

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIENCIAS EXATAS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMPUTAÇÃO E SISTEMAS

ARTHUR GERMANO MARGARIDA

RECRUTAMENTO EM MÍDIAS SOCIAIS

João Monlevade
2023

ARTHUR GERMANO MARGARIDA

RECRUTAMENTO EM MÍDIAS SOCIAIS

Monografia apresentada ao curso Sistemas de Informação do Instituto de Ciências Exatas e Aplicadas, da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para aprovação na Disciplina “Trabalho de Conclusão de Curso II”.

Orientadora: Professora Doutora Eva Bessa Soares

João Monlevade

2023



FOLHA DE APROVAÇÃO

Arthur Germano Margarida

Recrutamento em mídias sociais

Monografia apresentada ao Curso de Sistemas de Informação da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Analista de sistemas

Aprovada em 24 de agosto de 2023

Membros da banca

Doutora Eva Bessa Soares - Orientadora - Universidade Federal de Ouro Preto
Doutora Lucineia Souza Maia - Universidade Federal de Ouro Preto
Doutora Rita de Cássia Oliveira - Universidade Federal de Ouro Preto

Eva Bessa Soares, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 27/10/2023



Documento assinado eletronicamente por **Eva Bessa Soares, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 27/10/2023, às 23:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0616674** e o código CRC **5320CB0A**.

DEDICATÓRIA

À minha família que tanto amo, Maria de Lourdes, Antonio Germano e Marina.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus por todo bem que tem me feito, me dando forças para sempre continuar. Agradeço imensamente a minha mãe, Maria de Lourdes, e minha irmã, Marina de Oliveira, que sempre me apoiaram nos momentos difíceis, me ajudaram a encontrar soluções a todos obstáculos e nunca me deixaram desistir. Agradeço também aos meus amigos de faculdade, pelos momentos de aprendizado e brincadeiras, e aos meus professores, que agregaram muito em minha caminhada, em especial a minha orientadora, Eva Bessa Soares. A todos que passaram por meu caminho, e me ajudaram diretamente ou indiretamente, meu muito obrigado.

“No fim tudo dá certo, e se não deu certo
é porque ainda não é o fim.”

(FERNANDO SABINO)

RESUMO

As empresas têm utilizado as redes sociais para recrutar potenciais candidatos às suas vagas, como LinkedIn, Facebook e Instagram, mídias sociais as quais possuem sistemas de recomendações, podendo otimizar o recrutamento das corporações. Esse Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo identificar o nível de conhecimento sobre o recrutamento em mídias sociais por gestores de pessoas. Para alcançar esse propósito, um total de 8 profissionais atuantes na área de Gestão de Pessoas em empresas relacionadas à tecnologia da informação, principalmente no subsistema denominado recrutamento de pessoas, responderam um questionário com questões relacionadas a essa temática. Os resultados demonstraram que, embora nem todos os entrevistados revelaram bons conhecimentos técnicos para utilização de recrutamento em mídias sociais, eles já vem utilizando algumas redes sociais e essas podem ajudar, de forma muito importante, os recrutadores a encontrar potenciais candidatos às vagas em aberto em seus quadros de profissionais. E também como a inteligência artificial ajuda no recrutamento nessas plataformas, como a possibilidade por parte dos recrutadores de procurar candidatos por habilidades específicas. Apresentou a presença da IA nos sistemas de recomendação de candidatos aos recrutadores, assim como a recomendação de vagas aos candidatos. Mostrou também que há recrutadores que, embora não saibam detalhar o que é a IA, a utilizam nos recrutamentos em mídias sociais, devido a presença dessa tecnologia nessas plataformas, selecionando o tipo de conteúdo, usuários e postagens que aparecerão aos recrutadores, ou seja, as recomendações com maior probabilidade de atendê-los em suas buscas por novos profissionais.

Palavras-chave: Redes Sociais e Recrutamento. Inteligência Artificial e Gestão de Pessoas.

ABSTRACT

Companies have used social networks to recruit potential candidates for their vacancies, such as LinkedIn, Facebook and Instagram, social media which have recommendation systems and can optimize corporate recruitment. This Course Completion Work aims to identify the level of knowledge about recruitment on social media by people managers. To achieve this purpose, a total of 8 professionals working in the area of People Management in companies related to information technology, mainly in the subsystem called people recruitment, answered a questionnaire with questions related to this topic. The results demonstrated that, although not all interviewees revealed good technical knowledge for using social media recruitment, they have already been using some social networks and these can help, in a very important way, recruiters to find potential candidates for open positions in its professional staff. And also how artificial intelligence helps with recruitment on these platforms, such as the possibility for recruiters to search for candidates based on specific skills. It presented the presence of AI in candidate recommendation systems for recruiters, as well as job recommendation for candidates. It also showed that there are recruiters who, although they do not know what AI is in detail, use it in recruitment on social media, due to the presence of this technology on these platforms, selecting the type of content, users and posts that will appear to recruiters, that is, the recommendations most likely to serve them in their search for new professionals.

Keywords: Social Medias and Recruitment. Artificial Intelligence and People management.

LISTA DE ABREVIATURAS

IA	–	Inteligência Artificial
GP	–	Gestão de Pessoas
RH	–	Recursos Humanos
TI	–	Tecnologia da Informação
TIC	–	Tecnologia da Informação e Comunicação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 PROBLEMA	15
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 OBJETIVO GERAL	15
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.3 JUSTIFICATIVA	16
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	16
2 REVISÃO DA LITERATURA	19
2.1 GESTÃO DE PESSOAS	19
2.2 RECRUTAMENTO	20
2.3 RECRUTAMENTO <i>ONLINE</i>	22
2.4 MÍDIAS SOCIAIS	23
2.5 TECNOLOGIAS DE APOIO AO RECRUTAMENTO EM MÍDIAS SOCIAIS	25
2.5.1 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	25
2.5.1.1 <i>MACHINE LEARNING</i>	26
2.5.1.2 <i>DEEP LEARNING</i>	27
2.5.2 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO TECNOLOGIA DE APOIO	28
2.6 <i>LINKEDIN</i>	30
2.6.1 <i>LINKEDIN RECRUITER</i>	31
2.7 <i>FACEBOOK E INSTAGRAM</i>	33
3 METODOLOGIA	35
4 PERFIL DAS EMPRESAS ABORDADAS	37

5 RESULTADOS	40
5.1 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SOBRE A PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS	40
5.2 MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS	40
5.3 CAPTAÇÃO DE POTENCIAIS CANDIDATOS	41
5.4 FERRAMENTAS DE RECRUTAMENTO OFERECIDOS PELAS REDES SOCIAIS	41
5.5 MÍDIAS SOCIAIS PARA IDENTIFICAÇÃO DE HABILIDADES ESPECÍFICAS	42
5.6 TRIAGEM TRADICIONAL E TRIAGEM PELAS REDES SOCIAIS	42
5.7 RELAÇÃO MÍDIA SOCIAL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	42
6 CONCLUSÕES	44
REFERÊNCIAS	46
APÊNDICES	53

1 Introdução

As organizações possuem como maior foco a lucratividade e a permanência em um mercado imprevisível e cada vez mais competitivo. O meio econômico atual gera grande pressão para a melhoria da qualidade de processos empresariais e isso só é alcançável com funcionários bons e qualificados (GUIMARÃES e ARIEIRA, 2005). Para a garantia da sobrevivência das organizações, é preciso que haja pessoas comprometidas com a empresa em que trabalham, compartilhando as mesmas visões e valores para o crescimento de todos. A Gestão de Pessoas nas corporações estão passando por grandes mudanças devido a atual realidade competitiva, que obriga as empresas oferecerem serviços e produtos a consumidores mais exigentes e bem informados, a lidar com mercado agressivo e competidor, e sobreviver a sistemas econômicos, sociais e políticos sempre em mudanças, e essas necessidades influenciam todos os processos do departamento de Gestão de Pessoas (CAMILO, 2021).

Para que tais organizações encontrem profissionais com o mesmo perfil da empresa, é necessário a utilização de bons métodos de recrutamento, de acordo com Limongi-França e Arellano (2002). O recrutamento pode ser definido como um conjunto de processos sequenciais que resultam na escolha de um candidato para exercer um determinado cargo em uma corporação, em que o processo faz parte da estratégia de introduzir novos colaboradores na organização (LIMA e RABELO, 2018). O recrutamento tem como objetivo captar o maior número de candidatos viáveis para uma certa vaga (CHIAVENATO, 2008). De acordo com Moura (2015), o processo de recrutamento contém várias etapas importantes de tal forma a construir uma equipe de força de trabalho produtiva e perfeitamente integrada, em que as primeiras ações iniciam-se com o desenvolvimento de um plano estratégico para o recrutamento e a retenção de pessoas.

As mídias sociais têm sido utilizadas como ferramentas para o auxílio ou até mesmo substituídas por completo métodos presenciais de recrutamento. Há uma maior facilidade de encontrar candidatos pelas organizações, podendo analisar o perfil deles por meio de suas publicações profissionais e pessoais, havendo as vantagens de um processo seletivo mais dinâmico e ágil, com menores custos (ARAÚJO, 2022).

