

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO: PERSPECTIVA ACERCA DA EXPERIÊNCIA EM PROCESSOS SELETIVOS DA GUPY



USER EXPERIENCE: PERSPECTIVE ON EXPERIENCE
IN GUPY'S SELECTION PROCESSES

Gabriela Fernandes dos Santos Dias¹
gabriela.fernandessantosdias@gmail.com

Sueli Campos Paiva²
suelicpaiva@gmail.com

Bianca Luzia Silva Candeia³
bcandeia583@gmail.com

Andréa Fraga Dias Campos⁴
fragadias@gmail.com



Este trabalho está licenciado sob uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-
SemDerivações 4.0 Internacional.

DOI: 10.70493/cod31.v2i2.10073

Data de Submissão: 31/07/2024
Data de Aprovação: 08/10/2024

RESUMO

Com os avanços tecnológicos no campo do mercado de trabalho, as corporações têm investido em tecnologia em seus procedimentos internos, principalmente na área de recursos humanos e recrutamento e seleção, com o objetivo de maximizar os processos seletivos. Um exemplo de plataforma de maximização de processos seletivos é a Gupy. Portanto, o objetivo da pesquisa é avaliar a experiência negativa dos usuários que utilizam a plataforma quando participam de algum processo seletivo. Utilizou-se a Netnografia e Análise de Conteúdo como metodologia de pesquisa, e a rede social LinkedIn foi considerada como o campo de pesquisa. A pesquisa foi estruturada em cinco capítulos: introdução, referencial teórico, metodologia, resultados e discussão e considerações finais. Os resultados obtidos mostraram que a plataforma apresenta diversos problemas, podendo-se inferir que todas as categorias criadas alimentam a categoria que contém maior número de dados: a Desconfiança. Conclui-se que, apesar de a plataforma Gupy não ser a responsável direta pela elaboração do processo seletivo, sua função enquanto mediadora é atingida pelos processos seletivos que são realizados por meio dela.

Palavras-chave: pesquisa de experiência do usuário; UX Research; Gupy.

ABSTRACT

With technological advances in the labor market, corporations have invested in technology in their internal procedures, mainly in the area of human resources and recruitment and selection, in order to maximize selection processes. An example of a platform for maximizing selection processes is Gupy. Therefore, the objective is to evaluate the negative experience of users who use the platform to participate in a selection process. Netnography and Content Analysis were used as research methodology, in which the social network LinkedIn was considered the research field. The research was structured into five chapters: introduction, user experience, methodology, results and discussion and final considerations. The results obtained showed that the platform presents several problems, and it can be inferred that all the categories created feed the category with the largest number of data: Distrust. It is concluded that, although the Gupy platform is not responsible for preparing the selection process directly, its role as a mediator is achieved by the selection processes that are carried out through the platform.

Keywords: User Experience Research; UX Research; Gupy.

- 1 Universidade Federal de Minas Gerais
<https://orcid.org/0009-0002-3648-4863>
- 2 Universidade Federal de Minas Gerais
<https://orcid.org/0009-0003-9023-6147>
- 3 Universidade Federal de Minas Gerais
<https://orcid.org/0009-0001-4650-3194>
- 4 Universidade Federal de Minas Gerais
<https://orcid.org/0000-0001-8992-471>

1 INTRODUÇÃO

Os avanços das tecnologias têm provocado grandes transformações na sociedade. Conceitos novos, atrelados à área de tecnologia, como Inteligência Artificial (IA), *business intelligence*, *analytics*, etc. têm feito parte do dia a dia. No mesmo cenário de transformação social, a evolução das tecnologias que são implementadas no mercado de trabalho estão cada vez mais presentes. Se antes era necessário imprimir vários currículos e ir in loco, hoje a realidade já desmonta esse passado trazendo novas perspectivas com a geração de redes sociais, como o LinkedIn, que facilitam todo esse processo seletivo, desde a criação do currículo até a candidatura em alguma vaga. Com mais de 850 milhões de usuários em 200 países e territórios, o LinkedIn é a maior rede social profissional do mundo, com o objetivo de conectar profissionais de qualquer local do globo (LinkedIn, 2023), isso inclui candidatos, recrutadores e empresas.

Diante do ciclo de avanços tecnológicos cada vez mais curto e das mudanças no cenário atual do mercado de trabalho, “diversas organizações têm investido no uso de tecnologias em suas estratégias internas para otimizar as atividades, principalmente, de recursos humanos” (Alberto; Yasuoka; Pieranti, 2021). A cada momento tem-se uma novidade no mercado, fazendo com que haja a requalificação profissional constante por parte dos candidatos interessados. Nesse contexto, empresas como o LinkedIn estabelecem conexão entre profissionais de diversas áreas e, também, de empresas que realizam a divulgação de vagas de emprego ou fazem processos de Recrutamento e Seleção (R&S).

Por outro lado, existem as empresas conhecidas por serem mediadoras no âmbito de recrutamento e seleção, ou seja, sua plataforma disponibiliza espaço para o cadastro de diversas empresas que irão utilizá-la para divulgar suas vagas. Alguns

exemplos são: Vagas.com, Catho, Indeed, Gupy, etc. Como objeto desta pesquisa, a Gupy se destaca justamente por ter uma visibilidade maior no mercado atual devido às inovações tecnológicas propostas por ela. A principal função deste software é o de maximizar as etapas do processo seletivo. “Com tecnologia de ponta e um ecossistema de soluções que inclui Recrutamento & Seleção, Admissão, Educação Corporativa, Clima e Engajamento, queremos impulsionar os negócios no Brasil por meio da área de Recursos Humanos” (Gupy, 2023).

A Gupy é uma empresa líder em tecnologia para Recursos Humanos (RH) no Brasil e foi criada em 2015. Seu negócio baseia-se no uso de inteligência artificial com a intenção de realizar um ranqueamento entre os profissionais e selecionar aqueles que têm maior afinidade com as vagas, facilitando a etapa de análise de currículo. A publicidade da plataforma é clara: “impulsionar os negócios no Brasil por meio da área de Recursos Humanos” (Gupy, 2023).

Atualmente a Gupy já possui mais 2 milhões de candidatos contratados, 4 mil clientes ativos, 36 milhões de usuários registrados, 500 mil pessoas treinadas, 880 mil funcionários e 100 mil pessoas admitidas (Gupy, 2023). São números que reforçam a inteligência do negócio, principalmente por ter desenvolvido a primeira inteligência artificial para R&S no Brasil, a Gaia.

