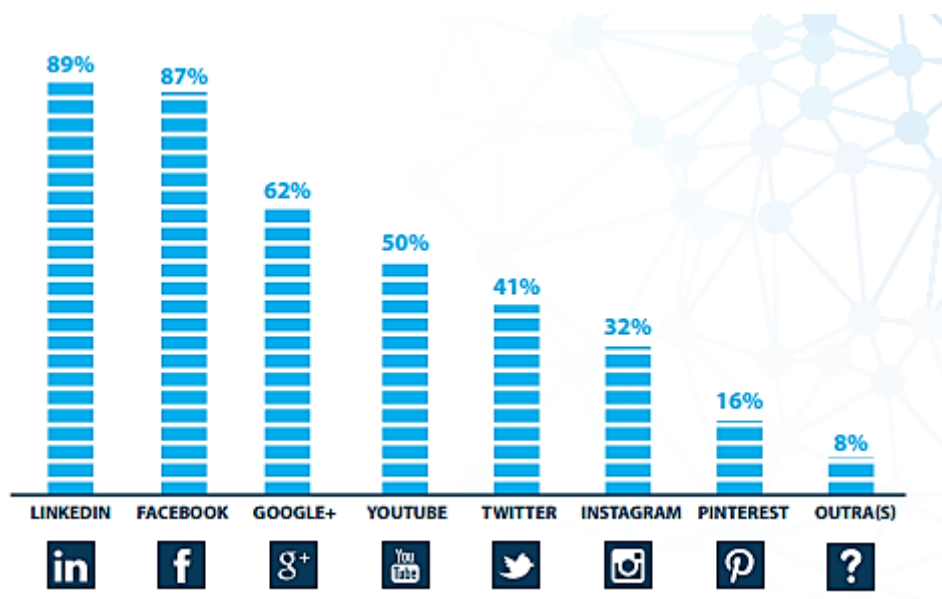


Ilustração 2: Utilização pessoal de redes sociais em Portugal. Fonte: IDC Portugal (2016)

4.2 Privacidade das redes sociais

A privacidade nas redes sociais é um tema com bastante relevância. Como já foi referido, a *internet* e consequentemente as redes sociais facilitam aos utilizadores a partilha de informações e experiências (Afonso, 2009, pp.31).

É importante para quem está no papel de candidato ter a noção que os empregadores podem ter acesso às informações que estão nas redes sociais e utilizem posteriormente como parte da decisão final para o processo de recrutamento. De acordo com Genova (2009), a utilização das informações do perfil *online* dos candidatos não é considerada invasão nem violação de privacidade desde que se revele que estas informações foram utilizadas como parte da decisão de recrutamento.

Portanto os empregadores são livres de recorrer às redes sociais em busca de conhecer melhor o candidato através das informações expostas. Posto isso, é importante os usuários das redes sociais *online* salvaguardarem-se através das configurações de privacidade, ferramentas de bloqueio e monitorização de *postagens* que o envolvem (Brandenburg, 2007). Assim a restrição de acesso aos dados pode ser um bom mecanismo de segurança.

Atualmente, para quem recruta, há uma crescente necessidade de assegurar a contratação da pessoa mais qualificada devido a grande quantidade de currículos recebidos. O recrutador estão a recorrer cada vez mais as redes sociais e a *internet* com o intuito de saberem mais acerca dos potenciais candidatos (Waring & Buchanan, 2010).

4.3 Dificuldades/ Problemas com o uso das redes sociais *online*

Como já foi referido, as redes sociais e seus respectivos *sites* de emprego são muito vantajosos para atrair potenciais candidatos. Apesar de serem de grande ajuda, o que acontece na realidade é que pode limitar outros candidatos, como por exemplo, os que não estão a vontade com esta mudança e não utilizam as redes sociais na procura de trabalho (Davison, Maraist, & Bing, 2011). Segundo este autor, outro problema que o departamento de RH poderá enfrentar é acerca da confiança apostada nas informações do candidato ou funcionário nas redes sociais.

Segundo Epstein (2008) muitas informações que são encontradas, podendo ser exageradas ou falsas, pode levar em erro muitas decisões tomadas por parte das empresas. Muitos candidatos também podem não saber ao certo o que outros utilizador das redes sociais expõe sobre si, podendo estar disponíveis até a pessoa se dar conta que está *online*.

Por outro lado, é importante para a empresa criar páginas nas redes sociais com o intuito de dar a conhecer a empresa. O risco em não o fazer, para além de parecer antiquado, é perceber que se devia ter interagido com os colaboradores depois destes já terem deixado a organização (Sherman, 2008).

4.4 Estudos das redes sociais *online* em Portugal

4.4.1 Obercom (Observatório da Comunicação) e Trabalhando.com

OberCom é um observatório da comunicação onde se debruça na análise da revolução digital e nas suas possíveis aplicações, sendo pioneira na investigação das redes sociais. Desempenha um papel na sociedade de informação oferecendo estatísticas oficiais sobre Portugal.

O estudo explorado neste trabalho está situado no terceiro capítulo, “Os portugueses e as redes sociais” no “Estudo OberCom: A Internet em Portugal- Sociedade em Rede 2014” (Obercom, 2016) com intuito de apresentar dados produzidos no âmbito do Inquérito Sociedade em Rede 2013, sendo este aplicado com uma amostra representativa de 1542 portugueses.

As plataformas das redes sociais têm vindo a ser muito explorada pelos portugueses nas suas diferentes finalidades. De acordo com este estudo e com 667 respostas obtidas pode-se concluir que dos portugueses que utilizam as redes sociais, têm um perfil criado no *Facebook*, *Google+*, *Hi5*, *Twitter*, *Linkedin*, *MySpace*, *Orkut* e *Youtube*.

Outro aspeto importante, pois, está diretamente relacionado com a privacidade e confidencialidade, são os dados disponibilizados nos perfis das redes sociais. De acordo com os inquiridos normalmente disponibilizam o nome, fotografia pessoal, localidade, data de nascimento e interesses.

4.4.2 Estudo da Universia e Trabalhando.com

A Universia é uma rede de 1242 universidades, ao qual desenvolve ações dentro e fora do espaço virtual. Está presente em 23 países ibero-americanos: Andorra, Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, Honduras, Nicarágua, México, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. Esta rede faz parte da Responsabilidade Social Corporativa do Banco Santander Portugal e foi o 8º país a ser lançado, em 2 de maio de 2002, sendo integrada por 27 instituições portuguesas, públicas e privadas, o que representa 70% do coletivo universitário português (Universia, 2011).

O *site* Trabalhando.com surgiu em 1999 no Chile, onde é atualmente líder na região ibero-americana. Ao passar dos anos consolidou-se como um portal, sendo utilizada

para diversas tarefas, como por exemplo: recrutamento *online*, seleção, organização de férias laborais e congressos de RH. Este *site* constitui um conjunto de portais de emprego, sendo uma comunidade de trabalho formada por *sites* associados. Pode-se encontrar importantes universidades e institutos, câmaras de comércio, associações empresariais e municípios.

A rede Universia apoiada por Trabalhando.com lançou um estudo em 2013, no 2º Inquérito de Emprego (Portugal, 2013), com o objetivo de conhecer as intenções dos estudantes universitários em relação à procura de emprego nas redes sociais.

Bernardo Sá Nogueira, Diretor-geral do Universia Portugal e do portal *trabalhando.pt*, revela a importância deste estudo para “se apurar qual o papel das redes sociais na procura de emprego”. Apesar das redes sociais já fazerem parte do quotidiano dos estudantes, é necessário perceber qual o nível de utilização na vida profissional, bem como quais as redes sociais mais procuradas com o objetivo de procurar trabalho.

O estudo revela que 89% dos inquiridos consideram que as redes sociais podem auxiliar na procura de trabalho. Contrariamente, 11% consideram que as redes sociais não ajudam. Grande parte dos inquiridos consideram que as redes sociais são relevantes na procura de emprego pois, permitem otimizar o tempo, funciona como um canal de pesquisa e possibilita virilizar o CV. As novas tecnologias também influenciam no tipo de resposta, já que ao disporem de uma imensa variedade de formatos, as redes sociais possibilitam apresentar-se de forma mais criativa.

Outra parte do inquérito destina-se a saber se os estudantes já procuraram trabalho através das redes sociais e em qual teve o conhecimento da oferta. Apesar de grande parte dos estudantes acharem benéfico a procura de trabalho através das redes sociais, poucos conseguiram trabalho, sendo que estes tiveram conhecimento no *Facebook*, *LinkedIn* e no *Twitter*.

Bernardo Sá Nogueira, Diretor-geral do Universia Portugal e do portal *trabalhando.pt*, salienta “a importância cada vez mais dominante da Internet como meio preferencial para encontrar emprego, e o consequente desaparecimento dos canais tradicionais. Para nós, é fundamental conhecer as atuais tendências de procura de emprego, e revela que a aposta estratégica da rede Universia na comunidade de emprego Trabalhando é uma aposta vencedora. Vamos continuar a acompanhar a evolução do mercado, e a propor medidas e soluções inovadoras”.

4.4.3 Estudo do Grupo Marketest e da IDC (International Data Corporational) Portugal

Outro estudo importante para toda esta temática foi feito pelo Grupo Marktest e da IDC Portugal, numa “Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais”, intitulado por “Os Portugueses e as redes sociais 2016” (Público, 2016). A amostra foi constituída por 802 entrevistas via *online*, com idades compreendidas entre os 15 e 64 anos, residentes em Portugal Continental e utilizadores de redes sociais.

Depois de feita uma análise descritiva e gráfica dos principais resultados deste estudo, concluiu-se que:

- ✓ 93,6%, tem conta na rede social *Facebook*;
- ✓ 41,4% no *Youtube*;
- ✓ 40,2% no *Google +*;
- ✓ 37,7% no *LinkedIn*;
- ✓ 28,9% no *Instagram*;
- ✓ 23,6% no *Twitter*.

5 Metodologia de Investigação

5.1 Objetivos do estudo e as motivações

Este estudo tem como objetivo saber qual o papel das redes sociais no recrutamento *online*, quanto a relevância e eficácia das plataformas na procura de trabalho. Junto aos estudantes finalistas pretende-se:

1. Compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*;
2. Identificar as potencialidades das redes sociais no recrutamento *online*;
3. Identificar os constrangimentos das redes sociais no recrutamento *online*;
4. Caraterizar as funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online*.