A área de Gestão de Pessoas também é responsável por administrar grande quantidade de dados e informações, principalmente em procedimentos de recrutamento, onde ocorrem processos contínuos e detalhados que exigem eficácia. Tecnologias como Inteligência Artificial servem de apoio para esses processos (REIS e GRAMINHO, 2019).

1.1 Problema

A inteligência artificial apresenta-se importante para os processos de triagem de candidatos e testes com processos de gamificação, auxiliando na identificação imparcial de quais candidatos mais adeptos às vagas a serem preenchidas.

Esse tema, recrutamento em mídias sociais, é importante dentro do curso por não ser abordado mais profundamente. É estudado sobre o recrutamento, a utilização das mídias sociais nesses processos, mas não há conhecimentos maiores e aprofundados sobre as tecnologias de apoio aos processos de recrutamento, como o caso da inteligência artificial. Assim, busca-se com essa pesquisa, responder à questão de como a inteligência artificial facilita os processos de recrutamento de profissionais nas mídias sociais?

1.2 Objetivos

Este estudo visa alcançar os objetivos geral e específicos, que são descritos nos próximos tópicos.

1.2.1 Objetivo geral

Analisar como a inteligência artificial ajuda nos processos de recrutamento de profissionais nas mídias sociais.

1.2.2 Objetivos específicos

- Compreender o papel da inteligência artificial no recrutamento em mídias sociais por meio de métodos qualitativos.
- O uso da inteligência artificial e como ela agrega valor ao recrutamento em mídias sociais.

- Análise das redes sociais utilizadas no recrutamento de candidatos.
- O perfil das empresas que utilizam as mídias sociais no recrutamento de candidatos.

1.3 Justificativa

Com a ascensão da tecnologia, os processos de recrutamento estão obtendo maior eficiência e agilidade (ORSI, RODRIGUES e ASSIS, 2022). O uso da inteligência artificial neste âmbito permite às empresas analisarem enormes quantidades de dados e verificarem padrões relevantes nos candidatos (SOUSA, PASSARELLI e PUGLIESE, 2019), e o uso das mídias sociais no recrutamento de novos funcionários está cada vez mais presente no processo estratégico da Gestão de Pessoas (GOMES, REIS e CENTURIÓN, 2017). Em virtude desses aspectos, existe a importância de pesquisar e aprofundar sobre a influência da IA no recrutamento em mídias sociais, com a finalidade de entender os impactos do seu uso nas práticas de recrutamento na área de GP.

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo explorar o recrutamento em mídias sociais e o papel da inteligência artificial neste processo, em que uma aprofundada análise deste tema permite um entendimento das transformações e estratégias nas aquisições de novos talentos por parte das corporações. Ao analisar o apoio da IA nos processos de recrutamento, esse trabalho pretende oferecer conhecimentos na conjuntura de recrutamento auxiliado pelas mídias sociais e suas tecnologias de apoio.

1.4 Estrutura do trabalho

- No primeiro capítulo foi feita a introdução do tema, objetivos, a justificativa da importância do trabalho e a estruturação do mesmo.
- No segundo capítulo foi realizada a Revisão bibliográfica com os tópicos de Gestão de Pessoas, Recrutamento, Recrutamento Online, Mídias Sociais, Tecnologias de apoio ao Recrutamento em Mídias Sociais, Inteligência Artificial, *Machine Learning*, *Deep Learning*, Inteligência artificial como tecnologia de apoio, *LinkedIn*, *LinkedIn Recruiter*, *Facebook* e *Instagram*.

- No terceiro capítulo é apresentada a metodologia do trabalho.
- No quarto capítulo é apresentado o perfil das empresas que responderam o questionário.
- No quinto capítulo é apresentado os resultados.
- No sexto capítulo contém a conclusão.

2 Revisão da literatura

2.1 Gestão de Pessoas

As organizações têm mudado a forma de enxergar seus funcionários como recursos para o crescimento de seus lucros, por uma visão mais humanizada, considerando-os parceiros de negócios. As pessoas podem contribuir com o desenvolvimento das organizações, e isso depende da forma que o meio corporativo as trata (CHIAVENATO, 2008).

Carvalho (2015) aponta que durante muito tempo, as pessoas nas empresas foram tratadas como mão de obra, sendo reduzidas a serem mais uma peça na engrenagem, e nesse contexto, não era esperado dos funcionários exercerem mais do que as tarefas que lhe eram passadas. Contudo, ainda segundo o mesmo autor, para as organizações se manterem competitivas, dependem da forma em que processam as informações, criam conhecimento e respostas criativas aos problemas organizacionais, e nisso, as pessoas se transformam nos principais ativos da corporação.

A GP proporciona que as pessoas tenham seu desempenho e colaboração da maneira mais eficiente, sendo associado a GP ajudar a organização alcançar seus objetivos, aumentar a auto-atualização e satisfação das pessoas no trabalho, desenvolver e manter a qualidade de vida no meio corporativo, realizar mudanças no ambiente de trabalho e manter políticas de éticas e comportamento socialmente responsáveis (CHIAVENATO, 2008). Ainda, segundo Chiavenato (2008), a estratégia de Recursos Humanos é utilizada para expressar a utilização de pessoas com o objetivo de ajudar a ganhar ou manter uma vantagem auto-sustentada da organização em relação aos concorrentes presentes no mercado, e as organizações bem-sucedidas se deram conta que é preciso tratar seus funcionários como parceiros do negócio, e não mais como meros empregados.

Por isso, Chiavenato (2008) mostra que os funcionários de uma organização são parceiros do negócio, pois são fundamentais e capazes de conduzir a corporação à excelência e sucesso, elas fazem investimentos na organização se esforçando, dedicando e comprometendo-se, na espera de colher retornos desse investimento, por meio de salário, bonificações, desenvolvimento profissional, pessoal e dentre outros fatores.

Guimarães e Arieira (2005) observam que é somente por meio das pessoas, com o comprometimento, a força e a qualidade de pensamentos que viabiliza o processo de mudança no meio corporativo.

Na concepção de Ávila e Stecca (2015), a GP tem como função ajudar no alcance dos objetivos organizacionais e, junto a isso, fomentar a busca pelos objetivos pessoais de seus funcionários, ou seja, alinhar talentos e competências com as necessidades da organização. Como observado por Chiavenato (2008), os colaboradores ajudam as organizações com suas habilidades, capacidades, conhecimentos e esforços, tomando decisões, operações e ações que movimentam a empresa.

Segundo Ribeiro (2017), a área de Recursos Humanos (RH), ou GP, tem como responsabilidade treinamento e desenvolvimento, planos de cargos e salários, contratação, remuneração, propiciar um ambiente para a criação e captação de novos talentos abertos para novas ideias, além das práticas de recrutamento.

Por muito tempo, o pensamento dominante era que a falta de capital atrapalhava o desenvolvimento das organizações. O capital é essencial para o sucesso de uma corporação, porém a falta de qualidade e inabilidade de uma organização em recrutar força de trabalho é que constitui a principal dificuldade para o desenvolvimento de um negócio, o investimento no capital intelectual, no recrutamento de profissionais qualificados (CHIAVENATO, 2008).

2.2 Recrutamento

De acordo com Migliolli (2018, p.30), o processo de recrutamento tem sua origem na área militar, onde a pessoa é recrutada e convocada a se apresentar quando atinge determinada idade. Ainda segundo o mesmo autor, na vida empresarial, não se trata de uma convocação obrigatória, e sim um convite para participar dos processos seletivos. Em outras palavras, recrutamento é um processo de localização e atração de novos candidatos para trabalharem para a corporação.

Recrutamento é o processo de atrair potenciais candidatos para vagas que precisam ser preenchidas nas organizações. Segundo Limongi-França e Arellano (2002), o recrutamento é a primeira etapa na qual as organizações procuram

profissionais para ocupar uma vaga em aberto. Essa procura baseia-se nas requisições das organizações empregadoras e os próprios candidatos, em que as requisições oferecidas pelos empregadores são salários, benefícios e condições de trabalho; já para os candidatos, são as habilidades, conhecimentos, experiências profissionais e aspectos da personalidade. De acordo com Lima e Rabelo (2018), o procedimento de recrutamento, de forma simplificada, é a etapa de prospecção e atração de talentos para a organização, assim como o procedimento de escolha destes talentos para avaliação e discernir o cargo ofertado.

Pontes (2001) considera o recrutamento como “atração de mão de obra”, onde as empresas com mais destaque no mercado terão uma maior atração e visibilidade perante potenciais candidatos. Também, como apontado por Faissal *et al.* (2015), as empresas que possuem os melhores profissionais são as mais competitivas, mas para ter os melhores, a empresa precisa ser atraente para esses profissionais.