Apesar do considerável número de contratações e de sucesso da empresa, os serviços oferecidos pela Gupy têm sido questionados por diversos usuários candidatos no LinkedIn. Dificuldade de passar no processo seletivo, a quantidade exacerbada de etapas, o não recebimento de *feedback* nos processos seletivos são alguns dos questionamentos frequentes de candidatos. Ao entrar na página pública da Gupy, as postagens constantemente recebem comentários negativos.

Dessa forma, é possível concluir que uma parte dos candidatos não está satisfeita com o uso da Gupy em processos seletivos.

Ressalta-se que a Gupy constantemente destaca que a quantidade de etapas propostas nos processos seletivos, envio de *feedback* para o candidato e o fechamento das vagas é feita por parte da empresa, não considerando que o seu papel enquanto mediadora, às vezes, pode ter uma influência direta na experiência do usuário.

Portanto, o objetivo da pesquisa é investigar as problemáticas acerca da experiência dos usuários nos processos seletivos disponibilizados pela plataforma Gupy. Também visa explorar o uso da Gaia, a IA da Gupy, na filtragem de currículos, e realizar uma Análise de Conteúdo dos comentários no LinkedIn com reclamações direcionados à Gupy.

Para a realização desta pesquisa, utilizou-se a netnografia para o levantamento de dados já disponíveis em ambiente virtual. A metodologia de análise de conteúdo foi fundamental para a criação de categorias que posteriormente foram analisadas. As informações levantadas poderão ser utilizadas para criar soluções para a plataforma.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Experiência do usuário

Em se tratando de buscar melhorias estratégicas para uma empresa, produto ou serviço, pesquisas de experiência do usuário (*UX Research*) são fundamentais para permitir o aprofundamento do problema e criar soluções adaptadas. Diversos conceitos como usabilidade, acessibilidade, arquitetura da informação, *design* centrado no usuário,

interação, *affordance*¹, entre outros, favorecem a experiência do usuário (UX) que é um conceito mais recente. Como citado por Montero (2015, p. 6, tradução nossa), “*User Experience* é um conceito muito mais recente, surgido da área de Marketing, que acabou por reunir todas estas vertentes profissionais sob um guarda-chuva conceitual comum”.

Embora o conceito tenha surgido na era do Marketing, a história da pesquisa de experiência de usuário iniciou-se no período da manufatura durante a segunda guerra mundial com o desenvolvimento da Engenharia Industrial, atividade responsável pelo *design*, melhoria e instalação de sistemas. “Se isso soa semelhante ao trabalho dos designers de experiência do usuário é porque também focamos no *design* e melhoria de sistemas” (Nunnally; Farkas, 2016, p. 4, tradução nossa).

Ressalta-se que a arte de conseguir fazer boas pesquisas de experiência de usuário resulta na satisfação dos usuários/clientes e no aumento do lucro empresarial. Para alcançar esses objetivos, é fundamental que as pesquisas, para se ter boas respostas, e, conseqüente, bons resultados, comece com boas perguntas e a escolha de um método de pesquisa adequado. A aplicação de metodologias adequadas permite a obtenção de bons *insights*² a serem utilizados no desenvolvimento de produtos e serviços alinhados às necessidades e expectativas dos usuários.

2.2 Recrutamento e seleção

Em toda organização, é comum existir um departamento denominado Recursos Humanos, responsável tanto pela contratação de novos colaboradores quanto pelo desligamento de funcionários, ações fundamentais para a manutenção da

1 Termo utilizado para se referir às possibilidades de ações que um ambiente ou objeto pode oferecer ao usuário, mantendo um relacionamento intuitivo nesta atividade. (Gibson, 1979).

2 Termo normalmente utilizado para falar a respeito de momentos em que ocorre uma compreensão ou solução de problemas. Segundo o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, insight é: “Entendimento súbito e claro de alguma coisa; estado, luz”. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/insight/>. Acesso em: 1 out. 2024.

corporação. Além disso, este setor é incumbido de outras demandas administrativas e burocráticas relacionadas à empresa e aos funcionários.

O processo de admissão de novas pessoas a uma corporação exige uma equipe interna qualificada em procedimentos de recrutamento e seleção, capaz de criar processos seletivos e selecionar os melhores candidatos para atender às demandas empresariais. De acordo com Chiavenato (2004, p. 91), “o processo seletivo nada mais é do que a busca da adequação entre aquilo que a organização pretende e aquilo que as pessoas oferecem”.

Sendo assim, o processo de recrutamento consiste em um conjunto de técnicas que visa atrair candidatos qualificados para ocupar cargos na empresa. Por outro lado, a seleção é o processo pelo qual a empresa encontra, a partir de uma lista de candidatos, aquele que melhor atende aos requisitos da vaga disponível (Chiavenato, 2004).

Assim como diversos setores empresariais têm mudado ao longo dos anos, o setor de RH também tem se transformado, estando mais focado na gestão de pessoas e na busca por profissionais qualificados social e emocionalmente, em detrimento daqueles apenas com habilidades técnicas.

Para um melhor entendimento das mudanças ocorridas no setor de Recursos Humanos nos últimos tempos, **pode-se destacar a mudança de um setor onde se preocupava mais com os assuntos burocráticos e com recrutamento de pessoas externamente para um processo de recrutamento e seleção onde as organizações estão cada vez valorizando o ser humano, ou seja, estão avaliando também seu potencial emocional e intelectual.** Onde é avaliado que cada candidato saiba trabalhar em grupo, tenha espírito de liderança, carisma, comunicabilidade e equilíbrio

emocional para um bom desempenho profissional, associado ao conhecimento administrativo e técnico (Bilibiu *et al.*, 2016, p. 2, grifo nosso).

A tecnologia também tem transformado o cenário do setor de RH em um espaço mais dinâmico e efetivo, fazendo com que suas funções se adaptem constantemente para conseguirem acompanhar as evoluções que ocorrem no mundo digital (Corrêa, 2021).

Ao tentar escolher a melhor pessoa para determinado cargo, “os RH’s necessitam de ir ao encontro de uma estratégia que os ajude a organizar as candidaturas” (Corrêa, 2021, p. 13). Para isto, diversas empresas estão utilizando plataformas e dispositivos para divulgação de vagas, análise de currículos, realização de entrevistas online, seleção e manutenção de um banco de talentos. Algumas vezes, essas plataformas utilizam inteligência artificial para auxiliar o trabalho dos recrutadores, otimizando as tarefas.