No seu desenvolvimento abordaram-se conceitos relevantes sobre o tema, tais como: gestão de RH, recrutamento e seleção, recrutamento *online* e redes sociais.

O primeiro objetivo deste estudo seria a realização do questionário apenas aos estudantes finalistas da licenciatura de Gestão de Recursos Humanos. Contudo, devido ao número reduzido de respostas obtidas, optou-se por alargar o público-alvo para todos finalistas de licenciatura dos cursos de Comunicação e Tecnologia Digital, Engenharia da Segurança do Trabalho, Gestão de Empresas, Gestão de Recursos Humanos, Gestão e Tecnologia Industrial, Línguas e Tradução, Sistemas Multimédia e Turismo do Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA).

A escolha deste tema teve como base a grande evolução tecnológica, desde as mudanças organizacionais até ao crescimento das redes sociais e das suas plataformas de recrutamento. Devido ser um tema pouco explorado, tornou-se inovador e interessante. É importante saber até que ponto os estudantes atuais têm conhecimento das diferentes funcionalidades das redes sociais, podendo ser vantajosa para fins profissionais. É relevante diferenciar as redes sociais que promove a procura de trabalho, sendo que é um meio de comunicação entre candidatos e organizações.

Evidencia-se desde já, o facto de ser um estudo qualitativo, sendo que o importante não é a definição de uma imensidão de sujeitos estatisticamente representativos, mas sim uma pequena dimensão de sujeitos socialmente significativos, evidenciando a

diversidade de opiniões resultantes das diversas experiências profissionais que compõe o nosso universo de análise (Guerra, 2006).

5.2 População alvo

A população alvo determinada foram os estudantes das licenciaturas de Comunicação e Tecnologia Digital, Engenharia da Segurança do Trabalho, Gestão de Empresas, Gestão e Tecnologia Industrial, Línguas e Tradução, Sistemas Multimédia, Turismo e Gestão de Recursos Humanos do Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA) em Vila Nova de Gaia, pertencentes ao grupo Lusófona. Relativamente à amostra, o critério escolhido prendeu-se unicamente com o pressuposto de serem alunos finalistas das licenciaturas, uma vez que, supostamente, são elementos focados na procura e ingresso no mercado de trabalho, tanto de forma inicial, como mais experiente, associado ao acréscimo da habilitação académica.

O Isla- Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia iniciou a sua atividade de ensino em 1989. Atualmente é um Instituto Politécnico com duas escolas: Escola Superior de Gestão (ESG) e Escola Superior de Tecnologia (EST), disponibilizando de cursos especializados, licenciaturas e mestrados na área da Gestão, Turismo, Comunicação, Multimédia, Gestão Industrial e Segurança do Trabalho. No âmbito das suas atividades de ensino, investigação e prestação de serviços à comunidade, constitui-se como uma instituição de ensino superior de índole técnica, preparada para a formação de quadros e especialistas qualificados, cujas competências culturais, científicas e técnicas os tornam aptos a intervir no mercado de trabalho e na comunidade em geral.

5.3 Recolha e análise de dados

De acordo com Fortin (2000), o questionário ajuda na organização, normalização e a controlar os dados, para que as informações investigadas e obtidas possam ser colhidas de forma rigorosa.

Posto isso, a recolha de dados foi auxiliada pelo *Google Forms*, onde é oferecido gratuitamente diversos aplicativos como a folha de cálculo, edição de documentos, apresentações, gráficos, etc. Uma vantajosa funcionalidade é a partilha de documentos/questionários *online*, permitindo a recolha de respostas esquematizadas para posteriormente poderem ser analisados os dados de forma mais fácil e rápida. Para além do *Google Forms*, a ferramenta utilizada que auxiliou a análise dos dados mais específicos foi o *software webQDA*.

O questionário é composto por três questões fechadas e por nove questões abertas. Apesar da primeira versão do questionário ter ficado pronta em fevereiro de 2016, esta foi avaliada por quatro peritos da área, sendo assim necessário garantir ser aplicável, com respostas simples, para que os participantes não serem induzidos a erros. Como forma de validação, foi solicitado através do endereço eletrónico a respetiva análise do Inquérito por Questionário (ver anexo II). Posteriormente, o questionário construído foi enviado aos participantes através de correio eletrónico (ver texto no anexo I) tendo sido conseguido 32 respostas.

Para a análise das questões abertas foi usado o *software webQDA* (www.webqda.net). O *webQDA* é um *software* que auxilia na análise qualitativa de dados não-numéricos e não-estruturados. Os resultados extraídos, por exemplo, através de matrizes permitem analisar e descrever dados provenientes do cruzamento de códigos interpretativos e de códigos descritivos. O *webQDA* permite assim, criar categorias, codificar, filtrar e questionar os dados com intuito de responder aos objetivos da investigação (Neri de Souza, Costa, Moreira, Neri Souza, & Freitas, 2016).

.

6 Apresentação dos resultados

Este estudo tem como principal objetivo compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*, identificar as potencialidades das redes sociais no recrutamento *online*, identificar os constrangimentos e caracterizar as funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online* juntamente com os alunos finalistas das licenciaturas.

A amostra escolhida para a investigação foi constituída por 103 participantes, tendo sido conseguido 32 respostas ao formulário feito.

Na primeira parte do formulário, procurou-se saber a caracterização dos participantes, nomeadamente:

- Género/Sexo (masculino ou feminino);
- Idade (apresentada por intervalos);
- Atual atividade profissional.

Tabela 2: Caracterização dos participantes

Pergunta	Respostas possíveis	Objetivo
Sexo	• Masculino • Feminino	Análise de dados estatísticos
Idade	• 18 a 25 anos • 26 a 35 anos • 36 a 45 anos • 46 a 55 anos • Mais de 56 anos	Análise de dados estatísticos
Atividade atual profissional	• Trabalhador por conta própria • Trabalhador por conta de outrem • Desempregado • Estudante • Outra	Análise de dados estatísticos

Na segunda parte do formulário, procurou-se saber a utilização das redes sociais (Tabela 2):

Tabela 3: Utilização das redes sociais

Pergunta	Respostas possíveis	Objetivo
LinkedIn Facebook Hi5 MySpace Twitter	• Nunca • Raramente • Às vezes • Muitas vezes • Sempre	Conhecimento da frequência de utilização

Seguidamente foi importante falar-se sobre questões abertas da utilização das redes sociais (Tabela 3):

Tabela 4: Questões abertas sobre a utilização das redes sociais

Pergunta	Objetivo
Atualização do perfil profissional <i>online</i>	Perceber a importância dada da atualização do perfil <i>online</i>
Potencialidades das redes sociais na procura de trabalho	Identificar as potencialidades existentes das redes sociais na procura de trabalho
Constrangimentos das redes sociais na procura de trabalho	Identificar os constrangimentos existentes das redes sociais na procura de trabalho
Uma rede social vista como uma forma de recrutamento	Compreender ou distinguir se uma rede social poderá ser vista como forma de recrutamento <i>online</i>
Comunicação	Compreensibilidade do meio de contato através das redes sociais entre organização e candidato
Recrutamento online comparativamente	Comparar as vantagens do recrutamento online, com recurso às redes sociais, com outras estratégias de recrutamento

com outras estratégias de recrutamento	
--	--

Sexo

A primeira pergunta do formulário tenciona identificar a quantidade de inquiridos do sexo feminino e masculino.

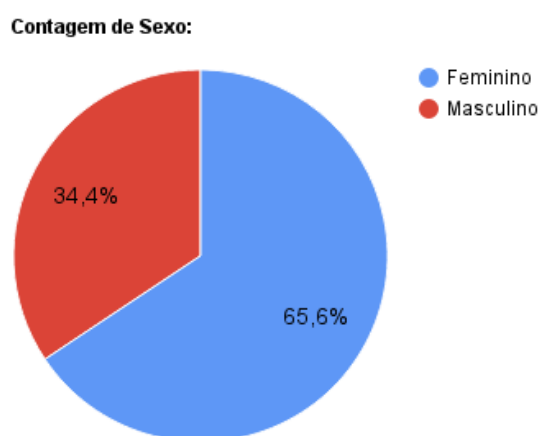


Gráfico 1: Representação gráfica para a variável “Sexo”

Como podemos confirmar através do Gráfico 1, 65,6% (21 participantes) são do sexo feminino e 34,4% (11 participantes) do sexo masculino. Ou seja, a amostra é constituída na sua maioria pelo sexo feminino.

Idade

A questão seguinte é destinada a saber a idade predominante dos participantes (Gráfico 2). Como se trata de estudantes optou-se por deixar intervalos, sendo que o mínimo seria “18 anos a 25 anos” e o máximo seria “maior de 56 anos”.

Contagem de Idade:

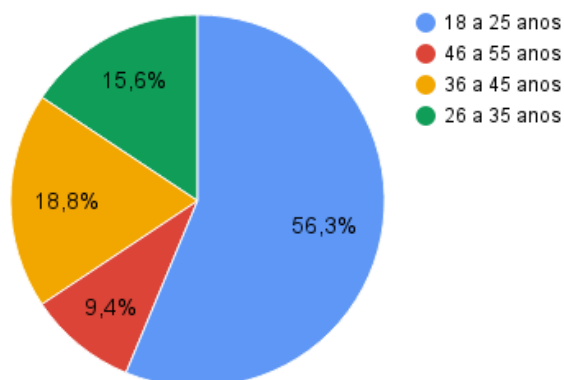


Gráfico 2: Representação gráfica para a variável “Idade”

Dentro das respostas obtidas no Gráfico 2, apurou-se que 56,3% (18 participantes) dos inquiridos encontram-se na faixa etária (idade) entre 18 a 25 anos. Seguidamente com 18,8% (6 participantes) na faixa etária de 36 a 45 anos, 15,6% (5 participantes) na faixa etária dos 26 a 35 anos e 9,4% (3 participantes) na faixa etária dos 46 a 55 anos.

