

O USO ÉTICO DAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO EMPRESARIAL: UM ESTUDO DE CASO DE UMA MICROEMPRESA SÃO-JOANENSE

Ladyane de Fátima Lara¹
Monique Terra e Silva²

RESUMO

O recrutamento e seleção é considerado um processo seletivo para facilitar as empresas na hora de preencher uma vaga de emprego (muitas vezes auxiliado pelas redes sociais). O presente trabalho tem foco no uso ético das redes no processo de recrutamento e seleção empresarial: um estudo de caso de uma microempresa são-joanense. Assim, propõe-se neste artigo a análise da relação das redes sociais, a ética e o próprio processo de recrutamento e seleção como meta no alcance dos objetivos. Foi realizada uma pesquisa em uma empresa "X" de recrutamento e seleção na qual foi aplicada um questionário com o intuito de demonstrar a utilização das redes sociais com ética dentro do processo seletivo. Como ressaltado, tornou-se importante a junção da rede social ao recrutamento e seleção onde ambas articulam para o desenvolvimento do processo seletivo, no qual há uma probabilidade de acerto. Além disso, este processo pode ser um grande aliado na empresa ajudando na formação assertiva do candidato.

Palavras-chave: recrutamento e seleção, ética, microempresa, processo seletivo, redes sociais.

ABSTRACT

Recruitment and selection is considered a selective process to facilitate companies when filling a job vacancy (often aided by social networks). The present paper focuses on the ethical use of networks in the recruitment and selection process: a case study of a microenterprise in São João. Thus, the article proposes the analysis of the relationship of social networks, ethics and recruitment and selection process as objective within the objectives. A research was carried out in an "X" selection and selection company, through a questionnaire designed to demonstrate the use of ethical social networks within the selection process. As stressed, it has become important for the social network to join recruitment and selection, where the project for the development of the selection process wins a greater likelihood of success. In addition, this process can be an excellent ally in the company, helping in the training of assertive candidates.

Keywords: recruitment and selection, ethics, microenterprise, selection process, social networks.

¹ Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves – UNIPTAN. E-mail: ladyanelara16@gmail.com

² Professora Mestra e orientadora no curso de Administração no Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves – UNIPTAN. E-mail: mterra2000@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

Diante de um mercado altamente competitivo é necessário que as organizações se preocupem em escolher profissionais mais qualificados e com perfil ético compatível com o requerido pela instituição. Para realizar essa escolha, as empresas têm se valido cada vez mais das redes sociais para executarem os processos de recrutamento e de seleção, em virtude da rapidez, abrangência e benefícios que essa “ferramenta” tecnológica é capaz de oferecer.

Outro fator preponderante é a facilidade de obtenção de informações sobre o perfil do candidato por meio da verificação do seu perfil social disponível nas redes. Essa configuração outra de comunicação, por meio da intensificação do uso das mídias sociais, tem permitido que as organizações se valham desse meio para estruturar o processo de recrutamento e seleção de pessoal. Pode-se dizer que o intuito da adoção dessa postura está voltado para o interesse por resultados mais assertivos na escolha de futuros contratados.

No entanto, surge um dilema ético no que diz respeito à busca de informações pessoais nos perfis disponibilizados nas redes, pois, a triagem dos candidatos via redes sociais, pode ser sentida como uma forma de invasão das informações de foro íntimo e não profissional. Diante desse embate, a presente pesquisa tem como objetivo identificar o modo como as organizações têm utilizado essa ferramenta tecnológica como parte do processo de recrutamento e seleção de profissionais.

Para tanto buscar-se-á para este trabalho, de cunho qualitativo, informações sobre o uso de redes sociais no processo de recrutamento e seleção, por meio de um estudo de caso em uma microempresa “X” da cidade de São João del-Rei/MG. O intuito desse estudo é identificar e descrever o modo como as empresas podem se valer dessa ferramenta tecnológica de informação com ética e respeito ao direito de privacidade e intimidade de possíveis futuros contratados.

