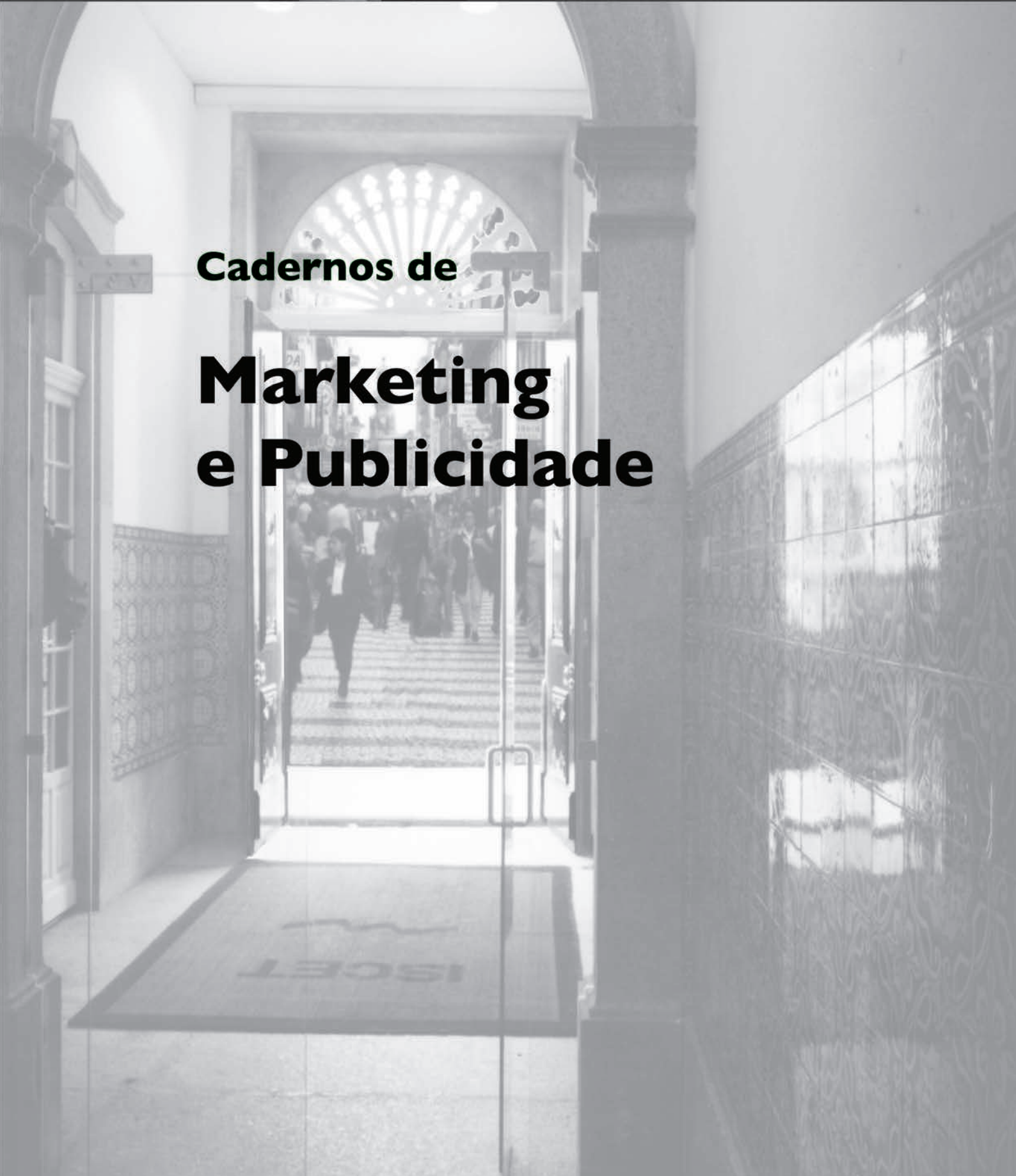


Revista Científica do IS CET

número 9 - 2ª série 2019

Percursos & IDEIAS

Cadernos de Marketing e Publicidade



USO DAS REDES SOCIAIS EM CONTEXTO LABORAL

MARIA NASCIMENTO CUNHA*
ISCET

PEDRO VALENTE**
UPT

RESUMO

Nos dias de hoje, é comum ter-se acesso às redes sociais em qualquer zona do planeta e a qualquer hora do dia ou da noite. O crescimento da *social media* teve impacto nos processos de comunicação, apresentando alterações na sociedade. As organizações têm procurado adaptar-se tanto no sentido de garantir a visibilidade quanto assegurar a produtividade (Pereira e Schneider, 2017). No entanto as empresas começam a preocupar-se com o fato de cada vez mais os colaboradores utilizarem as redes sociais durante o horário. Realidade que a digitalização dos negócios provoca, pela agregação e facilidade de disponibilização em tempo “quase” real. Sendo difícil a separação e/ou tentação de não acompanhar a rapidez tecnológica. Ou seja, cada vez mais o indivíduo é multitarefa, tem uma noção de tempo mais granular, o que o leva a agir em conformidade como as máquinas. De igual forma, é tendência de mercado o desvirtualizar das funções laborais, em detrimento do dinamismo que o mercado exige. Tem-se nesta visão uma competição com as tecnologias de informação, no direito de resposta, daí ser frequente o uso de telemóveis, como se dum apêndice se tratasse. É mais importante a rapidez de resposta, em vez da qualidade da mensagem, assim como o estar presente *online*.

PALAVRAS-CHAVE

Redes Sociais; Contexto laboral; Utilização; Conflitos.

ABSTRACT

These days, it is common to have access to social networks in any area and at any time of the day or night. The growth of social media has had an impact on the processes of communication but also showed changes in society. Organizations have sought to adapt both, ensure visibility and ensure productivity (Pereira and Schneider, 2017). However, companies have begun to worry about the fact that increasingly employees use social networks during daylight. The reality is that scanning business causes, by aggregation and ease availability in almost real time. Being difficult separation and/or temp-

