



# **AS MÍDIAS DIGITAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO: TEORIA, PRÁTICA E INTERDISCIPLINARIDADE**

**Bárbara Lago**  
**barbaralagops@gmail.com**  
**FaSF**

**Ana Cláudia Tavares da Silva Manhães**  
**anaclaudia.manhaes@gmail.com**  
**FaSF**

**Marcus Vinícius Barbosa**  
**coordadm@fasfsul.com.br**  
**FaSF**

**Edneusa Lima Silva**  
**evajom@gmail.com**  
**FaSF**

**Paloma de Lavor Lopes**  
**palomalavor@gmail.com**  
**FaSF/UGB**

**Resumo:** Os usos das tecnologias já fazem parte do cotidiano das pessoas em todas as idades e utilizá-la como potencial recurso nas atividades de gestão de pessoas tem sido uma grande oportunidade para os profissionais de recursos humanos, principalmente como porta de acesso ao perfil de candidatos que podem desenvolver a apresentação do seu currículo através de “self-presentation”. Essa ferramenta traz ao candidato a chance de mostrar suas características psicológicas, valores, interesses, preconceitos, ambições entre outras particularidades da sua personalidade. O presente trabalho objetiva apresentar o valor do recurso tecnológico das mídias digitais como instrumento de apoio no processo de recrutamento e seleção de pessoas. Metodologicamente, o trabalho se pauta por uma pesquisa-ação à luz do entendimento de Brown e Downling (2001), considerando o método uma ferramenta transformadora da prática, que agrega novas dinâmicas ao processo, precedido por revisão bibliográfica que compõe a ancoragem teórica do presente trabalho de abordagem qualitativa, perpassando pelo caminho das dimensões de pesquisa propostas por Novikoff (2010) para levantamento bibliográfico e posterior discussão de resultados. Como expectativas finais do trabalho desenvolvido, espera-se ofertar à empresa demandante candidatos com perfil do candidato mais adequado, prestando orientações ao candidato com seu marketing pessoal ao preparar o vídeo de apresentação, valorizando sua performance, permitindo uma discussão mais aprofundada com os alunos participantes acerca da efetividade das teorias e sua prática, aliada aos recursos tecnológicos disponíveis.

**Palavras Chave: Recrutamento - Seleção - Mídias Sociais - Instrumentos -**



## 1. INTRODUÇÃO

Dentro de uma organização a função do psicólogo está diretamente ligada ao setor de Recursos Humanos da empresa, sobretudo, atuando em processos de Recrutamento e Seleção. Estes processos requerem do profissional examinador bastante preparo e discernimento na escolha de pessoas, pois é responsável pelo bom funcionamento de toda a empresa.

A utilização de mídias digitais tais como: vídeos, áudios, internet (redes sociais, sites de vagas) e outros, vieram a contribuir significativamente com a redução de custos, agilidade dos processos e divulgação de informações. Sendo assim, tornou-se imprescindível no atendimento das demandas advindas de RH, considerando o pensamento de Chiavenato (2010), ao apontar a internet como uma ferramenta integradora na relação candidato/empresa.

Ao surgirem vagas abertas na empresa, há todo um trabalho em equipe de forma a atrair os candidatos mais específicos de trabalho. Após alinhadas e selecionadas as características pertinentes ao cargo, tais informações precisam ser divulgadas de maneira que alcance o maior número de pessoas. Quando as vagas são referentes ao recrutamento externo, as mídias digitais são as mais apropriadas em divulgação. Elas possibilitam uma maior propagação, atraindo pessoas de diferentes localidades.

Já no recrutamento interno, as mídias podem oferecer suporte em treinamentos e capacitação de colaboradores já contratados pela empresa. Além disto, redes sociais podem exprimir comportamentos, facilitando o conhecimento sobre o profissional, através do acesso do Gestor ou responsável a estas redes e transmite o domínio das redes na capacidade de difundir conhecimentos sobre a atividade humana (CASTELLS, 2003)

Já a seleção, é a última etapa do processo, onde se escolherá dentre os candidatos, aquele ou aqueles que farão parte do quadro de funcionários da empresa. Nesta etapa, após atrair e recrutar pessoas, a seleção será filtrar as características de todos os candidatos, afim de dar procedimento aos mais adequados e, conseqüentemente, eliminar a mão de obra daqueles que não fazem o perfil da empresa. Nesta etapa também, poderá estar acontecendo a escolha dos currículos, dos vídeos de apresentação, entre outros, para que haja então o contato pessoal com o candidato.

