

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - UFF**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ANGELA PEREIRA DA SILVA**

**BUSCA POR EMPREGO: A EXPERIÊNCIA  
DE JOVENS NA REDE SOCIAL LINKEDIN**



**NITERÓI**  
**2022**

ANGELA PEREIRA DA SILVA

**BUSCA POR EMPREGO: A EXPERIÊNCIA DE JOVENS NA REDE SOCIAL  
LINKEDIN**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal Fluminense como requisito final de avaliação para obtenção de grau em Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra Ana Raquel Coelho Rocha

NITERÓI

2022

Ficha catalográfica automática - SDC/BAC  
Gerada com informações fornecidas pelo autor

8586b Silva, Angela Pereira da  
Busca por emprego: A experiência de jovens na rede social  
LinkedIn / Angela Pereira da Silva. - 2022.  
49 f.

Orientador: Ana Raquel Coelho Rocha.  
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade  
Federal Fluminense, Faculdade de Administração e Ciências  
Contábeis, Niterói, 2022.

1. Busca por emprego. 2. Recrutamento. 3. Redes sociais. 4.  
LinkedIn. 5. Produção intelectual. I. Coelho Rocha, Ana  
Raquel, orientador. II. Universidade Federal Fluminense.  
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis. III.  
Título.

CDD - XIX

# **BUSCA POR EMPREGO: A EXPERIÊNCIA DE JOVENS NA REDE SOCIAL LINKEDIN**

**Por**

**ANGELA PEREIRA DA SILVA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal Fluminense como requisito final de avaliação para obtenção de grau em Bacharel em Administração.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra Ana Raquel Coelho Rocha

---

Prof. Dr. Sergio de Sousa Montalvão

---

Prof<sup>a</sup>. Dra Debora Boguea Da Costa Tayt Son

Niterói, 16 de dezembro de 2022

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por ter me dado saúde e coragem para concluir mais essa etapa da minha vida.

A minha mãe pode ter me incentivado a fazer a prova de reingresso na UFF e acreditar que eu era capaz. Obrigada por me encorajar e não me fazer desistir desse sonho. Ao meu pai que nunca mediu esforços e sempre me ajudou em todos os momentos. Essa conquista também é de vocês.

A minha orientadora Ana Raquel por toda disponibilidade, dedicação, paciência e atenção em todos os momentos. Obrigada por levar esse período de uma forma leve e ímpar.

Agradeço à minha família, em especial ao meu irmão por ser um ombro amigo e sempre estar disponível para me ajudar.

Aos amigos que me acompanharam durante esse período da graduação e foram bons ouvintes quando eu mais precisei.

Muito obrigada a todos que acreditaram e torceram para que esse sonho fosse realizado.

## RESUMO

A internet é um importante veículo de comunicação e modificou a forma de realizar os processos de recrutamento e seleção. As empresas tiveram que se adaptar às tendências tecnológicas. A internet, então, tornou-se um forte aliado para a divulgação de vagas pelas empresas, servindo como uma ferramenta para quem busca oportunidades e auxiliando os recrutadores na procura por profissionais. Redes sociais como o LinkedIn que tem um cunho profissional, facilitam e promovem uma interação entre os profissionais e as organizações que desejam contratar ou serem contratados, além de proporcionar a construção e desenvolvimento do *networking* e interações sociais. A rede social LinkedIn permite que pessoas do mundo todo possam se comunicar e ter acesso ao perfil profissional na rede. Os jovens atualmente estão cada vez mais conectados nas redes sociais, por pertencerem a uma geração tecnológica. Na tentativa de ingressar no mercado de trabalho, que está cada vez mais competitivo e dinâmico, eles utilizam redes sociais como o LinkedIn para apoiar nessa procura. Diante desse contexto, este trabalho tem como objetivo averiguar se os jovens procuram emprego pelo LinkedIn e se reconhecem essa rede como um meio facilitador. Para isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório com 16 jovens entre 18 e 29 anos. Após a aplicação da pesquisa, transcrição e análise das entrevistas, os dados foram organizados em seis categorias: meios utilizados para procurar emprego; busca ativa e passiva por emprego; conexões; perfil na rede e tipos usuários; comportamento do usuário; e pontos de melhorias. Por fim, os principais resultados obtidos mostraram a importância do LinkedIn nesse momento de procura por emprego, a relação do usuário com a rede, vivências na rede social e as vantagens de utilizar o LinkedIn.

**Palavras-chave:** busca por emprego; jovens; recrutamento; redes sociais; linkedIn

## ABSTRACT

The internet is an important communication vehicle and has changed the way recruitment and selection processes are carried out. Companies had to adapt to technological trends. The internet, then, became a strong ally for companies to publicize vacancies, serving as a tool for those looking for opportunities and helping recruiters in their search for professionals. Social networks like LinkedIn, which have a professional nature, facilitate and promote interaction between professionals and organizations that want to hire or be hired, in addition to providing the construction and development of networking and social interactions. LinkedIn social network allows people from all over the world to communicate and have access to professional profile on the network. Young people are currently increasingly connected on social networks, as they belong to a technological generation. In an attempt to enter the job market, which is increasingly competitive and dynamic, they use social networks such as LinkedIn to support this search. Given this context, this work aims to find out if young people look for jobs through LinkedIn and if they recognize this network as a facilitator. For this, a qualitative exploratory research was carried out with 16 young people between 18 and 29 years old. After the application of the research, transcription and analysis of the interviews, the data were organized into six categories: means used to look for a job; active and passive job search; connections; network profile and user types; user behavior; and improvement points. Finally, the main results obtained showed the importance of LinkedIn at this time of job search, the user's relationship with the network, experienced on the social network and the advantages of using LinkedIn.

**Keywords:** job search; young; recruitment; social media; linkedIn

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
1.1 Contexto .....	8
1.2 Problema de Pesquisa .....	9
1.3 Objetivo Geral .....	9
1.4 Objetivos Específicos .....	9
1.5 Justificativa do Estudo .....	10
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
2.1 Redes Sociais e eventuais distinções .....	12
2.2 A relação das redes sociais e a busca por emprego pelos jovens .....	14
2.3 Recrutamento de profissionais .....	16
2.4 LinkedIn .....	18
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	<b>21</b>
3.1 Objetos de estudo e sujeitos investigados .....	22
<b>4. RESULTADOS</b> .....	<b>25</b>
4.1 Meios utilizados na busca por emprego .....	25
4.2 Busca ativa e passiva .....	28
4.3 Conexões estabelecidas no LinkedIn .....	31
4.4 Perfil na rede e tipos de usuários .....	34
4.5 Comportamento do usuário .....	37
4.6 Pontos de melhorias .....	42
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>45</b>
<b>APÊNDICE – ROTEIRO SEMI ESTRUTURA</b> .....	<b>48</b>



## 1. INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas têm desencadeado uma transformação nas relações de trabalho. A internet atualmente é um dos canais mais utilizadas para comunicação entre pessoas, principalmente quando relacionado ao público mais jovem, como aponta Silveira (2017).

Com o advento da internet, surgiram as redes sociais que tem por intuito reunir um grupo de pessoas que, juntas, e com relações entre si, partilham objetivos em comum. Por meio das redes sociais, é possível realizar o compartilhamento de informações e de conhecimento, mediante as relações entre os atores que as integram (SILVEIRA, 2017).

Jovens e adultos estão cada vez mais conectados às redes sociais. Dentre os fatores que levam usuários a se cadastrarem, podem ser citados: entretenimento, facilidade em se comunicar e acessibilidade à informação (CIRIBELI; PAIVA, 2011).

Um exemplo desse estilo de rede social profissional é o LinkedIn que é utilizado para compartilhar o currículo on-line, procurar empregos e fazer contatos profissionais. Além disso, as pessoas partilham ideias, discussões e são ofertadas oportunidades de emprego (NUNES, 2011).

Com o intuito de acompanhar as tendências e serem mais atrativas no momento da contratação de profissionais, as organizações começam a rever seu processo de recrutamento.

Conforme aponta Silveira (2017) as organizações, passam a realizar seus processos de recrutamento, utilizando as redes sociais com recurso de páginas on-line e plataformas próprias, o que vem, para facilitar o processo de procura de funcionários devido à sua rapidez e maior alcance de perfis.

Por conta dessas mídias, que fomentam o diálogo e o marketing de atração, as empresas trazem novos significados e necessidades para se relacionar com os possíveis interessados (MAYMONE, 2013).

Quanto à oferta de emprego, as redes como LinkedIn que são especializadas são úteis para oferecer emprego, permitem fazer buscas por pessoas com conhecimentos específicos e conseqüentemente dar maior confiabilidade às informações prestadas pelo profissional como aponta Costa (2008 apud Ciribeli; Paiva 2011).

De acordo com Ferreira (2006) atualmente, com a alta concorrência e escassez de vagas e uma maior busca por qualidade de vida, o trabalhador passou a ser responsável pelo gerenciamento da sua carreira. Nesse sentido, é importante que o profissional esteja atento as tendências do mundo globalizado, buscando o autoconhecimento e desenvolvimento de habilidades.

Como problema de pesquisa, este trabalho tem por intuito entender como as se os jovens reconhecem as redes sociais que tem um cunho profissional como uma ferramenta eficaz na busca por oportunidades.

A fim de alcançar o objetivo geral que visa identificar se jovens procuram emprego pelo LinkedIn e se reconhecem essa rede como um meio facilitador de seu objetivo, foram traçados os seguintes objetivos específicos: verificar se os entrevistados conhecem e utilizam a ferramenta do LinkedIn; averiguar se os entrevistados são abordados ou selecionados para oportunidades de emprego pela rede LinkedIn; compreender as funcionalidades do LinkedIn conhecidas pelos entrevistados; e finalmente elencar as vantagens de utilizar o LinkedIn como ferramenta de busca de oportunidades de emprego.

Este trabalho trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa. Para apreender as informações necessárias, foi adotado como instrumento de coleta de dados a entrevista semiestruturada. Após a coleta, os dados, foram analisados e organizados em categorias que correspondem, inclusive, os objetivos específicos propostos nesta pesquisa.

No primeiro capítulo é apresentado o contexto do trabalho, assim como os objetivos e justificativa para o estudo.

O segundo capítulo trata dos conceitos relacionados a redes sociais e a sua relação com os jovens que buscam emprego, além de uma abordagem sobre o recrutamento de pessoas e a rede social profissional LinkedIn.

Já o terceiro capítulo aborda a metodologia da pesquisa, as técnicas utilizadas para coleta de dados.

No quarto capítulo temos os resultados obtidos, que foram categorizados para auxiliar uma maior compreensão das informações apreendidas.

Por fim, são colocadas as considerações finais do trabalho, ressaltando as principais contribuições do estudo, dificuldades encontradas no processo de elaboração e sugestões para pesquisas futuras.

## 1.1 Contexto

Nos últimos anos, o Brasil vivenciou transformações atreladas ao cenário político, econômico e social, influenciadas pela forte recessão, recuperação lenta da economia e a pandemia do coronavírus, como aponta estudo da FGV (2020). Um ponto que marcou esse período foi o alto índice de desemprego no país. De acordo com o IBGE (2022), em 2020 a taxa média de desempregados era de 13,8%, recuando para 13,2% em 2021. Mesmo com o nível de desemprego em queda, esse número ainda segue elevado quando comparado a outros países.

Segundo o IBGE (2021), a distribuição dos desocupados com idades entre 18 e 24 anos (30,8%) apresentou patamar superior ao estimado se comparado aos outros grupos etários. A pesquisa Juventude e Pandemia (2021), identificou que 6 a cada 10 estudantes, entre 15 a 29 anos, estão em busca do primeiro emprego, por conta da crise econômica.

Ao ingressar nessa busca, esse grupo encontra um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, exigente e dinâmico. Percebe-se que o nível de qualificação aumentou ao longo dos anos. Parece que, para se destacar, é preciso estar cada vez mais capacitado e conectado nas tendências do mercado. Nesse sentido, o acesso à tecnologia se tornou indispensável, o que é um ponto positivo para uma geração que vivencia as transformações tecnológicas e a expansão de comportamentos influenciados pela internet e pelo mundo globalizado.