tation to not keep up with the speed of technology. That is, the individual is multitasking, has a more granular timing, which leads him to act in accordance with the machines. Similarly, the market trend is making a non virtual labour functions, to the detriment of the dynamism that the market requires. Has this vision, a competition with information technology, in the right of reply, hence the frequent use of mobile phones, as an appendix. Most important is the speed of response, rather than the quality of the message, as well as be present online.

KEYWORDS

Social Networking; Context; Use; Conflict.

INTRODUÇÃO

O contexto laboral dos dias que correm é bastante divergente do de há alguns anos. Aquele tempo que proporcionou o aparecimento das normas de trabalho, idealizadas para pacificar as questões jurídicas decorrentes de sociedades agrária e fabril, já não existe.

Há uns anos, o trabalho era obrigatoriamente presencial e envolvia três pilares de alto valor (a remuneração, o horário laboral e o contexto laboral).

Por seu lado, nos dias de hoje, o trabalho é realizado num ambiente automatizado, informatizado e globalizado, em que não existem fronteiras e em que as novas tecnologias de comunicação e informação, os baixos custos e a massificação do crédito banalizam o uso dos computadores pessoais e corporativos, e permitem a utilização rotineira da internet e dos seus mais diversos aplicativos (Raposo, 2016; Ferrari, 2017).

A verdade é que as redes sociais têm mudado o mundo (Gabriel, 2010). Mais do que o mundo, têm mudado padrões de relacionamentos, carreiras e até estilo de vida! As redes sociais direcionaram o mundo para um novo nível de inovação e criaram novas formas de lidar com antigos padrões.

* mnascimento@iscet.pt.