Pode-se concluir que maioritariamente dos inquiridos encontram-se na faixa etária dos 18 a 25 anos.

Atividade atual profissional

Na seguinte questão feita aos estudantes procurou-se saber sobre a atividade profissional atual.

Contagem de Atividade atual profissional:

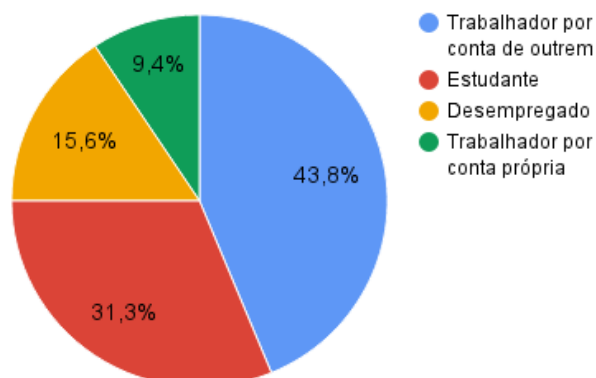


Gráfico 3: Representação gráfica da variável “atividade atual profissional”

Pode-se concluir através do Gráfico 3 que, 43,8% (14 participantes) são trabalhadores por conta de outrem, seguidamente de 31,3% (10 participantes) são somente estudantes, 15,6% (5 participantes) estão desempregados e 9,4% (3 participantes) trabalham por conta própria.

Foi questionado aos estudantes se “Caso esteja a trabalhar, indique onde teve conhecimento da oferta de trabalho.”. Para tal pergunta apontaram ter sido feita:

- Envio espontâneo de candidatura;
- *Internet*;
- Amigos;
- Investimento pessoal no negócio, tendo conseguido o espaço através do Jornal de Notícias;
- Centro de emprego;
- Iniciativa própria.

Na segunda parte do formulário procurou-se conhecer acerca do uso das redes sociais na busca de trabalho. Diferencia-se questões tais como:

- A frequência de utilização das diferentes redes sociais;
- Importância da atualização do perfil profissional *online*;
- Potencialidades das redes sociais na procura de trabalho;
- Constrangimentos das redes sociais na procura de trabalho;

- Comparação entre rede social e recrutamento *online*;
- Comunicação entre organizações e candidatos através das redes sociais;
- Diferenças do recrutamento *online* comparativamente com outras estratégias de recrutamento.

Primeiramente foi questionado acerca da frequência de utilização (nunca, raramente, às vezes, muitas vezes e sempre) para cada uma das diferentes redes sociais (*LinkedIn*, *Facebook*, *Hi5*, *Myspace* e *Twitter*).

LinkedIn

Foi questionado sobre a frequência de utilização da rede social *LinkedIn* (Nunca, Raramente, Às vezes, Muitas vezes e Sempre).

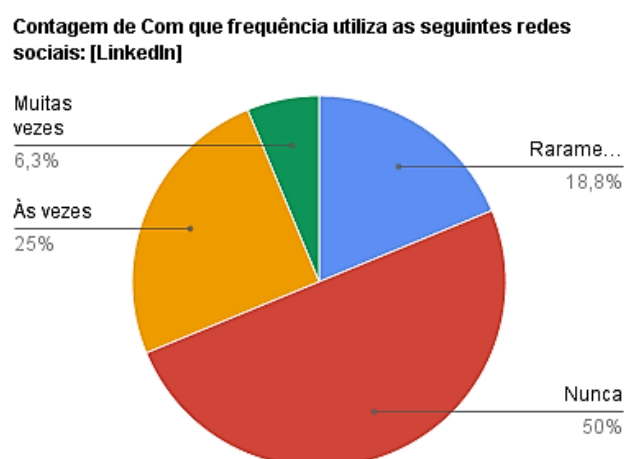


Gráfico 4: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “*LinkedIn*”

Pode-se concluir através do Gráfico 4 que, no caso da rede social *LinkedIn*, 50% (16 participantes) responderam “Nunca” a terem utilizado, seguidamente com 25% (8 participantes) “Às vezes”, 18,8% (6 participantes) “Raramente” e 6,3% (2 participantes) “Muitas vezes”.

Facebook

Foi questionado sobre qual seria a frequência de utilização dos estudantes na rede social *Facebook* (Escala: Nunca, Raramente, Às vezes, Muitas vezes e Sempre) para se saber o nível de uso.

Contagem de Com que frequência utiliza as seguintes redes sociais: [Facebook]

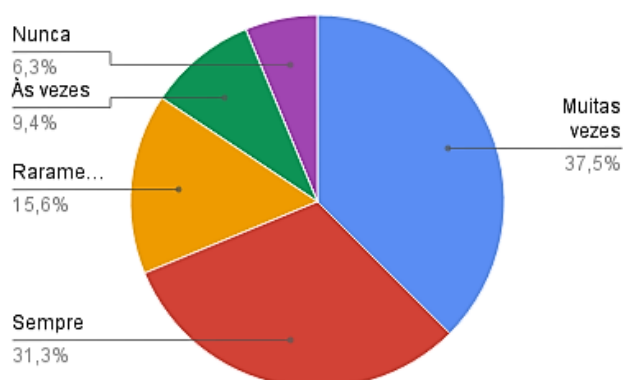


Gráfico 5: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “Facebook”

Pode-se concluir através do Gráfico 5 que 37,5% (12 participantes) “Muitas vezes” utilizam a rede social *Facebook*, 31,3 (10 participantes) “Sempre”, 15,6% (5 participantes) “Raramente”, 9,4% (3 participantes) “Às vezes” e 6,3% (2 participantes) “Nunca” a utilizam.

Hi5

Foi questionado sobre qual seria a frequência de utilização dos estudantes na rede social *Hi5* (Escala: Nunca, Raramente, Às vezes, Muitas vezes e Sempre) para se saber o nível de uso.

Contagem de Com que frequência utiliza as seguintes redes sociais: [Hi5]

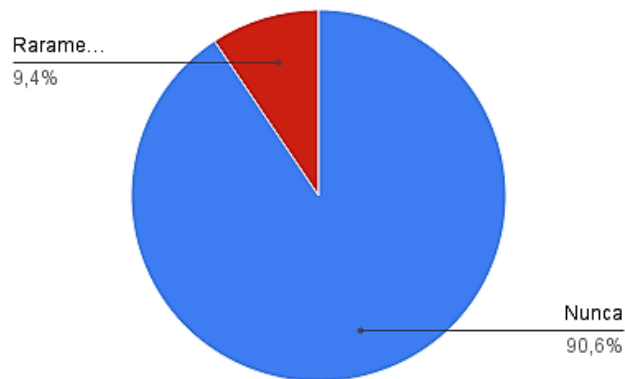


Gráfico 6: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “Hi5”

Confirma-se através do Gráfico 6 que os inquiridos “Nunca” utilizaram a rede social *Hi5* com 90,6% (29 participantes) e 9,4% (3 participantes) “Raramente” a utilizaram.

MySpace

Perante a pergunta sobre a frequência de utilização da rede social *MySpace*, com uma escala de níveis (Nunca, Raramente, Às vezes, Muitas vezes e Sempre), 100% (n=32) dos inquiridos responderam “Nunca” a terem utilizado.

Twitter

Foi questionado sobre a frequência da utilização da rede social *Twitter*, constituída por uma escala de níveis (Nunca, Raramente, Às vezes, Muitas vezes e Sempre).

Contagem de Com que frequência utiliza as seguintes redes sociais: [Twitter]

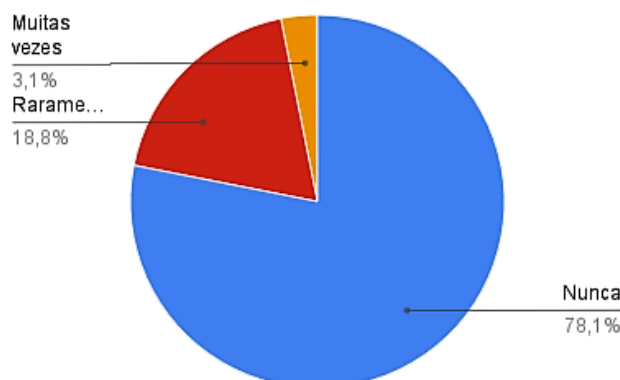


Gráfico 7: Representação gráfica da frequência de utilização da variável “Twitter”

Como podemos verificar através do Gráfico 7, 78,1% (25 participantes) responderam “Nunca” terem utilizado a rede social *Twitter*, 18,8% (6 participantes) “Raramente” e 3,1% (1 participante) “Muitas vezes”. Conclui-se então que o *Twitter* é pouco utilizado pelos estudantes inquiridos.

Outra

É importante salientar que ao questionar os estudantes se utiliza ou já utilizou outras redes sociais, 38% (12 participantes) responderam já terem explorado diferentes redes sociais. O *Instagram* foi apontado como a principal rede social, seguidamente do *Tumblr*, *Skype*, *WhatsApp*, *Pinterest* e *Snapchat*.

O *Instagram* é uma rede social atualmente conhecida, onde visa saber “onde seus amigos estão no momento”. É um meio muito rápido de partilha de fotos entre pessoas de interesse, podendo ser de forma instantânea.

Outra rede social também apontada foi o *Tumblr*. Esta rede social permite construir um perfil público, sendo de fácil e rápido acesso, permitindo a partilha de conexões, informações, vídeos, etc.

Snapchat e *WhatsApp* são redes sociais que por ser de fácil e rápida utilização tornou-se popular na troca de mensagens, imagens e vídeos.

Pinterest é outra rede social que tem por base um repositório de fotografias que permite partilhar com vários utilizadores.

Apesar do *Skype* não ser visto como uma rede social, sendo sim um programa utilizado maioritariamente para usufruto de vídeo chamadas ou videoconferência, foi apontado pelos estudantes como tal. Contudo, este programa é de fácil e simples acesso, sendo necessário apenas a *internet*. É utilizado por muitas empresas atualmente, pois usufruem de uma boa qualidade de vídeo para diversos fins (entrevistas, conferências, formações, etc.).

Como resposta ao primeiro objetivo proposto da investigação de compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*, foi pertinente questionar aos estudantes finalistas se uma rede social poderia ser vista como forma de recrutamento *online*.