A exemplo disso, temos as redes sociais que se apresentam como um meio poderoso para comunicação entre as pessoas ao redor do mundo. Além de conectá-las, as redes influenciam e ditam comportamentos em especial entre os jovens. As redes sociais são responsáveis pelo compartilhamento de ideias entre pessoas que possuem interesses e objetivos em comum, além de valores a serem compartilhados (AFONSO, 2009).

O LinkedIn é uma rede social de cunho profissional onde os usuários podem procurar oportunidades para a sua carreira ou até mesmo se autopromover, como evidência Silva (2019).

Segundo Soares (2019), o intuito dos usuários dessa rede social pode ser conhecer mais pessoas da sua área profissional, com o objetivo de aumentar a sua rede de conhecimentos em outras áreas ou na sua área de interesse, para assim desenvolver suas perspectivas profissionais. Além dessas conexões, é possível que

empregadores e usuários possam manter uma conexão, visto que muitas empresas divulgam suas vagas nessa rede.

Como abordam Lemes; Weschenfelder (2015), a internet oferece uma grande possibilidade de busca de emprego, pois pode ser feita em qualquer lugar do mundo e junto a um número considerável de empresas. A rede social LinkedIn, possibilita essa ligação entre as pessoas e as empresas, permitindo-lhe ter acesso a contatos que possam lhe proporcionar uma nova oportunidade de emprego (SOARES, 2019).

Infere-se que as redes sociais se tornaram fundamentais na vida dos jovens e eles, por sua vez, despendem boa parte do seu tempo conectados. Como, atualmente, uma parcela dessa população está à procura do seu espaço no mercado de trabalho, o LinkedIn pode ser uma ferramenta aliada na busca por emprego, sendo uma rede social de cunho profissional.

## 1.2 Problema de Pesquisa

Em tempos em que a tecnologia está presente na vida dos jovens e o acesso às redes sociais permitiu-lhes desenvolver uma nova forma de se comunicarem e se relacionarem, as redes sociais com cunho profissional, trouxeram para esse grupo um novo modo de procurar oportunidades no mercado de trabalho. Tal fato abre caminho para investigar se as redes sociais voltadas para o estabelecimento de relações laborais são reconhecidas como ferramentas eficazes para jovens na busca por emprego. Atualmente, a rede social LinkedIn é utilizada pelos brasileiros para este fim, segundo dados da Pesquisa LinkedIn no Brasil (2021).

## 1.3 Objetivo Geral

Identificar se jovens procuram emprego pelo LinkedIn e se reconhecem essa rede como um meio facilitador de seu objetivo.

## 1.4 Objetivos Específicos

Verificar se os entrevistados conhecem e utilizam a ferramenta do LinkedIn;

Averiguar se os entrevistados são abordados ou selecionados para oportunidades de emprego pela rede LinkedIn;

Compreender as funcionalidades do LinkedIn conhecidas pelos entrevistados;

Elencar as vantagens de utilizar o LinkedIn como ferramenta de busca de oportunidades de emprego.

### 1.5 Justificativa do Estudo

O recrutamento e seleção com o auxílio das redes sociais virtuais é uma nova prática na área de recursos humanos. Como cita Lemes; Weschenfelder (2015), alguns estudiosos já tratam o assunto como uma realidade que tende a crescer nos próximos anos devido à facilidade de interação que esta ferramenta proporciona.

Com o uso da tecnologia cada vez mais agregado no dia a dia, o interesse pelas redes sociais, também é um ponto de atenção de muitos estudiosos das mídias e relações sociais, que buscam observar como elas influenciam as formas de comunicação, o relacionamento interpessoal e a própria identidade pessoal (SHIMAZAKI; PINTO, 2011).

As redes sociais fazem parte do nosso cotidiano e oferecem uma série de facilidades, como a troca de informações e a possibilidade de estar sempre em contato com outras pessoas do mundo todo.

Em 2021, o Brasil foi o 3º país que mais utilizou rede social no mundo, ficando atrás somente das Filipinas e da Colômbia. O brasileiro gasta, em média, 3 horas e 42 minutos por dia nas redes, e jovens entre 16 e 24 anos são os que mais as utilizam, segundo um estudo da *We Are Social e Hootsuite* (2021). Segundo dados do LinkedIn (2021), a comunidade brasileira é a quarta maior do mundo na rede ficando atrás somente dos Estados Unidos, Índia e China. No Brasil, o LinkedIn é a sexta rede social mais acessada pelos usuários de mídias sociais.

Segundo dados do site Valor Investe (2022), um estudo realizado pela consultoria Page Outsourcing revelou que os profissionais brasileiros são os que mais acreditam nas vagas vistas em redes sociais (26,1%), seguidos por Argentina com (25,3%) e Chile, (20,7%). A pesquisa ainda indica que a facilidade para se candidatar, com as opções de tocar ou clicar em um botão e já iniciar o processo é bastante valorizada pelos entrevistados, representando (19,2%).

Desse modo, este estudo busca identificar como os jovens se relacionam com a rede social LinkedIn que possui um viés mais profissional e se eles realmente reconhecem essa plataforma como um meio que colabora na busca por emprego e gera possíveis relacionamentos ou laços que possam contribuir com essa procura.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Redes Sociais e eventuais distinções

As relações sociais formam a sociedade, visto que as pessoas têm a necessidade de se comunicar e interagir entre si. Essas relações ao longo dos anos sofreram algumas transformações e adaptaram-se aos novos modelos da sociedade (NUNES, 2011). Segundo Marteleto (2001), a ideia de que as relações sociais são como um tecido que condiciona a ação dos indivíduos nele inseridos, veio desde o início do século XX. A metáfora do tecido ou rede tem por intuito associar o comportamento individual à estrutura à qual ele pertence.

Assim, para compreender esse conjunto de relações é preciso retornar aos conceitos de rede. Nas ciências sociais, por exemplo, as redes são movimentos que têm por intuito reunir indivíduos e/ou grupos em uma associação, cuja dinâmica está voltada para perpetuação e desenvolvimento de atividades entre os membros (MARTELETO, 2001).

Essas redes são iniciadas a partir da tomada de consciência de uma comunidade de interesses e valores entre seus participantes. Contudo, as redes não supõem necessariamente um centro hierárquico e têm um perfil de múltiplos elos entre seus diferentes membros, seja de forma quantitativa ou qualitativa, como enfatiza Marteleto (2001).

De acordo com Ferreira (2006), as redes sociais são definidas como relacionamentos afetivos e profissionais dos seres humanos entre si em seus agrupamentos de interesses mútuos.

Com o advento da internet e com as novas possibilidades abertas à informação, essas redes são cada vez mais globais (RIBAS; ZIVIANI, 2008). Temos a possibilidade de nos relacionarmos pelo mundo virtual com os mais diversos tipos de pessoas, classes econômicas, etnias, religiões, dentre outros.

A internet facilitou o contato desde pessoas mais próximas até pessoas pouco conhecidas. Manter a comunicação tornou-se algo prático, pois é possível acessar diversos tipos de informações e atualizações facilmente. Diante desse processo, houve uma potencialização da habilidade natural humana de se comunicar e a

disseminação do compartilhamento de ideias e valores, o que permite uma ampla aceleração na divulgação dessas informações (FERREIRA, 2006).

Conforme mencionam Rheingold (1996 apud Ribas; Ziviani 2008), desde o início da década de 1990, a internet vem favorecendo a criação de novas comunidades: as comunidades virtuais. O termo comunidade virtual refere-se à grupos de indivíduos que mantêm relações sociais no ciberespaço por meio de discussões públicas com o objetivo de formar redes de relações pessoais.

Como afirmam Ribas; Ziviani (2008, p.3):

O grande potencial existente no contexto das redes se refere ao fato de que a informação não se encontra mais centralizada, o seu detentor não é mais uma única pessoa, ou seja, ampliam-se as fontes de informação. Nesse sentido, o seu poder de circulação é muito maior e dinâmico e a tecnologia trabalha justamente em prol dessa disseminação.

Como aponta Recuero (2009) existem dois tipos de redes sociais são as redes emergentes e as redes de filiação ou redes de associação. Os dois tipos podem estar presentes em uma mesma rede analisada.

As redes emergentes são as interações existentes através da mediação do computador. Essas relações, por exemplo, são construídas por meio dos comentários das redes sociais que proporcionam a criação de laços sociais dialógicos e com o decorrer do tempo, podem gerar laços mais fortes dependendo do tempo disponível de interação entre os atores sociais e o engajamento em sua rede (RECUERO, 2009).

De acordo com Recuero (2009) as redes de filiação são uma estrutura de grupo que não parte de laços sociais entre seus membros, mas que permite que as pessoas interajam e que eles sejam construídos.

É a relação de pertencimento, descolado de qualquer tipo de interação. Nesse tipo de rede uma vez adicionado um indivíduo, ele ali permanece independentemente da interação para manter o laço social. Essas redes podem, entretanto, mostrar laços já estabelecidos pelos atores envolvidos em outros espaços, mas não necessariamente através da Internet (RECUERO, 2009, p.98).

Conforme aponta Recuero (2009), a rede de filiação pode ser imensa, pois não têm custo para os atores, ao contrário das redes emergentes, visto que não é preciso interagir com o ator para manter a conexão. O próprio sistema mantém as conexões da rede. Assim, é possível que nessa rede encontremos muitos laços fracos e, até mesmo, conexões não recíprocas.



De acordo com Marteleto (2001), as conexões em rede são tão antigas quanto a história da humanidade, mas apenas nas últimas décadas, as pessoas passaram a percebê-la como uma ferramenta organizacional.

Um exemplo disso é o uso das redes sociais virtuais cada vez mais utilizadas para conhecer melhor os potenciais clientes, realizar processos de recrutamento, programas de publicidade, entre outros, o que possibilita o acesso de várias pessoas, de uma forma aparentemente mais eficaz (NUNES,2011).

## 2.2 A relação das redes sociais e a busca por emprego pelos jovens

A fase de transição para a idade adulta muitas vezes é representada pela finalização da fase escolar e a inserção no mercado de trabalho. Contudo, nos últimos anos, a relação do jovem com o mercado de trabalho se tornou múltipla e complexa, marcada pelas dificuldades de acesso ao emprego, como enfatiza Pochmann (2007, apud Paulino; Bendassolli, 2018).

De acordo com Pais (2016, apud Paulino; Bendassolli, 2018), a inserção do jovem no mundo do trabalho está sendo cada vez mais um caminho árduo em decorrência do cenário econômico, altas taxas de desemprego, inatividade e reinserções que por consequência geralmente se traduzem em trabalhos precários e desprotegidos. Para muitos desses jovens, uma das tarefas cruciais da transição para o mercado de trabalho é a busca de emprego (MAGALHÃES; TEIXEIRA, 2013).

De acordo com Fernandes et al. (2012, apud Paulino; Bendassolli, 2018), os jovens revelam que o trabalho é uma atividade compreendida como um meio de se ganhar recursos e adquirir bens, tanto para atender suas necessidades de consumo, quanto para ajudar a família. Além disso, é uma fonte de interação social, autoestima e prestígio, visto que por meio do trabalho eles podem demonstrar suas habilidades e competências que os fazem sentir reconhecidos e valorizados.

Essa busca de emprego quase sempre tem interferência da rede de contatos das pessoas. É por meio dessa rede que conseguimos informações, dicas e conselhos sobre as oportunidades de trabalho existentes, e sobre como conseguir um emprego (WANBERG et al., 2000 apud PAULINO; BEENDASSOLLI, 2018).

Como destaca Anand (2011 apud Maymone, 2013), os canais utilizados para comunicação de oportunidades de emprego, pesquisa por emprego e identificação de talentos mudou nos últimos anos influenciado pelo uso das redes sociais.

Atualmente, as redes sociais permitem que as organizações divulguem abertamente suas oportunidades e possam criar uma relação com possíveis candidatos. Ciribeli; Paiva (2011) afirmam que cada vez mais atenção está sendo dada às redes sociais, pois através delas as empresas conseguem atingir diretamente o seu público-alvo.