** pvalente@upt.pt.

Hoje em dia, as redes sociais são muito utilizadas. A utilização destas passa não só pela comunicação entre colegas de trabalho e amigos, mas também pela comunicação entre recrutador ou empregador e candidato. Ou seja, funciona muitas vezes como fonte alternativa para a contratação de colaboradores em grandes organizações. Apesar dessa abrangência de possibilidades ainda existe quem não veja as redes sociais como um canal de promoção para a vida pessoal, social e profissional (Raposo, 2016).

Por tudo isto, é importante perceber o quão fácil é aceder às redes sociais em contexto laboral, desvirtuando a capacidade de trabalho para tarefas menos produtivas. Mas também é importante compreender que a organização através da *social media* ganhou uma vantagem avassaladora.

Acéder às informações publicadas pelos colaboradores ou candidatos e verificar o que estes escreveram sobre a organização em que trabalham ou trabalharam, quem são, como se comportam ou que segredos escondem nunca foi tão fácil. Acéder ao perfil de alguém como forma de selecionar candidatos, promover ou inibir ascensões dentro da organização e privilegiar ou desprivilegiar algumas convicções, credo, orientação sexual, amizades e personalidades tornou-se simples, uma vez que tudo é revelado nas redes sociais.

1. AS REDES SOCIAIS

O mundo está ligado pelas redes sociais, uma teia de ligações que distribuem informações e dão voz a grupos, indivíduos e instituições. O mundo real está intrínseco com o digital, onde as redes sociais assumem um papel preponderante na disseminação de informação entre indivíduos, organizações e sociedades.

Outra ideia subjacente ao digital, que se assumiu desde a sua génese como um sistema redundante de armazenamento de dados, passou nos últimos anos a assumir formas mais eficientes de adquirir dados, converter em informação e solidificar conhecimentos. Os processos de comunicação e aquisição de conhecimento foram adaptados ao sistema binário e às características dos computadores, aonde o utilizador é representado na ínte-

gra no mundo digital. A coexistência das duas realidades, outrora distintas, é vital na socialização, aprendizagem e na iliteracia digital.

As redes sociais ocupam na sociedade dos nossos dias um papel de tal forma proeminente que se refletem em todas as atividades. Ninguém escapa a esta nova realidade, sendo que a todos é de pedir um padrão de comportamento ético.

Na indispensabilidade de um pré-entendimento que vá para além das metáforas, torna-se essencial aludir que a sociedade em rede é uma sociedade cuja estrutura social é composta por redes assentes nas tecnologias da informação e da comunicação (Masseno, 2013).

Neste momento a tónica é já colocada na estrutura da rede e não no espaço, como quando se aprecia o Ciberespaço. As redes têm presença física e são controláveis tanto pelos domínios públicos como pelos domínios individuais. De verificar pelos problemas que têm surgido nos últimos meses, devido ao acesso indevido de dados de utilizadores, por parte de algumas entidades, que baseadas num paradigma de reputação e honra, usurparam dados em massa (que estavam destinados para investigação), conseguindo traçar perfis, que os ajudaram a estabelecer campanhas manipulativas e dirigidas. Com o RPGD, pelo menos na UE, foram colocados limites na forma de atuação destes *players*, evitando a coleta e uso para outros fins de dados (ou micro-dados) de navegação dos utilizadores nas redes sociais.

Nesta perspetiva, o aspeto elementar equivale ao controlo que os consumidores têm da rede e da informação que nela fazem circular.

Segundo Raposo (2016), grande parte do desenvolvimento social e emocional da chamada geração Y, de todas as tribos, condições sociais, raça e credo, decorre do uso da internet. As redes sociais têm interferido nas decisões de todos os níveis e impactado no modo como as pessoas se relacionam (Gabriel, 2010). Uma visão madura e consciente do que é relevante ou não para ser postado nas redes sociais ainda é uma colossal carência dos diferentes públicos que utilizam esse meio de comunicação.