A pretensão do presente trabalho é contribuir para um estudo mais aprofundado sobre a temática, com ênfase na realidade das microempresas e despertar nos pares do ramo empresarial, a necessidade de aperfeiçoamento dos procedimentos de recrutamento e seleção.

1. ASPECTOS CONCEITUAIS SOBRE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS

Segundo Chiavenato (2008, p. 165) “recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro de uma organização”. O recrutamento pode ser dividido em três tipos: recrutamento interno, externo e misto, e durante o artigo será relatado às principais funções que cada um tem e o que proporcionam para as organizações.

Marteleto (2004) relata que essas interações ou redes de relacionamentos, ou ainda *network* são as responsáveis pela geração do capital social. Um relacionamento afinado que soma conhecimentos, informações e emoções podem e devem ser utilizados por todos que compõem a rede. Afirma ainda, que a construção dessas redes e a consequente aquisição de capital social estão condicionadas a fatores culturais, políticos e sociais.

De acordo com Ferreira (2013) como o mercado está cada vez mais competitivo, é essencial analisar a dificuldade que as empresas possuem para preencher as vagas devido à competência do candidato. Nota-se assim o esgotamento do processo do recrutamento e seleção, fazendo com que os gestores busquem soluções para que consigam almejar o que necessitam.

As teorias utilizadas são baseadas nos textos de Almeri *et al* (2013) e Ferreira (2013) e concomitantes e complementares, destacam como o processo de recrutamento e seleção é de suma importância no sucesso das organizações. Se planejado e executado com excelência, é capaz de proporcionar ações muitíssimo vantajosas para a empresa, afinal, atrair (e posteriormente reter) profissionais qualificados, ágeis e que foquem no desempenho da equipe e não do individual, não é tarefa fácil hoje em dia.

Nesse contexto, como parte do processo de recrutamento e seleção, as organizações seguem divulgando suas vagas por meio de sites, banners, panfletos, redes sociais, jornais, rádios, parcerias com escolas, faculdades, igrejas e instituições beneficentes. Tem ainda se valido da contratação de serviços de captação de algumas empresas especializadas, que buscam candidatos em sites de divulgações de empregos, indicações de funcionários, dentre outros.

2. AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS PARA PEQUENAS EMPRESAS

Os impactos da tecnologia na vida dos sujeitos e instituições pós-modernos foram os principais motivos para que o tema explorado no presente artigo se convertesse em uma das mais relevantes discussões nas áreas de ensino, pesquisa e extensão dos grandes centros educacionais e também, organizacionais. Convém acrescentar que há hoje, uma grande mobilização das empresas e sociedade com a temática referida, pois a mesma relaciona-se não somente a pautas de natureza econômica/política, mas também, comportamental. E isso nos permite traçar um caminho que nos leva a compreender questões da ordem do social – visão muito mais abrangente e relevante.

Almeri (2013) *et al.*, Ferreira (2013), apresentam conceitos sobre o comportamento dos usuários das redes sociais com base na visão do emprego, analisando o comportamento adequando para o uso, dizendo que o uso das redes sociais no processo de recrutamento e seleção consiste na conscientização do ser humano em utilizar a tecnologia e fazer uso seus recursos. Segundo Recuero (2009), as redes sociais disseminadas por meio da internet atraíram a atenção de pessoas no mundo todo por fenômenos ocorridos em 2008. O primeiro deles aconteceu nos Estados Unidos durante a campanha presidencial dos candidatos Barack Obama e John McCain, na qual era possível acompanhar a opinião da população norte-americana acerca da campanha por intermédio do Facebook.

O conceito de redes revoluciona as relações de tempo e espaço e subsidiando novas ferramentas para a discussão da renovação do/no mundo tecnológico. O comportamento influencia a ideia da utilização por uma organização, estabelecendo-se assim um pacto. Analistas ressaltam a importância de promover um perfil profissional em redes sociais com clareza, objetividade e dinamismo para demonstrar as mudanças provenientes do cotidiano.