Por meio das redes sociais, as organizações podem conduzir pesquisas sobre o histórico profissional e avaliar referências anteriores dos candidatos, o que facilita no momento da contratação, como afirma Maymone (2013).

De acordo com Gomes (2011), essa é uma tendência das empresas. O uso das redes sociais fará com que as organizações e os candidatos procurem oportunidades através das redes, já que a mesma permite um contato direto entre ambos.

Desse modo, as redes sociais acabam sendo um meio facilitador para que as pessoas que estão em busca de emprego possam obter ganhos na eficiência desse processo, visto que têm a possibilidade e um maior acervo de oportunidades o que torna a busca mais fácil e ágil (CROMPTOM; SAUTTER, 2011 apud MAYMONE, 2013).

Outro benefício apontado pelos autores Crompton; Sautter (2011 apud Maymone, 2013), é que esse profissional têm acesso às informações e conexões e pode ser influenciado por isso, mesmo que de forma passiva, ou seja, mesmo que naquele momento ele não esteja procurando uma oportunidade, ele pode ser instigado.

Muitas empresas, ao publicarem ofertas de emprego nas redes, possibilitam a quem as visualiza de enviar informação para um ou mais amigos, o que é associado por Mendes (2009, apud Gomes, 2011) como o conhecido “boca a boca”.

Além disso, outras vantagens estão associadas, não só para quem recruta, mas também para quem busca por oportunidades, como por exemplo: disponibilização de informações profissionais e pessoais 24 horas por dia e em todo o mundo; visualização de oportunidades de emprego a qualquer hora e em qualquer local; e possibilidade de receber via e-mail as oportunidades adequadas ao seu perfil (PERETTI, 2007 apud GOMES, 2011).

Pela ótica de quem está em busca de uma oportunidade de emprego, a rede social acaba sendo uma ferramenta capaz de encurtar o caminho e facilitar a busca por oportunidades (MAYMONE, 2013).

### 2.3 Recrutamento de profissionais

Hoje, visualizar as pessoas na organização como parceiros do negócio é fundamental. Como aponta Chiavenato (2010), as pessoas são o aporte mais relevante para organização, pois suas decisões impactam diretamente nos objetivos da empresa. Assim, o processo de escolha de uma pessoa para trabalhar em um determinado local representa um papel estratégico, como afirma Gil (2014). As pessoas formam o bem mais importante que as organizações dispõem e, por conta disso, devem ser recrutadas e selecionadas da melhor forma possível. Nesse contexto, torna-se imprescindível selecionar indivíduos que possam contribuir para o crescimento da organização e tenham condições de se desenvolver profissionalmente.

De acordo com Chiavenato (2010), o recrutamento é uma atividade de atração e divulgação, enquanto a seleção é uma atividade de escolha, classificação e decisão. É importante destacar que esse processo de escolha precisa ser recíproco, no sentido de tanto o candidato escolher a organização, como a empresa escolher o candidato. Para que isso ocorra, é relevante que ambos ofereçam condições atraentes para assim estimular essa tomada de decisão, como apontam Teixeira; Zaccarelli (2008).

Segundo Chiavenato (2010, p. 104), “o papel do recrutamento é divulgar no mercado de trabalho as oportunidades que a organização pretende oferecer para as pessoas que possuem determinadas características desejadas”. Nesse sentido, é necessário divulgar de maneira correta e atrativa as vagas a serem ocupadas em diversos meios capazes de atingir os possíveis candidatos que possuem o perfil que a vaga demanda (ALMERI ET AL., 2013).

Para encontrar o profissional desejado, é importante planejar o processo de atração. Segundo Teixeira; Zaccarelli (2008), o planejamento é relevante, pois evita que sejam recrutadas pessoas que não possuem o perfil desejado, poupando assim o tempo dos recrutadores e onerando os custos do processo. Como apresentam Araújo; Garcia (2009), existem três maneiras para se realizar o recrutamento: interno,

externo e misto. O interno visa encontrar dentro da própria organização um colaborador para ocupar a oportunidade. O recrutamento externo consiste na busca por candidatos disponíveis no mercado de acordo com o perfil desejado. Por fim, o misto compreenderia as duas formas anteriores, podendo estas serem aplicadas simultaneamente ou sequencialmente.

De acordo com Tanke (2004), uma vantagem do recrutamento interno é o fato do selecionador já conhecer de perto o perfil do candidato e os candidatos já estarem familiarizados com a cultura da empresa. Já quando pensamos no recrutamento externo, é importante avaliar em quais meios serão realizadas a divulgação do perfil esperado para a vaga. Nas palavras de TEIXEIRA; ZACCARELLI, (2008, p.127):

De acordo com o perfil procurado, é necessário obter informações sobre onde os candidatos podem ser encontrados com mais facilidade, de forma a poder contatá-los diretamente, gastando menos tempo e tornando o processo mais barato. Caso não seja possível obter essa informação é importante pensar quais os possíveis hábitos da população que tem esse perfil.

Para Gil (2014), o recrutamento pode ser feito por meio de anúncios, cartazes, *home pages* de “Trabalhe Conosco” das empresas, indicações, agências de emprego, consultorias, *headhunters* e/ou pela internet. No entanto, é explícita a importância da internet nos processos de recrutamento e seleção na atualidade (ARAÚJO; GARCIA, 2009). A internet passou a ser utilizada em maior escala, sendo uma forma econômica e rápida para encontrar profissionais nos mais diversos lugares e com as mais variadas características, o que por consequência, otimiza e facilita o andamento do processo, como apontam Almeri *et al.* (2013).

O recrutamento realizado por meio da internet pode atrair tantos candidatos passivos (aqueles que não necessariamente estão em busca de uma vaga) como candidatos ativos (aqueles que estão em busca de uma oportunidade), como afirmam Teixeira; Zaccarelli (2008).

Quando se trata, por exemplo, da busca por um perfil mais jovem, talvez a melhor opção possa ser o anúncio da vaga na internet, como declaram Teixeira; Zaccarelli (2008). Pode-se inferir que a área de recrutamento e seleção tenha se transformado e seja influenciada pelas redes sociais. Cada vez mais utilizam-se as redes sociais no contexto do mercado de trabalho devido ao crescimento desse canal.

Os profissionais de RH utilizam as redes sociais e outros sites para divulgarem novas oportunidades e buscarem profissionais no mercado. Desse modo, muitas

informações sobre um possível candidato podem ser exploradas, o que provavelmente não estaria disponível por meio de outras fontes, como enfatizam Davison *et al.*, (2012 apud ARAÚJO, 2018).

Quando os recrutadores buscam candidatos para uma determinada vaga, podem acessar os perfis profissionais, como é o exemplo do LinkedIn. A rede disponibiliza um currículo online detalhado que permite aos candidatos e recrutadores trocar informações relacionadas ao trabalho, sem se preocuparem com os problemas legais ou éticos e associados a perfis privados, como acontece no Facebook (CHIANG; SUEN, 2015 apud ARAÚJO, 2018).

## 2.4 LinkedIn

O LinkedIn foi lançado em Maio de 2003 por Reid Hoffman. De acordo com o LinkedIn Corporation (2022), a rede social profissional possui mais de 774 milhões de usuários em 200 países e está disponível em vários idiomas, tais como o inglês, francês, português, espanhol e alemão.

A missão do LinkedIn é “conectar profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos” e como visão tem por intuito “criar oportunidades econômicas para cada integrante de força de trabalho global” (LINKEDIN CORPORATION, 2022).

Como destaca Almeri *et al.* (2013), o LinkedIn é a maior rede profissional do mundo que utiliza o site para compartilhar informações, ideias e oportunidades de trabalho. Administrado por Ryan Roslansky, o LinkedIn possui o maior serviço de nuvem profissional do mundo com a maior rede profissional do mundo (LINKEDIN CORPORATION, 2022).

Hoje, esta rede social conta com um modelo de negócios diversificado, com receita proveniente de assinaturas, vendas de publicidade e de soluções de recrutamento, o que faz com que o número de usuários e de organizações que buscam por profissionais capacitados cresça a cada dia (LINKEDIN CORPORATION, 2022).

O usuário do LinkedIn cria um perfil com todas as suas informações pessoais; podendo inserir o histórico da sua carreira profissional, o atual ou antigos empregos,

formações acadêmicas, projetos, conquistas e competências, formando uma espécie de currículo *online* (SILVEIRA, 2017).

Além disso, o usuário tem a possibilidade de fazer conexões com pessoas conhecidas e/ou desconhecidas que possuam interesses em comum, e compartilhar conteúdos com outros usuários. Pode também seguir instituições ou empresas de interesse (SILVEIRA, 2017).

Conforme aponta Silveira (2017), o objetivo das conexões no LinkedIn pode ser dos mais diversos, desde manter contato com colegas da faculdade, antigos empregos, emprego atual; seguir o desenvolvimento profissional de outras pessoas; estabelecer relação com pessoas do mesmo setor de atuação; ou conectar-se com colaboradores de algumas empresas que publicam as vagas abertas na mesma, para as quais pode ser relevante se candidatar.

O LinkedIn estabelece diferentes graus de conectividade. Como explica Fawley (2013, apud Araújo, 2018), uma conexão de primeiro-grau é um contato direto de quem detém o perfil. Já uma conexão de segundo grau é um contato estabelecido com alguém da rede de um outro usuário; ou seja, contato de outro perfil. Por fim, as conexões de terceiro grau são as conexões conectadas às pessoas de segundo grau. Essa conectividade das redes de segundo e terceiro grau no LinkedIn expande o perfil do indivíduo para além do seu círculo imediato.

Cibireli; Paiva (2011) destacam que o LinkedIn possui ferramentas gratuitas para promover o perfil, como carta de recomendação de antigos empregadores e indicações de amigos e colegas de trabalho, porém deve haver certo cuidado com essas ações, pois elas influenciam na imagem de ambos.

Por meio da rede, o usuário pode procurar anúncios e oportunidades de trabalho, conforme seu interesse. O LinkedIn envia notificações acerca de vagas de acordo com preferências estabelecidas, assim como informa sobre as visualizações do perfil do candidato (SILVEIRA, 2017). Outras funcionalidades interessantes do LinkedIn são os artigos que podem ser escritos por qualquer participante, além dos cursos e eventos, pagos e gratuitos, disponíveis na plataforma (LINKEDIN CORPORATION, 2021).

Os usuários da rede em questão devem estar cientes de que, ao colocarem o seu currículo online, o seu perfil vai ser visualizado por recrutadores nacionais e internacionais, que podem vir a questionar todas as informações publicadas, tanto

relacionadas as suas experiências profissionais, como também sobre a sua vida social (PAREZ *et al.*, 2013, apud ARAÚJO, 2018).

Para utilizar os serviços do LinkedIn, o usuário precisa ter idade mínima de 16 anos de idade. Contudo, a plataforma evidencia que se a lei exigir uma idade superior à indicada para que o LinkedIn forneça os serviços a esse usuário sem consentimento dos pais, a idade mínima, pode ser alterada (LINKEDIN CORPORATION, 2021).

### 3. METODOLOGIA

Neste estudo foi realizado uma pesquisa com abordagem qualitativa, por meio de entrevistas em profundidade com o intuito de identificar se o jovem busca emprego pelo LinkedIn e se reconhece essa rede como um meio facilitador.

O uso de entrevistas nessa pesquisa ajudou a obter insights que em outros métodos, sobretudo o quantitativo, não permitiriam, como por exemplo, percepções, experiências e crenças por parte do usuário.

Segundo Malhotra (2001, apud Viera; Tibola, 2005), a pesquisa qualitativa é uma pesquisa de caráter exploratório, baseada em pequenas amostras. Por meio dela é possível compreender o contexto do problema estudado.

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares, com um nível de realidade que pode ou não ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo dos significados, dos motivos, valores, crenças e atitudes (MINAYO, 2012).

Ao utilizar a análise qualitativa, nota-se a presença ou ausência de uma certa característica. Isso facilita na hora de identificar, por exemplo, a frequência de determinadas palavras, dados ou expressões que possam ser relevantes, proporcionando melhor visão para o estudo (FREITAS; JANISSEK, 2000 apud VIERA; TIBOLA, 2005).