Considerando a internet como agente integrador, o principal desafio desse trabalho foi aproximar o selecionador do candidato através do uso das mídias digitais. Dada as características da vaga a ser provida, algumas técnicas podem contribuir para o sucesso da atividade, em especial a apresentação pessoal, uma dos pré-requisitos para a investidura em certos cargos. Dessa forma, torna-se essencial questionar qual o papel que as mídias digitais podem acrescentar ao processo seletivo.

O conceito de *self-presentation*, que muito destaca a necessidade de uma boa apresentação pessoal ao pleitear a vaga de emprego, torna-se muito aplicável ao mundo digital, em especial em atividades na qual a interação com o público se faz mister.

Dessa forma, o presente trabalho objetiva apresentar o valor do recurso tecnológico das mídias digitais como ferramenta no processo de recrutamento e seleção de pessoas. No



contexto atual, a área de Recursos Humanos não pode estar alheia ao desenvolvimento tecnológico e agregá-lo como uma nova possibilidade de melhoria dos processos, torna-se necessário e inovador.

Além disso, a ferramenta midiática “*self presentation*” tem o intuito de trazer ao selecionador um contato mais rápido e prático, estabelecendo uma relação de proximidade entre candidato e avaliador. Outra intenção que deve ser considerada é a preocupação do candidato com seu marketing pessoal. Apresentar ao avaliador todo seu histórico profissional objetivamente e seu comportamento organizacional assertivamente, estabelecendo um contato mais próximo com seu avaliador.

Metodologicamente, o trabalho se pauta por uma pesquisa-ação à luz do entendimento de Brown e Downling (2001), considerando o método uma ferramenta transformadora da prática, que agrega novas dinâmicas ao processo, devidamente antecedido por revisão que comporão a ancoragem teórica do presente, sendo esta pautada pelo entendimento de Creswell (2014), conquanto à sua abordagem, perpassando pelo caminho das dimensões de pesquisa propostas por Novikoff (2010) para levantamento bibliográfico e posterior discussão de resultados.

O trabalho se pauta no processo de recrutamento e seleção para atender às demandas de vagas da empresa Honda, é um exemplo prático que aconteceu através de recursos midiáticos. A seguir, será explanado sobre o processo de Recrutamento e Seleção e após será concluído de que forma esses processos aconteceram para atender a demanda da Honda.

Como expectativas finais do trabalho desenvolvido, este produto de ação intercurso e interdisciplinar dos Cursos de Graduação em Administração e Psicologia da Faculdade Sul Fluminense, através de seus Núcleos de Práticas, espera-se ofertar à empresa demandante candidatos com perfil mais adequado, prestando orientações ao participante para sua apresentação e postura pessoal ao preparar o vídeo de apresentação, valorizando sua performance, permitindo uma discussão mais aprofundada com os discentes participantes acerca da efetividade das teorias e sua prática, aliada aos recursos tecnológicos disponíveis.

## **2. O CRESCIMENTO DAS MÍDIAS DIGITAIS E A EVOLUÇÃO DOS PROCESSOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO**

Em época de franco crescimento tecnológico, a uso de mídias digitais vêm sendo explodadas por diversos campos – e em recursos humanos não poderia ter sido diferente. Vianna (2014, s.p), destaca que as ferramentas existentes nas redes e mídias permitem otimizar o tempo, apostando em recursos tecnológicos para melhorar a gestão do tempo, utilizando-as em favor do próprio negócio. Em resposta as mais variadas demandas, as empresas têm adotado a tática midiática como ferramenta de auxílio em Recrutamento e Seleção, em especial com o uso de *big data*, que torna possível estreitar a distância entre os candidatos, proporcionar agilidade na divulgação de vagas, bem como ampliar os recebimentos de currículos profissionais.