Com base em especialistas em redes e mídias sociais, tais como Comm, Wasserman e Faust, e Degenne e Forse, citados por Recuero (2009, p. 24), a autora lembra que “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos – os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais).

Os autores subdividem o processo de recrutamento e seleção em formal e informal. Sendo que a primeira se processa com o uso da tecnologia dentro das empresas, facilitando o processo de seleção dos participantes e a segunda, destina-se a ampliar o comportamento ético do candidato nas organizações por meios de canais de comunicação.

O uso das redes sociais no processo de recrutamento e seleção, serve para a escolha de padrões de comportamentos considerados apropriados pela empresa contratante: baseia-se no método que, apesar de recente, simboliza a redução de tempo, custo e burocracia no processo dentro desses canais de informação virtual como o *Twitter*, o *Facebook* e o *Linkedin*, por exemplos.

A mídia social oferece uma apropriação para a sociabilidade a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. Ela é diferente porque permite essas ações tanto de forma individual, quanto numa escala de maiores proporções. Ela está, inclusive, diretamente relacionada à Internet por conta da expressiva mudança que a rede proporcionou (RECUERO, 2008, p. 1).

Esses canais facilitam o alcance de resultados organizacionais mais assertivos no processo de recrutamento, já que a internet propicia uma abrangência de maior escala e por ser uma forma econômica e rápida de como devemos nos relacionar com os candidatos e as organizações. No entanto, Ferreira (2013) ressalta sobre a necessidade de se estabelecer princípios e limites para reger o comportamento tanto dos gestores, quanto dos candidatos do processo de recrutamento e seleção de pessoal.

Dessa maneira, faz-se necessário realizar uma reflexão sobre a ética, bem como suas aplicações ligadas às práticas gerenciais, como no caso do comportamento ético no uso das redes sociais para o processo de recrutamento e seleção. Nesse contexto das redes sociais Hatala (2006) afirma que os gestores de RH podem contar com as indicações e com a possibilidade de pesquisas on-line.

Brown e Konrad (2001) relatam que em setores de negócios em declínio, os laços fortes são mais usados, pois favorecem a mudança de área de atuação da pessoa que busca uma colocação no mercado. Por outro lado, em setores de negócios em ascensão os laços fracos são mais usados, visto que disponibilizam mais informações sobre vagas disponíveis. Assim, as novas formas de recrutamento trazem influência sobre os processos seletivos contemporâneos.

Entretanto, estes autores ainda afirmam que o desempenho das informações constituem-se cada vez mais numa posição de significativa importância para as empresas, podendo ser o fator mais relevante para o desenvolvimento efetivo da sua participação de mercado. A seleção é um processo contínuo que na maioria das organizações utiliza-se de fontes e informações que são absorvidas a fornecer o quadro mais confiável e válido do potencial do candidato para o sucesso obtido.

Segundo Capelli (2001), dentre os meios para se obter informações sobre os candidatos pode-se citar o preenchimento de formulários de solicitação de emprego, as entrevistas, os testes, os exames médicos, as investigações de formação, a internet e as indicações.

3. O USO ÉTICO DAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

A alta competitividade mercadológica que abarca tanto candidatos a uma vaga de trabalho quanto às organizações, pode gerar as ações mais agressivas e constrangedoras no processo de recrutamento e seleção de pessoas que se pode imaginar. Este fato aponta para um questionamento ético sobre o uso das tecnologias de informações, mais especificamente das redes sociais durante o processo de recrutamento e seleção dos candidatos.

Conforme Abbagnano (2007, p. 380), a ética é “em geral a ciência da conduta”. Já para Vazquez (1995, p. 12), ética é a “teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade”. Esta complexidade resulta em qualquer tipo de prática ética, pois o ser ético é visto como analista dos sentidos das ações e aquele que demonstra respeito para com o próximo - conduta esta, que deve ser levada em consideração e sempre de forma transparente, no intuito de que seja claro nas apresentações exigidas da vaga.