O mercado é caracterizado por um ritmo acelerado e concorrência acirrada, em que a permanência e sucesso da empresa dependerá do esforço e talento de seus colaboradores. As organizações que não possuem funcionários qualificados, terão dificuldade de competir, podendo colocar em risco a existência da corporação, por isso, nesta etapa, quanto maior a quantidade de candidatos que puder se levada a se inscrever, melhor será para a corporação, que poderá fazer uma escolha com um espaço amostral mais amplo (GUIMARÃES e ARIEIRA, 2005).

Akita, Santos e Venâncio (2021) descrevem que o processo de recrutamento é constituído em 3 etapas, em que são pesquisas das necessidades internas, pesquisa do mercado externo e a definição das técnicas a serem utilizadas.

A pesquisa interna visa reconhecer as necessidades da organização a curto, médio e longo prazo, em que deve ser uma prática constante e que envolve todas as áreas da corporação, para identificar o perfil que os novos funcionários precisam ter. Já em relação a pesquisa externa, é feito a segmentação do mercado para analisá-lo de forma específica, com relação aos interesses da organização, para assim se saber quais práticas devem ser utilizadas para atração de novos candidatos (AKITA, SANTOS e VENÂNCIO, 2021).

Ainda de acordo com Akita, Santos e Venâncio (2021), o recrutamento não pode ser uma parte isolada da estratégia da organização, visto que as corporações

procuram por pessoas com a habilidade de se adaptar em qualquer circunstância devido ao mercado em constante mudança. Os autores ainda destacam que, com intuito de alcançar os melhores resultados, é preciso acertar no recrutamento, pois errar essa etapa pode gerar uma alta rotatividade trazendo prejuízos para a corporação, tornando-se preciso avaliar os processos de recrutamento depois de sua realização, a fim de verificar sua eficiência e eficácia.

2.3 Recrutamento *Online*

Moura (2015) destaca que o recrutamento tradicional tal como é, recorre a vários métodos e procedimentos que tornam este processo lento e menos eficiente. A autora ainda ressalta que essas aplicações podem ser feitas por *softwares* e sistemas, em que surge o conceito de *e-recrutamento* que visa otimizar a atividade de recrutamento ao nível de integração e otimização de processos, em que essa prática utiliza da internet, principalmente das redes sociais para encontrar, atrair, avaliar e contratar novos profissionais.

O principal objetivo do *e-recrutamento* é fazer com que os métodos se tornem mais idôneos e eficientes, menos burocráticos no processo de recrutamento e seleção, e que alcance um maior número de candidatos (MOURA, 2015).

Lima e Rabelo (2018) observam que o *e-recrutamento* pode ser conceituado como um método de atrair pessoas para uma organização por meio da internet, e compõe-se em uma tecnologia em crescimento e que facilita a ligação e contato entre as empresas e os candidatos às vagas de emprego, possibilitando baixo custo, otimização de processos e facilidade de comunicação entre os profissionais de GP e colaboradores.

O *e-recrutamento* pode ser dividido em três fases, que é atrair os potenciais candidatos, selecioná-los e manter contato com as pessoas que foram selecionadas, e a diferença entre o recrutamento feito de forma *online* e o recrutamento tradicional é a integração e automatização de processos, menor custo, maior alcance e obtenção rápida de respostas (GOMES, REIS e CENTURIÓN, 2017).

Existem uma enorme quantidade de informações na *internet* referente a vagas e formação de candidatos, encontrados em bancos de dados para recrutamento *online*, e as empresas utilizam esse recurso para encontrar candidatos

que se encaixem com o perfil da vaga na *internet*, devido o *e-recrutamento* possibilitar atingir um maior número de pessoas, permitindo melhores candidatos e custos baixos para a organização (COSTA, 2019).

Costa (2019) ainda destaca que na tentativa de reduzir o tempo de envio do currículo e o custo do processo de recrutamento, as empresas utilizam de recursos e ferramentas de TI, como a utilização da *internet* para divulgar vagas e buscar por candidatos.

Gomes, Reis e Centurión (2017), destacam que com o *e-recrutamento*, os candidatos podem mandar seus currículos a distância, com o regalo da *internet*, por meio de *sites* e mídias sociais com foco em recrutamento ou no *site* da própria organização.

2.4 Mídias Sociais

As mídias sociais são plataformas que permitem a conexão, a comunicação e o compartilhamento de informação entre pessoas de diferentes lugares. No Brasil, as redes sociais se destacaram no final dos anos 90, e com o passar do tempo, houve o crescimento enorme do uso das mídias sociais, proporcionando interação social entre pessoas de diversos países de forma remota e instantânea por meio das plataformas digitais (ARAÚJO, 2022).

O termo mídia social, ou rede social, refere-se principalmente a ampla variedade de serviços móveis baseados na *internet*, que permitem seus usuários trocarem informações, criarem conteúdos e participarem de comunidades *onlines* (DEWING, 2010). Ainda segundo o autor, os tipos de serviços associados a mídias sociais são os *blogs*, páginas *wiki*, rede social virtual, *social bookmarks*, *sites* de compartilhamento de mídias e dentre outras. Gulini e Inácio (2016) ressaltam que as redes sociais se apresentam como uma maneira mais prática de compartilhar e conseguir informações, permitindo às pessoas que utilizam-nas, ter contato com outras pessoas em diferentes partes do planeta, sem a necessidade de sair da sua casa.

Essas mídias sociais podem possuir diferentes propósitos, algumas utilizadas para o compartilhamento de informação pessoal, tais como *Facebook* e *Instagram*, já outros voltados para compartilhamento de informações profissionais, como é o

caso do *LinkedIn*. Como apontado por Araújo (2022), todas essas redes sociais oferecem serviços de *e-recrutamento* no Brasil e segundo dados de fevereiro de 2022, presentes no *website DataReportal*, e 52 milhões de brasileiros usam o *LinkedIn*, 116 milhões usam o *Facebook* e 119,5 milhões usam o *Instagram*, o que mostra o grande quantidade de usuários presentes em tais aplicativos que possam passar por processos de recrutamento.

Lima e Rabelo (2018) apontam, por meio de dados do IBGE, divulgados pelo *site da Locaweb*, em seis anos, o número de brasileiros com acesso a *internet* aumentou 143,8%, o que demonstrava que mais da metade da população brasileira possuía alguma forma de contato com a *internet*, e dessa forma, houve uma grande amplitude de comunicação das organizações com o mercado de trabalho, visto que grande parte dessas pessoas que acessam a *internet* podem estar disponíveis para a participação em processos seletivos *online*. As mesmas autoras relatam que nesta pesquisa, o alcance da *internet* em locais antes distantes em termos físicos e geográficos tem aumentado, visto que, locais onde a mobilidade e o acesso são mais difíceis, podem conectar-se aos grandes centros por meio das tecnologias, então, vagas disponibilizadas no Sudeste, pode ser de interesse de alguém que está localizado no Norte do país, e a utilização de mídias sociais e ferramentas *onlines* dão a oportunidade do candidato ter conhecimento sobre as informações do processo seletivo e também participar sem a necessidade de se locomover ao local do processo.

Araújo (2022) frisa que o recrutamento feito de forma *online* abrange diversas técnicas, e na área de Gestão de Pessoas houve maior abrangência do público geral devido as mídias sociais e plataformas digitais para a busca de oportunidades de emprego, atingindo um maior número de candidatos às vagas das organizações.

As redes sociais estão entre as principais ferramentas utilizadas para o recrutamento de candidatos, juntamente com testes de conhecimento, dinâmicas em grupos, teste psicológicos, exames médicos e entrevistas (SOUSA, PASSARELLI e PUGLIESE, 2019).

Gulini e Inácio (2016) evidenciam que atualmente as organizações na hora de realizar o processo de recrutamento e seleção estão procurando mais informações de seus candidatos nas redes sociais, com a finalidade de verificar suas características psicológicas, valores, interesses, preconceitos e outras

particularidades de suas personalidades. Gomes, Reis e Centuri3n (2017) destacam que as redes sociais permitem a seus usu3rios a constru33o de uma imagem pessoal e profissional por meio de suas contas criadas e projetos nas plataformas utilizadas, o que permite a utiliza33o dessas m3dias como ferramenta estrat3gica para os procedimentos de recrutamento.

2.5 Tecnologias de apoio ao Recrutamento em M3dias Sociais

As tecnologias oferecem facilidades tanto para recrutadores quanto para os participantes do recrutamento. Segundo Blumen e Cepellos (2022), candidatos possuem vantagem, com entrevistas por v3deo, da n3o necessidade de se deslocar para o local de entrevista, da mesma forma que o recrutador aumenta a efic3cia de poder aumentar o n3mero de entrevistas em sequ3ncia.

Com os *softwares* de recrutamento 3 permitido acompanhar todo o processo de contrata33o podendo centralizar todas as fases em apenas um local, aumentando a efici3ncia no fluxo de trabalho, diminuindo ou at3 mesmo extinguindo retrabalho e uso de papeladas (SOUSA, PASSARELLI e PUGLIESE, 2019).