Castells, em seu livro “Sociedade em Rede”, já apresentava em fins da década de 1990, a relação que a rede mundial de computadores integrava um pouco do hoje de se tem maior conhecimento, como a inteligência artificial, aplicativos e redes integradas e



comutadas, que permitiu a partir daí o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, saltando da sociedade da informação para a sociedade informacional (1999).

Aliado a inteligência artificial, cada vez mais as tecnologias voltadas ao processo de recrutamento e seleção foram se ampliando, permitindo o uso da rede para apoio ao processo seletivo dentro das organizações.

Destaca-se que em muitas organizações, o processo seletivo ampliou-se significativamente com a chegada de ferramentas como o Skype e o Hangout, que permitem o uso de transferência de imagens por meio de webcam, permitiram significativa redução nos custos dos processos seletivos. Cavalinni (2013) destaca em sua matéria ao portal G1 que o método de entrevistas por meio de webconferências aumentou em 52% no Brasil, e permitiu às empresas recrutadoras e gestores de RH maior diversidade, agilidade e redução dos custos.

## **2.1 CONTRIBUIÇÕES DAS TECNOLOGIAS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO**

Nos dias atuais, não existe a possibilidade de dissociar as ações do cotidiano sem uso das tecnologias disponíveis. Considerando as pessoas como o maior ativo que uma organização pode oferecer, destaca-se que ser assertivo no processo de seleção faz toda diferença na condução de suas estratégias competitivas.

Considerando o pensamento de Bohlander e Snell (2010), que destaca que as exigências para exercícios de determinados cargos transcendem as áreas locais, o que coloca o desafio do uso das tecnologias para que o processo de recrutamento seja exequível. Os avanços tecnológicos crescem em quantidade e escala. Castells (1999,p.119) aponta que a “informação e conhecimentos sempre foram elementos cruciais no crescimento da economia, e a evolução da tecnologia determinou em grande parte a capacidade produtiva da sociedade e os padrões de vida, bem como formas sociais de organização sociais”.

Se profissões são transformadas e/ou extintas pelo processo de evolução tecnológica, essa mesma tecnologia contribui para as atividades de recursos humanos para atração e construção de novos talentos. Chiavenato (2010) destaca que a tecnologia contribui qualitativa e quantitativamente para esse processo e permitiu que a atividade de recrutamento ficasse além das fronteiras, permitindo a atração de talentos de várias partes do planeta.

Atendendo a essa demanda, as redes sociais derivam em grandes grupos que delineiam e compartilham vários objetivos comuns. Veja na atualidade a facilidade de comunicação a partir de objetivos comuns ou afinidades, com a participação de pessoas em grupos, “curtindo” *fanpages*, e criando grupos no whatsapp, elementos esses que contribuem para um enlace mais próximo entre recrutadores e candidatos, onde dentre as utilidades estão o cruzamento de dados com as informações divulgadas em suas redes pessoais.

Assim, há que considerar que atividade de *head hunting* sofreu uma verdadeira mudança no perfil da atividade, onde o cadastramento de currículos em sites específicos ou até páginas em redes sociais permitiu inclusive comparar a veracidade dos fatos colocados em um currículo comparando com as informações postadas nas redes sociais (FERREIRA *et al.*



apud AFONSO, 2009). A facilidade de acesso à internet, permite uma maior acuracidade dos fatos publicados nos currículos.

Segundo Lemes (2015), os candidatos expõem em seus perfis virtuais, suas opiniões, seus valores, pré-conceitos e traços de suas personalidades. Com isto, tais informações podem ser úteis na forma de avaliação utilizadas pelos recrutadores que poderão julgar se tais conteúdos expostos condizem com o perfil ansiado pela empresa.