Quanto ao relato da competência e exigência, é preciso evitar tentativas que possam passar pelo o que não é considerado o correto. Em relação à confidencialidade, há uma troca de informações que precisam ser sigilosas perante ao público e dados que não podem ser circulados no mercado mais amplo.

Segundo HASS, (2010, p.1) “a ética é um tipo de saber normativo, isto é, um saber que pretende orientar as ações dos seres humanos”. Essa definição pode levar à reflexão que, todos os seres humanos devem pensar no seu próximo antes

de executar qualquer ação, de forma que não fira a ética de um ou do outro. E que isso deve ser praticado tanto pelos profissionais de recrutamento e seleção, quanto pelos candidatos. Agir com ética pode ser um ato direcionador para ambos, tanto para o candidato quanto para o profissional de recrutamento.

Nesta perspectiva, surge um dilema à respeito do uso das redes sociais para captação de informações pessoais para o processo de recrutamento e posterior seleção por parte das organizações, concorrendo com o direito individual de preservar a intimidade e a privacidade da vida pessoal. Esta tendência de verificar o comportamento dos candidatos nas redes facilitou para as empresas o processo de triagem dos candidatos.

Porém, pode ferir os direitos individuais do sujeito a partir do momento que as organizações fazem uso destes dados como forma de privá-lo da oportunidade à vaga ofertada, na qual não deve avaliar condições que não são relativas ao perfil que o cargo requer. Conforme Fidelis e Banov (2000, p. 55), "o recrutamento é essencial porque não trata somente de divulgação de vagas, mas se trata de captar pessoas qualificadas para atender as necessidades das organizações".

3.1. METODOLOGIA

Este trabalho de cunho qualitativo e de caráter descritivo será fundamentado por uma pesquisa bibliográfica sobre ética, processo de recrutamento e seleção, como também sobre as redes sociais.

A considerar que a presente pesquisa está embasada em um trabalho de campo, pretendemos coletar e registrar os dados obtidos *in loco*, com visita a empresa e realização de entrevista [a qual será gravada e transcrita para posterior análise dos relatos do responsável pela empresa] a fim de descrever o modo como a organização se utiliza das novas tecnologias de comunicação, no caso as redes sociais, para o processo de recrutamento e de seleção de seus profissionais.

Finalmente, com base na fundamentação teórica proposta, procedemos à análise do material pesquisado e os resultados obtidos, podem ser conferidos nas considerações finais do presente artigo.

3.2. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A entrevista foi realizada com o gestor e proprietário de uma microempresa “X”, são-joanense, do ramo de recrutamento e seleção de pessoal, no dia 15 de novembro de 2017.

A partir dos relatos do entrevistado “X”, pode-se perceber que o processo seletivo está presente em diversas empresas, desde às novas criações do mundo tecnológico, onde o entrevistado refere-se à importância da utilização da tecnologia de forma ética. Conforme cita o entrevistado:

Hoje a gente faz um processo externo à empresa: ele começa através da captação do currículo, onde temos o sistema online e você pode cadastrar aqui também. Hoje em dia não utiliza-se mais currículos impressos. Ele faz um filtro dos candidatos, quais está mais adequado e faz a entrevista. Algumas vezes a gente encaminha para uma avaliação psicológica, depois checa referência e finaliza³.

Observa-se que as redes sociais têm sido utilizadas pelas empresas de forma ética, porém, existe uma divergência na forma adequada em utilizá-la. Isso se deve, dentre outros fatores, à questão de facilidade do trabalho que as empresas buscam na eficiência do meio tecnológico.

Os relatos resgatam a influência enorme das redes sociais nos processos, comportamentos e experiências vivenciadas e influenciadas pela rede, bem como pela simbologia que as redes sociais representam para o entrevistado e para os candidatos.

Esse relato pode ser comparado com o que pensa Chiavenato (2004, p.165), onde o autor afirma que “o processo de recrutamento e seleção, pode ser visto como uma ferramenta utilizada em empresa denominando cada objetivo e eventualmente particulares que contribui para o avanço tecnológico empresarial”.

