

# ORKUT, COMUNIDADES E REDES VIRTUAIS: Apoio no processo de recrutamento e seleção.

*Por Gustavo Bodoux*

O presente artigo mostra uma nova fonte de informações usada no recrutamento e seleção, onde algumas empresas de consultoria já utilizam novos meios de comunicação para analisar o perfil dos candidatos. Páginas pessoais, ou mesmo as comunidades virtuais têm minimizado os custos desses processos e agilizado a escolha do profissional para a vaga oferecida, especialmente quando há grande demanda e concorrência elevadas. No entanto, acredita-se que esse recurso não deve ser visto como apenas uma única opção, mas sim para se ter mais informações dos candidatos, de como os mesmos agem em um ambiente informal. No âmbito formal, nem sempre se consegue perceber os traços de personalidade dos candidatos naturalmente. Foi realizado um levantamento de dados secundários em jornais e revistas de comunicação nacional. Os achados mostram que há muito a se aprender sobre estas comunidades, seus símbolos e códigos. Assim, pode-se evitar pré-julgamentos ou pré-conceitos, com base nas informações apresentadas.



orkut

## 1. Introdução

Um dos mais conhecidos ambientes intersubjetivos é o Orkut, serviço on-line de desenvolvimento de redes sociais. O Orkut, visto como uma rede social, tem três grandes funções: comunicação (promovem a partilha de informações), comunidade (ajudam a encontrar pessoas que comungam interesses e querem trocar idéias sobre uma problemática comum) e cooperação (permitem desenvolver projetos ou ações em conjunto).

O site de relacionamento a princípio apresenta algumas ferramentas importantes, ao disponibilizar informações do tipo: a) quando uma pessoa entra no perfil do amigo, o site apresenta quais são os amigos que se têm em comum; b) quando alguém quer ser adicionado como seu amigo, o site mostra quem também conhece essa pessoa; c) ao visitar o site de um amigo é possível visualizar aqueles que são seus amigos e solicitar que eles o adicionem também como amigo; entre outros.

## 2. O Orkut como uma nova ferramenta que auxilia no recrutamento e seleção

A alta competitividade entre os mercados, as empresas e as pessoas, onde não há mais barreiras ou limites para esse novo mundo, as organizações passaram a ficar cada dia mais exigente com relação ao diferencial competitivo, melhoria da qualidade, e principalmente ao atendimento e serviços personalizados. E tudo isso reflete em seus funcionários, que precisam responder a esse dinamismo e constantes mudanças, buscando um aprimoramento e capacitação constante.

Lemos (2003) destaca que o computador nos colocou em meio à era da conexão generalizada, do tudo em rede. Temos ao nosso dispor cada vez mais informações e a Internet é um elemento importante desse fenômeno. Nesse contexto começam a surgir mecanismos que permitem novas formas de interação entre os internautas (Pithan, 2004).

A tecnologia também tem evoluído muito e facilitado

a comunicação entre as nações, organizações e pessoas, quebrando os limites de tempo e espaço. A Internet permitiu uma agilidade nas pesquisas, troca de e-mails, publicação de home pages, home banks, chats, fóruns, murais, webcams, blogs, entre outros. No entanto, o que se percebe é a velocidade da criatividade e inovação dessa área, contribuindo e acelerando com os meios e as formas de comunicação. Segundo Lemos (2003: 18) “o maior uso da Internet é para busca efetiva de conexão social (e-mail, listas, blogs, fóruns, webcams...)”, ferramentas que vêm para concretizar a virtualidade como parte importante da cibercultura, procurando assim minimizar exatamente o problema de tempo e espaço (distância).

De acordo com Lemos (2003: 17) “...as novas ferramentas de comunicação geram efetivamente novas formas de relacionamento social. A Cibercultura é recheada de novas maneiras de se relacionar com o outro e com o mundo. Não se trata, mais uma vez, de substituição de formas estabelecidas de relação social (face a face, telefone, correio, espaço público físico), mas do surgimento de novas relações mediadas”.

No entanto, o que se percebe é uma mudança na forma de relacionamento e comunicação, influenciando nas diversas sociedades, seja ela virtual ou não.

As comunidades apresentam certos padrões de textos, formas de escrever, maneiras diferentes de grafar palavras, de acordo com a identidade e o perfil de cada grupo. As comunidades mais informais escrevem com linguagem específica, comunidades mais acadêmicas ou profissionais escrevem formalmente (Pithan, 2004).