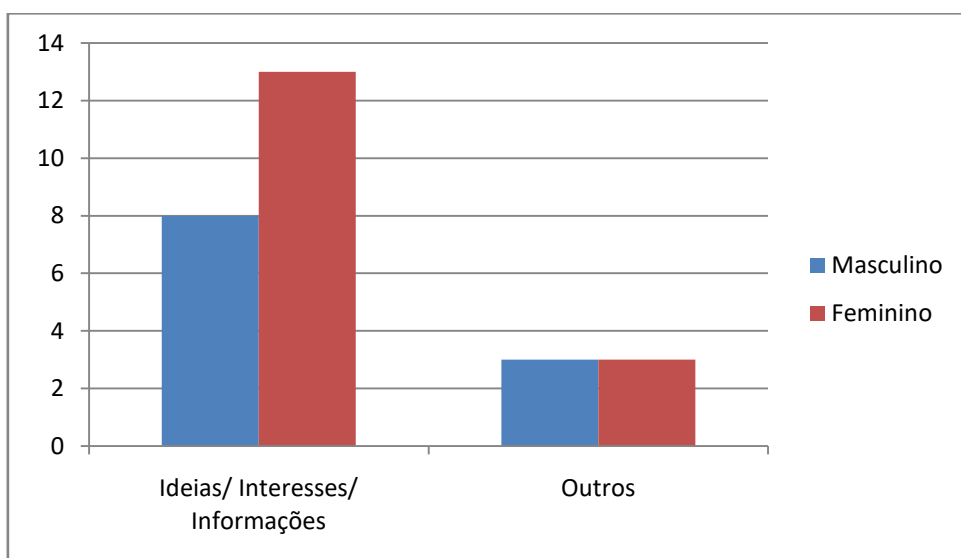


Gráfico 8: Relação da variável “perfil *online*” e “sexo”

Através do Gráfico 8, tornou-se possível verificar a importância dada do sexo feminino as redes sociais enquanto forma de recrutamento *online*:

“Uma vez que são colocados anúncios nas redes e, os interessados se candidatam-se, sendo uma forma de recrutamento *online*” (Feminino, 18 a 25 anos, estudante).

“Pode ser vista como fonte de transmissão de oportunidades de emprego” (Feminino, 46 a 55 anos, trabalhador por conta própria).

A partilha de interesses, ideias e informações, de forma rápida e eficaz são indicadas como facilitadores no acesso às redes sociais (variável Ideias/ Interesses/ Informações):

“Numa rede social têm-se diversas informações acerca das pessoas, não só a nível profissional como também em competências pessoais,

logo engloba uma panóplia de informações relevantes para a escolha assertiva de um colaborador para uma determinada organização” (Masculino, 18 a 25 anos, estudante).

Contudo, as redes sociais favorecem a divulgação de ofertas e oportunidades de trabalho, mas é um processo reticente no que diz respeito ao recrutamento (variável Outros):

“A rede social serve de divulgação das ofertas e principalmente ajuda na triagem, mas nunca para se fazer um recrutamento até porque para chegar ao processo de recrutamento, na minha opinião lá está, o candidato deve passar por diversas fases e nada substituiu uma entrevista presencial.” (Feminino, 18 a 25 anos, trabalhador por conta de outrem).

“As redes sociais, quando usadas devidamente, são ferramentas fantásticas para a promoção e divulgação de produtos/serviços.” (Masculino, 36 a 45 anos, trabalhador por conta de outrem).

Apesar das vantagens apontadas pelos estudantes acerca das redes sociais e do recrutamento *online*, existe a preocupação da privacidade e do desconhecimento de comportamentos no ambiente de trabalho que pode diferenciar das redes sociais (variável Outros).

Em relação a idade dos inquiridos, pode-se concluir que os mais jovens, dos 18 aos 25 anos, são mais recetíveis a ideia de uma rede social ser considerada como forma de recrutamento *online*.

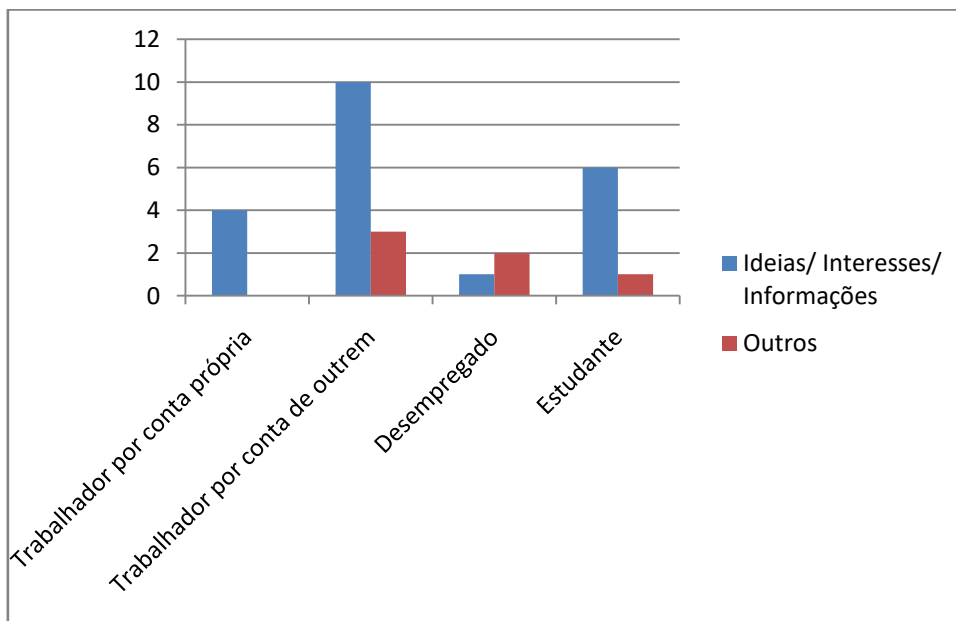


Gráfico 9: Relação da variável “perfil *online*” e “atual atividade profissional”

Verificou-se ainda a relação entre a opinião de que uma rede social poderia ser vista como forma de recrutamento *online* com a atual atividade profissional (ver Gráfico 9). É possível verificar algumas particularidades, como por exemplo, os trabalhadores (por conta de outrem) consideram que uma rede social poderá ser vista como forma de recrutamento *online* comparativamente com os desempregados.

Outra questão pertinente que foi colocada aos estudantes dizia respeito à importância da atualização do perfil *online*. Das respostas obtidas conseguiu-se destacar:

- a importância do currículo *online* pois as empresas que estão a recrutar deverão ter conhecimento das atuais valências dos candidatos (Variável Currículo *online*),

“Assim se perdem ou conquistam oportunidades. O timing da necessidade faz a oportunidade do desperto” (Masculino, 36 a 45 anos, trabalhador por conta de outrem).

- Eficácia de circulação de informações e ofertas de trabalho,

“Fácil acesso de Recrutamento das Empresas para os candidatos que ambicionam” (Feminino, 18 a 25 anos, trabalhador por conta de outrem).

- Relevância de ter um perfil *online* (Outros),

“Pode ajudar a fortalecer o Curriculum vitae” (Feminino, 36 a 45 anos, trabalhador por conta de outrem).

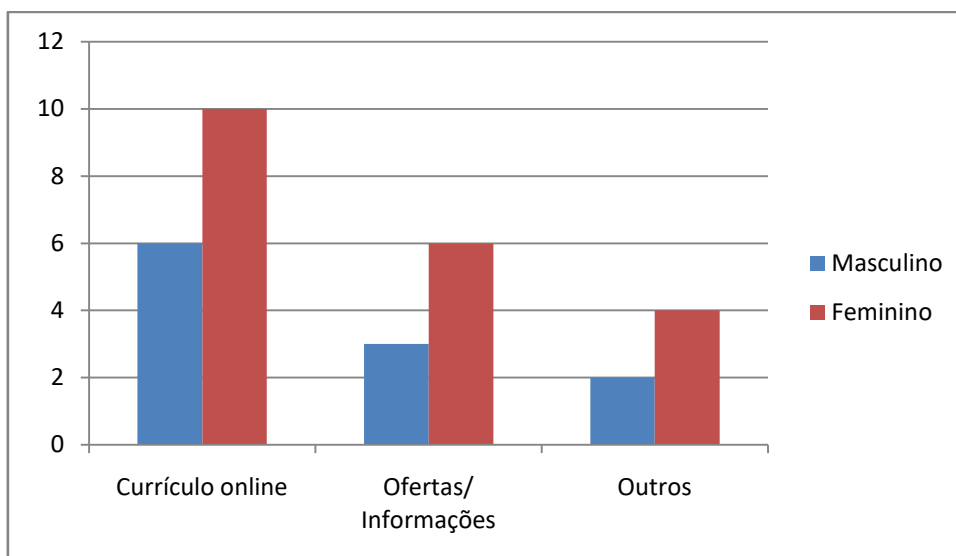


Gráfico 10: Relação da variável “perfil *online*” e “sexo”

Pode-se concluir através do Gráfico 10, que das respostas obtidas foi relevante a chamada de atenção, por parte do sexo feminino, acerca da importância do perfil profissional *online*.

É de salientar que na relação entre a importância do perfil profissional *online* e a atual atividade profissional dos inquiridos, os trabalhadores (por conta própria e de outrem) revelam ser uma condição fundamental, diferenciando-se do grupo dos estudantes,

“A internet hoje é uma fonte de procura de pessoas muito relevante a aos termos um perfil atualizado estamos mais perto de sermos recrutados” (Feminino, 18 a 25 anos, trabalhador por conta de outrem).

“Mais uma maneira de apresentar o cv de cada um” (Masculino, 18 a 25 anos, estudante).

Como resposta ao segundo objetivo da investigação acerca das potencialidades das redes sociais no recrutamento *online*, foi questionado aos estudantes acerca das potencialidades existente na procura de trabalho.

Foi enumerado algumas potencialidades, tais como:

- Diversidade de ofertas e divulgação de serviços,

“Aumentam consideravelmente as oportunidades, por aumento de publicitação” (Masculino, 36 a 45 anos, trabalhador por conta de outrem).