O hábito de partilhar tudo sobre a sua vida particular, fazendo das redes sociais um diário (Raposo, 2017), corresponde ao chamado *oversharing* que a maioria das

vezes é considerado um abuso do fornecimento de dados pessoais nas plataformas. E o cuidado que se deve ter passa obrigatoriamente por este ponto.

Este *oversharing* adquiriu veemência devido ao *mobile*, à agilidade de acesso ao *Wifi* e também ao incremento da classe consumidora de internet (Raposo, 2017; Fugazza e Saldanha, 2017).

Os dados de telemóvel também tiveram um papel importante. A partir do momento que existem limites de utilização maiores, e/ou até ilimitados, aumenta-se o grau de interação com o digital. Desta forma o indivíduo está virtualmente sempre ligado.

Acredita-se que num futuro não muito próximo, com a massificação das redes 5G e a uniformização dos tarifários ilimitados (tal como aconteceu com rede por cabo/*wifi*), as redes sociais irão ter que se adaptar a uma nova realidade, a da Internet das Coisas, em que não apenas os humanos são compelidos a partilhar, mas igualmente os aparelhos/dispositivos afetos a essa pessoa.

Nos últimos anos a interação entre as pessoas em contexto virtual tem aumentado e atingido patamares nunca alcançados. De acordo com Capurro (2009), este aspeto demonstra a liberação do indivíduo em termos de capacidade de expressão, sem existir a necessidade de recorrer a um mediador.

Existem diversas redes sociais ao dispor de quem viaja na net. O *Facebook* é um *site* de relacionamento social, que permite postar o seu perfil, fotos, vídeos, *links* e notas e adicionar “amigos”. Neste momento é uma rede muito utilizada por indivíduos acima dos 40 anos e abaixo dos 12/13. Por ser a rede utilizada pelos pais e onde estes sabem trabalhar é a primeira rede dos filhos.

O *Orkut*, a rede social mais conhecida na América do Sul, por seu lado, permite postar o seu perfil pessoal, social e profissional de forma a estimular relacionamentos. Outro recurso do *Orkut* é a criação e participação em comunidades. Tanto o *Facebook* como o *Orkut* têm a igual finalidade e as aplicações são muito idênticas. A principal diferença está na disposição dos componentes e em algumas nomenclaturas, sendo que a página de perfil do *Orkut* é mais voltada para informações pessoais do que a do *Facebook*.

O *Twitter* é uma ferramenta de *microblogging* constituído por uma comunidade de pessoas, denominados

seguidores e permite aos usuários interagirem em tempo real. Por seu lado, o *MSN Messenger* é uma plataforma de mensagens instantâneas que serve, basicamente, para conversas *online*, muito utilizada pelas faixas etárias intermédias, entre os 15 e os 35 anos. Dentro desta categoria existe também e com maior número de utilizadores o *Whatsapp*, o *Skype* e o *Google Hangouts*.

Finalmente, o *LinkedIn*, inclinado para os relacionamentos profissionais, visa possibilitar o conhecimento de profissionais por meio de seus contatos mútuos, sendo usado para encontrar oportunidades profissionais e oportunidades recomendadas por qualquer pessoa pertencente à rede de contatos (Raposo, 2017), sendo muito utilizado a título empresarial para contratações e avaliações de *Curriculum Vitae* e perfis.

2. O QUE AS PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS REVELAM

Lapolli *et al.* (2009) explicam que as redes sociais têm vindo a ganhar expressividade e permitem interagir por meio de mensagens escritas ou imagens alusivas a temas. As imagens colocadas nas redes sociais muitas vezes falam por si, mostram por onde se anda ou com que estado de espírito nos encontramos.

Mais do que o tipo de publicações, também a frequência com que são colocados *online* revelam muito sobre a personalidade e sobre os sentimentos do seu autor. Muitas vezes revelam mais do que as próprias palavras escritas. E esta é uma forma de se avaliar os seguidores, amigos ou colaboradores.