Quando o acesso à internet era mais restrito ou ainda pouco utilizado, a margem de erros era um tanto comum ao se recrutar e selecionar as pessoas mais adequadas aos devidos encargos. Sabe-se que, no intuito de conquistar as devidas vagas, muitos candidatos podem forjar situações e mascarar personalidades que só serão realmente descobertas na rotina diária de seus trabalhos. A exemplo disto, em sites de pesquisas e vídeos como o *youtube*, conotam modelos destes casos.

### **3. RECRUTAMENTO DE PESSOAS**

O processo de recrutamento tem início a partir de uma necessidade interna da organização de contratar novos empregados por substituições de empregados afastados ou demitidos ou aumento das vendas e produtividade, o que requer um incremento do quadro de novos colaboradores. (Marras, 2011)

A fase de recrutamento é uma das mais importantes, compreendida pela responsabilidade de atração de pessoas que sejam as mais adequadas às vagas propostas. Para isto, conta-se sobretudo com a participação de profissionais de RH tanto na organização, quanto na escolha de metodologias que atendam as demandas da empresa onde as influências das mídias podem ser favoráveis e até mesmo indispensáveis.

Assim, aparecem as fontes de recrutamento que devem ser exploradas na busca de profissionais com características positivas para compor a equipe de trabalho das empresas. Podemos citar: funcionários da própria empresa, indicações, escolas, universidades, cursos, fornecedores, clientes, consultorias de outplacement, mídias sociais, entre outros. (Marras, 2011).

No cenário atual, trazer para seu quadro de pessoal, profissionais criativos e inovadores também tem sido o foco das empresas modernas. Agregar junto ao seu pessoal, jovens profissionais motivados e em busca de conhecimento, que vêm oxigenar o grupo de trabalho com novas possibilidades de pensamento e comportamento.

#### **3.1 RECRUTAMENTO INTERNO**

Destinados àqueles que já fazem parte do quadro de funcionários da empresa, o recrutamento interno consiste em promover ou transferir os candidatos, como forma de privilegiar os recursos humanos da empresa, afim de sanar ou equilibrar as demandas de trabalho. Desta forma, conta-se com a percepção das habilidades já oriundas, bem como oferecimento de treinamento e capacitação internamente, não havendo assim, a necessidade de divulgação das vagas à população externa.



É feito por meio de comunicação interna – memorandos, cartazes, quadros de aviso da empresa, intranet – minimizando os custos para a empresa. A prática do recrutamento interno se baseia em procedimentos e políticas transparentes e deve ser adotada como prioridade pelas empresas em todos os níveis hierárquicos. Essa prática funciona como um forte instrumento de incentivo motivacional e demonstra a preocupação da empresa com o desenvolvimento de seus colaboradores. (Marras, 2011)

Reconhecido como a etapa do processo, vantajosa, onde se tem o menor custo com divulgações, admissão e outros, o recrutamento interno apresenta desvantagens como: tempo gasto em treinamento do empregado, desconforto nos colaboradores não promovidos, e etc. (Solides, 2015). Cabe ao profissional de RH, inclusive psicólogos de trabalho e organizacionais, saberem desenvolver atividades dentro da empresa que possibilitem a motivação e a compreensão de ambos os funcionários sobre as movimentações acontecidas em seus quadros.

Em se tratando dos benefícios das mídias digitais no processo de recrutamento interno, vale ressaltar a importância dos treinamentos e capacitações realizadas virtualmente. Atualmente, há nas empresas uma maior utilização de vídeos informativos e testes realizados de forma *Online*, não havendo a necessidade da contratação de pessoas que ofereçam serviços para esta finalidade em específica. Além disto, através de testes efetivados por meio de computadores e enviados para análise de profissionais responsáveis pelos resultados, há um maior controle de prazos, entregas, acessibilidade, arquivamento/ comprovação e comodidade – sem contar com a redução de custos com recursos da empresa, tais como: impressões, papéis, canetas e tempo de trabalho.

### **3.2 RECRUTAMENTO EXTERNO**

Já conhecido como uma etapa do processo seletivo que demanda mais custos para a empresa, o Recrutamento externo é recorrido quando, principalmente, não há dentro do quadro de funcionários internos, pessoas que supram as carências das vagas originadas. Geralmente, isto ocorre em função da ausência de especialidades para cargos mais específicos, ou a falta de mão de obra barata para cargos menos exigentes.