- Seleção (eficácia de seleção dos candidatos),

“Pode-se fazer uma triagem do público alvo e ir ao encontro dos que mais interessam para o efeito, género, idade, escolaridade, etc...” (Masculino, 36 a 45 anos, trabalhador por conta de outrem).

“É a forma mais rápida de partilha de ofertas de emprego e a mais acessível, o potencial trabalhador tem acesso a informações do empregador e vice-versa “(Feminino, 18 a 25 anos, estudante)

- Recursos financeiros

“Hoje em dia com a facilidade de acesso à internet grande parte da população Portuguesa usa Smartphones e tem registo em alguma rede social.” (Masculino, 36 a 45 anos, trabalhador por conta de outrem).

“É uma forma facilitadora pois não se gasta recursos” (Masculino, 18 a 25 anos, trabalhador por conta de outrem).

- Outros (exemplos de redes sociais que facilitam a procura de trabalho)

“A utilização do LinkedIn é uma ótima rede social para a procura de trabalho e demonstração das tuas potencialidades ao mundo empresarial” (Masculino, 18 a 25 anos, estudante).

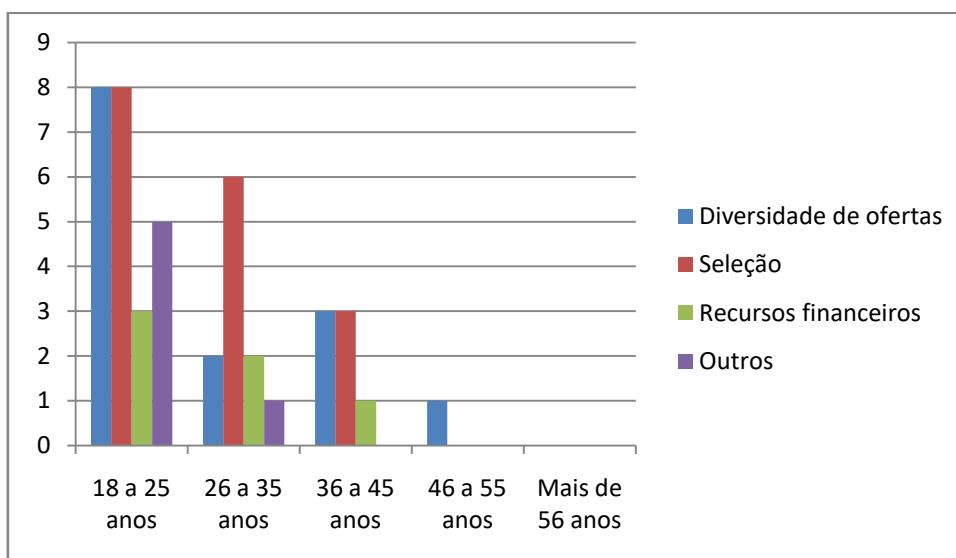


Gráfico 11: Relação da variável “potencialidades” e “idade”

É importante referir a diferenciação notória das potencialidades apontadas pelos mais jovens, dos 18 aos 25 anos e dos participantes mais velhos, como podemos verificar através do Gráfico 11.

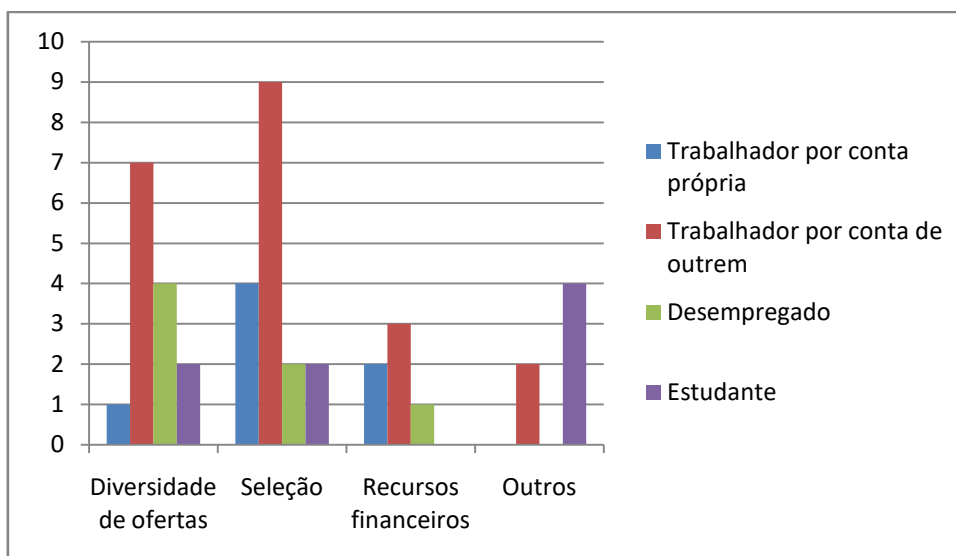


Gráfico 12: Relação da variável “potencialidades” e “atual atividade profissional”

Pode-se concluir através do Gráfico 12 que os grupos dos trabalhadores, por conta de outrem e por conta própria, referem mais potencialidades das redes sociais na procura de trabalho do que os grupos dos estudantes e desempregados.

Com o intuito de responder ao terceiro objetivo da investigação, foi questionado acerca dos constrangimentos das redes sociais na procura de trabalho.

Conseguiu-se apurar e enumerar alguns constrangimentos apontados pelos estudantes, tais como:

- Exposição da vida

“As empresas podem ter acesso tudo o que está no perfil das pessoas e se estas não tiverem certos cuidados com o tipo de exposição pode ser um aspeto negativo” (Feminino, 26 a 35 anos, trabalhador por conta de outrem).

- Contato pessoal

“Forma prática de ter acesso a potenciais trabalhadores com as características pretendidas por um empregador, sem descuidar a importância do contacto pessoal” (Feminino, 18 a 25 anos, estudante).

- Informação falsa

“Os constrangimentos na minha opinião baseiam-se essencialmente na viabilidade da informação, que sendo um meio onde pode existir muita informação falsa é sempre um alerta na procura de trabalho.” (Masculino, 18 a 25 anos, estudante).

- Outros (tempo de resposta por parte da empresa, quantidade de ofertas para o mesmo cargo, acessibilidade por parte do candidato ou organização)

“Poderão ainda não ser acessíveis a todos (falta de formação em tecnologias da informação)” (Feminino, 18 a 25 anos, estudante).

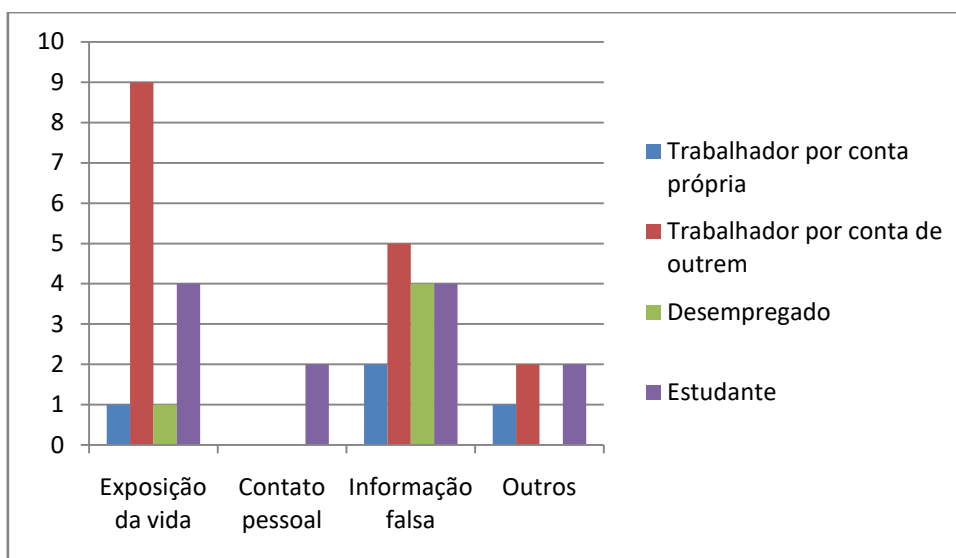


Gráfico 13: Relação entre a variável “constrangimentos” e “atual atividade profissional”

Pode-se concluir através do Gráfico 13, que a maioria dos inquiridos, trabalhador por conta de outrem, apontam para a exposição da vida pessoal e informações falsas como sendo os principais constrangimentos existentes nas redes sociais para quem procura trabalho.

Em busca de responder ao quarto e último objetivo da investigação, procurou-se caracterizar as funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online*.

Nesta fase do estudo foi importante falar-se acerca da comunicação entre candidatos e organizações através das redes sociais:

- Informação

“Facilitam, pois, pode-se obter informações necessárias de uma forma rápida.” (Masculino, 18 a 25 anos, estudante)

“É um meio que facilita a troca de informações devido à sua rapidez de acesso e consulta” (Masculino, 18 a 25 anos, desempregado).

Apesar da unanimidade de resposta positiva na comunicação através das redes sociais, como sendo eficaz, é importante salientar que existe outros tipos de comunicação,

“É apenas mais uma forma de comunicação e pode ser variável de candidato para candidato. Existem outros meios eficazes para comunicar no âmbito profissional (email).” (Feminino, 26 a 35 anos, trabalhador por conta de outrem).

- Prévio conhecimento

“Um contacto rápido e fácil que se poderá fazer em primeira instância, sem ter necessidade de encontros pessoais com todos os potenciais candidatos” (Feminino, 18 a 25 anos, estudante).

“Facilita na seleção inicial” (Feminino, 18 a 25 anos, trabalhador por conta própria).

- Deslocações e recursos financeiros (Outros)

“Facilita muito, é mais rápido e assim os candidatos não precisam de se deslocar até ao local para fazerem a inscrição” (Feminino, 18 a 25 anos, estudante)

“As redes sociais facilitam no facto de não haver gastos externos” (Feminino, 18 a 25 anos, desempregado).

No que diz respeito ao tentar perceber as vantagens atribuída ao recrutamento *online*, com recurso às redes sociais, comparativamente a outras estratégias de recrutamento, foi possível verificar ser vantajoso no:

- Acesso

“Rapidez de acesso às informações, a comodidade do método e a acessibilidade” (Feminino, 18 a 25 anos, estudante).