As mudanças na área de recursos humanos refletem-se de maneira altamente positiva, devido à agilidade proporcionada e ao fato de o candidato não precisar deslocar-se de sua casa para entregar um currículo ou realizar uma entrevista. Essas mudanças são fundamentais para que as organizações gerenciem e desenvolvam seu capital humano de uma maneira mais humana e empática, transformando não somente a eficiência operacional, mas também fortalecendo a capacidade das empresas de atrair, reter e desenvolver talentos que contribuirão significativamente para seu sucesso.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para realizar o levantamento dos depoimentos daqueles que utilizam ou utilizaram a plataforma Gupy, recorreu-se ao método da netnografia. Segundo Christine Hine (2004, p.13, tradução

nossa), “uma etnografia de Internet pode observar com detalhes as formas em que se experimenta o uso de uma tecnologia.” Também segundo Ferro (2015), a netnografia busca estudar as comunidades culturais sem uma localização física, pois estão alocadas no ciberespaço. Sua finalidade é compreender e analisar as comunidades virtuais.

Neste trabalho, optou-se por analisar a comunidade de usuários da plataforma de recrutamento e seleção Gupy. O “campo” de pesquisa escolhido foi o LinkedIn, pois, embora existam diversas outras plataformas, o LinkedIn é uma das principais plataformas onde candidatos buscam por oportunidades de emprego e compartilham suas opiniões sobre temas relacionados ao mercado de trabalho. É também o local onde as empresas que utilizam a Gupy em seus processos seletivos compartilham vagas.

Foram coletadas 14 postagens no LinkedIn que compartilharam alguma experiência negativa em relação à plataforma Gupy. Dessas publicações, foi levantada uma amostra de 150 comentários, selecionados após uma leitura técnica prévia, conforme detalhado na seção 4.3. O objetivo era garantir uma amostra representativa, mas também mantendo um nível técnico adequado para a análise de conteúdo conforme a metodologia de Bardin.

A escolha desses 150 comentários seguiu um processo metodológico criterioso que envolveu uma análise qualitativa dos dados. Foram selecionados comentários que demonstravam padrões de insatisfação com a plataforma. Porém, também houve a necessidade de realizar um julgamento aleatório dos comentários, que, neste caso, foi aplicado para garantir uma diversidade de situações sem viés, de modo a incluir diferentes perspectivas.

A partir da leitura dos 150 comentários, foram identificadas seis categorias principais, que

representaram os temas mais recorrentes nos relatos dos usuários.

A análise desses comentários foi realizada segundo o método de análise de conteúdo. Segundo Franco (2005, p.13), “o ponto de partida da análise de conteúdo é a mensagem, seja ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada. Necessariamente ela expressa um significado e um sentido”.

Além disso, Campos (2004) complementa dizendo que a análise de conteúdo faz parte de um conjunto de técnicas relacionadas à mensagem, com a finalidade de produzir inferências.

Machado (2020) define de forma resumida as fases propostas por Bardin (1977): na pré-análise realiza-se uma “leitura flutuante” para entender o conteúdo, escolhem-se os documentos a serem analisados que vão constituir o corpus, levando-se em conta a exaustividade, a representatividade, a homogeneidade e a pertinência. Conseqüentemente, formulam-se hipóteses e objetivos e preparam-se os materiais.

Na fase de exploração do material, dentre outros itens, há a categorização do material segundo alguns critérios que podem ser semânticos, sintáticos, léxicos ou expressivos. Finalmente, faz-se o tratamento dos resultados obtidos e a interpretação que podem ser obtidos através de inferência, atentando para os elementos constitutivos do mecanismo da comunicação: mensagem, contexto, receptor, emissor e canal.

A partir dessa contextualização e conceitualização, estruturou-se o trabalho da seguinte forma:

- **Análise prévia:** criação da Matriz CSD em que foram levantadas as certezas, hipóteses e dúvidas acerca da plataforma Gupy;

- **Perfil do usuário:** criação das personas a partir da observação da comunidade virtual e elaboração do mapa de empatia de uma delas;
- **Levantamento dos dados:** processo de levantamento e organização dos dados coletados no LinkedIn em uma planilha Google;
- **Categorização dos dados:** alocação dos dados em seis categorias definidas a partir da leitura de cada um deles, considerando a fase de exploração de Bardin (1977), citada por Machado (2020);
- **Análise dos dados:** análise quantitativa dos dados e a apresentação em gráfico que sintetiza as informações.
- **Considerações finais:** fechamento com as conclusões da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Análise prévia

A utilização da Matriz de Certezas, Suposições e Dúvidas (Matriz CSD) foi criada com o objetivo de mapear as informações disponíveis sobre o tema desta pesquisa. A matriz é composta por três categorias: “Certezas”, “Suposições” e “Dúvidas”. Consideram-se as “Certezas” aquilo que já se sabe sobre o tema. São informações que foram obtidas através da categorização e análise dos comentários disponíveis no LinkedIn. Já as “Suposições” são inferências diante do contexto temático ou o aquilo que se acredita saber. Por fim, as “Dúvidas” dizem respeito àquilo que ainda não é conhecido.

O quadro 1 abaixo apresenta a Matriz CSD criada pelo grupo.

Quadro 1 - Matriz Certezas, Suposições e Dúvidas (Matriz CSD)

| CERTEZAS | SUPOSIÇÕES | DÚVIDAS |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Os candidatos buscam maneiras mais práticas de participar de um processo seletivo. • Existe falta de clareza a respeito das etapas do processo seletivo e o tempo que o processo pode demorar até ser concluído. • Os candidatos sentem desânimo ao se candidatar em alguma vaga que está disponível pela Gupy. • Alguns candidatos não possuem habilidades tecnológicas suficientes para participar de um processo seletivo online. | <ul style="list-style-type: none"> • A faixa etária da maior parte dos candidatos que se aplicam a alguma vaga pela Gupy gira entre 20 e 50 anos. • Pode haver erros na etapa de seleção de currículo através do uso da Gaia (IA da Gupy). • Falta informação de como a Gaia é realmente utilizada. • Pode haver um número exacerbado de etapas no processo seletivo e os testes disponíveis podem ser bastante demorados. • Pode haver falta ou atraso de <i>Feedback</i> dos processos seletivos. | <ul style="list-style-type: none"> • Como a plataforma Gupy apresenta feedbacks quanto às reclamações recebidas? • A Inteligência Artificial da Gupy é revista constantemente para identificar possíveis erros e vieses? • Qual o perfil do usuário que se candidata utilizando a Gupy? • Existem maneiras alternativas de se conseguir passar pelos processos seletivos da Gupy? |

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

4.2 Perfil do usuário

Em pesquisas de experiência de usuário, a *persona* é utilizada para representar o cliente real de determinada marca ou produto. Diferentemente do público-alvo, que é mais abrangente, a *persona* é um refinamento daquilo que seria considerado o cliente ideal, possuindo um perfil específico baseado em dados coletados. Segundo Cooper (1999, apud Ferreira, B. *et al.*, 2015), a *persona* é utilizada para ajudar a compreender melhor as características dos usuários, propor soluções para os principais usuários e propor uma aproximação dos usuários a partir da criação de um rosto humano.