Constatou-se que as redes sociais quando executada de forma ética pode contribuir com a obtenção de um objetivo positivo perante as empresas e contribuir para um excelente resultado.

Mesmo com todo avanço tecnológico, pode-se observar que em relação aos processos, existe uma diferença em relação ao uso desejado ou não da internet. Várias empresas estão em busca de um procedimento viável que possa gerar benefícios para as mesmas.

³ Esse relato fora extraído da entrevista realizada com o gestor/proprietário de uma microempresa “X” (material de pesquisa do estudo de caso do presente artigo).

Assim, o entrevistado relata que:

A gente não utiliza a rede social hoje para buscar informações e sim para divulgação de vagas. Acho uma coisa muito pessoal, não necessariamente tem relação ao trabalho. Então prefiro não fazer este tipo de uso, mas só para divulgação de pesquisa.

O entrevistado nos mostra duas vertentes de utilização das redes sociais. Por um lado ele acredita que utilizar a utilização da rede seja útil devido a seu aspecto produtivo e eficiente. Por outro lado, ele deixa claro que só utiliza a rede social como referência para as vagas e não para a constatação de comportamentos de seus futuros contratados.

Relata-se que nos dias atuais a rede social é importante para busca de informações e para divulgar vagas necessárias que as empresas necessitam, com intuito de usá-la com cautela.

Dentre essa organização de processo, foram feitas pesquisas direcionadas ao entrevistado, como forma de informações disponíveis prejudiciais para o candidato durante o processo seletivo. De acordo com sua opinião:

Não existe informação que prejudicial. Acho que o que pode prejudicar a informação é a qualidade exagerada de informação. A gente acaba é perdendo que é mais importante no currículo. A gente aconselha o máximo de informação possível online porque tem gente que filtra um monte de coisa. Quando é impresso a gente prefere colocar o menos possível.

Orienta-se que as informações não devem se divulgar com certos tipos de exagero, buscando sempre filtrar informações que sejam satisfatórias para seu currículo ser selecionado e a entrevista ocorra de forma adequada para que o candidato consiga a vaga desejada.

Em meio a tantas pesquisas, a entrevista fala do perfil que sua empresa busca, se é fácil de se encontrar e se a rede social influencia. Segundo o entrevistado:

Sim, a rede ajuda na divulgação, mas para nossa empresa a gente busca pessoas que trabalham com maior autonomia. Então não depende da gente ficar direcionado isso é o principal que busca sempre se qualificar dentro da nossa empresa toda empresa busca isso é fundamental.

De acordo com o entrevistado, as empresas buscam por pessoas qualificadas que atendam ao perfil que a organização e que tenham a pretensão de crescimento pessoal e mercadológico. E não somente pessoas que preenchem vagas ociosas.

Outro ponto em destaque, é relativo acompanhar a vida social dos seus funcionários e colaboradores ou futuros funcionários pelas redes citados pelo entrevistado, diz que: (...) Eu não tenho o costume e muito menos tempo, já nem

pesquisa sobre os candidatos, vou pesquisar sobre funcionários. Acho que isso é julgar muitos as pessoas.

Observa-se que as redes sociais têm o poder de acompanhar a vida das pessoas e até mesmo influenciar, no caso das organizações, na escolha dos seus funcionários, mas deixa bem nítido que isso não ocorre em sua empresa pela falta de tempo e não vê isso como um ponto ético de se utilizar as redes sociais. Com isso o entrevistador sugere complementar a entrevista com seu ponto de vista ao dizer que

Na verdade vejo o principal como te falei a rede social ela pode ser usada sim, tem empresas que usa aplica um software de análise na rede social para processo seletivo. Eu acho que não é a melhor forma, pois a rede social não é a representação da realidade. Sendo assim, entrado na ética não dando oportunidade de se explicar aquela foto. Eu aconselho que deixe as redes sociais mais neutra evitando conflitos futuros.