É necessário perceber essa ferramenta como uma tecnologia em potencial, pois existe muita informação de qualidade no Orkut. É uma formadora de vínculos sociais e disponibilizadora de conhecimentos. Por isso, é utilizada por cidadãos mergulhados numa sociedade de concorrência cada vez mais acirrada (Pithan, 2004).

Dada a elevada concorrência em algumas áreas, onde há mais procura do que oferta de emprego, em

conseqüência, uma elevada quantidade de currículos recebidos pelas empresas, e repercutindo em um maior custo financeiro e de tempo nos processos de recrutamento e seleção. Sendo assim, alguns profissionais da área de recursos humanos passam a procurar alternativas para conhecer melhor os candidatos e agilizar as diversas etapas desse processo. Uma das possibilidades sugeridas por alguns consultores foi começar a analisar o perfil dos candidatos, fazendo assim uma triagem, reduzindo a quantidade de entrevistas e minimizando os custos.

De acordo com Bessa (2005), a página do Orkut, o perfil e as comunidades do candidato agora fazem parte do seu currículo. As empresas passam a usar essa ferramenta como mais uma forma de conhecer e recrutar as pessoas que buscam uma vaga de emprego.

Lacombe e Heilborn (2006) definem recrutamento como as práticas e processos usados para atrair candidatos para as vagas existentes ou potenciais. O recrutamento pode ser tanto de candidatos internos como externos à organização. Vários métodos são usados para recrutá-los, tais como anúncios em mídia, informações em quadro de avisos ou em tabuletas na porta, agências de emprego, indicações, sites da Internet especializados em oferta e procura de mão-de-obra; e seleção, por meio de instrumentos corretos, a organização pode decidir quais são os candidatos mais adequados que serão contratados. Tais instrumentos são, principalmente, as entrevistas, a análise de currículo, formulários de proposta de emprego, busca de referências, dinâmicas de grupo e testes psicotécnicos e de desempenho.

Na seção seguinte são apresentados relatos do uso do Orkut por empresas de recrutamento e seleção e profissionais da área de RH.

### **3. Relatos de uso do Orkut nos meios de comunicação de circulação nacional**

Rodrigo Clemente (apud Bessa, 2005; Pucciariello, 2005; Zakabi, 2006), diretor da agência de marketing promocional “Decidindo”, incluiu o site de relacionamento na etapa final do processo seletivo

dos estagiários, buscando jovens com bons relacionamentos, que tenham popularidade e muitos amigos, saibam escrever bem e que participassem de comunidades interessantes que estejam ligadas à área da empresa, como faculdades, festas e eventos, porém apenas selecionou pessoas que não se expunham demais e que não eram associadas a comunidades gritantes ou relacionadas a drogas. Clemente acredita que nesses sites as pessoas se comunicam do jeito que realmente são, possibilitando analisar o perfil de cada um e verificar os que poderiam agregar valor. O diretor ressalta que apenas utilizou o Orkut porque o seu foco era os jovens.

Andréa Ramal também avalia os candidatos com a ajuda do Orkut para trabalharem em sua consultoria, a ID Projetos Educacionais, buscando pessoas com os perfis desejados, que tenham sensibilidade e criatividade para realizarem as tarefas exigidas. Assim, visa sair da formalidade do processo de seleção e procurar olhar para cada um de uma forma que haja com naturalidade, pois afirma que por enquanto ainda se mostram de uma maneira pessoal. Ramal chama a atenção ao alertar que as pessoas devem se manter atualizadas e conectadas com as novidades da tecnologia, que nesse caso, não estando no Orkut, poderia ser um fator negativo para a contratação, por simplesmente por não acompanhar as tendências do mercado (Bessa, 2005).

Por outro lado, quando o usuário fica muitas horas atualizando seu perfil, mandando muitos recados ou brincando, isso pode ser um sinal de perda de produtividade no futuro. Ao analisar algumas tendências, ledo Jones, diretor comercial do Grupo SPPS, destaca o Orkut como uma ferramenta que será indispensável no currículo tradicional, pois ajudará as empresas e recrutadores a localizar os candidatos com mais facilidade. Porém o Orkut deve ser apenas uma possibilidade a mais de desempatar um processo de seleção, analisando-o como um acessório e, não, como um fator determinante na hora da contratação. Contribuindo, assim, na redução do número de entrevistas (Pucciariello, 2005).