Para descrever melhor a *persona*, é importante detalhar suas características, como, por exemplo,

nome, idade, profissão e outros interesses fundamentais para o mapeamento do cliente (Ferreira, B *et al.*, 2015). Além disso, conforme destacado por Carvalho *et al.* (2023), vale ressaltar que a *persona* não tem a intenção de representar uma única pessoa, mas sim um conjunto de pessoas. Por meio do levantamento dos dados é possível delinear adequadamente o perfil do usuário e desenvolver produtos e serviços que atendam devidamente o cliente ideal.

Dessa forma, a criação das *personas* é fundamental para as pesquisas de experiência de usuário.

Diante do cenário pesquisado, foram elaboradas duas possíveis *personas*, conforme o quadro 2.

Quadro 2 - Personas da Plataforma Gupy

| PERSONA 1 | PERSONA 2 |
|---|---|
| <p>Sobre: Rachel da Silva, 25 anos, é formada em biologia pela UFMG. Possui bastante experiência na área de formação, mas atualmente está desempregada. Ela depende da utilização de plataformas digitais de Processos Seletivos para buscar por oportunidades em sua área.</p> <p>Desafios: Rachel enfrenta dificuldades ao procurar por oportunidades de emprego. Em alguns processos seletivos, ela precisa passar por muitos testes e não obtém retorno final, o que a deixa muito desmotivada.</p> <p>Necessidades: Rachel gostaria que existisse uma plataforma mediadora de processos seletivos que oferecesse informações claras a respeito dos processos seletivos, estimativa de quanto tempo aquele processo demorará até ser concluído e que incentivasse as empresas participantes a encaminhar <i>feedbacks</i>. Ela gostaria que esta plataforma fosse mais transparente com os candidatos.</p> | <p>Sobre: Mauricio, 49 anos, é formado em psicologia pela USP. Mora em Belo Horizonte há 15 anos e trabalha em uma empresa local. Com a oportunidade de se mudar para o Rio de Janeiro, devido à nova proposta de emprego para sua esposa, Mauricio tem buscado novas oportunidades de trabalho, preferencialmente <i>home office</i>. Para isso, atualizou seu perfil no <i>LinkedIn</i> e está em busca de emprego.</p> <p>Desafios: Mauricio lida diariamente com a frustração de enviar currículos em PDF ou cadastrá-lo manualmente em plataformas online. Além disso, sente-se frustrado com os resultados errôneos em testes de inglês que costuma fazer em algumas dessas plataformas, pois se considera fluente no idioma. Também se sente cansado com o número de perguntas desnecessárias.</p> <p>Necessidades: Mauricio busca por uma plataforma que seja facilitadora em processos seletivos, e não o contrário, e que possua um método justo de correção em testes. Seu maior desejo é encontrar uma plataforma com melhor controle dos processos seletivos, de forma a reduzir o número de questões, considerando que nem todos os participantes dispõem de tempo para preencher longos testes.</p> |

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

Ressalta-se que no contexto desta pesquisa, as *personas*, apesar de fictícias, foram criadas a partir de informações levantadas na etapa da análise de conteúdo. As características foram definidas a partir de cenários comuns que foram visualizados durante a elaboração da pesquisa como um todo, mas principalmente na etapa de coleta e análise dos comentários. Com isso, a pesquisa pretendeu atingir um perfil maior de possíveis usuários, permitindo uma análise mais representativa de uma experiência geral.

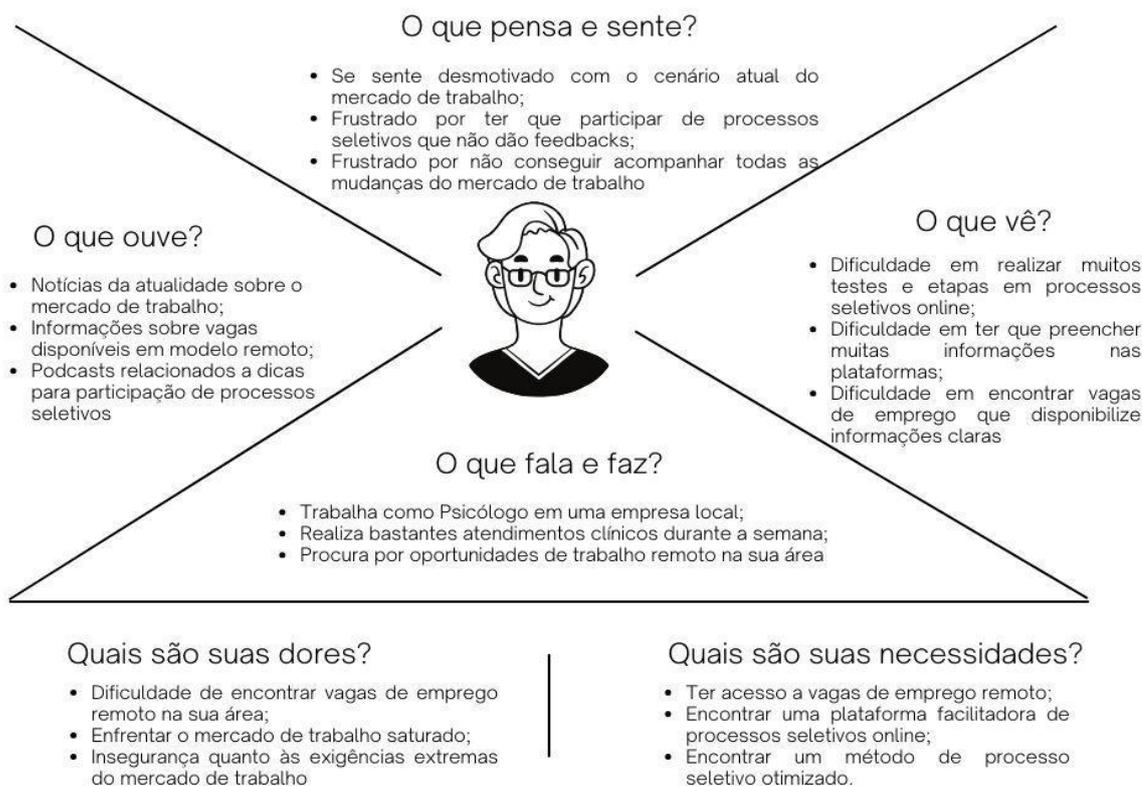
Após a elaboração das *personas* que utilizam a plataforma Gupy, viu-se a necessidade de aprofundar no perfil deste usuário e compreender ainda mais seus comportamentos, sentimentos, hábitos, dores e necessidades. Para isso, elaborou-se um Mapa de Empatia.