As pesquisas qualitativas podem ter diferentes variações e nesse estudo foram utilizadas as entrevistas em profundidade que são entrevistas diretas e pessoais em que o respondente revela ao entrevistador atitudes, sentimentos, motivações e opiniões sobre aquele assunto, como afirma Notess (1996 apud Viera; Tibola, 2005).

A entrevista semiestruturada tem um roteiro de apoio que auxilia na sequência das questões que serão abordadas, principalmente para entrevistadores menos experientes, como aponta Minayo (2012).

Nesse tipo de roteiro as perguntas são mais reveladoras, visto que o entrevistado não fica limitado em suas respostas, como acontece nas pesquisas quantitativas (KOTLER, 2000 apud VIERA; TIBOLA, 2005).

Esse tipo de entrevista gera maior interação entre entrevistador e entrevistado. A entrevista pode ser realizada entre duas ou mais pessoas de forma presencial ou mesmo à distância, com o uso de tecnologias como Skype, FaceTime, entre outros (SILVA; RUSSO, 2019).



Em contrapartida, pode haver dificuldade por parte do entrevistador de conduzir a entrevista, visto que ele pode não ter expertise para não influenciar nas respostas dos entrevistados e conseguir uma amplitude maior das respostas dos entrevistados, além de ter uma dificuldade de analisar e interpretar os dados obtidos (KOTLER, 2000 apud VIERA; TIBOLA, 2005).

### 3.1 Objetos de estudo e sujeitos investigados

Foram realizadas 16 entrevistas com jovens residentes no estado do Rio de Janeiro.

De acordo com Artigo 1º da Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, são considerados jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos (BRASIL, 2013).

As entrevistas foram realizadas entre os meses de julho e outubro de 2022 de forma remota, por meio de chamada no WhatsApp, com duração média de 25 minutos.

Para obtenção das informações necessárias, foi elaborado um roteiro semiestruturado com 19 questões abertas, dividido em 4 blocos, com o objetivo de entender melhor a maneira como o usuário utiliza a ferramenta LinkedIn.

O primeiro bloco consiste em entender qual o perfil do entrevistado levando em consideração seu gênero, idade, formação e se possui um perfil ativo no LinkedIn. Já o segundo bloco teve por intuito aprofundar a relação do usuário como a rede social LinkedIn. No terceiro bloco busca-se compreender as estratégias adotadas pelo usuário no momento da busca por uma oportunidade na rede social. Por fim, o bloco final buscou evidenciar como o usuário avalia a ferramenta de uma forma geral levando em consideração os pontos fortes e de melhoria.

Durante a elaboração do roteiro da entrevista, foram abordadas duas pessoas que não possuíam perfil na plataforma. Uma delas era uma jovem aprendiz que possui 18 anos e não conhecia a rede social e a outra entrevistada é uma enfermeira de 24 anos que tinha o conhecimento sobre a rede, contudo não possuía um perfil. Baseado no discurso dessas duas entrevistas, foram adicionadas perguntas-chaves que nortearam o prosseguimento da pesquisa.

Visto que a idade mínima exigida para utilizar a rede social é de 16 anos, durante a pesquisa, a maior dificuldade encontrada, esteve atrelada em esbarrar com perfis de usuários entre 15 a 17 anos.

Entretanto, de um modo geral, o público se demonstrou de fácil acesso para responder ao roteiro da pesquisa proposto e os próprios entrevistados indicaram outros possíveis respondentes para o estudo.

Com intuito de apoiar na apuração dos resultados, as entrevistas foram gravadas e transcritas, totalizando 54 páginas de transcrição (fonte: calibri; tamanho:11).

As falas dos entrevistados foram codificadas, totalizando 69 códigos (por exemplo: internet facilita ser encontrado; tipos de conexão na rede social; *networking*; dados divulgados na internet; benefícios da internet, dentre outros) nos quais se destacaram os trechos que tinham relação com a pergunta da pesquisa.

De acordo com Catapan *et al.* (2021), um código na pesquisa qualitativa tem por intuito descrever em uma palavra ou frases curtas a essência do que foi capturado na fala. Esses códigos podem ser criados pelo pesquisador ou derivados da literatura.

Aproximando os códigos, chegamos as 21 subcategorias (alguns exemplos: visibilidade e pedido de conexão, e outras) e por fim às 6 categorias finais que serão descritas ao longo deste trabalho: (meios utilizados na busca por emprego; busca ativa e passiva; conexões estabelecidas no LinkedIn; perfil na rede e tipos de usuários; comportamento do usuário; e pontos de melhorias).

Esse segundo ciclo permite que seja realizada uma integração e sintetização dos assuntos com o intuito de classificar os pontos chaves, como aponta Catapan *et al.* (2021).

Por fim, no quadro abaixo são apresentados os entrevistados e suas respectivas características: sexo, idade, formação e ocupação.

<b>Entrevistado</b>	<b>Gênero</b>	<b>Idade</b>	<b>Formação</b>	<b>Ocupação</b>	<b>Perfil no LinkedIn</b>
E1	Masculino	28 anos	Superior Completo	Analista Financeiro Jr	Sim
E2	Feminino	24 anos	Superior Completo	Enfermeira	Sim
E3	Feminino	18 anos	Ensino Médio Completo	Jovem Aprendiz	Não

E4	Feminino	26 anos	Ensino superior incompleto	Estudante	Não
E5	Cis	22 anos	Ensino superior incompleto	Estagiário	Sim
E6	Feminino	21 anos	Ensino superior incompleto	Estagiário	Sim
E7	Masculino	23 anos	Ensino superior completo	Analista de Investimentos	Sim
E8	Masculino	23 anos	Ensino superior incompleto	Autônomo	Sim
E9	Feminino	29 anos	Ensino superior completo	Consultora sênior	Sim
E10	Masculino	18 anos	Ensino superior incompleto	Estudante	Sim
E11	Masculino	24 anos	Ensino superior incompleto	Estagiário	Sim
E12	Feminino	26 anos	Ensino superior incompleto	Estagiário	Sim
E13	Masculino	29 anos	Ensino superior completo	Analista júnior	Sim
E14	Feminino	29 anos	Ensino superior completo	Desempregado	Sim
E15	Feminino	17 anos	Ensino médio incompleto	Jovem aprendiz	Sim
E16	Masculino	18 anos	Ensino médio incompleto	Jovem aprendiz	Sim

## 4. RESULTADOS

Os resultados foram organizados em 6 categorias que se relacionam com os objetivos específicos elencados para a concretização deste trabalho, retomados nessa seção: entender o perfil dos entrevistados que utilizam LinkedIn; compreender quais as funcionalidades conhecidas pelos usuários; verificar se os entrevistados conhecem e utilizam bem a rede social; entender se o LinkedIn é a principal fonte para busca de oportunidades no mercado de trabalho; e por fim entender as vantagens sob a ótica de quem utiliza a rede social.

### 4.1 Meios utilizados para procurar emprego

O processo de recrutamento consiste em uma organização demandar de um profissional e procurar alguém que preencha os requisitos da vaga. O recrutamento externo, por exemplo, visa atrair os candidatos por meio de anúncios de jornais, televisão, internet, panfletos, agências de emprego, entre outros como a indicação feita por outros colaboradores (ALMERI ET AL.,2013).

No recrutamento externo, a internet acaba sendo um grande aliado, pois é possível realizar uma divulgação em maior escala, sendo uma forma econômica e rápida de encontrar profissionais em vários lugares e com diferentes características notadas facilmente (ALMERI ET AL.,2013).

Sob a ótica de como as empresas costumam divulgar suas oportunidades, foi perguntando aos entrevistados como é o processo de busca de emprego. Notou-se que eles utilizam diferentes estratégias.

O LinkedIn foi citado pela maioria dos entrevistados como sendo uma opção de busca por oportunidades.

O entrevistado 16 por exemplo, indica o LinkedIn para amigos que estão em busca de trabalho e reconhece a importância da ferramenta para tal.

“Até esses dias falei para um amigo, ele estava precisando de emprego, eu falei para ele criar um LinkedIn para ele buscar vagas que são compatíveis com ele, saber as empresas que estão querendo a qualificação que ele tem. Eu sempre falo para os meus amigos criarem um perfil, porque eu acho bom, ele pode ter acesso a empresa, vai ter acesso a outras pessoas”.

Além disso, foram citadas plataformas de recrutamento como Gupy e Vagas.com, redes sociais, pedidos de indicação, google, entre outros, como pode ser notado nas falas dos entrevistados abaixo:

“Eu pergunto a colegas de profissão se eles sabem de alguma vaga e procuro nas plataformas como LinkedIn” (Entrevistada 2).

“Eu faço a busca por meio de plataformas de recrutamento como *gupy*, LinkedIn e Vagas.com” (Entrevistado 1).

“Vejo o LinkedIn, vejo o Vagas.com, mas não muito mais do que isso. Ultimamente eu só tenho entrado no LinkedIn mesmo” (Entrevistada 9).

“Geralmente estou usando o LinkedIn. E uns dias desses usei o google também, pesquisei na barra de pesquisa que pegou uma ou outra vaga de sites que não estavam no LinkedIn” (Entrevistada 14).

“Eu me cadastro em sites de emprego, mas também fico ligada nas redes sociais. No Instagram eu sigo alguns perfis que divulgam vagas de emprego, então quando eu me interesso por alguma vaga eu sempre me candidato” (Entrevistada 12).

“Quando eu estou procurando emprego, eu procuro alguns lugares que estão aceitando currículo e algumas vagas no LinkedIn, Facebook, Google, nas redes sociais” (Entrevistado 8).

“Eu até tenho e até uso essas outras plataformas, mas a minha principal fonte sempre é o LinkedIn, mas eu também não me limito só no LinkedIn” (Entrevistada 6).

Quando a busca é por estágio, fase da vida laboral que alguns entrevistados se encontram, eles direcionaram suas buscas também para agências de estágios especializadas nesse tipo de vaga, como pode ser observado abaixo:

“Na época que eu estava buscando estágio, eu acessava qualquer tipo de portal que mostravam as vagas disponíveis, seja LinkedIn, seja portal de vagas de estágio, Mudes, coisas nesse sentido” (Entrevistado 7)

“Geralmente eu procuro em agências de estágio, como a Mudes, a SuperEstágios. Eu vou direto nessas agências. É a fonte que eu mais utilizo” (Entrevistado 11).

No momento de fazer essa busca pelo LinkedIn alguns entrevistados revelam que utilizam algumas estratégias em específico que auxiliam na procura, principalmente em relação aos filtros disponíveis na rede que conseguem mapear

vagas em determinadas regiões, tipos de vaga, tipo de cargo, dentre outros como pode ser notado nas falas abaixo:

“Na época que eu procurava e hoje em dia quando eu dou uma olhadinha, eu filtrava primeiro as vagas presenciais na minha cidade, e o período que ela foi postada. Também pesquisava por vagas remotas. Mas, sempre com essa busca de vagas mais recentes postadas num período de 24 horas” (Entrevistado 13).

“Eu usei bastante o LinkedIn para buscar vagas nas empresas da minha região, e aí eu aplico para essas empresas pela internet. (...) Eu acho que o LinkedIn ajuda muito a encontrar emprego na internet e isso é bom porque você não precisa ir à empresa pessoalmente, ir atrás de alguém pessoalmente para entregar o currículo. O LinkedIn facilitou muito esse processo, do contato do jovem que está procurando emprego, com a empresa em si” (Entrevistado 16).

“Eu uso os filtros que tem lá, tipo analista de RH júnior e coloco a localidade. Eu as vezes quando estou procurando vaga, mas não estou disponível para preencher um monte de ficha ou me cadastrando em sites eu coloco lá candidatura simplificada, porque assim já envio o currículo pelo LinkedIn mesmo e isso facilita minha vida” (Entrevistado 1).

“Eu geralmente procuro vagas na minha área, a área que eu quero seguir. Eu vejo onde estão as vagas de aprendiz pelo LinkedIn, sempre fico olhando no LinkedIn” (Entrevistada 15).

A entrevistada 14 evidencia que vê alguns problemas em relação ao resultado do filtro da rede social. Enfatiza que nem sempre ele funciona e retorna com as vagas referentes ao cargo que está em busca.