Consultores e gestores preocupados com esse novo

ponto de vista, procuram alertar os usuários, dando dicas e sugerindo que os mesmos procurem evitar se cadastrarem em determinadas comunidades que são mal vistas pelas organizações.

Alguns relatos de empresários do ramo de recrutamento e seleção, divulgados em meios de comunicação a nível nacional ressaltam que as pessoas não devem contar muitos detalhes de sua vida íntima ou dos outros, pois podem ser antiéticas, passando a serem percebidas como indivíduos que não sabem guardar segredos, influenciando nas informações sigilosas dos negócios (Bessa, 2005). Participar de comunidades do tipo “odeio trabalho” ou “odeio meu chefe” também contam pontos negativos (Bessa, 2005; Pucciariello, 2005). Andréa Ramal destaca frases como: “No ano passado, descartamos vários candidatos depois de descobrir que eles faziam parte de comunidades batizadas de” “Eu bebo até cair” e “Eu assisto a todas as novelas da TV”. Apesar de bem-humoradas, essas comunidades passam uma idéia de superficialidade que não condiz com uma empresa de consultoria (Ramal, 2004; apud Zakabi, 2006). A empresa de tecnologia SPPS, de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, eliminou dois candidatos a uma vaga de gerente de contas porque eles participavam de comunidades do tipo “Eu odeio” (Zakabi, 2006).

Para Zakabi (2006), as empresas analisam o Orkut como a vitrine do candidato, onde procuram conhecer a vida pessoal dos que concorrem a uma vaga, buscando traçar um perfil mais preciso, chegando até a obter informações que muitas vezes são omitidas.

Por outro lado, há algumas empresas que são contra as análises realizadas no perfil dos candidatos no Orkut, já que são informações pessoais e que o seu comportamento pode não ser necessariamente levado para o ambiente de trabalho. Um outro ponto que precisa ser levado em consideração nesse processo é a experiência e maturidade do profissional que irá fazer essa “filtragem” dos currículos baseados no perfil de cada candidato.

De qualquer forma, fica claro que não se sabe até que ponto as informações postadas nesses sites são verdadeiras, pois alguns usuários não levam a sério o Orkut, muitas vezes achando que é uma brincadeira, passando a idealizar ou inventar as coisas. Há também a possibilidade da página ser falsa, alguém que criou usando o nome ou se passando por outro, simplesmente por raiva ou para se vingar, entre outros.

O que tem que ser levado em consideração é: até que ponto as informações são verdadeiras? Também se deve ter cuidado com os preconceitos, no qual não devem ser gerados principalmente porque não se sabe da veracidade ou origem das informações. Segundo Rodrigo Vianna, da Case Consulting, “concluir que um candidato não está apto à vaga com base no conteúdo de seu Orkut é preconceito e invasão de privacidade” (Zakabi, 2006).

Segundo Pucciariello (2005) o Orkut pode ser decisivo na hora de contratação, onde qualquer deslize pode significar a desclassificação no processo seletivo por uma vaga no mercado. Sendo assim, a autora destaca algumas informações que avalia como um guia básico, apresentando, por exemplo, o que seria visto como positivo, ter um perfil criativo e bem escrito. Por exemplo: deixar transparecer sua sensibilidade com uma poesia; citar trechos de livros na apresentação da página; ter amigos que se refiram de forma positiva; inserir fotos originais ou diferentes que chamam a atenção; e comunidades ligadas à área de atuação profissional.

Os usuários devem ter o cuidado no que escrevem e a que se associa, pois há alguns fatores que devem ser evitados, como: a participação em comunidades que fazem discriminação, pregando violência ou as radicais, como “Eu odeio...”; filiar-se somente a comunidades superficiais, onde seria bom balancear; depoimentos exagerados que mostrem uma postura negativa diante da vida; evitar o excesso, pois também prejudica; e mostrar que não é viciado em Orkut (Pucciariello, 2005).

Para Ramal (2004) o Orkut “é mais uma comprovação de que, por mais que vivemos no mundo da técnica, os laços humanos continuam se construindo a todo custo”. “Orkut” é expor-se aos outros e dedicar um tempo substancial a descrever o próprio perfil para pessoas com quem se tem algo – ou melhor, alguém – em comum. É uma forma de dizer ao mundo: detrás da máquina há uma pessoa com sentimentos e visões que deseja compartilhar. O Orkut é o lugar para essa necessidade de afeto que transborda dos laços e das redes do ciberespaço.