O mapa de empatia (figura 1) considerou a *persona* número 2, Maurício, considerando as suas dificuldades e necessidades diante o contexto da pesquisa. Ele representa um profissional mais experiente, de 49 anos, que busca por oportunidades de emprego *home office* e utiliza plataformas digitais, como a Gupy, para se candidatar a essas vagas, porém enfrenta dificuldades ao usar plataformas digitais de recrutamento. Essa *persona* reflete um perfil comum entre os candidatos que já possuem anos de experiência profissional e buscam por novas oportunidades.

Ressalta-se novamente que, apesar de a *persona* não representar uma população inteira, ela é capaz de traçar um perfil com base em dados coletados.

Figura 1 - Mapa de empatia da Persona Maurício

Mapa De Empatia - Maurício



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

4.3 Levantamento dos dados

No primeiro momento, a extração dos dados foi realizada através do recolhimento de publicações de usuários sobre a Gupy na plataforma LinkedIn. Para isso, foram utilizados termos de busca como “Gupy” ou “Gupy Reclamações” na barra de pesquisa, e aplicado o filtro de “Mais relevantes” para identificar publicações com maior engajamento. O período de publicações considerado foi de até um ano, abrangendo a data de extração dos dados entre os meses de outubro e novembro de 2023.

O LinkedIn foi usado como plataforma de recolhimento dos dados, pois é um ambiente *online* onde são disponibilizadas muitas informações sobre os problemas enfrentados pelos candidatos em processos seletivos, desde as dificuldades de encontrar um emprego até frustrações vivenciadas durante esses processos seletivos.

No entanto, a quantidade inicial de publicações com alto número de engajamento não seria suficiente para a realização de uma análise aprofundada das dificuldades enfrentadas pelos usuários da plataforma Gupy. Portanto, foi necessário considerar a observação dos comentários disponíveis nestas publicações, ao total 14 (quatorze),

de maneira a contemplar um maior volume de dados para a análise.

A seleção dos 150 comentários foi realizada por meio de uma leitura técnica de cada um deles, buscando elementos textuais que expressassem reclamações e experiências negativas vivenciadas pelos candidatos durante seus processos seletivos mediados pela Gupy. A escolha foi direcionada exclusivamente aos comentários de candidatos participantes de processos seletivos, excluindo os de recrutadores, devido ao objetivo de analisar os comentários negativos dos candidatos.

4.4 Organização e categorização dos dados

Na etapa de organização e categorização dos dados, os 150 comentários coletados do LinkedIn foram analisados utilizando a metodologia de análise de conteúdo. Para essa análise, foi utilizada uma planilha Google (Figura 2), onde os comentários foram organizados com base na identificação das postagens originais, na data em que os comentários foram coletados (entre outubro e novembro de 2023), e no período de publicação das postagens.

Figura 2 - Planilha para análise dos dados³

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | Categorização dos dados | | | | | |
|---|---|-------------------|-------|---|------------|--------------|---|---|----|----|----|----|----|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------------|
| | | | | | | | | | | | | | | (1) Quantidade de etapas | (2) Desconfiança | (3) Ausência de Feedback | (4) Desânimo e Insatisfação | (5) Automação e Desumanização | (6) Críticas gerais |
| | | P. 1 Feedback SIM | C. 1 | Somos duas, eu já desisti de empresas que usam essa plataforma Hoje confio muito mais na Solides. | 13/10/2023 | 3 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | C. 2 | Eu estava com esse mesmo questionário semana passada, então não é só comigo, uma plataforma bem ruim pelo visto. | 13/10/2023 | 3 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | C. 3 | Viu que é gupy nem perca tempo | 13/10/2023 | 3 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | C. 4 | Rapaz, eu vejo todos os dias a galera reclamando da Gupy e eu mesmo já tive minhas desaventuras por lá. Oque eu fico me perguntando é: Porque diabos as empresas continuam usando essa porcaria para contratar? Deve ser muito barato ou sei lá. | 13/10/2023 | 3 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | C. 5 | Fernando, parabéns pela coragem de fazer essa postagem. Recentemente tive esse mesmo insight, não só da plataforma Gupy, mas de todas outras "Gupy's" por aí! Essencial voltarmos ao que de fato é Recrutamento e Seleção é humano. | 13/10/2023 | 3 sem. atrás | | | | | | | | 5 | | | | | |
| | | | C. 6 | Caramba, são tantas reclamações desta plataforma e nada acontece? | 13/10/2023 | 3 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | C. 7 | Realmente, a ideia de usar a IA no processo seletivo através da plataforma é boa, mas claramente não foi pensada da melhor maneira, vemos centenas de relatos de candidatos reclamando. | 13/10/2023 | 2 sem. atrás | | | | | | | | 5 | | | | | |
| | | | C. 8 | Fui aprovado uma vez pela plataforma. a pessoa que me contratou disse o seguinte: o seu currículo estava descartado, mas era quem buscávamos. Toda vez que mando minha candidatura pela plataforma, fico pensando qual a chance de ter alguém que vai pesquisar os descartados também? | 13/10/2023 | 2 sem. atrás | | | | | | | | 5 | | | | | |
| | | | C. 9 | Eu não acredito que essas coisas aconteçam somente por causa da quantidade de candidatos por vaga e um sistema de ranking. Claramente não tem uma gestão organizada dos processos seletivos. As vagas ficam abertas por meses e fio sem atualização, sequer um email automático, não tem exclusão de candidatos ao longo dos processos e há vezes em que o processo simplesmente não é concluído. Não expira, não interage com o candidato, nada. É bem desanimador na realidade. | 13/10/2023 | 1 sem. atrás | | | 3 | | | | | | | | | | |
| | | | C. 10 | Apliquei para mais de 250 até conseguir que um recrutador me ligasse. Após isso, passei pelos procedimentos e testes convencionais e só assim, pude mostrar minhas competências e consegui o "sim". Isso só aconteceu pq a empresa optou por usar minimamente a plataforma. Caso o processo estivesse totalmente "nas mãos" da AI, provavelmente, seria outro não. Com toda certeza, muitos bons profissionais são perdidos por essa prática de automatizar as contratações. | 13/10/2023 | 2 sem. atrás | | | | | | | | 5 | | | | | |
| | | | C. 11 | Gupy, eu ouço falar mal de vocês antes mesmo de me formar. Não conheço sequer uma pessoa que tenha de fato avançado organicamente em algum processo seletivo feito através da plataforma de vocês. | 13/10/2023 | 2 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | C. 12 | Simplesmente deteste candidaturas pela Gupy! De vários currículos que já enviei nunca fui chamada para nenhuma entrevista! Se quer passei pelas etapas de testes. Uma plataforma que não deveria ser usada pelas empresas. | 13/10/2023 | 1 sem. atrás | | 2 | | | | | | | | | | | |
| | | | | Ótimo Post, reforço ainda mais a parte que cita a quantidade de empresas que | | | | | | | | | | | | | | | |