“Faço a pesquisa na barra, pelo nome do cargo. Não sei se são as empresas, os recrutadores ou o próprio LinkedIn, porque as vezes eu coloco filtro para estágio, assistente júnior ou analista e aparece vaga sênior. A descrição da vaga claramente é sênior, mas a categoria é assistente e você vê que não é. Os filtros nesse sentido poderiam melhorar muito. Não sei se é falta de atenção do recrutador no momento de preencher as informações corretas dos dados da vaga ou se é erro de sistema do LinkedIn. Mas, poderia ser mais eficiente. Às vezes eu tiro esses filtros e coloco quase nenhum filtro e aí ficam aparecendo muitas vagas que não são para mim” (Entrevistada 14).

De um modo geral, percebe-se que os entrevistados utilizam estratégias semelhantes no momento de busca na rede social, utilizando principalmente os filtros para auxiliar nesse processo que para maioria deles acaba sendo intuitivo, como pode ser notado na fala dos entrevistados abaixo:

“Costumo fazer a busca pela vaga na área que eu busco. A funcionalidade do LinkedIn para vagas é bem simples e acessível a todos, sem muitas enrolações” (Entrevistado 5).

“O uso do LinkedIn é fácil, pois escolho o filtro que eu quiser” (Entrevistada 2).

“É fácil de você pesquisar e entender o que está ali. Eu acho que a plataforma é bem específica nesse sentido e autoexplicativa” (Entrevistada 15).

Um ponto de atenção apresentado por muitos entrevistados, mas que não está somente ligado ao LinkedIn é a forma como algumas empresas utilizam a ferramenta para realizarem seu processo de recrutamento.

Os entrevistados reconhecem que é uma forma que auxilia as empresas a encontrarem os candidatos, porém criticam a forma que muitas vezes esses processos são conduzidos pelas organizações, como podemos perceber nas respostas abaixo:

“É uma forma de facilitar a busca de emprego, assim como facilita para a empresa selecionar pessoas para a vaga que está em aberto. (...) Então, alguns processos de candidatura, são fáceis e viáveis, com algumas etapas, mas outras costumam ter tantos requisitos que acaba desanimando de fazer o processo e até por isso muitas vezes as pessoas desistem de se candidatar” (Entrevistado 8).

“Deveriam ter mais algumas estratégias de melhoria ali, porque as vezes, você acaba entrando em alguns sites, você coloca se candidatar e quando não é uma candidatura simplificada, você acaba entrando em alguns sites meio que não tem muito relação com a vaga” (Entrevistada 6).

Um outro ponto destacado é a forma como essas vagas são apresentadas. Alguns entrevistados reportam que algumas empresas poderiam divulgar mais informações nas oportunidades como aponta os entrevistados 9, 11 e 13:

“Eu acho que as vagas poderiam ser um pouco mais claras, principalmente questão de faixa salarial e cargo, mas isso também é mais uma questão de RH do que LinkedIn” (Entrevistada 9).

“Do pouco que eu vejo, eu sei que tem poucas informações sobre salário, geralmente o salário não vem descrito na vaga” (Entrevistado 11).

“Eu fico incomodada com algumas que não mostram o salário. Tem empresa que explica, coloca todas as informações bem completinhas e outras não, deixa isso muito vago. E tem uma candidatura simplificada, que em apenas um botão você se inscreve bem rápido e é muito funcional” (Entrevistada 15).

“Na divulgação das vagas, o LinkedIn tinha que estipular mais critérios das empresas” (Entrevistado 13).

Sob esse ponto de vista, poderia haver uma oportunidade de melhoria do LinkedIn em entender como essas vagas estão sendo disponibilizadas pelas

empresas, até mesmo criando mecanismos para ter uma espécie de controle da qualidade das informações fornecidas.

Mesmo diante desses fatos, a entrevistada 6 traz uma comparação do LinkedIn com outras plataformas, mostrando que prefere a forma como as vagas são divulgadas na rede: “Quando eu estou em busca de emprego, eu costumo sempre olhar o LinkedIn, porque eu acho que lá as vagas são ofertadas de forma mais detalhada do que em outros lugares, como Vagas.com, Infojobs, por exemplo.”

A entrevistada 14 ainda completa: “Gosto que tem a rede, pois tem todas as vagas. Diferente dos outros sites de vaga, é uma rede que muitas empresas usam, então é importante ter.”

Uma outra vantagem do uso do perfil elencada pelos entrevistados é a facilidade de ser encontrado. Como aponta a entrevistada 9: “Acho que acaba facilitando as empresas a encontrarem você, caso seja do interesse delas, então você acaba direcionando. É um lugar único para você fazer a exposição da sua vida profissional, e você se vender.”

Em contrapartida, ao mesmo tempo que facilita nessa procura e ajuda a ser encontrado, os entrevistados 2 e 8 acreditam que uma desvantagem acaba sendo a alta concorrência, visto que muitas pessoas têm acesso à rede e as informações contidas nela.

#### 4.2 Busca ativa e passiva por emprego

Para Maymone (2013), a rede social auxilia na busca ativa e passiva de oportunidades de emprego. O autor indica que a busca ativa seria quando o usuário utiliza a ferramenta e faz buscas para encontrar novas oportunidades de emprego, permitindo que ela encontre vagas postadas na rede e informações sobre as empresas e profissionais.

A maioria dos entrevistados asseguram que fazem busca de oportunidades no LinkedIn e se candidatam nelas. Porém, um ponto apresentado entre os entrevistados foi que a maioria deles não conseguiu ser contratado por meio do LinkedIn. O entrevistado 10 por exemplo conta que: “Eu tentei uma vaga para jovem aprendiz, na parte de administração. Fiz a candidatura completa, mas não fui chamado”. A entrevistada 15 complementa: “... já me candidatei e não tive retorno das vagas”.



A entrevistada 6 aponta: "... sobre ter conseguido vaga por lá, nunca consegui. A empresa que eu trabalho atualmente, eu consegui pelo vagas.com que foi onde eu anexe o meu currículo".

Os entrevistados 13 e 14 garantem que conseguiram um emprego fazendo a candidatura pelo LinkedIn.

"Eu posso considerar que sim. Assim que eu pedi demissão do meu último emprego que foi o que eu fiquei mais tempo, eu encontrei uma vaga temporária por lá, apliquei e na semana seguinte fui chamado, fiz a entrevista e fui selecionado. Meu atual emprego eu encontrei a vaga pelo LinkedIn. Acabou que eu mantive o contato com o recrutador do processo de seleção e na verdade eu nem entrei para vaga que eu apliquei. O recrutador fez uma triagem comigo, gostou do meu perfil, mas acabou que eu não passei para vaga que eu apliquei, mas ele me indicou internamente para outra vaga que tinha em aberto na empresa e é a que eu preenchi atualmente" (Entrevistado 13).

"Já consegui, eu acho que meus dois últimos empregos foram pelo LinkedIn. Eu me candidatei pela vaga, e depois teve contato por telefone e e-mail" (Entrevistada 14).

Um outro tipo de busca é a passiva, que muitas vezes se destina a pessoas que estão empregadas e não necessariamente estão em busca de um novo emprego, mas ainda assim, fazem parte da rede e estão dispostas a escutar e discutir sobre oportunidades. Esse tipo de busca, cresce cada vez mais na rede social (MAYMONE, 2013).

Como estratégia do processo de recrutamento e seleção, muitas empresas abordam profissionais na rede de forma direta. Alguns entrevistados asseguram que já foram abordados pela rede social.

A entrevistada 9 afirma que já foi abordada, mas a pessoa responsável pelo processo, não deu muitos detalhes da vaga, da empresa e não podia abrir muitas informações. Contudo, ao longo do processo ela ficou sem retorno de como caminhou a contratação do profissional

A entrevistada 6 também aponta que já recebeu mensagem de dois recrutadores com propostas, porém também não avançou. Em complemento o entrevistado 1 teve uma experiência semelhante, onde o recrutador por meio da mensagem se apresentou, disse de onde era, disse que estava procurando alguém com o perfil dele e abriu maiores detalhes sobre a vaga.

O entrevistado 5 conta que já foi abordado diversas vezes e acha uma ótima forma de contato, visto que muitas vezes é uma conversa mais informal e objetiva com o intuito de alinhar as expectativas.

“Já fui abordada. Foram poucas vezes, mas não eram oportunidades que me interessaram” (Entrevistada 14).

Todavia, notou-se que boa parte dos entrevistados nunca foram abordados por recrutadores na rede.

#### 4.3 Conexões estabelecidas no LinkedIn

As relações construídas nas redes sociais, especialmente na internet, são feitas mediante convites que são enviados a outros participantes. Desse modo, não é fácil aferir qual o grau de ligação existente entre essas pessoas na rede, uma vez que ela permite associar tanto conexões próximas como de desconhecidos (PHULARI et al., 2010 apud SOARES, 2019).

Para o entrevistado 5 a maior vantagem de usar a rede social é a criação de conexões e a rapidez com que as informações entorno do mundo corporativo é circulado na plataforma.

Quando indagados sobre que tipo de conexão os entrevistados costumam ter em sua rede, alguns pontos em comum surgem, como por exemplo, se conectar com pessoas conhecidas, como amigos e familiares, como cita o entrevistado 10, que afirma não ter muitas conexões em sua rede e adicionou o seu pai, tio, pessoas mais próximas que ele conhecia.

Outro ponto em comum entre alguns entrevistados, foi adicionar pessoas que trabalham ou já trabalharam juntos, como cita a entrevistada 9 que possui conexões com pessoas conhecidas, pessoas que trabalham na mesma empresa e pessoas com quem teve oportunidade de fazer algum curso ou treinamento.

Além disso, os entrevistados também costumam adicionar pessoas que possam ter algum tipo de interesse em comum ou que possuem conexões em comum. Isso pode ser observado na fala do entrevistado 13:

“Eu costumo fazer conexões com pessoas que eu conheço, pessoas da faculdade, pessoas da empresa que eu trabalhei, pessoas com que eu tive a oportunidade de trabalhar diretamente e indiretamente. E quando eu não conheço, geralmente são pessoas da área que tem algum contato em comum”.

Um outro fator foi fazer conexão com pessoas que sejam da mesma área de atuação como aponta a entrevistada 6:

“Eu faço conexões com pessoas voltadas a minha área, então atuários e economistas. Eu faço conexões com pessoas que eu me identifico, com pessoas que talvez lá na frente, possam me agregar ou até mesmo vendo meu perfil, vendo meu interesse na rede, possam me indicar para uma certa posição. Então, são pessoas que se direcionam mais para minha área de formação”.

Como aponta Croptom; Sautter (2011, apud Maymone, 2013), é importante se conectar com pessoas que possam contribuir para definição e objetivos da sua carreira, mediante a troca de conhecimento, informações, discussões e tendências, mudanças e oportunidade de trabalho.

Além disso, os entrevistados também valorizam conexões com pessoas que tenham algo a agregar na rede social como aponta o entrevistado 1.

“Eu costumo fazer conexões com pessoas que já trabalharam ou que trabalham na mesma empresa do que eu, que são da mesma área ou de uma área que eu tenha interesse em ter uma experiência futuramente ou pessoas que eu vejo que te bagagem, que estão ali publicando alguma coisa ou compartilham conteúdo. Não necessariamente eles têm que elaborar algo autoral, mas alguém que compartilhe notícias interessantes sobre a área que eu tenha interesse. Enfim, alguém que venha a agregar”.

O entrevistado 11 ainda complementa que não costuma se conectar com empresas que ele não se identifica, o que se mostrou ser um ponto relevante para outros entrevistados também.

O acesso a página e a perfis das empresas, ajudam o profissional a identificar um pouco da cultura da empresa e levantar informações com pessoas que trabalham naquela organização. É possível buscar recomendação como afirma Croptom; Sautter (2011, apud Maymone, 2013).

Um outro tipo de conexão abordada por alguns entrevistados foi de se conectar com alguns profissionais que podem ser peças chaves no momento da contratação, como cita o entrevistado 8 que além das pessoas conhecidas, também costuma pedir conexão para pessoas importantes de empresas, profissionais de RH, headhunters, gestores e diretores.