Há pessoas que entram no Orkut deliberadamente para fazer networking. Ótimos negócios podem ser fechados com parceiros que são antigos colegas de colégio, reencontrados após anos, através do Orkut. Corrobora essa hipótese o fato de que não basta querer estar no Orkut: alguém precisa convidar você. Não basta querer estar no círculo: alguém precisa estender a mão para o mundo aqui de fora e puxar você para dentro. Nesse sentido, mais do que um mero modismo ou um novo fenômeno cultural, o Orkut parece também uma metáfora bastante fértil para analisar as relações sociais vigentes no Brasil de hoje (Ramal, 2004).

Zakabi (2006) apresenta algumas sugestões do que é bom ter no Orkut para conseguir emprego, bem como chama atenção das coisas que podem desclassificar os candidatos a uma vaga de emprego, conforme segue abaixo:

O que é bom ter no Orkut para conseguir emprego...	... e o que derruba um candidato.
Na página de introdução, apresentar-se de uma forma positiva, com um texto sucinto, sem erros de português;	Participar de comunidades do tipo “Eu odeio”, como “Eu odeio a política brasileira” ou “Eu odeio segundas-feiras”. Indica uma atitude negativa diante da vida;
Participar de comunidades que demonstram interesse no desenvolvimento profissional e cultural (aquelas ligadas à literatura ou às artes plásticas);	Estar cadastrado em comunidades com assuntos tolos, como “Bebo até cair” ou “Assisto a todas as novelas da TV”;
Ter uma ampla rede de amigos. Isso indica sociabilidade;	Ter fotografias em situações constrangedoras, em roupas íntimas ou bêbedo em festas;
Colecionar depoimentos de amigos com comentários elogiosos.	Trocar mensagens ofensivas com amigos na página de recados, falando mal dos outros ou contando piadas machistas ou racistas.

Fonte: Adaptado de ZAKABI (2006).

## 4. As redes sociais informais

De acordo com Regis (2006) as redes de relacionamento são consideradas como fundamentais para o desempenho do profissional nas organizações. Onde são percebidas como informais, baseadas em uma diversidade de papéis e em laços fortes, influenciando com a existência de redes de amizade, informação e confiança. Enquanto que as formais, sendo formadas por ligações fracas, onde os contatos não são frequentes ou inerentes a um cargo ocupado, não havendo uma relação de amizade.

Granovetter (1973) destaca os laços fracos como um fator importante na manutenção da rede social. Porém, ambos apresentam pontos positivos e negativos para as empresas, como por exemplo: os laços fracos quando empregado por um indivíduo de uma rede muito coesa, passa a ter um papel importante na expansão da fronteira da rede, como também são mais propícios para mudanças, fazendo com que as pessoas percebam outras realidades; os laços fortes compartilham as informações e têm uma maior velocidade para disseminar as informações.

Antes do surgimento do Orkut, Bellini (2000) já pesquisava e analisava as redes e comunidades que se baseavam pela Internet, as quais chama de “comunidades mediadas pela Internet” (CMI), que são compostas por membros (pessoas) que compartilham interesses, utilizam recursos em comum na Internet, como um web site, para trocarem informações e experiências com os outros.

Nessa comunidade virtual há uma probabilidade maior de se visualizar os chamados laços fracos, na qual tendem a ter maiores benefícios com relação a salários mais altos e mais status na organização, mostrando a importância do networking eficaz durante uma busca do trabalho (Brown e Konrad, 2001).

Entende-se que o networking é baseado em conhecer e cultivar relacionamentos com benefício mútuo. Esses benefícios podem ser relacionados ou



não ao trabalho, como também os relacionamentos podem ser formais ou informais, ambos influenciando e contribuindo na carreira profissional do indivíduo.

Pesquisas mostram que as pessoas com um amplo networking têm acesso a mais informações, são mais capazes em persuadir, em desenvolver idéias, em manter-se informadas de vagas de empregos, melhorar seu bem-estar psicológico, aumentando assim sua probabilidade de sucesso. Sendo utilizada com responsabilidade, a rede é capaz de tornar as organizações e as pessoas mais eficazes, incentivando a interação com outras pessoas, ampliando as visões e experiências globais (Caproni, 2002).