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

Os 150 comentários extraídos do LinkedIn foram categorizados em seis categorias criadas após a coleta dos dados. Essa etapa de categorização segue os princípios da “grounded theory” proposta por Strauss (1987) e Glaser (1992), um processo estruturado que envolve a codificação dos dados, ou seja, “o processo de rotulagem, separação e organização da informação” (Rodrigues, 2018, p. 207). Etapa fundamental para a criação dos conceitos, a organização das categorias e o estabelecimento das relações entre os conceitos que posteriormente serão analisados para fortalecer a teoria do pesquisador.

No contexto desta pesquisa, as categorias foram organizadas a partir da leitura e identificação de ideias repetitivas relacionadas a experiências de candidatos em processos seletivos da Gupy. No quadro 3, são apontadas as categorias criadas, seus significados e um exemplo de comentário, destacando partes do discurso que ilustram a categoria selecionada.

3 Link de acesso à planilha: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Jk0q_9aKpCgRHPT2xN4PNZk1Rog8tSecd-20ub0z-l4/edit?usp=sharing

Quadro 3 - Disposição das categorias criadas

| CATEGORIA | SIGNIFICADO | COMENTÁRIO EXEMPLO |
|--------------------------------|---|---|
| (1) Quantidade de Etapas | São comentários que citam a quantidade excessiva de etapas nos processos seletivos e o tempo que se leva para realizá-las: | Comentário 1: <i>“Verdade GUPY nos detona, e muitos testes para nada, e com o tempo agente vai se desgastando e desanimando de uma forma horrível, diversos testes para nada exatamente NADA.”</i> |
| (2) Desconfiança: | São comentários que demonstram o sentimento de desconfiança com relação à marca, ou seja, de que ela não atende ao esperado, não funciona ou não permite a utilização de pergunta de dados sensíveis: | Comentário 2: <i>“Fiz varios, cadastros desistir, me parece não ser uma instituição séria.”</i> |
| (3) Ausência de Feedback: | São comentários que falam sobre o fato de não se ter feedbacks nos processos seletivos, seja negativo ou positivo. Ou, se há, são muito demorados: | Comentário 3: <i>“As empresas precisam pagar (parar) urgentemente de usar a Gupy. Plataforma horrível, não dá feedback e quando dá, demora meses. Infelizmente não podemos contar com a Gupy para uma vaga.”</i> |
| (4) Desânimo e Insatisfação: | São comentários que remetem a insatisfações de pessoas que se sentem frustradas e desanimadas com a plataforma: | Comentário 4: <i>“Broxante, decepcionante e desanimador quando a vaga é por essa plataforma.... A sensação (e a verdade) é que você se candidata já sabendo que não vai ser escolhida.”</i> |
| (5) Automação e Desumanização: | São comentários que citam o uso da Inteligência Artificial nos processos seletivos e a desumanização: | Comentário 5: <i>“A luta na Gupy é desleal pq não é concorrência entre candidatos e sim contra uma IA. Querem contratar pessoas mas o processo é robotizado. Eu diria que o limbo das inscrições é lá.”</i> |
| (6) Críticas gerais: | São críticas mais gerais que não se repetem com muita frequência: | Comentário 6: <i>“Discutindo esse assunto com uma amiga, ela ressaltou que a plataforma é muito boa para o lado que paga por ela, ou seja, os recrutadores. Então se tá legal pra quem tá pagando os boletos da Gupy, pra qué ela vai mexer? Os candidatos que lutem.”</i> |

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

Por fim, os comentários foram submetidos à análise de dados com o uso de técnicas de visualização.