As fontes externas usadas pelas empresas variam de acordo com o cargo a ser preenchido. Por exemplo, um designer digital não será recrutado pela mesma fonte que um operador de máquinas. Os cursos profissionalizantes podem indicar candidatos aos cargos iniciais numa companhia. Já não úteis quando para profissionais altamente capacitados. Os gerentes de recursos humanos mantêm bancos de talentos para as demandas de sua empresa e diversificam suas fontes de recrutamento. (Snell e Bohlander, 2010)

Com a presença de mídias digitais, pode-se dizer que houve uma redução significativa nos custos com recrutamentos. Segundo Lemes (2015 *apud* Molina, 2011) enfatiza-se como benefícios: a rapidez, o baixo custo e a quebra de limites geográficos. A busca por empregos pode ser feita em qualquer localidade, e simultaneamente em diversas empresas. As pessoas interessadas e que se enquadrarem às especificidades exigidas, podem estar cadastrando currículos, concorrendo a vagas em diferentes lugares do mundo.



Pensando também no benefício para a empresa, a mesma pode estar adquirindo informações sobre os candidatos através de redes sociais virtuais, rastreando assuntos adicionais que dificilmente seriam expostos em currículos e entrevistas. Além disso, há também a colaboração importante de sistemas próprios da empresa que fornecem subsídios sobre o histórico do candidato; se, por exemplo, há ocorrências no seu número de Cadastro de Pessoa Física (CPF).

As formas de divulgações das vagas se tornou mais amplificada com a adoção de mídias digitais. O tempo de retorno reduziu e tornou possível atrair candidatos de vários lugares do mundo. De acordo com estudo da Sociedade para o Gerenciamento de Recursos Humanos, usar a internet para buscar oportunidades de emprego é a tática de nove entre dez candidatos. Tanto as corporações quanto os candidatos consideram o uso da internet a forma mais rápida, barata e potencialmente mais efetiva de recrutamento. (Snell e Bohlander, 2010)

Somente um ponto pode ser considerado relativamente negativo, quando se considera que a facilidade de alcance de candidatos externos, implicam na redução de recrutamentos internos – o que pode causar desmotivação nos funcionários que não encontram espaço de crescimento dentro da empresa. Tudo isto deve ser visto e pensado, buscando um equilíbrio pelos profissionais de RH. As insatisfações internas, podem causar diversos problemas no trabalho.

#### **4. SELEÇÃO DE PESSOAS**

A Seleção de pessoal é uma tarefa da área de Recursos Humanos que tem por finalidade principal do processo a escolha de funcionários para atendimento das necessidades internas da empresa. Tudo feito através de metodologia específica. (Marras, 2011)

Quando as pessoas deixam de ser candidatas à vaga, e passam a fazer parte ou não do quadro da empresa. É preciso para isto, que os profissionais de recursos humanos responsáveis pelo processo, estejam atentos às reais necessidades trabalhistas. É interessante que haja previamente uma entrevista com o Gestor, para saber o que ele espera do funcionário e qual perfil se adequa a vaga em aberta.

Todo o processo de seleção de pessoal baseia-se em uma análise de comparação entre dois aspectos: exigências do cargo e características do candidato. (Marras, 2011)

Segundo Lemes (2015), todas as pessoas são diferentes, tanto físicas (estatura, peso, capacidade visual e auditiva, etc.), quanto psicológica (temperamento, inteligência, aptidões, habilidades, etc.). As diversidades culturais e sociais, também são fatores que devem ser levados em consideração no processo de seleção. Para assim, então, selecionar dentre os candidatos os que melhor se enquadram, pode-se contar com entrevistas (estruturadas ou não estruturadas), testes de conhecimentos específicos, avaliações psicológicas, exames médicos, sendo cada etapa eliminatória.

