

Empresas usam redes sociais para investigar candidatos

Adriana Fonseca

Conexões no LinkedIn, Facebook e Twitter ajudam empresas a divulgar vagas e também a traçar um perfil social e profissional dos interessados.

A gerente de remuneração Fernanda Saraiva, 29 anos, criou seu perfil no LinkedIn em 2007. Na época, ela trabalhava com desenvolvimento de sistemas para a área de recursos humanos em uma multinacional e achou importante conhecer a rede social. Quando percebeu que as empresas estavam usando o site para procurar profissionais, passou a ser mais ativa. "Atualizei meu currículo, descrevendo melhor as responsabilidades que tive em cada emprego, e comecei a participar de grupos de discussão da minha área", diz.

A estratégia rendeu frutos. Em abril deste ano Fernanda foi contatada, via rede social, pela recrutadora da SAP Brasil. "Recebi a mensagem no LinkedIn dizendo que a empresa gostaria de me entrevistar para uma vaga de gerente de remuneração", conta. Fernanda respondeu, também pela rede, e foi contratada em junho. O processo de seleção, depois do primeiro contato virtual, correu normalmente com conversas por telefone e entrevistas pessoais.

Essa não foi a primeira vez que a profissional recebeu uma proposta de emprego pela internet. "Antes da SAP, eu já havia sido abordada por pelo menos cinco consultorias e duas outras empresas", revela.

Fernanda não é a única. Cada vez mais as companhias usam redes sociais para encontrar bons profissionais. "A SAP usa o LinkedIn para recrutamento em escopo internacional desde 2009 para todos os níveis, desde o mais técnico até a diretoria", afirma Paula Jacomo, diretora de recursos humanos da SAP Brasil. Segundo ela, a empresa divulga suas vagas no site para receber contato dos interessados e também atua de forma proativa, tentando descobrir talentos. "Fazemos buscas em 'empresas target' e por palavras-chave, de acordo com as qualificações necessárias para cada cargo." O LinkedIn já é a segunda maior fonte de contratação da companhia, perdendo apenas para as indicações feitas pelos próprios funcionários.

Participar de grupos de discussão na internet é um bom caminho para entrar no radar dos recrutadores. Alessandra Thomazini da Silva, 37 anos, coordenadora de comunicação no grupo TBA, foi encontrada pelo RH da empresa quando debatia sobre comunicação interna no LinkedIn. "Nos grupos, é possível mostrar que você realmente entende de determinados assuntos", diz Alessandra. Só no mês de junho, o grupo TBA contratou oito pessoas pela web.

Tomar a iniciativa e se candidatar às vagas oferecidas nas redes também funciona. Foi o que aconteceu com César Tessaro, gerente de consultoria na Ernst & Young Terco. Usuário assíduo de redes sociais, ele sempre entrava no LinkedIn para participar de grupos de discussão com a intenção de obter informações úteis para o seu trabalho. Um dia, porém, o quadro "trabalhos que podem lhe interessar" - exibido cada vez que o usuário entra no site - chamou sua atenção. Nele, estava a vaga na Ernst & Young Terco. "Não estava procurando emprego, mas a oportunidade pareceu boa e me inscrevi no processo de seleção", lembra. No dia seguinte, recebeu um contato da empresa e foi contratado pouco depois.

Não são só as empresas, mas também os headhunters adotaram as redes sociais para contratar executivos. "Há pelo menos quatro anos, tenho como prática usar a internet para encontrar bons profissionais", afirma Henrique Gamba, gerente de recrutamento para a área de TI da Hays. Ele afirma que as pessoas mantêm seus currículos sempre atualizados no LinkedIn e isso dá uma vantagem ao site em relação aos bancos de currículos das empresas e consultorias.

As redes sociais são usadas também para checar dados dos candidatos a uma vaga de emprego. Para Ana Carla Guimarães, gerente de recrutamento para a área financeira da Robert Half, cada rede tem uma finalidade: o LinkedIn para conhecer melhor o perfil profissional dos executivos enquanto no Facebook, pede recomendações do candidato para

seus conhecidos. Já no Twitter, compreende melhor a opinião do profissional sobre determinados assuntos. "Pelos comentários feitos, consigo perceber se a pessoa tem ideias compatíveis com o perfil da empresa contratante", afirma.

Ainda assim, a headhunter diz que é difícil encontrar algo que elimine um interessado de um processo de seleção. "Nunca vi um recrutador descartar alguém por algo compartilhado na internet." Para Henrique Gamba, da Hays, essa prática é mais comum em seleções que envolvem profissionais em início de carreira. "Nesses casos, há muita gente concorrendo e é preciso filtrar os candidatos de alguma maneira."

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 14 set. 2011, Eu&Investimentos, p. D10.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.