Encontrar pessoas específicas e realizar conexão com profissionais que trabalhem em empresas na qual você tenha interesse, podem ser um passo essencial

caso você tenha interesse em trabalhar naquela empresa e até mesmo buscar por informações e tirar dúvidas (CROPTOM; SAUTTER, 2011 apud MAYMONE, 2013).

Embora a maioria dos entrevistados mostraram ter um critério para fazer suas conexões, isso não foi unanimidade. A entrevistada 15 por exemplo, afirma não ter uma seleção. Ela sempre adiciona quem à pede conexão.

Um ponto em comum notado nas entrevistas, foi que a maioria dos entrevistados, vê a rede social LinkedIn como uma forma de expandir seu *networking* profissional.

Segundo Croptom; Sautter (2011, apud Maymone, 2013), os profissionais que estão na busca por emprego tornam-se mais visíveis para as consultorias de recrutamento e profissionais da área quando utilizam e possuem um perfil nas redes sociais.

O entrevistado 7 aponta que vê o LinkedIn como uma ferramenta relevante para promover o *networking*. Ele acredita que é algo necessário no ambiente profissional, até mesmo para manter uma rede de contatos que futuramente pode ajudar com indicações. Ele associa isso como algo de valor ao longo do tempo.

O entrevistado 13 ainda ressalta: “É importante essa visibilidade da gente ter nosso currículo profissional aberto para todo mundo ver, o *networking*, manter contatos da carreira profissional, acompanhar as novidades do mercado.”

A entrevistada 12 complementa que atualmente acha importante ter seus dados divulgados principalmente no LinkedIn, para fazer *networking* e para se candidatar as vagas. Sabe que as empresas fazem essa busca pela rede.

Boa parte dos entrevistados, acredita ser importante ter seus dados divulgados na internet, pois facilita ser encontrado pelas empresas.

“Acaba sendo uma forma de você se expor, de você mostrar as suas características, seus ganhos de uma forma mais clara, aberta, pois você mostra todas as suas conquistas com divulgações não só pontuais para uma empresa específica ou outra, mas de uma forma aberta, para qualquer empresa te encontrar” (Entrevistada 9).

“Na minha visão, as empresas elas querem contratar pessoas especializadas e a internet é uma forma delas acharem essas pessoas qualificadas” (Entrevistado 16).

“Eu acho um máximo, porque o conhecimento de empresas para com seus empregados é muito bom. Então ter essa procura, é muito mais fácil, por um aplicativo

que te mostra tudo, todo a graduação dele, todo o processo dele dentro da carreira dele, é muito interessante” (Entrevistado 10).

“Acho que ajuda as pessoas que estão procurando um emprego facilita muito na busca” (Entrevistada 3).

#### 4.4 Perfil na rede e tipos de usuários

Como aponta Elad (2011, apud Maymone, 2013), o perfil no LinkedIn é utilizado para construir uma marca pessoal. No perfil é possível incluir informações profissionais e educacionais através de algumas funções da ferramenta. O usuário pode escrever um breve histórico da sua trajetória profissional; incluir prêmios e reconhecimentos; receber e fornecer recomendações; apresentar interesses pessoais; postar links e sites que tenham relação com sua carreira, dentre outros.

Para Araújo (2018), o perfil básico de um indivíduo no LinkedIn é semelhante a um currículo profissional. Entretanto, o ambiente online permitiu mais flexibilidade e potencializa a criatividade do usuário que pode ter um perfil que revele mais informações do que uma carta de apresentação ou currículo.

Quando indagados sobre o seu perfil na rede, boa parte dos entrevistados admite que acredita que seu perfil não seja completo, muito pela ausência de informações mais detalhadas sobre sua atividade profissional. Contudo, nota-se que os entrevistados entendem a importância que isso tem para quem pesquisa seu perfil, o que pode ser notado na fala do entrevistado 7:

“Meu perfil não está necessariamente completo. Até porque, desde que eu fui efetivado que foi dezembro do ano passado eu não vi muito necessidade de atualizar a fundo, então por exemplo, só coloquei o cargo atual, não cheguei a colocar as atribuições, o que inclusive é o que eu penso em fazer, até porque agora eu cubro uma parte específica do mercado então é bom quando a pessoa entra no meu perfil, ela já entender de cara qual a minha função dentro da área que eu trabalho”.

O entrevistado 5 ainda complementa: “Não considero o meu perfil completo, por mais que use diariamente, acabo não atualizando todas as informações, então há um gap no que tange meu desenvolvimento, detalhes sobre cursos de capacitação.”

O entrevistado 11 completa: “... por mais que eu tenha uma foto boa, que eu tenha algumas conexões legais, eu ainda não tenho certificados e minha experiência profissional como um todo postada.”

Assim como a entrevistada 12 que também não considera seu perfil completo, pois acredita que precisa compartilhar mais informações do que faz atualmente no meu trabalho.

Além das informações profissionais, a ausência de detalhes em relação ao perfil pessoal também é apontada, como pode ser notado na fala da Entrevistada 15: “Deveria ter mais de como eu sou, demonstrar mais a pessoa que eu sou, do curso que eu faço, idade, que estou empregada...”

Um outro ponto apresentado foi em relação às experiências de acordo com a idade como aponta o entrevistado 16: “Acho que sempre tem algo para melhorar, mas eu o acho bom para minha idade, já tive algumas experiências importantes, meus torneios em robótica, inglês avançado.”

Já aqueles que consideram o seu perfil completo, atribuem isso a utilizar todos os campos disponíveis da página para formação do perfil e ser um meio facilitador para quem busca profissionais. Isso pode ser notado na fala dos entrevistados 13 e 6 que afirmam respectivamente:

“Meu perfil eu acho que é completo sim, porque ele tem as informações básicas que todo recrutador precisa, tem palavras chaves, tem as experiências que são relevantes para o que eu procuro atualmente. Mas, eu sempre estou procurando informações novas para ver se tem algo novo que eu possa melhorar nele, entende. Eu também procuro ser objetivo, não encher muita linguiça não, colocar o que eu acho que é necessário ali e o que vai dar informação necessária para o recrutador o que eu sou profissionalmente”.

“Considero completo sim, pois eu tenho todas as informações nele, desde do primeiro curso que eu fiz, até o último curso, eu tenho todas as experiências que eu tive até hoje, o tempo que eu vou me formar na faculdade, que isso é importante, para uma determinada posição, para uma vaga, então eu acredito que ele esteja completo sim”.

Um ponto de atenção feito aos utilizadores é que eles devem estar cientes de que ao colocarem o seu currículo on-line o seu perfil vai ser visualizado por recrutadores nacionais e internacionais, que vão indagar todas as informações prestadas, através de uma investigação minuciosa sobre as experiências profissionais, mas também sobre a vida social do indivíduo (PAREZ EL AL., apud, 2018).

Esse ponto pode ser observado na fala no entrevistado 1 que reflete sobre a veracidade das informações divulgadas nos perfis. Ele acredita ser necessário ter cuidado com que tipo de informação está sendo compartilhada na rede.

“Não tem também uma forma ou pelo menos que eu saiba de autenticar as informações que estão ali, então a pessoa pode falar que é qualquer coisa, que é coach ou diretor da multinacional tal e não tem como comprovar, e isso pode atrapalhar o recrutador ou alguém que esteja procurando um profissional para algum assunto, para ser palestrante, para trocar alguma ideia, enfim” (Entrevistado 1).

O entrevistado 11 ainda complementa que nem tudo deveria ser divulgado no perfil, mas por conta do meio corporativo, muita informação acaba sendo divulgada, fazendo um paralelo com a Lei Geral de Proteção de Dados<sup>1</sup> que ele estuda atualmente. Por fim, a entrevistada 6 teme que as suas informações divulgadas sejam utilizadas de forma indevida ou maliciosa.

Vale a pena destacar nesta seção que de acordo com o estudo Pew Research Center 2021 Social Media Use LinkedIn, indivíduos com níveis mais altos de escolaridade (bacharelado ou pós-graduação) são mais propensos a acessar a rede social em comparação à parcela que está cursando a universidade, seguidos do que estão cursando ou possuem o ensino médio.

Isso se reflete na fala no entrevistado 16 que possui 18 anos e está finalizando o ensino médio. O entrevistado aborda justamente a questão de não encontrar na rede social pessoas na sua faixa etária.

“Eu não gostava da plataforma, já tinha escutado falar, mas sabe quando você tem um pré-conceito, que é coisa de velho. (...) E hoje eu utilizo mais a plataforma, agora eu gosto muito e utilizo mais como um meio profissional, gosto de compartilhar as coisas que eu faço, os projetos que eu realizo, mas eu percebo que dentro da minha idade, não tem muitas pessoas da minha faixa etária, não tem muitas pessoas que tem o LinkedIn (...) eu vejo que as pessoas da minha idade, não tem o conhecimento tão grande da importância que é o LinkedIn”.

O entrevistado acredita que esse fato acontece por conta da maturidade que o jovem ainda não possui para acessar esse tipo de rede e por falta de incentivos e conhecimento, como pode ser notado na fala dele:

“Eu estava fazendo um trabalho nesse projeto de robótica, e eu estava pesquisando justamente sobre isso, sobre como o jovem atinge a idade de 18 anos por exemplo, mas mentalmente ele não tem essa maturidade, essa desenvoltura para começar na vida adulta. E pelo LinkedIn, por ser uma plataforma mais adulta, mais profissional, eu vejo que os jovens não demonstram tanto interesse. Eu não lembro quais foram os motivos da minha

---

<sup>1</sup> A Lei Geral de Proteção de dados, Lei nº 13.709, de 14 de Agosto de 2018 dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

pesquisa, mas tinha algo relacionado a saúde mental, psicológico ao longo do tempo, e vem muito da questão de casa. Se a pessoa não tem uma maturidade tão grande, ela não vai mostrando interesse em ter uma” (Entrevistado 16).

#### 4.5 Comportamento do usuário

Dados da pesquisa do *We Are Social* (2021), mostram que o brasileiro passa em média 3 horas e 49 minutos por dia navegando nas redes sociais. E ao perguntamos aos entrevistados sobre a frequência que utilizam a rede, a maioria disse acessar todos os dias a rede social.

A entrevistada 15 afirma que: “eu olho todos os dias, porque chega notificação das vagas de aprendiz para mim no meu celular”, assim como o entrevistado 7 que diz: “vejo basicamente todo dia, até porque tem aquela notificação, então não tem muito como fugir.”

A entrevistada 6 afirma que entra todo o dia no LinkedIn para ver como está a plataforma e para se atualizar quanto as vagas e quanto ao mercado.

Mesmo acessando todos os dias a plataforma a maioria dos entrevistados diz não realizar com frequência postagens, publicações ou escrever artigos na rede, por exemplo, como pode ser observado na fala dos entrevistados:

“Não tenho costume de fazer postagem, algumas vezes só que eu fiz, mas poucas” (Entrevistado 8).

“Não, infelizmente eu acho que é isso que está faltando para eu alavancar meu LinkedIn” (Entrevistada 12).

“Geralmente eu não posto muita coisa, mas eu compartilho muito conteúdo que eu acredito que tenha a ver comigo” (Entrevistado 11).

“Muito raro. Eu fiz umas postagens recentemente, mas foi para uma ação da empresa, mas por minha conta mesmo, eu não costumo fazer postagens” (Entrevistado 13).

“Geralmente eu só compartilho as publicações e quando eu acho algo interessante” (Entrevistada 15).

“Eu não costumo fazer postagem, eu costumo compartilhar aquilo que eu vejo, porque eu ainda não tenho criatividade de postar alguma coisa” (Entrevistada 6).



“Postagem minha não, mas eu compartilho bastante, tanto postagem como publicações. Agora minha que parar para escrever, eu não sou muito boa nisso. Mas, publicar e divulgar dos amigos, eu faço” (Entrevistada 9).

Observa-se que há um compartilhamento de publicações de terceiros que é feita pelos usuários ou post que eles acreditam ser relevante para divulgar em sua rede como pode ser notado na fala do entrevistado 7:

“Inclusive só fiz uma postagem, de fato de postar que foi a do meu TCC. Foi algo que eu soei muito para conseguir, fui super elogiado pela banca, e era um tema relevante até para o mercado, eu quis postar lá para quem tivesse interesse vir falar comigo, para ter troca de ideia que é legal ter isso no nosso ambiente de economistas e esse debate é bem-vindo”.