Uma das tecnologias utilizadas para o apoio de recrutamento em m3dias sociais 3 a intelig3ncia artificial. Ela possui o potencial de fornecer relat3rios precisos do n3vel de adequa33o dos candidatos aos cargos. O uso dessa tecnologia diminui a imprecis3o da avalia33o, analisando os candidatos de acordo com as habilidades que realmente tem, com a transpar3ncia de dados (SILVA e SILVA, 2021).

2.5.1 Intelig3ncia Artificial

De acordo com Ferreira (2020), a Intelig3ncia Artificial pode ser definida como a intelig3ncia em que m3quinas e sistemas informatizados obt3m por meio do uso de algoritmos, e por consequ3ncia, possuem a capacidade de realizar tarefas para as quais foram programadas, de modo mais r3pido e seguro, antes feitas somente pela a intelig3ncia humana.

Como bem observado por Barbosa (2020), desde a antiguidade, sempre foi desejo do homem construir aut3matos capazes de agir de forma inteligente, presentes em narrativas e mitos. Teixeira (2019) aponta epis3dios como *Joseph*

Golem, homem artificial criado no final do século XVI, e também, o “pato de *Vaucanson*”, autômato que conseguia até imitar as atividades fisiológicas do animal. De acordo com Sousa, Passarelli e Pugliese (2019), Aristóteles já tinha imaginado objetos autômatos capazes de substituir o trabalho escravo daquela época.

O conceito da inteligência artificial ganhou forte embasamento após a Segunda Guerra Mundial, em que o matemático Alan Turing, por muitos considerado o pai da computação, criou o Teste de Turing. O viés deste experimento era verificar se uma máquina poderia emitir informações como humano, sendo assim, confundido como uma pessoa de verdade (BARBOSA, 2020).

A IA lida com a tomada de decisões de forma racional por uma máquina, a partir do conhecimento que essa máquina possui, sendo esse conhecimento construído por um banco de dados (SOUSA, PASSARELLI e PUGLIESE, 2019).

Ainda, segundo os autores Sousa, Passarelli e Pugliese (2019), o uso da IA vem aumentando e está sendo utilizada em várias áreas, no diagnóstico de doenças na área da saúde, carros autômatos no transporte, atendimento a clientes por meio de *chatbots*, previsões climáticas e análise do terreno na agricultura para melhor plantio e também no recrutamento e seleção de colaboradores, tornando o recrutamento de forma inteligente.

O Recrutamento Manual ou operacional possui todos os seus processos e fases feito por pessoas, em que podem ocorrer falhas durante esse processo de seleção. Da mesma forma, existe o Recrutamento Inteligente e utilizando-se desse método é possível diminuir satisfatoriamente as chances de falha ao selecionar um funcionário, pois sistemas e *softwares* estão responsáveis por todos os processos na seleção do funcionário que mais se encaixa ao cargo (SOUSA, PASSARELLI e PUGLIESE, 2019).

Recrutamento Inteligente feito em *softwares* possuem testes de perfil comportamental para avaliar *soft skills*, como aspectos comportamentais, inteligência emocional, capacidade de liderança entre outras características do candidato, procurando aspectos além das *hard skills* (SOUSA, PASSARELLI e PUGLIESE, 2019).

2.5.1.1 Machine Learning

De acordo com Monard e Baranauskas (2003), a aprendizagem de máquina é uma área da inteligência artificial cujo principal objetivo é o desenvolvimento de métodos e procedimentos computacionais sobre o aprendizado, assim como a construção de *softwares* capazes de gerar conhecimento de forma automática.

Já o autor Zhou (2021) define aprendizagem de máquina como uma técnica que prepara a performance de um sistema pelo aprendizado com experiência por meio de métodos computacionais. Em sistemas de computação, a experiência existe por meio de dados, e o principal objetivo do aprendizado de máquina é desenvolver algoritmos de aprendizagem que construam modelos por meio de dados.

Mohri, Rostamizadeh e Talwalkar (2018) definem o aprendizado de máquina como métodos computacionais que usam da experiência para melhorar a performance ou fazer previsões mais precisas. A experiência em aprendizado de máquina se refere às informações passadas para o “aluno” (o computador), que geralmente estão em formas de dados e disponíveis para análises.

2.5.1.2 Deep Learning

De acordo com Rusk (2016), o aprendizado profundo é uma forma poderosa de aprendizado de máquina que permite computadores resolverem problemas como reconhecimento de imagens e de fala. Esses procedimentos de aprendizado profundo usam múltiplas camadas de processamento para descobrir padrões e estruturas em enormes quantidades de dados.

Dargan *et al.* (2019) define aprendizado profundo como métodos que se baseiam na coleção de algoritmos de aprendizado de máquina que modelam abstrações de alto nível de dados com múltiplas transformações não lineares. A tecnologia do aprendizado profundo trabalha em cima de redes neurais artificiais que constantemente usam algoritmos de aprendizado.

Segundo Kelleher (2019), o aprendizado profundo é uma subárea da inteligência artificial que foca em criar em uma grande modelo rede neural artificial capaz de tornar as decisões mais precisas, baseadas em dados. O aprendizado é voltado mais para contextos onde os dados são mais complexos e disponíveis em grande quantidade para análise.

Naumov e Mudigere (2019) apontam que com o surgimento do *deep learning*, modelos de personalização e recomendação baseados em redes neurais têm se destacado como uma ferramenta importante para a construção de sistemas de recomendação, como no caso das redes sociais, *LinkedIn*, *Facebook* e entre outras.

2.5.2 Inteligência artificial como tecnologia de apoio

A IA destaca-se como uma das tecnologias que apoia a área de Gestão de Pessoas principalmente para as atividades de recrutamento, otimizando e automatizando as tarefas desse ramo (BLUMEN e CEPellos, 2022). Ferreira (2020) observa que o surgimento das ferramentas de inteligência artificial poderá auxiliar no processo de recrutamento das organizações, pelo motivo da ambição das organizações em viés do crescimento da sua economia e a escassez de profissionais em ramos específicos, em que a rapidez e assertividade na procura de colaboradores com o perfil certo para a empresa são cada vez mais triviais para manter e melhorar o sucesso dos processos de recrutamento.

De acordo com Blumen e Cepellos (2022), a triagem de candidatos é um dos momentos mais importantes em que é preciso a utilização da IA. Como observado por Sousa, Passarelli e Pugliesi (2019), o processo de triagem manual de currículos é uma etapa lenta e trabalhosa, além de ser estimado que nesta fase de análise de perfil dos candidatos corresponda a cerca de 70% do processo de recrutamento, tomando semanas a ser concluído, devido à grande quantidade de candidatos presentes nesta fase. Faz-se necessário utilizar essa tecnologia, pois facilita a seleção das pessoas para as próximas etapas. Ela possui a capacidade de armazenar e analisar uma imensa quantidade de dados que ajudam nessa tomada de decisão, tornando o setor mais assertivo e estratégico em sua área de atuação, ajudando os recrutadores e gestores a escolherem o perfil que mais se encaixa ao cargo e a cultura da organização (CABRAL, NUNES e PAIOLI, 2021).

Como ainda destacado por Sousa, Passarelli e Pugliesi (2019), utilizando-se da triagem manual de currículos, além de se haver um maior consumo de custo financeiros e de tempo, o candidato que mais atende-se a vaga oferecida, pode passar despercebido, ocorrendo infortúnios, tais como gastos indevidos ao contratar um novo colaborador que não se encaixa ao perfil do cargo, e novos gastos para

contratar e treinar um novo profissional mais adequado ao devido posto. É de suma importância encontrar o profissional certo, pois há de impactar nos resultados da organização.

Também é apontado por Ferreira (2020) a vantagem da utilização da IA na redução de falhas humanas no recrutamento, pois toda a programação da tecnologia é baseada em algoritmos, e se esses algoritmos estiverem devidamente programados, esses erros são reduzidos e a precisão na escolha é aumentada. Devido essa redução de erros, a IA é utilizada para a tomada de decisões, pois traz confiança a equipe de Gestão de Pessoas nas etapas de recrutamento, tanto pelo fato de poder reter grandes quantidades de informações sobre os candidatos como também reter diferentes tipo de informações, sendo qualitativa ou quantitativa, e a eficácia de identificar padrões.

Outra vantagem destacada por Ferreira (2020) é a economia de tempo. A utilização da IA na triagem de currículos pode ajudar a diminuir o trabalho feito em até 432%, e nesse sentido, seria preciso apenas um recrutador, com apoio dessa tecnologia, para realizar este trabalho, havendo a otimização do processo e a possibilidade de redimensionar as equipes de trabalho para outras atividades e processos do departamento de GP. Deste ponto, surge a necessidade de desenvolvimento de novas habilidades por parte desses profissionais, que os permitem fazer outras formas de atividades para as quais terão mais tempo, devido essa economia de tempo em tarefas manuais cedido pelo uso da IA (FERREIRA, 2020).