“Uma maior dimensão das pessoas a concorrer as vagas, com melhor compreensão da experiência e personalidade antes da entrevista ser feita” (Feminino, 18 a 25 anos, desempregado).

- Globalização

“O facto de podermos concorrer em qualquer parte do mundo” (Feminino, 46 a 55 anos, trabalhador por conta de outrem).

“O recrutamento online permite às pessoas procurarem e candidatarem-se a novos empregos (...) em qualquer lugar e através de qualquer equipamento móvel de forma muito mais rápida do que a convencional” (Masculino, 18 a 25 anos, desempregado).

“Maior abertura, mais conhecimento, consulta de projetos, missão e valores da própria empresa.” (Feminino, 18 a 25 anos, trabalhador por conta de outrem).

6.1 Discussão dos resultados

Neste capítulo serão discutidos os resultados obtidos no âmbito da presente investigação juntamente com os respectivos objetivos propostos inicialmente.

Como primeira fase do formulário verificou-se que: com uma amostra significativa de 32% do total de inquiridos, 65,6% (21 participantes) são do sexo feminino e 34,4% (11 participantes) do sexo masculino. Pode-se concluir que maioritariamente são jovens estudantes, com idades compreendida entre 18 a 25 anos, com 56,3% (18 participantes) e a trabalharem por conta de outrem, com 43,8% (14 participantes) de significância.

Ultrapassada a primeira fase, foi pedido aos estudantes que identificassem o conhecimento e a frequência utilizada em algumas plataformas de redes sociais. Através dos dados obtidos grande parte dos estudantes assumem “Sempre” terem utilizado a rede social *Facebook*, com 31,3% (10 participantes).

Apesar da grande importância reconhecida da rede social *LinkedIn*, poucos a usam, com 6,3% (2 participantes) “Muitas vezes” a usam, 25% (8 participantes) que “Às vezes”, seguidamente de 18,8% (6 participantes) que “Raramente” e 50% (16 participantes) que “Nunca” a utilizaram.

Concluiu-se que outras redes sociais como o *MySpace*, *Hi5*, *Twitter* não são tão bem aceites, tendo uma percentagem muito reduzida de utilização. Pelo contrário, o programa *Skype*, as redes sociais *Instragam*, *Tumblr*, *Snapchat*, *WhatsApp* e *Pinterest* foram referenciadas pelos inquiridos como usuais.

Ao longo deste estudo realizado procurou-se responder aos objetivos propostos. O primeiro foi de compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*. Para isso, foi questionado sobre se uma rede social poderia ser vista como forma de recrutamento, donde se apurou que na realidade já está a acontecer, sendo esta vantajosa tanto para a organização como para quem se candidata. O frequente uso, a facilidade, simplicidade, rapidez, eficácia e baixo custo são elementos reconhecidos no recrutamento através das redes sociais. Outra referência apontada, para além de facilitar no recrutamento, é uma fantástica ferramenta para a promoção ou divulgação de produtos e serviços. Contudo, é pertinente salvaguardar e não substituir a entrevista pessoal. Foi possível concluir que no geral existe uma tendência do sexo

feminino, sendo mais dominante na faixa etária dos 18 aos 25 anos, no que respeita a utilização das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*.

Quanto a importância de atualização do perfil profissional *online*, constatou-se que as empresas que estão a recrutar deverá ter conhecimento das competências atualizadas através do currículo *online* dos candidatos devido a eficiência de circulação de informações e constantes ofertas de trabalho. Para o candidato, ter um perfil profissional atualizado é uma mais-valia pois assim se perde ou se ganha oportunidades de trabalhar e, para a organização, o fato de encontrar rapidamente um colaborador com o perfil pretendido é menos dispendioso no que concerne ao tempo e gastos extras. É de salientar que facilmente quem procura trabalho pode atualizar o currículo e enviar a candidatura por via de uma rede social.

Foi conseguido com o segundo objetivo identificar potencialidades das redes sociais no recrutamento *online*: é acessível, rápido em relação a circulação de informações, constantes ofertas de trabalho atualizadas e eficácia na seleção dos candidatos. Para as organizações também se torna vantajoso na facilidade de procura de candidatos, de forma rápida e sem custos adicionais. As redes sociais *LinkedIn* e *Facebook* são apontados como exemplos no que diz respeito à procura de trabalho devido a diversidade de ofertas, para além de ser reconhecida atualmente no mundo empresarial.

Como resposta ao terceiro objetivo acerca dos possíveis constrangimentos das redes sociais na procura de trabalho foi enlaçado algumas dificuldades existentes. Por um lado, no papel de candidato, a viabilidade e veracidade dos anúncios postos nas redes sociais, o tempo de espera de resposta, tal como a não discriminação do nome da organização que está a contratar são aspetos negativos apontados pelos estudantes. Não é descartado a ideia que, por vezes, as pessoas se expõem demasiado, de forma inapropriada, com comportamentos e imagens inaceitáveis nas redes sociais podem ser posteriormente um fator decisivo no mundo profissional. Outra situação que se pode deparar é que alguns candidatos e organizações, apesar de serem minoritários, podem não recorrer às redes sociais na procura ou oferta de trabalho. Por fim, a falta do contato pessoal, acaba por não ter um relacionamento inicial de ambas as partes.

Por último, com o objetivo de responder acerca das funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online*, foi constatado a importância da comunicação entre a organização e o candidato. A rapidez na troca e partilha de ideias, informações e interesses foi um ponto assente em comum a todos os inquiridos. Outro item favorável,

a ser destacado foi, por ser um meio rápido, existe constantes atualizações de novas ofertas de trabalho. É de salientar que a eficácia da comunicação é importante para o recrutador, que tem o objetivo de preenchimento da vaga em questão, como para o candidato, que procura um espaço para trabalhar numa organização.

Sem descartar a relevância do contato pessoal, o contato através das redes sociais para além de ser um meio mais rápido, sem obrigatoriedade de deslocações desnecessárias, permite que a empresa tenha um prévio conhecimento do candidato. O tempo é precioso para as organizações que, sem o auxílio das redes sociais e com inúmeras candidaturas recebidas, seriam obrigadas a fazerem entrevistas pessoais e, por parte dos candidatos, também seriam obrigados a se deslocarem aos locais para se inscreverem. Com este tipo de comunicação através das redes sociais já não haveria este tipo de “perda de tempo”, sendo um aspeto positivo para quem recruta e para quem se candidata de forma *online*.

Foi importante questionar aos estudantes acerca das vantagens identificadas no recrutamento *online*, com recurso às redes sociais, comparativamente a outras estratégias de recrutamento. Pode-se concluir e reforçar a ideia de que o recrutamento *online* é mais rápido no que diz respeito a comunicação, sendo mais eficaz, cómodo e acessível em relação a outras estratégias de recrutamento. Para o recrutador, antes mesmo da entrevista pessoal, tem a possibilidade de analisar os aspetos mais relevantes, podendo ter um prévio conhecimento das características do candidato.

Graças a popularidade das redes sociais, consegue-se ter acesso a muitas ofertas internacionais, podendo concorrer em qualquer parte do mundo. Outro aspeto importante é a vantagem económica do recrutamento *online* em relação as outras estratégias de recrutamento. O fato de ser acessível a todos, sem custos adicionais e “perdas de tempo” são privilégios essenciais do recrutamento *online*.

Os resultados acima apresentados corroboram com os estudos feitos:

- De acordo com “ Portugal Tech Insights 2020” as redes sociais mais utilizadas são o *Facebook* e o *LinkedIn*. As redes sociais *Instagram* e *Pinterest* foram apontadas mas não tão bem aceites;
- Através do estudo da *Universia* e *Trabalhando.com*, os estudantes inquiridos consideram que as redes sociais podem facilitar e auxiliar na procura de trabalho. Outro aspeto em comum é a importância da atualização do CV.

- No estudo realizado pelo Grupo Marketest e IDC Portugal, os utilizadores das redes sociais tem maioritariamente conta no *Facebook*.

Ou seja, Pode-se avaliar que não houve muita distinção da frequência utilizada nas diferentes plataformas de recrutamento *online*. A rede social *Facebook* foi eleita como a mais importante na procura de trabalho, dando a devida importância ao *LinkedIn*. Outro aspeto em comum é a importância da atualização do CV.

7 Conclusões

Com este estudo pretendeu-se dar um contributo para a temática do recrutamento *online* através das redes sociais, tendo por base uma revisão literária e um questionário *online* destinado aos estudantes finalistas das licenciaturas do Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA).

Através das respostas obtidas foi possível responder aos objetivos inumerados inicialmente. Em geral, a tendência para o uso das redes sociais verifica-se no sexo feminino, na camada mais jovens, dos 18 aos 25 anos e trabalhadores por conta de outrem.

Quanto as diferentes plataformas de recrutamento *online*, constatou-se que a mais utilizada foi o *Facebook*, apesar de ser referenciado o *Linkedin* como a rede social para efeito de procura de trabalho.

Quanto ao objetivo concreto de compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online*, constatou-se que atualmente já são equivalentes, sendo que, de forma eficaz, rápida e económica se contrata e se é contratado. Para isto, a atualização constante do currículo profissional *online*, mediante a necessidade de acrescentar formações/ qualificações, seja importante para não se perder oportunidades.

No que concerne as potencialidades das redes sociais no recrutamento *online*, foi possível verificar ser vantajosa por parte do candidato e do recrutador. De forma simples, rápida e acessível a todos se circula informações, com partilha de conhecimentos, ideias e interesses em comum.

Relativamente aos constrangimentos foi possível destacar a falta de informações da empresa que recruta, a veracidade dos anúncios e a demasiada facilidade destas em aceder perfis de trabalhadores e candidatos. No que respeita a quem se candidata, deverá ter atenção aos comportamentos inadequados e a imagem nas redes sociais, podendo ser posteriormente decisivo na seleção.

A procura de caraterizar as funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online*, a facilidade de comunicação entre candidatos e recrutadores foi um ponto assente neste estudo. As redes sociais são cada vez mais utilizadas devido à eficácia e velocidade de circulação de informações, pois evita por parte da empresa a

perda de tempo com inúmeras entrevistas pessoais e a deslocação ao local por parte do candidato para se inscrever.