As entrevistas estruturadas no processo de seleção são o principal recurso que o selecionar tem para avaliar o lado profissional e emocional do candidato. Cabe ao avaliador prepará-las com muito cuidado, considerando o estado de tensão do candidato e sua expectativa em relação à vaga e a oportunidade. O candidato apresenta uma dose de tensão



provocada pela exposição e a infinidade de perguntas que irá passar remexendo com informações de seu passado quanto também com sua expectativa por acreditar que essa será a oportunidade que tanto almeja. (Marras, 2011)

Conforme Marras (2011), nessa fase de entrevista, o examinador procura obter todas as informações necessárias que compare a bagagem do candidato com todos os aspectos inerentes ao cargo e a integração à empresa.

A seleção de pessoas pode contar ainda, com a apresentação do candidato à empresa através de vídeos gravados e enviados pelo mesmo. Isto facilita o discernimento da necessidade ou não de dar continuidade ao processo, através de um próximo contato com o candidato.

Todas as etapas desde a identificação da demanda, divulgação da vaga, recrutamento de pessoal e seleção do mesmo, são imprescindíveis e requerem muito a preparação do examinador. Pois a escolha poderá afetar positivamente ou negativamente toda a organização da empresa. Um bom recrutamento é aquele que atende as necessidades da vaga em aberta, proporcionando o crescimento da instituição.

## **5. RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DESENVOLVIDO PARA A HONDA:**

### **5.1 CAMINHO METODOLÓGICO**

O caminho metodológico proposto para desenvolvimento do presente trabalho, parte do etendimento de Brown e Downling (2001, p.152), no que remete ao conceito de pesquisa-ação, que “[...]é um termo que se aplica a projetos em que os práticos buscam efetuar transformações em suas próprias práticas [...]”. Dessa forma entende-se esta como sendo um constructo para investigar técnicas consagradas, tornando melhor a prática do cotidiano.

Para atender à proposta metodológica, foi necessário uma revisão bibliográfica de conceitos e discussões de cases que versam sobre a temática de processo seletivo, que compuseram o conjunto de ancoragem teórica do material, sendo esta pautada pelo entendimento de Creswell (2014), perpassando pelo caminho das dimensões de pesquisa propostas por Novikoff (2010) considerando que o escopo da pesquisa se debruça sobre o levantamento de informações para posteriormente apresentar resultados obtidos com a aplicação do cronograma proposto.

Para tanto, o processo pautou-se no uso das TICs – Tecnologias de Informação e Comunicação para criar um formato de proposta de trabalho para os alunos, considerando que o processo de seleção feito por meios digitais, reduzem o custo do desenvolvimento da atividade, além de beneficiar aos alunos uma melhor prática com o mercado de trabalho.

### **5.2 RELATO DO CASO**

O processo inicial aconteceu quando a empresa Honda Oriental procurou nossa instituição por meio do Núcleo de Práticas Administrativas da FaSF, solicitando ajuda para buscar candidatos que possuíssem perfil para vendas. A ideia, foi levada à equipe de Coordenação de Estágios do Curso de Psicologia da FaSF, que designou a equipe de estágios



A proposta da Honda foi divulgada entre os alunos da instituição essa possibilidade, já que a Honda necessitava de mudança no seu quadro de profissionais, buscando um público jovem, com mais motivação para trazer ideias inovadoras.

Para viabilizar o processo, a FaSF elaborou o projeto, por intermédio de seu Núcleo de Práticas, lavando à empresa uma proposta e um cronograma de atividades, a qual se inicia com anúncio da vaga no site da FaSF. O grupo de estagiários de Psicologia Organizacional, com o apoio dos alunos do Curso de Administração, iniciaram os trabalhos criando um anúncio de oportunidade de emprego no site da FaSF. O texto do anúncio definiu detalhes da oportunidade na empresa e requisitos necessários ao atendimento do perfil do cargo, como área de formação, interesses, e o detalhe principal, que os candidatos deveriam encaminhar seus currículos e uma apresentação pessoal através de mídia digital, todos deveriam elaborar sua “*self-presentation*”.