Um estudo produzido pela Universidade Brunel, no Reino Unido, com cerca de 600 usuários do *Facebook*, apontou que os indivíduos mais sociáveis tendem a postar sobre atividades sociais e sobre o dia-a-dia e que o fazem com frequência (Nogrady, 2016). Por seu lado, indivíduos com baixa autoestima tendem a colocar *publicações* sobre os seus parceiros.

Indivíduos com traços de neurose usam o *Facebook* para validação e para chamar a atenção, enquanto os narcisistas utilizam o seu *status* para exibir conquistas ou discursar sobre dietas e rotinas de atividade física.

Uma outra pesquisa, efetuada nos Estados Unidos, menciona que os indivíduos que postam muitas *selfies* são, por norma, narcisistas e psicopatas, ao passo que os indivíduos que manipulam as fotos digitalmente têm uma baixa autoestima (Nogrady, 2016).

Existem diversas pesquisas *on going*, como é o caso da que está a ser feita pelo Instituto Black Dog, na Austrália. Este estudo utiliza um programa de computador que monitoriza *publicações* que contêm palavras ou expressões ligadas ao suicídio. A ideia é evitar que a sua comunidade cometa erros atuando sobre o indivíduo que revelar tendências menos adequadas.

Deste modo, é de reiterar a importância de refletir sobre o que se compartilha nas redes sociais e a imagem que se pretende passar para o mundo. A verdade é que as atividades nas redes sociais podem oferecer um retrato fiel – e muitas vezes não intencional – do bem-estar ou mal-estar perante um dado assunto, empresa ou amigo (Nogrady, 2016). E neste caso específico a máxima “Menos é mais” ganha novamente forma e força!

3. OS PROBLEMAS QUE PODEM SURTIR A PARTIR DO USO DAS REDES SOCIAIS NO CONTEXTO LABORAL

O aparecimento da *social media* veio introduzir desafios aos trabalhadores e às entidades patronais, em especial pelo facto de constituir uma fonte inextinguível de entretenimento, que pode molestar gravemente os atores envolvidos na relação laboral. O correio eletrónico é uma ferramenta cujo uso se institucionalizou, mas a banalização das redes sociais veio alterar de forma profunda o quotidiano, sendo por vezes consideradas uma fonte de vício e de adição.

O uso das redes sociais durante o horário laboral pode ter consequências, uma vez que pode levar à perda de produtividade, podendo ainda configurar violação dos deveres de zelo, empenho e diligência previstos no art.º 128 do Código do Trabalho (CT), cuja violação abre portas à aplicação de sanções disciplinares, que podem inclusive ser não conservatórias do vínculo laboral (Clara, 2017).

É ainda importante perceber que, do mesmo modo que é fácil aceder às redes sociais em contexto laboral, também

é possível aceder às informações postadas pelos colaboradores e verificar o que estes escreveram sobre a organização em que trabalham.

Neste contexto, a partilha de pensamentos ou opiniões, se dirigidas a colegas de trabalho, superiores hierárquicos ou à própria entidade patronal, pode ter como consequência um final infeliz.

De mencionar que, no Tribunal da Relação do Porto em setembro de 2014, ficou decidido o caso de um trabalhador que produziu afirmações lesivas para a honra da sua entidade patronal, numa publicação partilhada num grupo do *Facebook*, e que acarretou a aplicação de uma sanção disciplinar que culminou no despedimento com justa causa (Clara, 2017).

Nesta situação não foi esquecido que “O trabalhador goza do direito de reserva e confidencialidade relativamente ao conteúdo das mensagens de natureza pessoal e acesso a informação de carácter não profissional que envie, receba ou consulte (...)” (art.º 22 CT). Neste caso, contudo, importa aos trabalhadores ter em atenção o conceito de “publicação privado”, que na realidade com a maior das facilidades pode cair na esfera pública.