2.6 LinkedIn

O *LinkedIn* é a maior rede social profissional do mundo, em que cada usuário possui um perfil que funciona com um registro profissional de qualificações, habilidades, histórico de carreira profissional e conquistas. Um perfil típico desta plataforma pode conter de 5 a 40 campos estruturados e não estruturados abrangendo título, empresa, experiência, habilidades e histórico escolar (RAMANATH *et al.*, 2018).

De acordo com Geyik *et al.*(2018), o *LinkedIn Talent Solutions business* contribuiu com 65% da receita anual do *LinkedIn* e fornece ferramentas para

recrutadores encontrarem potenciais candidatos e ferramentas para pessoas que procuram empregos encontrarem vagas em que se encaixam de acordo com as especificidades.

O ambiente de emprego do *LinkedIn* foi desenvolvido como uma plataforma para conectar recrutadores e pessoas à procura de emprego (*job seekers*), e servir como um *marketplace* para potenciais candidatos encontrarem vagas de emprego de acordo com suas pretensões. A ferramenta *LinkedIn Recruiter*, permite que os recrutadores procurem por candidatos relevantes para suas vagas oferecidas, além de receber recomendações de candidatos para suas ofertas de emprego (GEYIK *et al.*, 2018).

O *LinkedIn* possui sistemas de procura de talentos e recomendações (*Talent Search and Recommendation Systems*). A solicitação de pesquisa do recrutador, juntamente com o contexto de sessão e de recrutamento são transformados em uma complexa consulta combinando campos estruturados e palavras chaves não estruturadas, e então um conjunto de resultados é obtido com base nos critérios passados, e são classificados em vários segmentos com uso de aprendizagem de máquina. O conjunto de resultados da pesquisa, juntamente com as especificações utilizadas pela pesquisa do recrutador, são registradas (*Recruiter Context*) para uso posterior, e no final o recrutador (*Recruiter Frontend*), obtém os candidatos com melhor classificação (GEYIK *et al.*, 2018).

Como apontado por Agarwal (2018), *LinkedIn* desejava conectar todos os membros da força de trabalho às oportunidades presentes no mercado de trabalho. Para isso utilizaram-se da inteligência artificial para encontrar as melhores vagas de emprego para os usuários do aplicativo e também os melhores candidatos aos recrutadores que utilizam da mídia social. O autor ainda ressalta que como a IA foi capaz de classificar com mais eficiência a grande quantidade de dados que possuíam, como anúncio de empregos, recomendações de conexões, conteúdos apresentados no *feed*, ajustado com os interesses do usuário.

Os usuários do *LinkedIn* estão conectados com a IA a todo o momento, desde de receberem recomendações de empregos, de conexões com outros usuários ou conteúdos novos no *feed* de notícias. E IA encontra-se principalmente presente aos produtos oferecidos (*LinkedIn Recruiter*) aos clientes empresariais ou recrutadores, auxiliando-os a encontrarem potenciais candidatos ou novos talentos. As aplicações

de IA proporcionadas possibilitam que os recrutadores tenham mais e melhores informações para uma melhor tomada de decisão e que consigam melhorar a eficiência e alcancem resultados mais satisfatórios para as organizações com a utilização do *LinkedIn*. Também é observado que a IA realiza tarefas como garantir que os usuários estejam protegidos de conteúdos prejudiciais, recomendando conexões para um boa experiência na plataforma e as notificações enviados aos membros sejam informativas (AGARWAL, 2018).

Agarwal (2018) também aponta que para ser feita a personalização de recomendações dos membros, foram precisos algoritmos de aprendizagem de máquina que compreendessem o conteúdo de forma ampla, pois, ao combinar a aprendizagem de máquina com os interesses dos usuários, dados do perfil e informações sobre a rede de conexões deles, é possível personalizar abrangentemente as recomendações e resultados de busca para os membros, permitindo que o *LinkedIn* entregue resultados e sugestões mais relevantes e de acordo com os interesses e necessidades de cada usuário.

O *LinkedIn* faz o uso extensivo do *deep learning*, que é uma ramificação da aprendizagem de máquina que aprende de forma automática estrutura hierárquicas e complexas que estão nos dados, fazendo o uso de redes neurais com múltiplas camadas, para compreender os mais diversos tipos de conteúdo (AGARWAL, 2018). O autor ainda enfatiza que essas formas de abordagens avançadas possibilitam processar e analisar enormes quantidades de dados de forma mais eficiente, melhorando expressivamente a eficácia de compreender as preferências, comportamentos e interesses dos membros, permitindo uma experiência mais relevante aos usuários do aplicativo.

2.6.1 *LinkedIn Recruiter*

No contexto de recrutamento e busca por talentos, no *LinkedIn* pode haver a divisão de duas categorias de usuários, os candidatos (*job seekers*) e os recrutadores (*job providers*), em que os candidatos são pessoas que procuram vagas que estão alinhadas com seus interesses e pretensões, enquanto os recrutadores são funcionários que procuram candidatos para preencher vagas em

aberto. Neste caso, o *LinkedIn Recruiter* ajuda recrutadores a encontrarem e se conectarem com potenciais candidatos (RAMANATH *et al.*, 2018).

Ramanath *et al.* (2018), apresenta um exemplo em que um recrutador faz a procura de um engenheiro de *software* especializado em aprendizado de máquina, e a partir do momento que se faz a consulta das palavras chaves “engenheiro de *software*” e “aprendizado de máquina”, o mecanismo de busca do recrutador padroniza as informações de acordo com as palavras chaves. Após isso, compara as entidades padronizadas com os perfis dos usuários.

Guo *et al.* (2018) destaca que o *LinkedIn Recruiter* provém uma lista classificada de candidatos correspondentes a uma consulta feita por algum recrutador, ou seja, dado uma solicitação de pesquisas os candidatos correspondentes a solicitação são selecionados, e após isso, classificados de acordo com diversos critérios, como experiência de trabalho e habilidades, utilizando modelos de aprendizado de máquina em diversas fases.

Para cada candidato, o recrutador pode visualizar o perfil de cada um, salvar o perfil em um projeto de contratação ou enviar uma mensagem *InMail* para o candidato (GUO *et al.*, 2018).

Guo *et al.* 2019, ressalta que existem metodologias utilizadas no sistema de busca de talentos no *LinkedIn*, e esses métodos possuem como objetivo de lidar com um conjunto de desafios únicos de recuperação de informações associados aos sistemas de recomendação e busca de talentos.

Dentre as metodologias, Guo *et al.* 2019 enfatiza que diferente de outros sistemas de busca e recomendação tradicionais, que focam apenas em estimar a relevância de um item para um determinada consulta, a busca por talentos tem que ter interesse mútuo de candidato e recrutador, ou seja, nesse método é exigido que o candidato apresentado pela pesquisa seja relevante para o recrutador e que o candidato contatado pelo recrutador demonstre interesse à vaga oferecida. Com isso há o “*InMail Accept*” (Aceitação de mensagem *InMail*) que ocorre quando um candidato recebe uma mensagem no *InMail* (*chat* do *LinkedIn*) de um recrutador e responde positivamente, em que é considerado isso como uma indicação de interesse mútuo, em que um candidato ao receber a oferta de emprego, pode aceitá-la. É utilizado a fração dos candidatos classificados que receberam e

aceitaram um *InMail* como medida de avaliação de novos modelos para o *LinkedIn Recruiter*.

Com isso, o objetivo do *LinkedIn Recruiter* é determinar uma lista classificada dos candidatos mais relevantes em tempo real dentre centenas de milhões de perfis na plataforma, o que torna a compreensão inteligente de consultas e sugestão de consultas, a seleção de candidatos e alta recuperação, algoritmos eficazes de classificação e sistemas de pontuação essenciais (GUO *et al.*, 2019).

2.7 Facebook e Instagram

O *Facebook* é uma rede social que permite os usuários se conectarem com amigos e familiares de todo o mundo, sendo possível a eles criar um perfil, adicionar fotos e vídeos, enviar mensagens e acompanhar o que está acontecendo em sua rede (TORRES, 2023). Já o *Instagram* é um aplicativo gratuito onde é possível compartilhar fotos e vídeos com os seguidores ou um grupo restrito de amigos (INSTAGRAM, 2023). No ano de 2012, o *Facebook* comprou o *Instagram*, avaliado no preço de 1 bilhão de dólares (BASTOS, 2012).

A rede social *Facebook* utiliza a técnica de sistemas de recomendações chamada *Collaborative filtering* (CF), que ajuda os usuários a descobrirem itens mais relevantes para eles, em que podem incluir páginas, grupos, eventos, jogos e dentre outros. A CF baseia-se na ideia de que as melhores recomendações vem das pessoas com gostos similares, ou seja, utiliza as avaliações históricas de itens feitas por pessoas com interesses semelhantes para prever como um usuário avaliaria um determinado item (ILIC e KABILJO, 2014).