O prazo de postagem foi de sete dias a partir da data do anúncio, mas a divulgação inicial no site não trouxe o número de candidatos suficientes para dar início ao processo seletivo. Foi necessário estender o prazo das postagens por mais sete dias e divulgar nas salas de aula as oportunidades para os alunos solicitando que os interessados encaminhassem seus currículos com sua “*self-presentation*” para um destino de e-mail devidamente preparado para tal finalidade. Para facilitar a criação, postagens e envio dos vídeos gravados, os alunos sugeriram aplicativos e páginas de sites para que poderiam auxiliar o candidato na confecção do vídeo, desde sua concepção até a transferência dos dados, além de algumas orientações de apresentação pessoais necessárias para o exercício pretendido pelo cargo.

Do material recebido, foram encaminhados cinco currículos e analisados pelos estagiários de Psicologia, que participam do estágio na linha de Psicologia Organizacional.

Dos vídeos e currículos recebidos, somente quatro candidatos atendiam o perfil definido pela empresa e assim as entrevistas foram agendadas. Durante a supervisão de estágio os alunos elaboraram um roteiro de entrevista e definição de uma dinâmica de grupo que seria aplicada. Foi elaborado também um formulário onde os entrevistadores fizeram anotações sobre as suas percepções da entrevista com um respectivo parecer comportamental dos candidatos.

Dada a urgência da demanda apontada pela empresa e considerando que dentre os participantes, as dinâmicas de grupo não foram desenvolvidas, pois o grupo de candidatos era insuficiente para um bom resultado e o prazo de entrega dos pareceres estava escasso.

Dessa forma, o foco da seleção foram as entrevistas individuais feitas pelos estagiários em duplas como também os pareceres que foram encaminhados para a gerência da empresa demandante. Esta agendou as entrevistas técnicas para a semana seguinte. Os candidatos foram avisados e compareceram à empresa para entrevista técnica com o Gerente de Vendas da Honda. A empresa retornou dizendo ter encaminhado o processo seletivo ao Departamento de Recursos Humanos da Empresa para finalização do processo.

A vivência da teoria aplicada, permitiu aos alunos uma forte discussão acadêmica sobre o valor dos conhecimentos apontados em sala de aula. O comparecimento dos candidatos nas entrevistas técnicas e feedback do processo seletivo, demos por encerrado



nosso trabalho com uma reunião onde os estagiários relataram sua experiência e sentimentos sobre o trabalho.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso das TICs permitem aos gestores um contato mais rápido com candidatos com potencial para ocuparem postos de trabalho em suas empresas. A otimização do tempo e a assertividade das informações obtidas em tempo real, pois muitas vezes o banco de talentos encontra-se desatualizado.

Nesse trabalho, o uso da apresentação pessoal em vídeo proporcionou aos avaliadores um contato direto com os candidatos, que apresentaram muito interesse em demonstrar ao selecionador uma adequada apresentação pessoal, preocupando-se com uma postura adequada, boa comunicação, detalhes sobre suas experiências profissionais, vestimenta, demonstrando aspectos como motivação e interesse em uma colocação profissional. Os candidatos estiveram preocupados com seu marketing pessoal durante a apresentação do vídeo desenvolvendo sua melhor performance.

A oportunidade de ter um contato visual com os candidatos melhora a percepção do selecionador. O currículo impresso em papel traz informações distantes e muito formalizadas. Além disso, as impressões em papel não contribuem para a sustentabilidade do planeta, não ajudam a preservar o meio ambiente. Vendo e ouvindo os candidatos, o selecionador avalia melhor e mais detalhadamente seu perfil.