Numa outra vertente, também é possível ter acesso ao perfil do colaborador com o intuito de seleccionar candidatos, promover ou inibir ascensões dentro das organizações conforme convicções, credos, orientação sexual e amizades reveladas nas suas redes sociais.

Um exemplo destas situações é mencionado por Reis e Feijó (2012). De acordo com os autores, uma assistente administrativa de uma organização de tecnologia foi despedida por uso indevido da internet. Segundo a decisão judicial que confirmou a dispensa por justa causa, a colaboradora dedicava-se ao contato virtual em vez de atender as ligações necessárias ao seu desempenho laboral.

Por seu lado, os autores Galo e Teno (2012) mencionam que um colaborador de *call center* foi despedido, também por justa causa, depois de ter criado um blog em que, terminado o expediente, publicava as perguntas consideradas por ele as mais idiotas dos “clientes mais burros do dia”.

Estes são apenas alguns exemplos de muitos casos conhecidos. E é precisamente por este tipo de situações que muitas organizações proibiram o acesso às redes

sociais no trabalho, entendendo que as mesmas afetam a produtividade do funcionário, além de gerarem desconcentração ou baixa qualidade nas tarefas. Outras organizações têm optado por adotar programas de monitorização que instalam nos computadores de trabalho.

E outras entendem que o uso pode ser bom, aumentando a produtividade do profissional e sendo uma maneira de gerar confiança e até mesmo refinar a sua criatividade, desde que este saiba estabelecer prioridades no seu trabalho, o que quer dizer que não gaste muitas horas em salas de bate-papo, quando teria de terminar aquele relatório para apresentar à diretoria (Oliveira, 2014).

4. OS CUIDADOS, OS LIMITES E A COMPOSIÇÃO DOS CONFLITOS DECORRENTES DO ABUSO

O acesso fácil à internet faz com que as redes sociais sejam utilizadas em qualquer lugar ou horário. No entanto, enquanto colaboradores de uma organização ou instituição, é necessário ter alguns cuidados com as informações postadas nas redes sociais. De recordar que o que é colocado *online* deixa de ser do próprio e passa a ser do mundo (Raposo, 2017).

Obviamente é constitucionalmente reconhecido o direito à intimidade, privacidade e das liberdades de pensamento, expressão, convicção, credo e orientação sexual.

“O trabalhador goza do direito de reserva e confidencialidade relativamente ao conteúdo das mensagens de natureza pessoal e acesso a informação de carácter não profissional que envie, receba ou consulte (...)” (art.º 22 CT).

E fazer prova da discriminação nas seleções ou na preterição de um candidato à promoção na organização pelas amizades, convicções políticas e religiosas e orientação sexual não é fácil. Mas é algo que acontece (Galo e Teno, 2012).

Ao nível da vida profissional, os direitos e as liberdades têm por limites a reputação alheia, a finalidade da organização e as características do contrato de trabalho, não podendo o empregado caluniar contra a imagem da organização, a honra dos seus dirigentes e colegas de tra-

balho, ou atentar contra a boa-fé e lealdade contratuais, quer tornando públicas informações sigilosas, quer desrespeitando ou expondo o empregador, quer praticando atos incompatíveis com a ideologia de eventual organização de tendência para a qual trabalhe (Masseno, 2017).

O relacionamento do colaborador com a organização ou os seus dirigentes e colegas de trabalho é de natureza pessoal, não lhe cabendo tornar público assuntos que não dizem respeito ao conhecimento alheio. A relação de trabalho é estabelecida com base na reserva de informações e na fidúcia que deve orientar o relacionamento interno.

Divulgar estratégias, segredos organizacionais ou ofender a imagem do empregador podem levar diretamente ao despedimento por justa causa. Postar comentários negativos sobre o trabalho ou a organização, ofender colegas de trabalho, publicar fotos ou situações de gosto duvidoso ou revelar publicamente atos dos dirigentes ou gestores, além de prejudicar o contexto laboral, pode denegrir a imagem e reputação alheias, além da segurança e produtividade da organização.