“Muitos profissionais esforçados e competentes são de opinião que relacionamentos interpessoais costumam interferir no desempenho do seu trabalho, principalmente quando estão ocupados ou quando o relacionamento não acrescenta valor instrumental imediato” (Caproni, 2002: 165).

Porém, imagina-se que sobre a vida profissional o que importa é o que você sabe e quem você conhece.

Segundo Baker o “sucesso depende de dois fatores – o que uma pessoa conhece, o seu capital humano, e a rede de relacionamentos que ela desenvolve, o capital social da pessoa” (Caproni, 2002: 165).

Alguns profissionais têm uma opinião errônea de que os relacionamentos interpessoais interferem no desempenho do trabalho, afastando a possibilidade das pessoas de recorrerem às informações, aos conhecimentos e aos recursos que existem nas mentes das outras pessoas.

Dependendo da área em que o profissional queira se aperfeiçoar, as networks profissionais são diversificadas, com pessoas influentes, incluindo tanto vínculos fortes quanto fracos, pois ambos oferecem benefícios. Em vínculos fortes estão as pessoas mais próximas e que interagem com frequência, com um nível mais emocional. Nos vínculos fracos incluem pessoas as quais não se conhecem bem ou não têm

amizade e que possuem pouca interação, proporcionando uma maior exposição e acesso às informações e recursos (Caproni, 2002).

Essa network diversificada pode propiciar uma maior oportunidade de acesso a informações e recursos auxiliando na carreira profissional e no convívio social.

Kilduff e David Krackhardt (1994) perceberam que a “reputação de desempenho” baseia-se, em parte, na capacidade daquela pessoa de realizar trabalho de alta qualidade e, em parte, nas percepções das pessoas de que aquele indivíduo tem um amigo importante.

Esse novo mundo virtual facilita a comunicação e contribui com uma maior rapidez da intimidade, como se agilizasse nesse processo, no qual está associado a uma comunicação aberta, que seja conducente a compartilhar da informação, mesmo com os assuntos difíceis como a perda do emprego. Ao revelar as dificuldades para os contatos da rede quando está à procura de um emprego, as outras pessoas podem compartilhar novas informações ou oportunidades de trabalho. Quando as dificuldades não são compartilhadas, a pessoa de contato pode supor que o investigador não necessitará mudar de emprego ou deixar de estar desempregado, e pode não compartilhar de alguma informação vital para o trabalho (Brown e Konrad, 2001).

Desta forma, percebe-se a importância dos relacionamentos em rede, analisando as vantagens e desvantagens de cada tipo de laço, fraco ou forte, onde cada um tem uma determinada relevância, na qual muitas vezes depende da situação que o indivíduo se encontra na organização. Se ele está insatisfeito ou à procura de um novo emprego, deverá ter mais contato com seus laços fracos, procurando novas oportunidades. E os laços fortes, muitas vezes visualizados numa zona de conforto, onde são enfatizadas maiores frequências de contatos e intimidade (Brown e Konrad, 2001). Porém, é preciso que se leve em consideração os dois tipos de laços ou redes, pois são importantes todo e qualquer tipo de relacionamento e contato na organização.

## 5. Conclusões

Até a forma de utilizar o Orkut também teve as suas mudanças e evoluções, em que “o site de relacionamentos que até então servia para reencontrar amigos e dar uma olhadela na vida alheia, passou a ser usado também por empresas e consultorias de RH para conhecer e recrutar profissionais” (Bessa, 2005). A impressão que é passada é que os administradores do site estão tendo uma preocupação de estar sempre inovando, pois na maioria das vezes apresentam algumas novidades e novos serviços. Como podemos citar a possibilidade de inserir vídeos ou clipes próprios, que até então se tinha apenas um álbum de fotografias.

No uso do Orkut podem ser destacadas algumas supostas vantagens: toda vez que o usuário se “loga” ao site, começa apresentando as novidades e novos serviços oferecidos; há uma redução dos custos na comunicação, precisando apenas de um computador ligado à Internet; pode ser utilizado como mais uma ferramenta de comunicação, ajudando a encontrar amigos antigos, manter contatos e principalmente diminuindo as distâncias.

Porém, também nos deparamos com algumas desvantagens: muitos entram no sistema e criam comunidades para brincar ou sonhar com algo pretendido; alguns criam um perfil fictício, “mascarando” traços de personalidade; o risco de não ter uma segurança eficiente, onde as pessoas podem pegar as senhas de outras e alterar o seu perfil, comunidade, entre outros.