Os sistemas de recomendações passaram a influenciar praticamente todos os aspectos das ações humanas na *internet*, sendo nas notícias lidas, produtos comprados ou entretenimento consumido (BHAGAT *et al.*, 2021), e não seria diferente no recrutamento, quando recrutadores procuram candidatos com habilidades específicas e candidatos procuram as vagas que mais os agradam. Bhagat *et al.* (2021) afirmam que os algoritmos e modelos desses tipos de sistemas aprendem as preferências do usuário ao longo de suas interações, quando o mesmo assiste um vídeo, curte uma postagem ou faz certa pesquisa.

A inteligência artificial do *Facebook* e *Instagram* prevê o quão valioso um conteúdo pode ser para um usuário, para que esse conteúdo possa ser mostrado o quanto antes, então, quando uma pessoa compartilha um *post*, é um indicador de que ela gostou da postagem (CLEGG, 2023). Seguindo essa linha de raciocínio, na visão de recrutamento em mídias sociais, podemos concluir que no *Facebook* e *Instagram*, quanto mais candidatos reagirem às vagas e oportunidades de emprego, mais postagem e propagandas sobre cargos a serem preenchidos por corporações serão recomendados ao candidato.

O *Facebook*, da mesma forma que o *LinkedIn*, permite os usuários listar informações sobre a carreira profissional e acadêmica, usar a plataforma como um currículo em mídia social, além de possibilitar candidatos conectarem por meio de *tags* as empresas que trabalham, permitindo que empregadores possam ver onde o candidato já trabalhou (SMITH, 2023). Portanto, o recrutador pode pesquisar por palavras chaves como “desenvolvedor de *software*” ou “engenheiro da computação” que poderá encontrar usuários que exercem esses cargos.

No *Facebook* também, houve a função para ajuda de recrutamento chamada Empregos no *Facebook* (*Facebook Jobs*). Essa função permitia que empresas de qualquer tamanho encontrassem e contratassem os candidatos mais adequados para o cargo, sendo que já ajudou pessoas a encontrar mais de um milhão de empregos em diversas áreas, e a ferramenta Empregos no *Facebook* possuía o benefício de ser gratuita e de fácil uso (META, 2023). Porém a ferramenta foi desativada em 22 de fevereiro de 2023.

3 Metodologia

A pesquisa feita neste trabalho foi de caráter qualitativo e contemplou, em um primeiro momento, uma revisão da literatura por meio de pesquisas de livros, artigos e periódicos científicos no *Google* acadêmico, e também *sites* oficiais das redes sociais aqui apresentadas, acerca dos temas de Gestão de pessoas, Recrutamento, Mídias Sociais, Tecnologias de Apoio, Inteligência Artificial, e as redes sociais *LinkedIn*, *Facebook* e *Instagram*.

Logo após, foi realizada a coleta de dados por meio de um questionário que teve como objetivo recolher informações de recrutadores de 8 empresas no segmento de tecnologias da informação que utilizam as redes sociais com a finalidade de recrutar profissionais para seus quadros de funcionários.

O questionário foi feito e disponibilizado entre 01/06/2023 à 10/07/2023 no *Google Forms*, serviço gratuito para criar formulários *online*. As perguntas estavam relacionadas desde saberes como a descrição da IA pelos recrutadores, a redes sociais utilizadas no recrutamento de talentos, a percepção de seus benefícios, o uso das mídias sociais para o encontro de candidatos com habilidades específicas e dentre outros aspectos.

Os dados coletados no *Google Forms* foram analisados de tal forma para confirmar o uso da inteligência artificial no recrutamento em mídias sociais e por consequente, sua ajuda e influência nas decisões dos recrutadores. Redes sociais como *LinkedIn*, *Facebook* e *Instagram*, as quais possuem sistemas de recomendação criados com o uso de inteligência artificial, em que se é possível pesquisar pessoas de acordo com sua habilidades e treinamentos, locais onde estudaram e se formaram, além das carreiras as quais atuam ou já atuaram durante a vida profissional.

O o objetivo deste trabalho foi compreender o recrutamento em mídias sociais e a inteligência artificial como tecnologia de apoio, dessa forma não foi abordado sites de emprego ou de recrutamento, em que muitos desses possuem a própria inteligência artificial desenvolvida, sendo uma sugestão para futuros trabalhos averiguar o desempenho da IA para o recrutamento em tais sites, o que poderia transcorrer sobre a influência e impacto da IA no processo de recrutamento *online*, sendo possível abranger-se sobre a triagem automatizada de currículos,

identificação de candidatos por de competências, habilidades e comportamentos ou outros assuntos.

4 Perfil das Empresas abordadas

No total, recrutadores de 8 empresas responderam ao questionário. A área de atuação das empresas se concentra em serviços de tecnologia da informação, como mostrado na coluna “Setor de Atuação” na Tabela 1. Das 8 empresas, 7 se localizam na cidade de Belo Horizonte e 1 na cidade de São Paulo, como mostra na coluna “Localização Geográfica”. Microempresas são caracterizadas por possuírem até 9 funcionários e uma receita bruta anual de R\$360.000 reais (SEBRAE), o que corresponde a 6 empresas das apresentadas na tabela. Já as empresas restantes, que são apenas 2, são consideradas de pequeno porte, já que possuem entre 10 a 50 funcionários e uma receita bruta anual de R\$360.000 reais a R\$4.800.000,00 (SEBRAE).

Tabela 1 - Informações das empresas dos recrutadores

	Setor de Atuação	Tamanho da Empresa	Localização Geográfica	Faturamento Anual
Empresa 1	Serviços de Engenharia de Software	1 a 10 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	R\$ 130.001,00 a R\$ 360.000,00
Empresa 2	Desenvolvimento de Programas de Computador Sob Encomenda	1 a 10 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	R\$ 130.001,00 a R\$ 360.000,00
Empresa 3	Suporte Técnico, Manutenção e Outros Serviços Em Tecnologia da Informação	1 a 10 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	R\$ 130.001,00 a R\$ 360.000,00
Empresa 4	Consultoria Em Tecnologia da Informação	1 a 10 funcionários	São Paulo, São Paulo	R\$ 360.001,00 a R\$ 1.800.000,00

Empresa 5	Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-customizáveis	21 a 50 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	R\$ 1.800.001,00 a R\$ 4.800.000,00
Empresa 6	Suporte Técnico, Manutenção e Outros Serviços Em Tecnologia da Informação	11 a 20 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	R\$ 1.800.001,00 a R\$ 4.800.000,00
Empresa 7	Serviços de Engenharia de Software	1 a 10 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	R\$ 130.001,00 a R\$ 360.000,00
Empresa 8	Consultoria Em Tecnologia da Informação	1 a 10 funcionários	Belo Horizonte, Minas Gerais	Não disponível

Fonte: Econodata (2023).

5 Resultados

Após a análise bibliográfica sobre recrutamento, redes sociais, inteligência artificial e as respostas de recrutadores ao questionário, foi possível chegar a certas observações que serão descritas a seguir.

5.1 Inteligência Artificial sobre a perspectiva dos entrevistados

A primeira pergunta do questionário estava relacionada ao conhecimento dos recrutadores em relação à IA (Você já ouviu falar ou sabe o que é Inteligência Artificial?) e a segunda sobre haver alguma IA específica utilizada pela corporação (A empresa utiliza alguma Inteligência Artificial específica para o recrutamento?). Três entrevistados conseguiram descrever o que é Inteligência Artificial, o restante não soube bem ou não conseguiu descrever. Na segunda pergunta, sobre alguma Inteligência Artificial específica utilizada, a maioria escolheu a opção “Não sei dizer” ou “Não”. A terceira pergunta (Caso a última resposta seja positiva, qual Inteligência Artificial é utilizada?) estava condicionada à segunda, que caso alguma Inteligência Artificial específica fosse utilizada, mencionar qual era. Neste caso, nenhuma IA foi mencionada.

5.2 Mídias Sociais Utilizadas

A quarta pergunta (Quais mídias sociais são utilizadas para o recrutamento de candidatos?) foi feita em forma de *checkboxes* e estava voltada para quais mídias sociais eram utilizadas no recrutamento de candidatos, tendo as opções de escolha as redes sociais mais utilizadas, *LinkedIn*, *Facebook* e *Instagram*, além da opção de “Não utilizamos redes sociais para o recrutamento” e “Outros”, caso o recrutador utilizasse alguma rede social além das destacadas. O *LinkedIn* foi a rede social mais apontada para o recrutamento de candidatos respondido pelos recrutadores no questionário, sendo utilizado por todos, visto que essa plataforma é voltada para fins profissionais (LINKEDIN, 2022) como para a procura de emprego e recrutamento de candidatos. Outras plataformas também citadas foram o *Instagram*

e *Facebook*. No total, 5 recrutadores utilizam somente *LinkedIn* e 3 utilizam *LinkedIn*, *Facebook* e *Instagram*.

