



O Capital Social das Redes Sociais Online: um estudo com gerentes de TI

The Social Capital of Online Social Networks: a study with IT managers

MARIANE ARAÚJO DE OLIVEIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021**.

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) Código de Financiamento 001

O Capital Social das Redes Sociais Online: um estudo com gerentes de TI

Objetivo do estudo

Analisar como o capital social é desenvolvido pelos profissionais de TI no uso das redes sociais online (RSO), considerando a questão de gênero.

Relevância/originalidade

A pesquisa demonstra-se relevante, pois há apenas um número limitado de estudos que relaciona especificamente as redes eletrônicas, a questão de gênero, a formação do capital social e o contexto profissional, não havendo estudos voltados para profissionais de Tecnologia da Informação.

Metodologia/abordagem

A pesquisa utilizou-se da abordagem qualitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, sendo participantes gerentes de TI do Sistema "S". Para a análise dos dados, foi utilizada a Análise de Conteúdo com auxílio do software Atlas.ti.

Principais resultados

Os resultados mostram que as redes sociais online geram capital social de ponte, agilizando a comunicação e tomada de decisão e o capital social de ligação, fortalecendo as mulheres no combate à desigualdade de gênero e às dificuldades enfrentadas na profissão.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este trabalho contribuiu para o enriquecimento do campo teórico de capital social, sendo identificados novos benefícios que são gerados com o uso das redes sociais online para o trabalho de gestores, como o suporte na tomada de decisão e a sororidade.

Contribuições sociais/para a gestão

As redes sociais online facilitam o contato com grande quantidade de pessoas e a tomada de decisão. Desta forma, o Sistema S deve utilizá-las como um recurso estratégico para que tanto a organização quanto os funcionários sejam beneficiados.

Palavras-chave: Capital Social, Redes Sociais Online, Tecnologia da Informação, Gênero



The Social Capital of Online Social Networks: a study with IT managers

Study purpose

Analyze how social capital is developed by IT professionals in the use of online social networks, considering the issue of gender.

Relevance / originality

The research proves to be relevant, as there is only a limited number of studies that specifically relate electronic networks, the issue of gender, the formation of social capital and the professional context. There are no studies about Information Technology professionals.

Methodology / approach

The research used a qualitative approach. Data collection was carried out through semi-structured interviews, with participants being the IT managers of the "S" System. For data analysis, Content Analysis was used with the aid of the Atlas.ti software.

Main results

The results show that online social networks create bridging social capital, streamlining communication and decision-making, and bonding social capital, strengthening women in the fight against gender inequality and the difficulties faced in the profession.

Theoretical / methodological contributions

This work contributed to the enrichment of the theoretical field of social capital, identifying new benefits that are generated with the use of online social networks for the work of managers, such as support in decision-making and sorority.

Social / management contributions

Online social networks facilitate contact with large numbers of people and decision making. Thus, the "S" System must use them as a strategic resource for the organization and the employees be benefited.

Keywords: Social Capital, Online Social Networks, Information Technology, Gender

1 Introdução

As redes sociais online (RSO), ou também chamada de sites de redes sociais (Social Network Sites - SNSs), vem crescendo e se popularizando, o que faz com que as relações profissionais, sociais e de mercado de trabalho sejam, cada vez mais, virtuais (Donelan, 2015). A escolha por redes sociais online parte do reconhecimento de que tais redes estão cada vez mais presentes na rotina das pessoas. Logo, não se pode mais ignorar o contexto online dentro do qual muitas mulheres constroem suas relações (Smith, Smith, & Shaw, 2017). A manutenção, a frequência de contato, o compartilhamento de informações nos espaços online levam à formação de capital social (Williams, 2019), que são os recursos gerados pelo uso das redes (Portes, 1998; Recuero; 2012).

Pesquisas sobre redes sociais e capital social tiveram início a partir das décadas de 1970 e 1980 (Granovetter, 1973; Friedkin, 1982; Coleman, 1988; Krackhardt, 1992). Com o advento da internet passou-se a estudar as redes sociais no âmbito online e a consequente formação de capital social (Pickering & King, 1995; Wellman *et al.*, 1996; Constant, Sproull, & Kiesler, 1996; Haythornthwaite, 2002; Williams, 2006; Lorenzo-romero & Alarcón-del-amo, 2012; Ahmad, Mustafa, & Ullah, 2016; Tiwari, Lane & Alam, 2019).