O candidato em sua apresentação pessoal passa a estabelecer uma relação com o avaliador. A interação entre ambos passa a existir desde o planejamento do vídeo, pois o candidato prepara sua fala e a direciona direto ao avaliador. Seu comportamento reflete sua relação com o profissional que está do outro lado da tela, considerando todo seu comportamento. O candidato demonstrará seu comprometimento com a oportunidade profissional refletindo sua forma de se comportar no ambiente organizacional. (Araújo, 2012)

Além disso, traz a oportunidade para uma análise do seu perfil comportamental. Aspectos como habilidades de comunicação, criatividade, fluência verbal, organização e postura de liderança poderão ser observados pelo avaliador. Uma impressão mais positiva, fundamentando suas qualificações profissionais e suas habilidades comportamentais, o que amplia suas chances de contratação e demonstra um profissional atento e fora de uma zona de conforto. (Araújo, 2012)

O mercado de trabalho segue em constante transformação e a forma de seleção de candidatos também demanda atualização. As empresas já estão acompanhando essas mudanças. Os profissionais psicólogos necessitam estar atentos às novas necessidades do mercado. A modalidade “self-presentation” é um instrumento facilitador da análise do perfil de candidatos melhor adequados às vagas em aberto no contexto organizacional. Possibilitam aos psicólogos maiores chances de assertividade na avaliação e indicações mais apropriadas de profissionais para atendimento dos perfis dos cargos em aberto.



## 7. REFERÊNCIAS

ALEIXO; Sávio Rocha; VIANA, Wellington Monteiro; NASCIMENTO, Denise Cristina de Oliveira; FERREIRA, Ailton da Silva. **Marketing Digital e o Uso das Redes Sociais como Ferramenta no Processo de Recrutamento e Seleção no Setor de Offshore**. XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2014.

ARAÚJO, Gustavo Henrique Diniz de. **A influência das Redes Sociais nos processos de Recrutamento das Empresas**. Universidade, EAD e Software Livre. 2012.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. CARVALHO, Felipe Cesar Diniz de; MARCATO, Joaquim Cesar N.; MINGORANCE, Marcus Vinicius Nery; SARRACENI; Ma. Jovira Maria. **A importância do processo de recrutamento e seleção nas organizações para redução do turnover**. UNISALESIANO, 2015.

BROWN, A.; DOWLING, P. **Doing research/reading research: a Doing research/reading research mode of interrogation for teaching**. Londres: Routledge Falmer, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahor, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CRESWELL, John W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**, Porto Alegre: Penso, 2014.

LEMES, Aline Garcia; WESCHENFELDER, Gelson Vanderlei. A Influência Das Redes Sociais Virtuais Nos Processos De Recrutamento E Seleção. **Gestão Contemporânea: Revista De Negócios Do Cesuca - ISSN 2446-5771**, [S.l.], v. 2, n. 3, nov. 2015. ISSN 2446-5771. Disponível em: <<http://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistaadministracao/article/view/834>>. Acesso em: 14 dez. 2017.

FERREIRA, Ricardo Ertel; SILVA, Katia Raquel Oliveira da; SANTOS, Rozali Araújo; FERREIRA, Ana Paula Alf Lima. **Mídias Digitais e o Processo de Recrutamento e Seleção de Pessoas: um estudo multicasos**. Unicruz.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos: Do operacional ao Estratégico**. 14ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

NOVIKOFF, Cristina. **Pesquisa qualitativa: uma abordagem teórico-metodológica na educação**. In: Anais IV Sipeq. Disponível em <http://arquivo.sepq.org.br/IV-SIPEQ/Anais/artigos/52.pdf>. Aceso em 10/02/2018

VIANNA, Marcelo. **O Novo perfil do profissional de Recrutamento**. ABRH Brasil. 18 de setembro de 2014. Disponível em: <http://www.abrhbrasil.org.br/cms/materias/artigos/novo-perfil-do-profissional-de-recrutamento-e-selecao/>

RH Portal. **Recrutamento e seleção na prática**. Solides Tecnologia. 2 de setembro de 2015. Disponível em: <<http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/recrutamento-e-selecao-pratica/>> Acesso em: 12/12/2018.



SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA

**XVSEGET**

**Indústria 4.0**  
e o uso de tecnologias digitais

30, 31/10  
e 01/11



**Veja 10 dicas para uma entrevista de emprego por videoconferência.** Cavallini, Marta. Portal G1. 27 de agosto de 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2013/08/veja-10-dicas-para-uma-entrevista-de-emprego-por-videoconferencia.html>