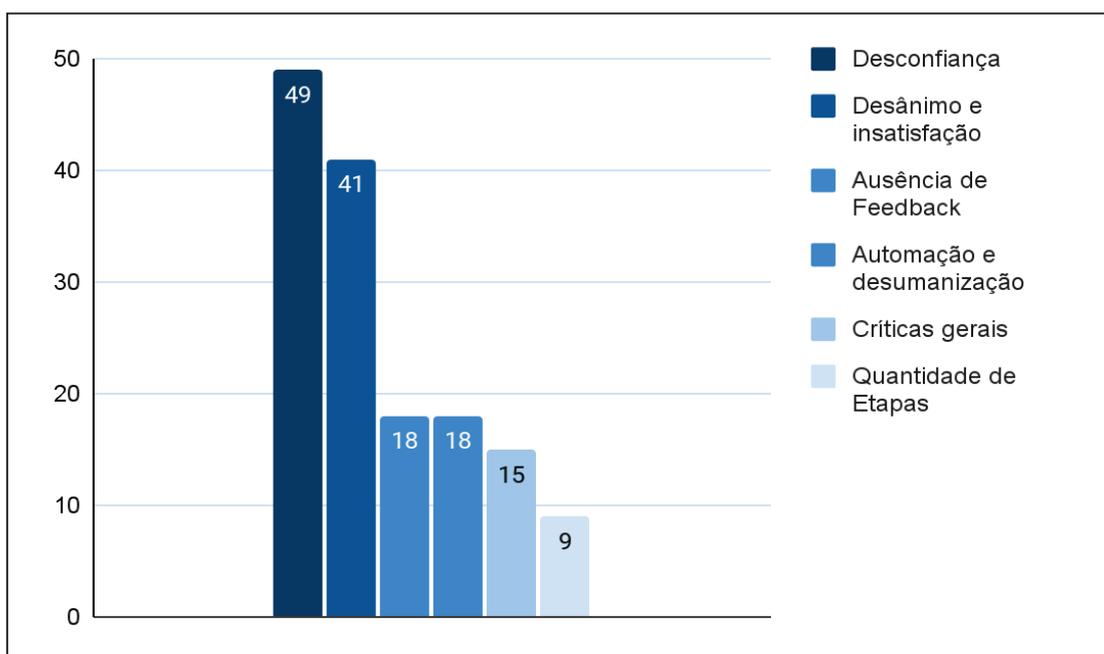
4.5 Análise dos dados

Os dados foram analisados pelo grupo para verificar a frequência das categorias e permitir a elaboração de inferências. Segundo Rodrigues (2018), os dados podem ser submetidos tanto ao trabalho quantitativo quanto qualitativo. Na

seção anterior, utilizou-se da análise qualitativa através do uso da Análise de Conteúdo, visando compreender a mensagem.

Nesta etapa, foi criado um gráfico de barras (Figura 3) para possibilitar a análise quantitativa da distribuição dos comentários entre as categorias previamente estabelecidas. A análise quantitativa é essencial para fortalecer as hipóteses das pesquisadoras, permitindo aprofundar e justificar o significado da mensagem através dos números.

Figura 3 - Gráfico de distribuição dos comentários por categoria



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

Observa-se que as categorias “Desconfiança” (49) e “Desânimo e Insatisfação” (41) apresentam quantidades próximas de comentários, indicando que não há uma discrepância significativa entre a desconfiança dos usuários em relação à plataforma e sua insatisfação com ela. No entanto, a categoria “Desconfiança” ainda predomina, refletindo o receio e a desconfiança dos usuários ao utilizar uma plataforma com tantas críticas negativas.

Retomando à tabela 3, a categoria “Desconfiança”, tendo como base a análise do conteúdo, demonstra que os usuários desistem de usar a plataforma, não confiam mais nela e desconfiam de sua veracidade. Embora uma relação de causalidade nem sempre seja totalmente verdadeira, uma vez que podem existir diversos outros fatores de influência, os comentários refletem como a insatisfação pode levar

à desconfiança e à perda de credibilidade do produto. Segundo Rodrigues (2018, p. 172, grifo nosso) “desta forma, **uma análise quantitativa procurará** operacionalizar conceitos, **estabelecer relações de causalidade**, generalizar as conclusões do seu estudo à população e permitir que o estudo realizado seja passível de ser reproduzido”.

Por sua vez, a categoria “Desânimo e Insatisfação” demonstra que os usuários desanimam ao participar de processos seletivos mediados pela Gupy, xingam a plataforma e acreditam que ela atrapalha todo o processo seletivo.

As categorias “Ausência de *Feedback*” (18) e “Automação e Desumanização” (18) apresentam números iguais de comentários, seguidas por “Críticas Gerais” (15) e “Quantidade de Etapas” (9).

Em “Ausência de *Feedback*”, os usuários reclamam da falta de fechamento das vagas e da ausência de feedback dos processos seletivos. Apesar de esta ser uma tarefa que deva ser realizada pela empresa, não são todas as pessoas que sabem disso. Recentemente, a Gupy incluiu em algumas empresas o selo ‘Empresa que Dá *Feedback*’ com o objetivo de reconhecer as empresas que dão feedbacks aos candidatos. Contudo, há evidências de que este selo não tem sido eficaz na prática, como observado nos comentários analisados.

Já em “Automação e Desumanização”, os usuários reclamam do uso da inteligência artificial nos processos seletivos e sentem que há uma desumanização nesta abordagem de processo seletivo. Em um dos primeiros comentários analisados, o usuário apontou: “*Essencial voltarmos ao que de fato é Recrutamento e Seleção [que] é humano*”. Não é possível ter certeza se, de fato, a IA da Gupy apresenta algum problema quanto à seleção dos candidatos. O que se sabe é que a Gaia é baseada no aprendizado contínuo e na combinação de 200 características como, por exemplo, Formação acadêmica, Experiências, Resultado de testes,

Fit cultural e Características da própria vaga e da empresa (Gupy, 2023).

A categoria “Críticas Gerais” abrange comentários que não se enquadram nas categorias anteriores, refletindo críticas variadas, desde questões sobre testes de inglês até o tratamento geral da plataforma em relação à experiência do usuário.

Por fim, “Quantidade de etapas”, reflete as reclamações sobre a extensão e existência de muitas etapas e testes, em que os usuários consideram os processos demorados e cansativos. A própria Gupy ressalta que essa parte da criação de etapas e testes é feita pela empresa que divulgou a vaga, e não por ela, a mediadora.

Embora as últimas quatro categorias não se repitam com tanta frequência quanto “Desconfiança” e “Desânimo e Insatisfação”, juntas elas contribuem para causar nos usuários sentimentos de desconfiança e insatisfação em relação à plataforma Gupy. Esses sentimentos combinados levam os usuários a questionarem a eficácia da plataforma, o que justifica os números significativos observados em ambas as categorias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os dados coletados e analisados, observou-se uma insatisfação significativa dos usuários com a plataforma Gupy, motivada pela ausência de *feedback* nos processos seletivos, pela extensão dos processos, pelo uso de inteligência artificial, entre outros fatores. Essa insatisfação afeta os candidatos, muitos dos quais podem estar em situações de vulnerabilidade devido ao desemprego ou à insatisfação com seus empregos atuais. Eles relatam sentir-se desrespeitados e desumanizados nos processos conduzidos pela plataforma.

A figura 3, que representa o gráfico de distribuição dos comentários por categoria, esclarece que

as categorias “Desconfiança” e “Desânimo e Insatisfação” foram as mais recorrentes entre os usuários. Os resultados reforçam a experiência negativa dos candidatos no uso da plataforma Gupy, e evidenciam a necessidade urgente de melhorias na plataforma, uma vez que a categoria “Desconfiança” deixa claro como a marca vem sendo afetada quanto a sua credibilidade no mercado.