A pesquisa confirma a realidade do uso das redes sociais com o avanço nesses últimos anos – o que reforça a importância desse segmento nos processos de recrutamento e seleção das organizações.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho demonstrou que as redes sociais podem contribuir para o desenvolvimento de um processo seletivo rápido, eficiente, tecnológico e – o mais relevante – ético.

O estudo de caso foi realizado por meio de entrevista com o proprietário de uma microempresa e visitas *in loco* (previamente agendadas). Por meio dessas etapas, foi possível conhecer um pouco mais sobre o acesso das redes sociais dentro do processo seletivo. Foi possível apontar condições que beneficiam o recrutamento na divulgação das vagas para os candidatos.

O entendimento sobre o surgimento do recrutamento no decorrer de sua história torna-se de extrema importância para as empresas, principalmente como forma de inovar e desenvolver um bom resultado que as empresas esperam.

A partir desse estudo espera-se que o processo possa ampliar as oportunidades de melhoria contínua, principalmente pelas redes sociais, pois este conhecimento pode possibilitar o uso ético interferindo na escolha dos candidatos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ALMERI, Tatiana Martins, *et al.* **O uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção**. ECCOM, v. 4, n. 8, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://publicacoes.fatea.br/index.php/eccom/article/viewFile/635/453> > Acesso em 10 mai 2017.

BOHLANDER, G., Snell, S. & SHERMAM, A. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learnrig, 2003.

BROWN, D. W. & KONRAD, A. M. (2001). **Job-seeking in a turbulent economy: Social networks and the importance of cross-industry ties to an industry change**. *Human Relations*. 54, 8, 1015-1044.

CAPPELLI, P. **Making the most of on-line recruiting**. Harvard Business Review, v. 79, n. 03, p. 139-146, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: o capital Humano nas organizações**. 8ª ed, São Paulo: Atlas 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos**. Rio de Janeiro. Editora Elsevier, 2004.

FERREIRA, Renato Guimarães. **Vale tudo? Ética nos processos de recrutamento e seleção**. Revista GVexecutivo, v.12, nº 2. Jul/dez 2013. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/20701/19435>> Acesso em 10 mai 2017.

FIDELIS, José Gilson; BANOVA, Regina Márcia. **Gestão de Recursos Humanos: Tradicional e Estratégica**. 2ª ed. São Paulo: Ética, 2007.

Hatala, J-P. (2006). **Social Network Analysis in Human Resource Development: A New Methodology**. *Human Resource Development Review*, 5, 1, 45-71.

MARTELETO, Regina Maria and SILVA, Antonio Braz de Oliveira e. **Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local**. Ci. Inf. [online]. 2004, vol.33, n.3, pp.41-49.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. 24ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

6. ANEXO

6.1. QUESTIONÁRIO

1. Como a sua empresa realiza o processo de recrutamento e seleção dos funcionários?
2. Sua empresa faz uso das redes sociais como ferramenta no processo de recrutamento e seleção? Se sim, você acredita na eficiência desse instrumento?
3. Caso faça uso das redes sociais, desde quando as utiliza?
4. Já passou por alguma experiência no processo de seleção de algum candidato em que soube de alguma informação que comprometia o processo?
5. Você faz algum tipo de atividade de complementação destas informações (por exemplo: testes, entrevistas pessoais, avaliações escritas e/ou práticas)?
6. Nos processos seletivos que sua empresa realiza, já ocorreu de descobrir informações falsas sobre o candidato?
7. Já ocorreu de durante algum processo seletivo você dispensar algum candidato que tinha todas as qualificações necessárias, mas que não atendia ao perfil da empresa?
8. Qual o perfil de candidato que sua empresa busca? Tem encontrado com facilidade?
9. Já teve que dispensar algum candidato qualificado, que atendia ao perfil da empresa mas apresentava algum comportamento indesejado nas redes sociais?
10. Sua empresa acompanha a vida social dos seus funcionários nas redes sociais?
11. Gostaria de complementar essa entrevista com alguma pontuação que não estava no questionário?