Por outro lado, há uma necessidade de uma maior maturidade e compreensão dos que irão analisar e avaliar os candidatos para o processo de seleção, pois nesse sistema complexo exige profissionais que saibam separar bem as brincadeiras e que procurem também avaliar a criatividade e o bom-humor apresentados nas descrições dos diversos perfis. Deve

ser levada em consideração à capacidade de liderança e de formação de laços através do Orkut, especialmente quando tais características forem importantes para o cargo em questão.

O artigo buscou apresentar uma nova ferramenta que já é utilizada por algumas empresas de consultoria e de recrutamento e seleção, bem como os gestores e departamento de recursos humanos, mostrando aspectos positivos e negativos desta nova ferramenta. E como o Orkut ainda é muito recente, não temos muitas alternativas de pesquisa bibliográfica, mas nos deparamos com alguns relatos de casos de empresas que aprovam e praticam tais ações. O que se percebe como crucial é a possibilidade de ser mais uma ferramenta que possa auxiliar e trazer mais informações dos candidatos no processo de recrutamento e seleção, e assim, reduzir consideravelmente os custos, agilizando a seleção.

## 6. Referências

BELLINI, Carlo Gabriel Porto. *Estudo de caso múltiplo de comunidades mediadas pela internet*. Revista READ, 17ª ed.V.6, nº 5, set – out 2000.

BESSA, Carolina. *Página do Orkut agora faz parte do currículo*. Jornal Extra, Seção Economia, de 23/10/2005.

BROWN, Deborah Wright; KONRAD, Alison M. *Granovetter was right: the importance of weak ties to a contemporary job search*. Group & Organization Management; Dec 2001; 26, 4; ABI/INFORM Global.

CAPRONI, Paula J. *Treinamento gerencial: como dar um salto significativo em sua carreira profissional*. São Paulo: Makron Books, 2002.

GRANOVETTER, Mark. *The strength of weak ties*. In The American Journal of Sociology, v. 78, nº. 6, Maio de 1973. pp 1360-1380.

Kilduff, M., Krackhardt, D. *Bringing the individual back in: a structural analysis of the internal market for reputation in organizations.* Academy of Management Journal 37, 87–108, 1994.

LACOMBE, Francisco J. M.; HEILBORN, Gilberto Luiz J. *Administração: princípios e tendências.* São Paulo: Saraiva, 2003.

LEMOS, André. *Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época.* In Olhares sobre a Cibercultura / Org. André Lemos e Paulo Cunha. Porto Alegre: Sulina, 2003.

PITHAN, Flávia Ataíde. *A rede Orkut como mecanismo de vínculo social e produção de conhecimentos.* IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2004.

PUCCIARIELLO, Síssi. *Orkut pode ser decisivo na hora da contratação.* A Tribuna, Especiais, São Paulo, 8/11/2005.

RAMAL, Andrea Cecília. *Orkuto, logo existo.* Jornal de Brasília, Seção Opinião; Jornal A GAZETA, de Cuiabá/MT, de 18/09/04. Artigo republicado no Jornal Folha de Pernambuco, de 29/09/04.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Comunidades virtuais em redes sociais na Internet: uma proposta de estudo.* Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: [www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos). Dezembro de 2005.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Dinâmicas de redes sociais no Orkut e capital social.* 2006.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet: considerações iniciais.* E Compós, v.2, 2005.

REGIS, Helder P.; DIAS, Sônia. M. R. C.; BASTOS, A. V. B. *Articulando Cognição, Redes e Capital Social: um estudo entre empresários participantes de incubadoras de empresas.* In: ENANPAD, 2006, Salvador. ENANPAD 2006 30 ANOS. Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

REGIS, Helder P.; BASTOS, A. V. B.; DIAS, Sônia. M. R. C. *Redes sociais informais: o caso das incubadoras de base tecnológica do Recife.* In: II Congresso Brasileiro de Psicologia Organizacional e do Trabalho, 2006, Brasília. Anais do II CBPOT. Brasília, 2006.

ZAKABI, Rosana. *A vitrine do candidato: empresas adotam a prática de espionar no Orkut a vida pessoal dos que buscam uma vaga.* Revista Veja, Seção Trabalho, 11/01/2006.