É importante ressaltar que, embora a Gupy atue como mediadora e não diretamente nos processos seletivos das empresas, é sua imagem e marca que estão sendo avaliadas pelos usuários. Portanto, é

crucial que a Gupy estabeleça critérios rigorosos para suas empresas parceiras. Apesar dos esforços da Gupy para melhorar sua imagem, os resultados têm sido lentos e os *feedbacks* em resposta aos comentários negativos ainda são insuficientes.

As críticas levantadas destacam a necessidade de uma análise mais profunda para compreender as nuances dessas experiências negativas e identificar oportunidades reais de melhoria da plataforma Gupy. Considera-se a necessidade de realizar novas pesquisas futuramente para explorar mais a fundo esses problemas e identificar outros problemas.

REFERÊNCIAS

- ALBERTO, Leonardo A.; YASUOKA, Renan T.; PENNA, Octavio. **O uso de inteligência artificial nos processos de recrutamento e seleção**: reflexões introdutórias. In: Simpósio dos programas de mestrado profissional, 16, 2021, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Centro Paula Souza, 2016. p. 1137-1147. Disponível em: <http://www.pos.cps.sp.gov.br/files/artigo/file/1151/e89a83b1148dcd9023581852bda3450b.pdf>. Acesso em: 09 dez. 2023
- BILIBIU, Ana Lúcia; MARQUES, Matheus; OVIEDO, Sabryhna; CUNICO, Eliana. Recrutamento e seleção nas organizações. In: Encontro Científico e Tecnológico, 16. 2016, [Toledo]. **Anais [...]**. Toledo: [Faculdade Assis Gurgacz]. Disponível em: https://www2.fag.edu.br/coopex/inscricao/arquivos/encitec/20161020-191350_arquivo.pdf. Acesso em: 16 jul. 2024
- CAMPOS, Claudinei J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, set./out. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reben/a/wBbjs9fZBDrM3c3x4bDd3rc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 nov. 2023.
- CARVALHO, Bruno G. S.; LIMA, Josiane S.; DOPAZO, Janaina J. R. F.; CAMPOS, Andréa F. D.; GOSLING, Marlusa S. Pesquisa de experiência do usuário: desafios encontrados pelos usuários brasileiros no aplicativo Moovit. **Código 31**, [s.l.], v.1, n.2, p.31-45, jul./dez. 2023. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/codigo31/article/view/9685>. Acesso em: 9 nov. 2023.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.
- CORRÊA, Mariana M. M. **Processo de Recrutamento e Seleção Digital**: Continuidade ou apenas em crise pandêmica? 2021. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Departamento de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional, Instituto Universitário de Lisboa, 2021. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/24617/1/master_mariana_mello_correa.pdf. Acesso em: 17 jul. 2024
- FERREIRA, Bruna; SILVA, Williamson; OLIVEIRA, Edson; CONTE, Tayana. Designing Personas with Empathy Map. **USES Research Group, Instituto de Computação**, [Manaus]. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Bruna-Ferreira-7/publication/276207468_Designing_Personas_with_Empathy_Map/links/5552b16208aeaaff3bf00076/Designing-Personas-with-Empathy-Map.pdf. Acesso em: 15 nov. 2023.
- FERRO, Ana P. R.. A netnografia como metodologia de pesquisa: um recurso possível. **Educação, Gestão e Sociedade**, [s.l.], 2015. Disponível em: http://s://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170509161801.pdf. Acesso em: 09 dez. 2023
- FRANCO, Maria L. P. B. **Análise de conteúdo**. 2. ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.
- GIBSON, James J. **The Ecological Approach to Visual Perception**. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- HINE, Christine. **Etnografia virtual**. [S.l.]: Editorial UOC, 2004. *E-book*. Disponível em: <https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>. Acesso em: 09 dez. 2023
- LINKEDIN. Sobre o LinkedIn. **LinkedIn**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://>

about.linkedin.com/pt-br. Acesso em: 1 dez. 2023.

MACHADO, Amália. Análise de conteúdo da Bardin em três etapas simples. **Acadêmica**. 21 jan. 2020. Disponível em: <http://www.academica.com.br/post/an%C3%A1lise-de-conte%C3%BDa-da-bardin-em-tr%C3%AAs-etapas-simples>. Acesso em: 10 nov. 2023.

MONTERO, Yussef H. **Experiencia de Usuario**: Principios y Métodos. [s.l.]:[s.n.], 2015. E-book. Disponível em: <https://>

www.yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf. Acesso em: 09 dez. 2023

NUNNALLY, Brad; **FARKAS**, David. **UX Research**: Practical Techniques for Designing Better Products. Califórnia, EUA: O'Reilly Media, 2016.

QUEM é a Gaia. **Gupy**, [s.l.]. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/gaia-inteligencia-artificial-gupy#quem-a-gaia->. Acesso em: 09 dez. 2023

RODRIGUES, Miguel A. V. O tratamento e análise de dados. In: SILVESTRE, Hugo

C.; ARAÚJO, Joaquim F. **Metodologia para a investigação social**. Escolar Editora, [s.l.], 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/6563/3/0%20Tratamento%20e%20An%C3%a1lise%20de%20Dados.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2023.

SOBRE a Gupy. **Gupy**, [s.l.]. Disponível em: <https://www.gupy.io/sobre-a-gupy>. Acesso em: 1 nov. 2023.

NOTAS

Conflito de interesse: Não há conflitos de interesse financeiros.

Contribuição dos autores

(a) Concepção e elaboração do manuscrito: Gabriela Fernandes dos Santos Dias, Sueli Campos Paiva, Bianca Luzia Silva Candéia

(b) Coleta e Análise de dados: Gabriela Fernandes dos Santos Dias, Sueli Campos Paiva, Bianca Luzia Silva Candéia

(c) Discussão dos resultados: Gabriela Fernandes dos Santos Dias, Sueli Campos Paiva, Bianca Luzia Silva Candéia

(d) Revisão e aprovação final do artigo: Andréa Fraga Dias Campos

A publicação não é oriunda de uma dissertação ou tese

Aprovação Ética: Não houve necessidade de aprovação do Comitê de Ética, uma vez que foram coletados dados para a pesquisa a partir de publicações públicas na rede social LinkedIn.

Agradecimentos: Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento à pesquisadora bolsista em nível de doutorado envolvida na pesquisa.