Sintetizando os itens apurados neste trabalho, os mais relevantes são:

1. Conhecimento de diferentes plataformas das redes sociais;
2. Reconhecer a relevância do recrutamento *online*;
3. Importância das redes sociais no recrutamento *online*;
4. As potencialidades do recrutamento *online*;
5. As dificuldades do recrutamento *online*;
6. Funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento *online*.

7.1 Recomendações

Para trabalhos futuros seria relevante aumentar consideravelmente a população alvo de forma a obter mais dados para uma interpretação mais consistente. Seria interessante incluir alunos de mestrado e doutoramento, das universidades/ politécnicos públicos e privados do curso de Gestão de Recursos Humanos, com o objetivo de comparar as diferentes opiniões.

Este estudo prendeu-se mais em compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento *online* junto dos estudantes finalistas de licenciaturas, sendo interessante procurar saber a opinião dos gestores de recursos humanos das empresas portuguesas acerca desta temática.

Outra investigação que poderia ser feita era saber se há uma relação entre a dimensão das empresas com a plataforma escolhida para o processo de recrutamento.

Outro caminho que poderia seguir era estabelecer uma relação entre as diferentes plataformas de recrutamento *online* mediante o candidato com mais habilitações literárias.

7.2 Limitações metodológicas

Na elaboração desta dissertação surgiram algumas limitações que condicionaram a investigação. Primeiramente, por ser um tema atual e relativamente recente, ainda há poucos estudos feitos, dificultando posteriormente a comparação de dados.

Das dificuldades existentes pode-se salientar a maior delas, o número reduzido da amostra em questão e o número de respostas obtidas por parte dos estudantes finalistas. Mesmo depois da aceitação de responderem o formulário *online*, alguns alunos não colaboraram, sendo necessário uma nova requisição do preenchimento do formulário junto dos mesmos. Por se tratar de uma amostra pequena face a diversidade de estudantes, de cursos e habilitações, não permite generalizar as conclusões.

Por outro lado, devido a se tratar de uma investigação realizada através de um formulário *online*, constituída maioritariamente com questões abertas, tornou-se mais complicado a aplicação de análises estatísticas e interpretação dos dados.

Outra dificuldade a ser apontada é o fato de não existir hipóteses a serem testadas, por ser um tema pouco explorado, não permitindo a elaboração das mesmas, pelo que foi fundamental fazer-se uma análise mais aprofundada de cada pergunta.

O questionário foi elaborado com intuito de responder aos objetivos propostos, poderão existir outros formulários que não foram considerados para esta investigação, devido à falta de referências literárias ou por não terem sido considerados relevantes.

8 Referências bibliográficas

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. Proceedings from Privacy Enhancing Technologies Workshop, pp. 36-58. Cambridge, Reino Unido: Springer;
- Afonso, A. (2009). Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design. Universidade Católica de São Paulo, São Paulo;
- Allen, D., Otondo, R., Mahto, R. (2008). Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational brand and Attitudes Toward a Web Site on Applicant Attraction. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 92, (Ed.6) 1969-1708;
- Almeida, W. (2004). Captação e seleção de talentos. São Paulo: Atlas;
- Anderson, N. (2003), 'Applicant and Recruiter Reactions to New Technology in Selection: A Critical Review and Agenda for Future Research', *International Journal of Selection and Assessment*, Vol. 11, No. 2/3, pp. 121-136;
- Ansoff, I. (1965) Corporate strategy. Harmondsworth: Penguin;
- Araújo, S. & Ramos, A. (2002), Recrutamento On-line: Estudo da Percepção de Utilização da Internet em Empresa de Consultoria de Recursos Humanos, *ENEGEP*, Curitiba, Brasil, pp. 1-8;
- Askool, S., Jacobs, A. & Nakata, K. (2012). A Method of Analysing the Use of Social Networking Sites in Business. In M. M. Cruz-Cunha, P. Gonçalves, N. Lopes, E. M. Miranda & G. D.
- Benzerra, S. & Helal, D. (2009). Os Desafios do Recrutamento e Seleção de Docentes do Curso Superior de Administração: um estudo em Belo Horizonte (In: XXXIII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, ed.). São Paulo: Anais;
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13(1), pp. 210–230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x;
- Bradenburg, C. (2007). The newest way to screen job applicants: a social networker's nightmare. *Federal Communications Law Journal*, Vol. 60, pp. 598-614.

- Caetano, A. & Vala J. (2007). *Gestão de recursos humanos: Contextos, processos e técnicas*. Lisboa: Editora RH;
- Cappelli, P. (2003). Contratando e mantendo as melhores pessoas. Rio de Janeiro: Record, pp. 54;
- Cappelli, P. (2001). Making the Most of on-Line Recruiting. *Harvard Business Review*, 79(3), pp. 139-146;
- Caramez, P. (2012). Como ter sucesso no LinkedIn, editora Wook , Lisboa
- Cardoso, G. (2005). Para uma Sociologia do Ciberespaço – *Comunidades Virtuais em Português*. Oeiras: Celta Editora;
- Chiavenato, I. (1999). *Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio. Rio de Janeiro: Campos, pp. 145;
- Chiavenato, I. (1983). *Introdução à Teoria Geral da Administração*. (3ª ed.). São Paulo: McGraw-Hill;
- Cuesta, A. (2005). Tecnología de gestión de los recursos humanos. La Habana: Cuba: Academia;
- Davison, H, Maraist, C, & Bing, M. (2011). Friend or Foe? The Promise and Pitfalls of Using Social Networking Sites for HR Decisions. *Journal of Business and Psychology*, Vol. 26(2), pp. 153–159. Retrieved from: <http://doi.org/10.1007/s10869-011-9215-8>;
- Degenne, A. & Forse, M. (1999). *Introducing Social Networks*. London: Sage;
- Epstein, S. (2008). *The handbook of science and technology studies* (3ª ed.). Cambridge: MIT Press;
- Fortin, M. (2000). O processo de Investigação: Da Conceção à Realização (2ª ed.). Loures: Editora Lusociência;
- Galanaki, E. (2002). The decision to recruit online: a descriptive study. *Career Development International*, Vol. 7(4), pp. 243–251.
- Garton, H. & Wellman, B. (1997, Janeiro 20). Studying Online Social Networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol.3. Retrieved from: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/garton.html>;
- Genova, G. L. (2009). No place to play: Current employee privacy rights social networking sites. *Business Communication Quarterly*, Vol.72 (97), pp.97-101.

- Gomes, A. (2011). Recrutamento nas redes sociais on-line. Retrieved from <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3394>;
- Gomes, D., (2010). *Contexts and Processes for explaining Applicant's Attraction to Organizations: Contributes for understanding employee recruitment*. (Tese de doutoramento não publicada). Instituto Universitário de Lisboa;
- Gomes, J., Cunha, M., Rego, A., Cunha, R. C., Cardoso, C., Marques, C. (2008). Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano. Lisboa: Edições Sílabo Mestrado;
- Gomes, T., Scherer, L. & Lobler, M. (2012). Uso das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção de pessoal: uma análise na perspectiva de profissionais de recursos humanos. Simpoi, (pp. 1–17). Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul;
- Guerra, I. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. Estoril: Principia Editora, Lda. Helmi;
- Hortinha, J. (2002). *X-Marketing* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo;
- IDC Portugal (2016). PORTUGAL TECH INSIGHTS 2020. Retrieved from <http://www.portalidc.com/2016/Diretorio-2015-16/Diretorio-das-TIC-2016.pdf>;
- Januzzi, L. (2004). Recrutamento pela Internet. Retrieved from: <http://www.rh.com.br/Portal/imprima.php?cod=3739>;
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (2004). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing* (10 ed.). Lisboa: Dom Quixote;
- Luso (2016/06/29). Uso das redes sociais em Portugal triplicou em sete anos. Público. Retrieved from: <http://p3.publico.pt/actualidade/sociedade/20929/uso-das-redes-sociais-em-portugal-triplicou-em-sete-anos>;
- Mannino, M. (2007). *Database Design, Application, Development, & Administration* (3ª ed.). Denver: McGraw-Hill;
- Marteleto, R. (2001). Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação (Vol. 30). Brasília: Ciência da Informação;
- Martin, S. (Novembro 2001). *As Vantagens do e-Recrutamento Tellajob: Um novo conceito*, *Recursos Humanos Magazine*, Nov/Dez, pp. 56-58;
- Mathis, J. & Jackson, J., (2002). *Human Resource Managment – Essencial*

- perspective*. (2^a ed.). Canadá: Thomson Learning;
- Miranda, L., Morais, C., Alves, P., & Dias, P. (2008). Redes sociais: utilização por alunos do ensino superior, Vol. 10;
- Mitter, G. & Orlandini, J. (2005). Recrutamento On-Line/Internet, Maringá Management. Revista de Ciências Empresariais , Vol. 2, pp. 19-34;
- Neri de Souza, F., Costa, A., Moreira, A., Neri Souza, D., & Freitas, F. (2016). – Versão Provisória –, pp.1–30;
- Nicolis, G. & Prologine, I. (1989). *Exploring Complexity. An Introduction*. New York: W. H. Freeman and Company;
- Obercom. (2009). A Internet em Portugal A Internet em Portugal, pp. 1–22. Consultado em 6 mai 2016. Retrieved from: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Internet-em-Portugal-Sociedade-em-Rede-2014.pdf>;
- Ortigão, M. (2000, Outubro). Consultoria em Recrutamento e Pesquisa de Executivos: separar o trigo do joio. Retrieved from: <http://www.msl.pt/artigos1.htm>;
- Parry, E. & Wilson, H. (2008). *Factors influencing the adoption of online recruitment*. Personnel Review, pp. 655-673;
- Peretti, J. (2007). *Recursos Humanos*. Lisboa: Edições Sílabo;
- Peslak, A., Ceccucci, W., & Sendall, P. (2010). *An Empirical Study of Social Networking Behavior Using Diffusion of Innovation Theory*. Conference on Information Systems Applied Research, (pp. 4–7). Retrieved from: <http://proc.conisar.org/2010/pdf/1526.pdf>;
- Prasad, G. (2009). *Checking Applicants on Facebook*. Caterer & Hotelkeeper, vol. 199, pp. 38;
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Rocha, F. (2006). *Recrutamento e Selecção nas Organizações - Uma*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora;
- Rodrigues, R. (2014). E-recrutamento como opção estratégica: realidade ou quimera nas empresas da região Minho? Universidade do Minho Escola de Economia e Gestão, Minho, pp.25;