5.3 Captação de Potenciais Candidatos

A quinta pergunta (Das redes sociais selecionadas, como a empresa utiliza delas para atrair potenciais candidatos?) aborda sobre como é utilizada as redes sociais para atrair potenciais candidatos. Os recrutadores mencionaram sobre a postagem nas redes, alguns destacando os benefícios oferecidos, sendo citados por entrevistados o custeio da organização de cursos de capacitação para os funcionários, rápido crescimento dentro do ambiente de trabalho, vale-refeição e vale-transporte, planos de saúde, além também dos próprios salários. Vale ressaltar também, que usuários que utilizam as redes sociais como *LinkedIn* recebem mensagens com recomendações de vagas de acordo com as habilidades, conhecimentos e configuração de algumas preferências, e ao receber recomendações que apresentam tais benefícios, podem pesar para o candidato optar por participar no recrutamento de tais vagas. Ou seja, a recomendação personalizada, que acontece por meio da inteligência artificial, faz com que a vaga seja apresentada para potenciais candidatos, e com a presença de benefícios oferecidos pela organização, pesem ainda mais em suas escolhas.

5.4 Ferramentas de recrutamento oferecidos pelas Redes Sociais

Na sexta pergunta (O LinkedIn oferece o Recruiter, ferramenta voltada para ajudar recrutadores a encontrar candidatos com o perfil ideal para as vagas oferecidas. Das redes sociais utilizadas, há alguma ferramenta oferecida por essa mídia social que a empresa utiliza para auxiliar a encontrar potenciais candidatos? Se sim, qual seria?), ressaltamos aos recrutadores sobre o *Recruiter*, ferramenta oferecida pelo *LinkedIn* para o recrutamento de candidatos, já abordado na seção 2.6.1 *LinkedIn Recruiter*. Questionados se das Redes sociais que utilizam, havia alguma ferramenta semelhante a essa utilizada. Todos os recrutadores apenas mencionaram que utilizam o *LinkedIn Recruiter*.

5.5 Mídias sociais para identificação de habilidades específicas

A sétima pergunta (A empresa pesquisa por habilidades específicas para encontrar candidatos nas redes sociais?), foi relacionada à procura dos recrutadores por profissionais utilizando-se habilidades específicas como palavras-chaves. Todos os recrutadores afirmaram procurar candidatos por meio de habilidades específicas nas redes sociais, destacando o *LinkedIn* da mesma forma. Foi destacado por alguns recrutadores a possibilidade de analisar currículos e portfólios *online*, sendo possível a análise de projetos e trabalhos feitos e conquistas profissionais ao longo da carreira para avaliar e verificar as habilidades específicas dos candidatos. Também, como é o caso do *LinkedIn*, é possível ter recomendações de colegas de trabalho na plataforma, verificando as habilidades dos candidatos, além da própria recomendação do *LinkedIn*, em que há recomendações de perfis com as competências e características procuradas pelo recrutador.

5.6 Triagem tradicional e triagem pelas redes sociais

Na oitava pergunta (Houve diferenças entre a triagem tradicional e a triagem feita nas redes sociais?), os recrutadores foram questionados pela diferença entre a triagem pelas mídias sociais e a forma tradicional, todos destacaram ponto positivo e maior dinamismo feito pelas mídias sociais, em que é permitido fazer análises mais amplas além das fornecidas pelo currículo. Pelas redes sociais é possível observar os interesses, atividades e recomendações de colegas de trabalho. A otimização do tempo também é destaque, pois permite um alcance maior a candidatos, ou seja, a divulgação de vagas para um enorme quantidade de pessoas em menor espaço de tempo. Muito se deve a utilização de algoritmos de IA que contribuem para o processo de triagem.

5.7 Relação Mídia Social e Inteligência Artificial

Na nona e última pergunta (Em sua opinião, você acredita que possa existir alguma relação entre as mídias sociais e a inteligência artificial para encontrar potenciais candidatos?), os recrutadores foram questionados sobre a relação das

redes sociais com a IA na ajuda de encontrar novos funcionários. Houve afirmações de que a inteligência artificial tem papel importante nesse procedimento, visto que ajuda na recomendação de potenciais candidatos, além de filtrar perfis de acordo com os textos inseridos na barra de pesquisa, e na rede social como *LinkedIn*, sugerir conexões que possam ajudar na potencialização de recrutamentos. Também houve destaque, no caso do *LinkedIn*, poder pesquisar por habilidades específicas para encontrar pessoas e candidatos que possam se encaixar no perfil das vagas oferecidas. É importante ressaltar que também é possível pesquisar por palavras-chaves no *Facebook* para a procura de usuários, mas não possuindo a mesma eficiência do que a do *LinkedIn*.

6 Conclusões

Este trabalho teve como objetivo analisar o recrutamento em mídias sociais e inteligência artificial com tecnologia de apoio, visto ao uso das redes sociais voltadas para o recrutamento de candidatos, que de forma não aparente, utilizam algoritmos de inteligência artificial. Como apontado pelos entrevistados, a IA melhora e ajuda na eficiência e desempenho no recrutamento feito com a utilização de mídias sociais.

Foi possível observar por meio dos resultados adquiridos pelas respostas do questionário pelos entrevistados, todos utilizam rede social como forma de recrutamento, em especial o *LinkedIn*, tendo essa plataforma o serviço oferecido chamado *Recruiter*. Redes sociais como *Facebook* e *Instagram* também estiveram presentes.

Esse trabalho detalhou alguns aspectos da utilização do recrutamento em mídias sociais e o papel da inteligência artificial nessa área. Mostrou como a inteligência artificial ajuda no recrutamento nessas plataformas, como a possibilidade por parte dos recrutadores de procurar candidatos por habilidades específicas. Da mesma forma apresentou a presença da IA nos sistemas de recomendação de candidatos aos recrutadores, assim como a recomendação de vagas aos candidatos. Mostrou também que há recrutadores que, embora não saibam detalhar o que é a IA, a utilizam nos recrutamentos em mídias sociais, devido a presença dessa tecnologia nessas plataformas, selecionando o tipo de conteúdo, usuarios e postagens que aparecerão aos recrutadores, ou seja, as recomendações com maior probabilidade de agradá-los.

Como sugestão para trabalhos futuros, seria importante explorar mais profundamente a aplicação da IA no recrutamento em mídias sociais, voltando o foco para ferramentas direcionadas especificamente para sites de recrutamento ou de empregos, em que muitos desses sites estão adotando sua própria inteligência artificial para aprimorar os processos de seleção e correspondência entre candidatos e vagas. Estudar o impacto dessas ferramentas, sua eficácia e suas implicações éticas seria um campo de pesquisa promissor, que poderia proporcionar conhecimentos valiosos para empresas e profissionais de recursos humanos. Além disso, seria importante avaliar como a regulamentação e as diretrizes éticas se

aplicam a essa crescente utilização de IA no recrutamento, visando garantir práticas justas e transparentes. Essas questões representam um território pouco explorado que merece uma análise profunda para que haja uma melhor compreensão de como a IA está influenciando o futuro do recrutamento.

Referências

ABREU, Cristina Valadares; FREITAS, Maria Nivalda de Carvalho. **Seleção por Competências: A Percepção dos Profissionais de RH sobre o Método de Seleção por Competências**. Pesquisas e Práticas Psicossociais, v. 4, n. 2, p. 225-234, 2009.

AGARWAL, Deepak. An Introduction to AI at LinkedIn. **LinkedIn Engineering**. 9 de out. de 2018. Disponível em: <https://engineering.linkedin.com/blog/2018/10/an-introduction-to-ai-at-linkedin>. Acesso em: 21 de jun. de 2023.

ARAÚJO, Juliana Gonçalves de. **E-Recrutamento, Seleção e Redes Sociais: Uma Análise das Redes Sociais e Sua Influência sobre as Práticas de Recrutamento e Seleção**. Trabalho de Conclusão de Curso - Repositório Digital Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, 2022.

AKITA, Laura da Silva; SANTOS, Gabriele Carvalho dos; VEN NCIO, Gabriely Vitória dos Santos. **Recrutamento e Seleção de Pessoas**. Repositório Institucional do Conhecimento do Centro Paula Souza, 2021.

BHAGAT, Smriti et al. When Do Recommender Systems Amplify User Preferences? A Theoretical Framework and Mitigation Strategies. **Meta**. 06 de ago. de 2021. Disponível em: <https://research.facebook.com/blog/2021/8/when-do-recommender-systems-amplify-user-preferences-a-theoretical-framework-and-mitigation-strategies/>. Acesso em: 27 jun. 2023.

BLUMEN, Daniel; CEPellos, Vanessa Martines. **Dimensões do Uso de Tecnologia e Inteligência Artificial (IA) em Recrutamento e Seleção (R&S): Benefícios, Tendências e Resistências**. Cadernos EBAPE. BR, v. 20, n. 2, p. 350-364, 2022.

CABRAL, José Antônio; NUNES, Rair Soares. **A Inteligência Artificial no Departamento de Recursos Humanos: Um Estudo de Caso sobre a IA no Processo de Recrutamento e Seleção**. SciELO, 2021.

CAMILO, Juliana et al. (eds.). **Gestão de Pessoas: Práticas de Recrutamento e Seleção por Competências**. Editora Senac São Paulo, 2021.

CARVALHO, Ieda Maria Vecchioni. **Recrutamento e Seleção por Competências**. Editora FGV, 2015.