A preocupação das organizações habita, portanto, no fato de que cada vez mais os colaboradores utilizam as redes sociais durante o expediente, causando preocupação sobre a segurança das informações sigilosas e a queda da produtividade, pela navegação em horário laboral.

E são estas inseguranças que legitimam a adoção de programas que visam a monitorização dos computadores de trabalho quanto ao uso das redes sociais em contexto laboral. É, no entanto, indispensável que as organizações informem sobre esta monitorização e sobre a eventual proibição do uso desses aplicativos no posto de trabalho ou de transmitir informações e estratégias organizacionais.

Segundo Nogrady (2016), e apesar de tais programas serem inócuos, existem denúncias de que algumas organizações monitorizam também os telemóveis.

Cabe às organizações a disciplina destes aparelhos funcionais e pessoais e a sua utilização no contexto laboral, vedando ou regulando a utilização e acesso a redes sociais no horário laboral e alertar quanto à proibição de revelar informações e estratégias organizacionais.

No uso do seu poder disciplinar pelos abusos cometidos pelo colaborador, pode a organização adverti-lo,

suspendê-lo ou mesmo despedi-lo por justa causa, conforme a natureza ou reincidência do não cumprimento da obrigação.

Por outro lado, toca à organização respeitar as convicções, amizades, religião e orientação sexual do colaborador, não lhe sendo permitido atuar de forma invasiva da intimidade e privacidade ou discriminá-lo no acesso ao emprego ou na ascensão a cargo. Provado o fato, a organização responderá por danos morais, sem prejuízo de outras sanções.

Além das sanções pelo não cumprimento das obrigações de respeito às condições de trabalho, honra e imagem, as ofensas a essas obrigações, quer por parte do colaborador, quer por parte das organizações, podem levar ao rompimento do contrato e a indenizações materiais e morais.

CONCLUSÃO

Ficou claro que nos dias de hoje é comum aceder às redes sociais em qualquer parte e a qualquer hora. O crescimento da *social media* teve impacto nos processos de comunicação, apresentando alterações na sociedade. E em virtude de tal fato, as organizações têm procurado adaptar-se (Pereira e Schneider, 2017).

As empresas preocupam-se com o fato de os colaboradores utilizarem as redes sociais durante o horário laboral. A grande inquietação destas recai na segurança das informações sigilosas e na queda da produtividade.

Uma das razões é a alteração na granularidade temporal, em que antigamente (ou no passado recente), era aceitável o direito de resposta, quantificado em dias, depois passou para horas, com por exemplo, o *push email* (em contraposto com o *fetch email*), e com as redes sociais e as novas tecnologias *web*, os minutos são uma unidade temporal, aceite por todos.

Esta rapidez de resposta, não acompanhada devidamente pelo ser humano, que ainda contém os mecanismos de avaliação do passado, leva a erros, informação deficiente e problemas de segurança.

Mas empresas também usufruem das redes sociais no que toca a perceber quem são os seus colaboradores ou

candidatos. É precisamente por estas avaliações que se torna de extrema necessidade perceber que o tipo de *publicações* e a frequência com que são colocadas nas redes sociais revelam muito sobre personalidades e sentimentos. Muitas são as organizações que contratam, despedem, valorizam e desvalorizam os colaboradores depois de uma avaliação às suas redes sociais.

Obviamente toda e qualquer organização deve respeitar convicções, amizades, religião e orientação sexual do colaborador, não lhe sendo permitido atuar de forma invasiva da intimidade e privacidade ou discriminá-lo no acesso ao emprego ou na ascensão ao cargo. Contudo comprovar que existiu efetivamente discriminação neste sentido é algo complicado e muito difícil.