Um ponto em comum que alguns entrevistados relataram e chama atenção é a forma como enxergam o conteúdo das publicações e postagens feitas na rede. Esse fator também é um ponto de crítica em outras redes sociais e pode ser notado nas falas abaixo:

“Eu acho o LinkedIn e qualquer rede social é uma bolha, é muito complexo” (Entrevistada 4).

As redes sociais ocasionaram um grande impacto na liberdade de expressão, diferindo das plataformas em que há uma editoria de conteúdo, como sites de jornais, onde há a seleção daquilo que será publicado, sendo as redes sociais baseadas na vontade do usuário (BRANCO, 2017 apud Pellizzari; Junior, 2019)

Em complemento os autores ainda destacam que nas redes sociais muitas vezes o usuário perde o controle sobre seu ciclo social e passa a ser controlado pela decisão de um algoritmo, que vai classificar cada ação feita e escolher as pessoas que mais se assemelham aos seus atos para continuar disponibilizando a informação compartilhada por ela.

“Não gosto daqueles posts muito motivacionais que parece que as pessoas estão numa bolha e ela inventa toda uma situação com o único intuito de ter engajamento. Isso é comum nas redes sociais, mas no LinkedIn é algo que as vezes foge muito da realidade e isso meio que dá uma desmotivada no uso do LinkedIn, as vezes quero abrir o LinkedIn para olhar o feed e isso é tão comum você se deparar com esses posts, que você se desmotiva de estar ali olhando” (Entrevistado 7).

“Eu acho que tinham que começar a rever o tipo de conteúdo. Não acho que política seja um conteúdo bacana para ter lá, gerar discussões políticas. Memes também. Quando tem uma pegada profissional até vai, mas em excesso como eu tenho visto atualmente, eu não acho bacana. E tem muita poluição visual dessas mensagens motivacionais que eu acho brega e acho

que não combina e não é a proposta da rede (...) alguns posts podem gerar outros gatilhos em que está procurando emprego ou para quem está infeliz profissionalmente” (Entrevistado 13).

“Antigamente eu fazia mais postagens, mas atualmente eu entro no LinkedIn e acho pior do que o *Facebook*, acho chato, aqueles textões, e coisas motivacionais, e umas postagens muito ruins. Eu tenho desprezo de olhar meu feed, não gosto. Eu vejo postagens de pessoas agradecendo a empresa porque a demitiu, mas na verdade todos sabem que ninguém agradece a empresa porque demitiu. Não tenho paciência para as publicações do LinkedIn” (Entrevistada 14).

“Eu não gosto do fato das pessoas saberem o que eu ou meus colegas estamos curtindo ou comentando. Acho que acaba as vezes sendo muita postagem desnecessária ou sendo um conteúdo que não me interessa” (Entrevistada 12).

Por conta desse ponto, o entrevistado 1 sugere que haja algum tipo de filtro na rede para ter acesso a determinados tipos de publicações:

“Eu como qualquer rede social, uma outra desvantagem é a quantidade de informações, isso até poderia ser uma melhoria, mas também não sei se tem essa possibilidade, da gente filtrar que tipo de publicação a gente quer ver por mais que nossa rede esteja publicando e a gente tenha aceitado aquelas pessoas, mas talvez a gente poderia colocar algumas tags para que somente publicações com aquele assunto apareçam para gente. Acho que seria interessante”.

Outro ponto que chama atenção é o uso do LinkedIn que se intitula como uma rede social profissional para fins pessoais como pode ser observado nas falas abaixo:

“Atualmente eu acho que está muito rede social, estilo *Facebook e Instagram*. As pessoas estão perdendo um pouco a noção do que postar ali, acho que cada rede social tem um objetivo e a gente não pode misturar, por mais que nos sejamos um único ser humano com várias frentes de atuação, vamos dizer no âmbito pessoal e profissional, afetivo, enfim, religioso, a gente não pode ficar misturando as coisas, a gente tem sim que compartilhar informações de quem nós somos, porque precisamos ser respeitados no nosso individualidade, mas as vezes as pessoas postam umas coisas assim nada haver, como se estivesse no *facebook e no instagram*” (Entrevistado 1).

“Às vezes eu acho que algumas pessoas usam o LinkedIn para coisas muito pessoais e eu não acho que é o intuito da plataforma que é muito mais você ter essa exposição para seu *networking* para quem faz parte do seu mercado, então é mais nesse sentido” (Entrevistado 7).

Além do fato de ser uma ferramenta na busca por trabalho, de um modo geral, nota-se que a motivação para o acesso na rede por parte dos entrevistados acaba sendo para manter-se atualizado sobre o mercado de trabalho, para ter um currículo eletrônico e fortalecer o *networking*.

*Networking* é visto como uma rede de contatos pessoais, através do qual pode-se estabelecer parcerias que poderão apresentá-los ou indicá-los a influenciar pessoas no momento da decisão de quem contratar para uma oportunidade de trabalho (FERREIRA, 2006).

“Uso para divulgação do meu perfil e disponibilidade do currículo on-line” (Entrevistada 9).

“Utilizo com intuito de ter mais conhecimento sobre o mercado de trabalho, como ele anda e novidades e informações quanto a profissões” (Entrevistado 8).

“Tento me manter atualizado sobre o que essas pessoas estão falando, as melhores ocupações. (...) Utilizo os cursos, a plataforma de vagas, assisto lives.” (Entrevistado 5).

“Utilizo como currículo eletrônico para recrutadores me encontrarem, para fortalecer *networking* e para buscar novas vagas de emprego. (...) Eu acabo acessando todo o dia para ver notícia, alguma curiosidade, alguma novidade, alguma inovação de alguma área, informações sobre as empresas que eu também sigo no LinkedIn, para entender o que elas estão fazendo e para interagir com as minhas conexões” (Entrevistado 1).

“Um intuito é fazer *networking*, conhecer pessoas da área, e saber do mercado profissional, vê o que as pessoas estão fazendo, o que as empresas estão fazendo. Acho isso muito importante” (Entrevistada 12).

Além desses pontos, um outro fator predominante entre os entrevistados foi utilizar a rede para saber onde os colegas estão trabalhando.

Gosto de saber como meus colegas de trabalho estão levando o seu dia a dia no trabalho, no estágio, onde fulano está, em qual empresa ele está atualmente (Entrevistado 11).

“Saber onde cada pessoa está no mercado, até porque a área que eu trabalho que é um setor de alocação de fundo de investimento, é importante ter essa exposição de onde cada profissional tá, já que é um business de pessoas de capital humano o que torna relevante e faz parte da rotina” (Entrevistado 7).

“O que eu mais gosto é de fuxicar o perfil das outras pessoas. Gostei de tal empresa, vou olhar o perfil de alguém que trabalha lá numa posição parecida com a minha ou que está acima e vejo a trajetória da pessoa. Eu gosto de ver a trajetória das pessoas pelo perfil” (Entrevistada 14).

Para alguns entrevistados, a rede é reconhecida como uma forma de apoio e incentivar as conexões da rede, como pode ser notado abaixo:

“Ver meus amigos conquistando seus objetivos, sendo promovido dentro das empresas e eu fico bastante feliz quando eu vejo o pessoal conquistando seu espaço e compartilhando isso” (Entrevistado 13).

“Gosto de compartilhar minhas conquistas, as pessoas geralmente se apoiam. Em outras redes sociais tipo o *Instagram* as pessoas parecem ser mais “invejosas” (Entrevistada 6).

“O LinkedIn é uma ferramenta que inspira que outras pessoas estão fazendo do outro lado do mundo” (Entrevistado 16).

“Eu acho que a questão do apoio, das pessoas que estão precisando de emprego, sempre vejo muitas pessoas compartilhando, e eu também compartilho. Essa questão da visibilidade do perfil eu acho bacana” (Entrevistada 9).

“O que eu mais gosto são as interações das pessoas, que é todo mundo muito unido a depender claro das conexões que você faz, por que se você fizer conexões com pessoas que não tem muito a ver com a sua área de interesse/formação, eu acho que você não vai se identificar muito, mas se você souber filtrar direitinho e todo mundo muito unido” (Entrevistada 6).

Outra funcionalidade apontada foi o uso da rede social para treinamentos como destaca a entrevistada 9: “utilizo como mídia social e já fiz alguns treinamentos. O resto são as funções básicas do LinkedIn.”

Por fim, uma funcionalidade elencada pelo entrevistado 11 foi a visualização recente, ou seja, a rede social mostra quem visualizou o seu perfil. Ele afirma que acha a ferramenta interessante, pois aquela pessoa pode estar interessada nas suas competências profissionais.

De um modo geral, nota-se que o conhecimento pelas funcionalidades da rede é bem próximo entre os usuários para visualização de outros currículos, uso dos filtros para busca de vagas e utilização do feed inicial para se atualizar sobre mercado e tendências.

“Eu não costumo utilizar muitas funcionalidades não, nem sei quais são todas as funcionalidades. Acabo usando o básico como os filtros e o feed. Uso mais como uma rede social mesmo para me atualizar sobre o mercado (Entrevistado 13).

“Costumo utilizar o feed inicial, compartilho algumas coisas, vejo o que as pessoas estão postando, procuro por vagas. Entro na barra de pesquisa, faço filtros para ver o estado das vagas, o tipo de vaga” (Entrevistada 15).

#### 4.6 Pontos de melhorias

Durante as entrevistas, boa parte dos entrevistados se mostrou satisfeito de um modo geral com a plataforma, porém alguns pontos de melhoria aditivos foram citados por alguns entrevistados, além dos problemas relacionados aos filtros de busca, processo de candidatura e forma como é utilizada a plataforma como que já foi citado neste trabalho em tópicos anteriores.

“Essa questão de visualização de perfil podia ter uma forma mais clara de escolher quem tem acesso (...) então você acaba sendo procurado muitas vezes por cursos, treinamentos, até as vezes pagos, e você nem consegue retirar aquela notificação” (Entrevistada 9). Essa foi a fala da entrevistada se referindo as abordagens e propagandas que acaba recebendo no seu chat de mensagens.

O entrevistado 5 sente falta de uma plataforma de treinamentos mais complexa: Poderiam criar uma plataforma de cursos mais robustas, para não ser necessário buscar por outras plataformas como *udemy* para realizar cursos.

A entrevistada 14 aponta que deveriam ser realizadas melhorias nas competências que o LinkedIn elenca no momento de compatibilidade com as vagas divulgadas.

“E aquelas competências, nunca sei se é para colocar tudo ou só uma palavra. Por exemplo tem Microsoft Excel, Pacote office, e ai você pode colocar alguma e não tem tudo e o LinkedIn diz que você tem x compatibilidade com a vaga, sendo que você tem o Pacote Office mais não apareceu ali. Deveria ter um filtro de outra forma, pegar as essas informações de outra forma. Talvez na descrição, colocar os requisitos e puxar” (Entrevistada 14).

Por fim, o entrevistado 11 enfatiza sobre a cobrança de alguns serviços da plataforma: “Conteúdo pago, deixar de ser pago. Acho que pode ter outras ferramentas que possam dar lucro/renda para o LinkedIn.”

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho foi identificar se os jovens reconhecem e utilizam a rede social LinkedIn como uma ferramenta que facilita no momento de busca por emprego. Além disso, buscou-se averiguar se os entrevistados são abordados ou selecionados para oportunidades de emprego pela rede LinkedIn; quais as funcionalidades os usuários conhecem e entender as vantagens de se utilizar a rede social.

Por meio das entrevistas realizadas, foi possível identificar que a rede social é utilizada pelos entrevistados nos dias de hoje. Mesmo não sendo a única ferramenta usada, o LinkedIn mostrou-se um importante aliado para auxiliar na procura por oportunidades pelos jovens.