BARBOSA, Xênia De Castro. **Breve Introdução à História da Inteligência Artificial**. Jamaxi, v. 4, n. 1, 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. Elsevier Brasil, 2008.

CLEGG, Nick. How AI Influences What You See on Facebook and Instagram. **Meta**. 29 de jun. de 2023. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2023/06/how-ai-ranks-content-on-facebook-and-instagram/>. Acesso em: 24 jun. 2023.

COSTA, Livia de Cássia. **A Tecnologia da Informação na Gestão do Recrutamento e Seleção: A Importância do Recrutamento Online**. Repositório Institucional Universidade Federal Fluminense, 2019.

DARGAN, Shaveta et al. **A Survey of Deep Learning and Its Applications: A New Paradigm to Machine Learning**. Archives of Computational Methods in Engineering, v. 27, p. 1071-1092, 2020.

DEWING, Michael. **Social Media: An Introduction**. Ottawa: Library of Parliament, 2010.

DIGITAL 2022: BRAZIL. **DataReportal**, 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 04 set. 2022.

FAISSAL, Reinaldo et al. **Atração e Seleção de Pessoas**. Editora FGV, 2015.

FERREIRA, Beatriz da Ponte. **Inteligência Artificial no Recrutamento e Seleção: Amiga ou Inimiga? Percepções e Atitudes de Profissionais de Recrutamento e Seleção Portugueses**. Dissertação de Mestrado, 2020.

GOMES, Márcia; REIS, Rodrigo César; CENTURIÓN, Wanusa Campos. **Recrutamento e Seleção Estratégicos: Processos Tradicionais e a Influência das Mídias Sociais**. Congresso de Gestão, Negócios e Tecnologia da Informação – CONGENTI, 2017.

GULINI, Aldérico Silvio; INÁCIO, Francislaine Dias. **As Redes Sociais como Ferramenta no Processo de Recrutamento e Seleção de Pessoas**. Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC, v. 3, n. 2, p. 26-35, 2016.

GUIMARÃES, Marilda Ferreira; ARIEIRA, Jailson de Oliveira. **O Processo de Recrutamento e Seleção como uma Ferramenta de Gestão**. Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR, v. 6, n. 2, 2005.

GEYIK, Sahin Cem et al. **Talent Search and Recommendation Systems at LinkedIn: Practical Challenges and Lessons Learned**. The 41st International ACM SIGIR Conference on Research & Development in Information Retrieval, 2018.

GUO, Qi et al. The AI behind LinkedIn Recruiter Search and Recommendation Systems. **LinkedIn Engineering**. 22 de abr. de 2019. Disponível em: <<https://engineering.linkedin.com/blog/2019/04/ai-behind-linkedin-recruiter-search-and-recommendation-systems>>. Acesso em: 23 jun. 2023.

ILIC, Aleksandar; KABILJO, Maja. Recommending Items to More Than a Billion People. **Engineering at Meta**. 02 de jun. de 2015. Disponível em: <<https://engineering.fb.com/2015/06/02/core-data/recommending-items-to-more-than-a-billion-people/>>. Acesso em: 27 jun. 2023.

KELLEHER, John D. **Deep Learning**. MIT Press, 2019.

LIMA, A.S.H.; RABELO, A.A. **A Importância do E-Recrutamento e Seleção Online no Processo Organizacional**. Revista Psicologia, Diversidade e Saúde, v. 7, n. 1, p. 139-148, 2018.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina; ARELLANO, Eliete Bernal. **Os Processos de Recrutamento e Seleção. As Pessoas na Organização**. São Paulo: Ed. Gente, 2002.

LINKEDIN. **About LinkedIn**. LinkedIn Corporation, 2022.

META. Sobre os Empregos no Facebook. **META**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/help/2294865670556540>>. Acesso em: 25 jun. 2023.

MIGLIOLLI, Daiane Cervelin. **Recrutamento e Seleção**. Indaial: UNIASSELVI, 2018.

MOHRI, Mehryar; ROSTAMIZADEH, Afshin; TALWALKAR, Ameet. **Foundations of Machine Learning**. MIT Press, 2018.

MONARD, Maria Carolina; BARANAUSKAS, José Augusto. **Conceitos sobre Aprendizado de Máquina**. In: Sistemas Inteligentes-Fundamentos e Aplicações, v. 1, n. 1, 2003.

MOURA, Rute Isabel Mondingas de. Recrutamento Online. **Dissertação de Mestrado, Universidade Europeia-Laureate International Universities**, 2015.

NAUMOV, Maxim; MUDIGERE, Dheevatsa. **DLRM: An Advanced, Open Source Deep Learning Recommendation Model**. Meta AI. 02 de jul. de 2019. Disponível em:

<https://ai.meta.com/blog/dlrm-an-advanced-open-source-deep-learning-recommendat>

ion-model/. Acesso em: 27 jun. 2023.

ORSI, Daniela Fernandes De Oliveira; RODRIGUES, Thays; ASSIS, Marcio Sousa. **A Inteligência Artificial Aplicada em Processos de Recrutamento e Seleção**. Revista Acadêmica Faculdade Progresso, v. 7, n. 2, 2022.

PEDROSO, Júlia de Souza; SILVA, Kauana Soares da; SANTOS, Laiza Padilha dos. **Pesquisa Descritiva e Pesquisa Prescritiva**. JICEX, v. 9, n. 9, 2017.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. **Pesquisa Exploratória: Procedimento Metodológico para o Estudo de Fatores Humanos no Campo da Saúde Pública**. Revista de Saúde Pública, v. 29, p. 318-325, 1995.

PONTES, Benedito Rodrigues. **Planejamento, Recrutamento e Seleção de Pessoal**. LTr Editora, 2001.

RAMANATH, Rohan et al. **Towards Deep and Representation Learning for Talent Search at LinkedIn**. Proceedings of the 27th ACM International Conference on Information and Knowledge Management, 2018.

RIBEIRO, Antonio de Lima. **Gestão de Pessoas**. Saraiva Educação SA, 2017.

RUSK, Nicole. **Deep Learning**. Nature Methods, v. 13, n. 1, p. 35-35, 2016.

REIS, Beatriz de Felipe; GRAMINHO, Vivian Maria Caxambu. **A Inteligência Artificial no Recrutamento de Trabalhadores: O Caso Amazon Analisado sob a Ótica dos Direitos Fundamentais**. In: Seminário Internacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea, 2019.

SEBRAE. **Entenda as diferenças entre Microempresa, Pequena Empresa e MEI**. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCR>

[D](#). Acesso em: 05 set. 2023.

SILVA, Ana Isabel Ferreira da. **O Impacto da Inteligência Artificial na Gestão de Recursos Humanos: O Caso do Recrutamento e Seleção**. Dissertação de Mestrado, 2022.

SILVA, Francine Souza; SILVA, Francielle Molon da. **As Redes Sociais Virtuais e Sua Influência nos Processos de Recrutamento e Seleção**. Revista de Carreiras e Pessoas, v. 11, n. 2, 2021.

SOUSA, Daniel Marcos Miranda de; PASSARELLI, Samuel Eduardo; PUGLIESI, Jaqueline Brigidori. **A Inteligência Artificial no Recrutamento e Seleção de Pessoas**. Repositório Institucional do Conhecimento do Centro Paula Souza, 2020.

SMITH, M.A. How to Use Facebook as a Social Media Resume. **TopResume**. Disponível em: <https://www.topresume.com/career-advice/use-facebook-as-a-social-media-resume> >. Acesso em: 24 jun. 2023.

TEIXEIRA, João. **O Que É Inteligência Artificial**. E-galáxia, 2019.

ZHOU, Zhi-Hua. **Machine Learning**. Springer Nature, 2021.

APÊNDICES

Perguntas do questionário:

1. Você já ouviu falar ou sabe o que é Inteligência Artificial?
2. A empresa utiliza alguma Inteligência Artificial específica para o recrutamento?
 - Sim
 - Não
 - Não sei dizer
3. Caso a última resposta seja positiva, qual Inteligência Artificial é utilizada?
4. Quais mídias sociais são utilizadas para o recrutamento de candidatos?
 - Facebook
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Não utilizamos redes sociais para o recrutamento
 - Outras
5. Das redes sociais selecionadas, como a empresa utiliza delas para atrair potenciais candidatos?
6. O LinkedIn oferece o Recruiter, ferramenta voltada para ajudar recrutadores a encontrar candidatos com o perfil ideal para as vagas oferecidas. Das redes sociais utilizadas, há alguma ferramenta oferecida por essa mídia social que a empresa utiliza para auxiliar a encontrar potenciais candidatos? Se sim, qual seria?
7. A empresa pesquisa por habilidades específicas para encontrar candidatos nas redes sociais?
8. Houve diferenças entre a triagem tradicional e a triagem feita nas redes sociais?
9. Em sua opinião, você acredita que possa existir alguma relação entre as mídias sociais e a Inteligência Artificial para encontrar potenciais candidatos?