- Scarpello, G. & Ledvinka, J. (1988). *Personnel/human resource*. Boston: MA: PWS-Kent Publishing Company;
- Shafique, O. (2012). Recruiting in the 21st Century. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* , vol.4, No.2, pp. 887-901;
- Sherman, E. (2008). The New Way To Network For a Job. Vol. 79 (11), pp. 6-7 *Advertising Age*. Retrieved from: http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1279&context=gradconf_hospitality.
- Singh, P. & Finn, D. (2003, Setembro). *The effects of Information Technology on Recruitment*. *Journal of Labor Research* , Vol. 24, pp. 395-408;
- Souza, F. N. de, Costa, A. P., & Moreira, A. (2016). webQDA. Aveiro: Micro IO. Retrieved from www.webqda.net;
- Davison, H. K., Maraist, C., & Bing, M. N. (2011). Friend or Foe? The Promise and Pitfalls of Using Social Networking Sites for HR Decisions. *Journal of Business and Psychology*, 26(2), 153–159. <http://doi.org/10.1007/s10869-011-9215-8>;
- Future, A. the. (2016). PORTUGAL TECH INSIGHTS 2020. Retrieved from <http://www.portalidc.com/2016/Diretorio-2015-16/Diretorio-das-TIC-2016.pdf>;
- Gomes, A. F. P. (2011). *Recrutamento nas redes sociais on-line*. Retrieved from <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3394>;
- Gomes, T. C., Scherer, L. A., & Lobler, M. L. (2012). Uso das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção de pessoal: uma análise na perspectiva de profissionais de recursos humanos. *Simpoi*, (Gerenciando Operações Internacionais), 1–17. Retrieved from http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/artigos/E2012_T00264_PCN12758.pdf;
- Miranda, L., Moraes, C., Alves, P., & Dias, P. (2008). Redes sociais: utilização por alunos do ensino superior, 10;
- Neri de Souza, F., Costa, A., Moreira, A., Neri Souza, D., & Freitas, F. (2016). – Versão Provisória –, pp. 1–30;
- Obercom. (2016). A Internet em Portugal A Internet em Portugal. Retrieved July 6, 2016, from <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Internet-em-Portugal->

Sociedade-em-Rede-2014.pdf;

Peslak, A., Ceccucci, W., & Sendall, P. (2010). An Empirical Study of Social Networking Behavior Using Diffusion of Innovation Theory. *Conference on Information Systems Applied Research*, (June 2009), 4–7. Retrieved from <http://proc.conisar.org/2010/pdf/1526.pdf>;

Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*;

Rodrigues, R. (2014). *Rute Isabel Martins Rodrigues E-recrutamento como opção estratégica: realidade ou quimera nas empresas da região Minho?*, Minho, pp.25;

Rosa Maria Rolim, S. (2011). *As Redes Sociais na Adolescência em Portugal – Quem Utiliza? Estudo de caso nos alunos do 2.º e 3.º Ciclo do Ensino Básico em alguns Concelhos*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10362/7359> \n <http://run.unl.pt/bitstream/10362/7359/1/TEGI0295.pdf>;

Srogoňová, M. (2012). *Mobilidade Laboral na União Europeia. Acompanhamento da Rede EURES em Portugal*. Universidade de Letras do Porto. Retrieved from https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=471323;

Stavrou-Costea, E. & Svetlik, I. (2007). Connecting HRM and KM, Connecting human resources management and knowledge management, vol. 28 , pp. 197;

Taylor, M., & Collins, C. (2000). *Organizational recruitment: Enhancing the intersection of research and practice*. *Industrial and Organizational Psychology*, 304-334. Disponível em <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/568/>;

Torrington, D., Hall, L. & Taylor, S. (2005), *Human Resource Management*, 6.th Edition, Pearson Education Limited;

Trabalhando.com e Universia Portugal (2013, Junho 24). 89% dos estudantes portugueses considera que as redes sociais podem ajudar na procura de emprego. Consultado em 8 de mai. 2016. Retrieved from: <http://noticias.universia.pt/atualidade/noticia/2013/06/24/1032307/89-dos-estudantes-portugueses-considera-as-redes-sociais-podem-ajudar-na-procura-emprego.html>;

Veger, M. (2006). *How Does Internet Recruitment Have Effect on Recruitment Performance?*, Fourth Twente Student Conference on IT, Enschede;

Waring, R. & Buchanan, F. (2010). Social networking web sites: The legal and ethical aspects of pre-employment screening and employee surveillance. *Journal of Human Resources Education*, Vol. 4(2), pp. 14-23;

Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis*. Methods and Applications. Cambridge: UK: Cambridge University Press;

Weinstein, M. (2009). *Virtual Handshake: Job Fairs and Social Networks Aid Recruiting. Training* , vol. 46, pp. 16;

Zail, M. (2000). Internet Recruiting, *Strategic Finance*, vol. 81, pp. 66-72.

9 Anexos

9.1 Anexo I: Formulário “Estudo sobre qual o papel das redes sociais no recrutamento *online*.”

Solicito a colaboração na realização deste questionário com o intuito de fazer-se uma pesquisa sobre qual o papel das redes sociais no recrutamento *online*.

O presente questionário tem como objetivo compreender o papel das redes sociais no recrutamento online. O mesmo é constituído por dois grupos de questões: 1) Caracterização dos Participantes 2) O Uso das Redes Sociais. Os dados recolhidos serão tratados confidencialmente, sendo exclusivamente utilizados para a investigação científica.

Obrigado pela sua colaboração!

Contatos: Andrea Pombinho- andrea.c.pombinho@gmail.com

Grupo I -Caracterização dos Participantes

Sexo: *

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

Idade: *

- ☐ 18 a 25 anos
- ☐ 26 a 35 anos
- ☐ 36 a 45 anos
- ☐ 46 a 55 anos

☐ mais de 56 anos

Atividade atual profissional: *

- ☐ Trabalhador por conta própria
- ☐ Trabalhador por conta de outrem
- ☐ Desempregado
- ☐ Estudante
- ☐ Outro:

Caso esteja a trabalhar, indique onde teve conhecimento dessa oferta de trabalho.



Grupo II- O uso das redes sociais

Com que frequência utiliza as seguintes redes sociais: *

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐
Hi5	☐	☐	☐	☐	☐
MySpace	☐	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐	☐

Qual o nome de outra rede social que utiliza/utilizou?(Responder apenas no caso de usar ou ter usado uma rede social diferente das mencionadas anteriormente).

A rectangular text input field with a thin grey border. It features a horizontal scrollbar at the bottom and a vertical scrollbar on the right side, both with standard arrow and track controls.

Em que medida acha importante a atualização do perfil profissional *online*?*

A rectangular text input field with a thin grey border. It features a horizontal scrollbar at the bottom and a vertical scrollbar on the right side, both with standard arrow and track controls.

Quais as potencialidades das redes sociais na procura de trabalho?*

A rectangular text input field with a thin grey border. It features a horizontal scrollbar at the bottom and a vertical scrollbar on the right side, both with standard arrow and track controls.

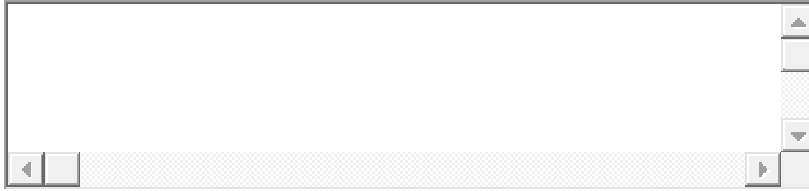
Quais os constrangimentos das redes sociais na procura de trabalho?*

A rectangular text input field with a thin grey border. It features a horizontal scrollbar at the bottom and a vertical scrollbar on the right side, both with standard arrow and track controls.

Considera que uma rede social poderá ser vista como uma forma de recrutamento *online*? Justifique a sua resposta.*

A rectangular text input field with a thin grey border. It features a horizontal scrollbar at the bottom and a vertical scrollbar on the right side, both with standard arrow and track controls.

Em que medida as redes sociais facilitam a comunicação entre candidatos e organizações?*

A rectangular text input field with a thin black border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a different icon (up arrow, down arrow, and a square). On the bottom left, there are two small square buttons side-by-side, each with a different icon (left arrow and a square). On the bottom right, there is a single small square button with a right arrow icon.

Na sua opinião, quais as vantagens que identifica no recrutamento online, com o recurso às redes sociais, comparativamente a outras estratégias de recrutamento?*

A rectangular text input field with a thin black border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a different icon (up arrow, down arrow, and a square). On the bottom left, there are two small square buttons side-by-side, each with a different icon (left arrow and a square). On the bottom right, there is a single small square button with a right arrow icon.

9.2 Anexo II: Pedido de validação do Inquérito por Questionário "O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO RECRUTAMENTO *ONLINE*"

EXMº Profº XXX,

Sou aluna do 2º ano do Mestrado de Gestão de Recursos Humanos do ISLA – Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia em Vila Nova de Gaia e no âmbito do meu estudo solicitava a **validação** do Inquérito por Questionário "O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO RECRUTAMENTO *ONLINE*". O mesmo será aplicado a estudantes finalistas e tem como principais objetivos:

- Compreender o papel das redes sociais enquanto ferramenta de recrutamento online;
- Identificar as potencialidades e os constrangimentos das redes sociais no recrutamento online;
- Elencar as funcionalidades das redes sociais que favorecem o recrutamento online.

Agradecia que todas as observações fossem realizadas no documento anexo.

Antecipo os meus agradecimentos a V. Exa. pela colaboração, disponibilidade e apoio na elaboração da minha Dissertação.

Andrea Camila D'Almeida Santos Pombinho