Nota-se que eles reconhecem a ferramenta como um local onde boa parte das empresas divulgam suas oportunidades e tem a possibilidade de terem um currículo on-line de fácil acesso disponível na internet, o que hoje é um ponto relevante para os entrevistados, que acreditam ser importante ter seus dados profissionais divulgados na internet, pois as possibilidades de serem encontrados é maior.

A pesquisa também evidenciou que essa rede é utilizada pelos jovens como uma forma de expandir seu *networking* por meio das conexões com pessoas que já trabalharam, estudaram, são da mesma área de formação ou tenham algum interesse em comum.

Um ponto interessante destacado por boa parte dos entrevistados, é saber onde alguns amigos ou colegas de profissão estão atuando e qual seu cargo e/ou momento profissional. Além de poderem acompanhar seus progressos na carreira. O LinkedIn é visto pelos entrevistados como uma rede de apoio, onde as pessoas podem compartilhar suas conquistas profissionais.

Além disso, o LinkedIn acaba sendo um meio utilizado pelos entrevistados para se atualizarem em relação ao mercado de trabalho e entenderem as tendências em relação ao meio profissional.

De um modo geral, também notou-se que boa parte dos entrevistados já foi abordado na rede social por recrutadores. Contudo, poucos entrevistados efetivamente conseguiram uma oportunidade de emprego por meio do LinkedIn.

A maioria evidencia que a rede é bem completa, intuitiva e de fácil acesso. A busca pelas oportunidades é realizada pelos entrevistados pelos filtros disponíveis na rede, onde é possível filtrar cargos, região, vaga remotas ou presenciais.

Por se tratar de uma rede social, algumas críticas em relação ao modo de utilização dela, foram evidenciadas pelos entrevistados que acreditam que o LinkedIn tem tomado um rumo muito pessoal por conta do conteúdo das postagens e publicações realizadas pelos usuários que está cada vez menos profissional, tirando assim o intuito da rede.

Por fim, este trabalho contribui no sentido de trazer a perspectiva do usuário que aparentemente é pouco abordada pela literatura. Verificou-se que a literatura privilegia a ótica das empresas (AFONSO, 2009; NUNES, 2011; SILVA, 2015) e dos recrutadores (ALMERI ET AL., 2013; ARAÚJO, 2018; MAYMONE, 2013; LEMES; WESCHENFELDER, 2015) em relação ao uso do LinkedIn e outras redes sociais virtuais.

Como sugestão de pesquisas futuras, recomenda-se entender com maior profundidade a ótica dos jovens entre 15 a 18 anos, visto que essa faixa etária está no início da trajetória profissional, muitas vezes tem um perfil profissional embrionário e aparentemente não tem muito conhecimento sobre essa rede social. Poderia ser interessante investigar com maior profundidade os fatores que levam a esse fato.

Além disso, pesquisas com outros públicos mais seniores, como profissionais entre 40 a 60 anos, podem apresentar uma usabilidade diferente em relação ao acesso à rede social profissional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFONSO, Alexandre. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. São Paulo, 2009. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/18269/1/Alexandre%20Soares%20Afonso.pdf>>. Acesso em: 24 de abril de 2022
- ALMERI, T. M.; MARTINS, K. R.; DE PAULA, D. D. S. P. **O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção**. Revista Eletrônica de Enfermagem do Vale do Paraíba, v. 4, n. 8, 2013.
- ARAÚJO, L. C. G; GARCIA, A. A. **Gestão de Pessoas: estratégias e integração organizacional**. São Paulo: Atlas, 2009.
- ARAÚJO S. P. S. **Recrutamento e seleção via LinkedIn no contexto de uma empresa de consultoria de recursos humanos**. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Porto, Portugal, 2018.
- BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Dos direitos e das políticas públicas de juventude.
- CATAPAN, S.; BARATIERI, T.; NICOLOTTI, C.A. **Codificação: uma possibilidade para análise de dados qualitativos**. Brazilian Journal of Health Review. w, Curitiba, v.4, n.2, mar/apr, 2021.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CIRIBELI, J.P; PAIVA, V.H.P. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado**. Mediação, Belo Horizonte, v.13, n.12, jan/jun 2011.
- FERREIRA, M. C. **A importância das redes sociais e do gerenciamento de carreira para a inserção no mercado de trabalho**. Revista Pretexto, Belo Horizonte, v.7, n.2, p. 21-38, 2006.
- FGV. Década cada vez mais perdida na economia brasileira e comparações internacionais. **FGV**, 2020. Disponível em: <<https://portal.fgv.br/artigos/decada-cada-vez-mais-perdida-economia-brasileira-e-comparacoes-internacionais>>. Acesso em 24 de abril de 2022
- GIL, A. C. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2014
- GOMES, A. F. P. **Recrutamento nas redes sociais on-line**. Lisboa, 2011.
- IBGE. Desemprego recua na maioria dos estados na média anual para 2021. **Agência IBGE Notícias**, 2022. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33034-desemprego-recua-na-maioria-dos-estados-na-media-anual-para-2021>. Acesso em: 24 de abril de 2022
- Juventudes e a Pandemia do Coronavírus. **Relatório Nacional**, 2021. Disponível em:<<https://atlasdasjuventudes.com.br/wp->



content/uploads/2021/08/JuventudesEPandemia2\_Relatorio\_Nacional\_20210702.pdf  
>. Acesso em: 24 de abril de 2022

MAGALHÃES, M.O.; TEIXEIRA, M.A.P. **Antecedentes de Comportamentos de Busca de Emprego na Transição da Universidade para o Mercado de Trabalho**. Psicologia: Teoria e Pesquisa. Out-Dez 2013, Vol. 29 n. 4, pp. 411-419

MARTELETO, R. M. **Análise de redes sociais**: aplicação nos estudos de transferência de informação. Ciência da Informação, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001.

MAYMONE, D.S.C. **A Utilização de Redes Sociais Online na Busca por Oportunidades de Trabalho e no Recrutamento de Profissionais – Uma Análise da Rede Social LinkedIn**. São Paulo, 2013.

MINAYO, M. C. S. **O desafio da pesquisa social** In: DESLANDES, S. F.; GOMES, R; MINAYO, M. C .S. (Org.) Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 31ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

NUNES, L.M.D. **Redes sociais on line com infra-estruturas no mercado de trabalho**. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Porto, 2011.

LEMES, A. G; WESCHENFELDER, G. **A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção**. Gestão Contemporânea: Revista de Negócios da Cesuca, p. 19-39, 2015.

LINKEDIN CORPORATION. Brasil já é o 4º maior mercado do LinkedIn no planeta. **LinkedIn**, 2021. Disponível em:<<https://www.linkedin.com/pulse/brasil-j%C3%A1-%C3%A9-o-4%C2%BA-maior-mercado-do-linkedin-planeta-salgado-/?originalSubdomain=pt>>. Acesso em 24 de abril de 2022.

OPINIONBOX. **Pesquisa LinkedIn no Brasil**. Disponível em:<<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-linkedin-no-brasil/#:~:text=A%20primeira%20fun%C3%A7%C3%A3o%20da%20rede,Ler%20os%20artigos%2051%25>>. Acesso em 29 de novembro de 2022

PELLIZZARI, B.H.M.; JÚNIOR, I.F.B. **Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação**: ditadura do algoritmo e entropia na internet. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, Belém, v. 5, n. 2, p. 57 – 73. Jul/Dez, 2019.

PEW RESEARCH CENTER. **Social Media Use in 2021**. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>>. Acesso em 21 de novembro de 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Editora Salina, Porto Alegre, 2009.

RIBAS, C.C.; ZIVIANI, P. **Mediação, circulação e uso da informação no contexto das redes sociais**. Revista Educação Temática Digital, Campinas, v.9, n.2, p.1-19, 2008.

SILVA, Beto. A era LinkedIn. **Revista IstoÉ**. Edição 121312.03. Maio, 2020. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/a-era-linkedin/>>. Acesso em 24 de abril de 2022.

SILVA, I. F. N. **Cultura Organizacional e Rede Social**: um estudo em empresas de prestação de serviços de contabilidade. Dissertação (Doutorado) - Universidade de Nove de Julho, São Paulo, 2015.

SILVA, M. M. **Inserção profissional e condição social**: trajetórias de jovens graduados no mercado de trabalho. Dissertação (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2004.

SILVA, L.F.; RUSSO, R.F.S.M. **Aplicação de entrevistas em pesquisa qualitativa**. Revista de Gestão e Projetos. vol. 10, n. 1, 2019.

SILVEIRA, N. A. C. **O LinkedIn Como Ferramenta no Recrutamento e Seleção**: Como Criar um Perfil Atrativo na Procura de Emprego? Dissertação (Doutorado) - Instituto Politecnico do Porto, Portugal, 2017

SOARES, Manuel Pereira. **LinkedIn e o Capital Social gerado na busca de emprego**. Configurações: Revista de Sociologia, vol. 24, p. 45-60, 2019.

SHIMAZAKI, V.; PINTO, M. **A influência das redes sociais na rotina dos seres humanos**. Periódico Eletrônico da FATEC-São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, v. 1, n. 5, Out/Dez 2011, p. 171 a 179. Disponível em: <<http://fatecsaocaetano.edu.br/fascitech/index.php/fascitech/article/view/57/56>>. Acesso em 24 de abril de 2022

TANKE, Mary L. **Administração de recursos humanos em hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TEIXEIRA, M. L. M; ZACCARELLI, L. M. Um lado da moeda: atraindo e selecionando pessoas. In: HANASHIRO, D. M. M; TEIXEIRA, M. L. M; ZACCARELLI, L. M. **Gestão do fator humano**: uma visão baseada em stakeholders. 2ª Edição: São Paulo: Saraiva. 2008

Valor Investe. Já procurou emprego nas redes sociais, **Valor Investe**, 2022. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2022/08/19/ja-procurou-emprego-nas-redes-sociais-os-brasileiros-sao-os-que-mais-confiam-nessas-oportunidades.ghtml>>. Acesso em 13 de outubro de 2022

VIEIRA, A. V.; TIBOLA, F. **Pesquisa qualitativa em marketing e suas variações**: trilhas para pesquisas futuras. Revista de Administração Contemporânea, v. 9, n. 2, 2005

We Are Social e Hootsuite. Digital 2021: Resumo e relatório completo. **Amper**, 2021. Disponível em: <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. Acesso em 24 de abril de 2022

## APÊNDICE

### ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO

#### **Bloco 1 – Identificando perfil**

1. Qual a sua idade? Gênero? Escolaridade?
2. Atualmente, você exerce alguma atividade profissional? Qual?
3. Quando você está em busca de emprego, o que você costuma fazer? (Utiliza alguma rede social?)
4. Você possui um perfil no LinkedIn?
  - 4.1 Em caso negativo, você já conhecia a rede social LinkedIn? Sabe do que se trata?
5. Você acha importante ter suas informações profissionais divulgadas na internet? Por quê?

#### **Bloco 2 – Familiaridade com o LinkedIn**

6. Com que intuito você utiliza o LinkedIn?
7. Com que frequência você costuma acessar a rede?
8. Quais funcionalidades do LinkedIn você costuma utilizar?
9. Você considera seu perfil completo? Por quê? Que tipos de informações você costuma disponibilizar?
10. Você costuma fazer conexões com que tipos de pessoas no LinkedIn? Por quê?
11. Você costuma fazer postagem, publicações, escrever artigos na rede?

#### **Bloco 3 - Estratégias de uso do LinkedIn**

12. Como você costuma fazer a busca por oportunidades de emprego? Você acha que essa busca pela rede social LinkedIn é fácil ou complicada? Por quê?
13. Você costuma se candidatar para vagas de emprego pelo LinkedIn?
14. O que você acha das informações fornecidas nas vagas? E do processo de candidatura nessas vagas? Você vai sempre até o final?

15. Você costuma fazer algo depois de se candidatar em alguma vaga (Por exemplo, enviar uma mensagem para o recrutador daquela empresa pela rede social)?
16. Você já conseguiu um emprego pelo LinkedIn? Já foi abordado na rede social? Conte como foi sua experiência?

#### **Bloco 4 – Bloco Final**

17. O que você mais gosta na rede social?
18. O que você acha que precisa melhorar na rede?
19. Quais as vantagens e desvantagens você acredita ter ao utilizar o LinkedIn?