Por outro lado, e no sentido de se salvaguardarem informações sigilosas, cabe às organizações criar regras sobre a utilização de telemóveis e outros aparelhos ligados à internet e a sua utilização no contexto laboral. A possibilidade de se vedar e regular a utilização e acesso às redes sociais no horário laboral e alertar quanto à proibição de revelar informações e estratégias organizacionais é responsabilidade da empresa.

BIBLIOGRAFIA

- BELMONTE, Alexandre de Souza Agra (2012), *Os Problemas e Limites do Uso das Redes Sociais no Ambiente de Trabalho*, São Paulo: Lex Magister.
- CAPURRO, Rafael; ELDRED, Michael; NAGEL, Daniel (2009), *Digital Whoness: Identity, Privacy and Freedom in the Cyberworld*, Paris: Librairie.
- CLARA, Ricardo (2017), “O uso das redes sociais e a relação laboral”, in *Revista do Sindicato dos Bancários do Sul e Ilhas* [Consult. a 27.07.2018]. Disponível em: https://www.sbsi.pt/atividadesindical/informacao/OnlineFebase/Paginas/Febase_72/questoesjuridicas.aspx.
- ____ (2018), *Código do Trabalho* (13.^a Ed.), Porto: Porto Editora.
- FERRARI, Priscila Carvalho (2017), *A influência do meio digital na indústria da moda*; 21 de junho 2017 [Consult. a 27.07.2018]. Disponível em: <http://www.infobranding.com.br/meiodigital-e-a-modal/>.
- FUGAZZA, Grace Quaresma; SALDANHA, Gustavo Silva (2017), “Privacidade, ética e informação: uma reflexão filosófica sobre os dilemas no contexto das redes sociais”, in *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, 22 (50), pp. 91-101.
- GABRIEL, Martha (2010), *Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias*, São Paulo: Novatec.
- GALO, Thais; TENO, Thiago (2012), *Redes sociais: o empregador deve proibir ou regulamentar?* [Consult. a 07.07.2018]. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI148377,%2011049-%20Redes+sociais+o+empregador+deve+proibir+ou+regulamentar>.
- LAPOLLI, J.; SILVA, G. S.; SANTO, R. G. E. (2009), “O Processo de Seleção em organizações empreendedoras”, in E. M. Lapolli & A. M. B. Franzoni (coord.), *Gestão de Pessoas em Organizações Empreendedoras*, v. 1, Florianópolis: Pandion, pp. 91-111.
- MASSENO, Manuel David (2017), “A sociedade em rede e os desafios à proteção de dados pessoais”, in *RBMAD – Revista Brasileira de Meio Ambiente Digital e Sociedade da Informação e da Безпека інформації / Information Security*, 1 (27), pp. 45-56.
- NOGRADY, Bianca (2016), “O que suas publicações nas redes sociais revelam sobre suas Emoções”, in *BBC Future* [Consult. a 27.07.2018]. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-37816962>.
- OLIVEIRA, Elisângela (2014), *Entenda o que é Marketing de Relacionamento e como utilizar na sua empresa; Atitude e Negócios e Atine Empreenda* [Consult. a 16.07.2018]. Disponível em: <https://atitudeenegocios.com/categoria/marketing/>.
- PEREIRA, Laura; SCHNEIDER, Thaissa (2017), “A influência da comunicação das marcas de moda de luxo nas redes sociais no valor percebido pelo consumidor”, in *dObras] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, 10 (22), pp. 95-113.
- RAPOSO, Miguel (2016), *Torna-Te Um Guru das Redes Sociais*, Lisboa: Manuscrito.
- REIS, Ricardo; FEIJÓ, Carmem (2012), *Uso de redes sociais repercute no ambiente de trabalho* [Consult. a 20.11.2018]. Disponível em: <http://www.relacoesdotrabalho.com.br/profiles/blogs/no-tst-uso-de-redes-sociais-repercute-no-ambiente-de-trabalho>.