Essa temática, dentro de um contexto profissional e de gênero, é estudada por Aten, DiRenzo e Shatnawi (2017), os quais indicam que a composição das redes eletrônicas é distinta quanto ao gênero e que homens e mulheres obtêm valor diferente dessas redes. Seus resultados sugerem que indivíduos com redes eletrônicas compostas de maiores proporções de contatos masculinos experimentam durações mais curtas de procura de emprego e atingem salários mais altos ao garantir novo emprego.

Nesse sentido, apesar de as forças estruturais possuírem um efeito vitalício sobre as carreiras profissionais das mulheres, as barreiras sociais, principalmente a falta de participação em redes informais, desempenham ainda um papel importante (Ahuja, 2002). Especificamente no campo de TI, Fryxell e Lerner (1989) descobriram que as empresas envolvidas em áreas de alta tecnologia precisavam de muito mais mulheres em cargos de alta gerência do que as empresas de outros campos.

Sendo assim, as redes sociais online podem ser um meio de superar essas barreiras, uma vez que permitem que as mulheres ampliem seus laços e tenham oportunidades de networking.

A despeito da relevância dessa questão, apenas um número limitado de estudos relaciona especificamente as redes eletrônicas, a questão de gênero, a formação do capital social e o contexto profissional (Mishra & Tyagi, 2013; Hanusch & Bruns, 2016; Hanzel *et al.*, 2017; Aten, Dizenzo, & Shatnawi, 2017; Benson, Hand, & Hartshorne, 2018). Além disso, não foram encontrados estudos voltados para profissionais de Tecnologia da Informação (TI), uma área caracterizada por uma baixa incidência de mulheres em cargos de gerência da área de TI. Diante disso, a pesquisa endereçou o seguinte questionamento: *como o capital social é desenvolvido por profissionais de TI a partir do uso das redes sociais online?*

Para isso, este trabalho tem como objetivo analisar como o capital social é desenvolvido pelos profissionais de TI no uso das redes sociais online e verificar a questão de gênero presente no uso das redes sociais online no ambiente de trabalho de TI.

2 Referencial Teórico

2.1 Capital Social e Redes Sociais Online

O termo Capital Social ganhou destaque principalmente com os estudos de Pierre Bourdieu, Robert Putnam e James Coleman. Bourdieu (1986) foi um dos principais pioneiros no assunto, conceituando o capital social como sendo um agregado de recursos vinculados à uma rede durável de relações entre um indivíduo e uma rede social. Nessa direção, a rede social seria um sistema composto por laços e relações fundamentadas em compromissos e reconhecimentos recíprocos que geram para o indivíduo participante benefícios e vantagens diretas ou indiretas.

Putnam (2000) tratou o capital social como redes sociais e suas respectivas normas de reciprocidade, ou seja, algo que se refere tanto à rede quanto ao efeito. Já Coleman (1988) afirma que capital social refere-se amplamente aos recursos que derivam das relações entre pessoas em contextos sociais variados. Esses resultados gerados são relações pessoais, o que pode resultar em benefícios como a interação e a formação de uma rede social, na qual pode se formar laços afetivos positivos. Esses laços, por sua vez, ocasionam, por exemplo, o apoio emocional necessitado ou a capacidade de mobilizar os outros (Williams, 2006).

A reciprocidade é um mecanismo chave para explicar como o capital social funciona entre os indivíduos; ela implica que as pessoas obtenham benefícios da rede e devolvam benefícios à rede. Os resultados gerados são relacionamentos que podem formar laços e que, por sua vez, podem ocasionar, por exemplo, apoio emocional ou a capacidade de mobilizar os outros (Williams, 2006). Dessa forma, este trabalho será baseado no estudo de Williams (2006), no qual mede o capital social como um resultado, e não a própria rede. Assim, sugere que as redes são os agentes causais ou moderadores do capital social medido pelas escalas.

Williams (2006) defende que as relações são diferentes no contexto online comparado com o offline. Os sites de redes sociais online são microcosmos dentro do campo do capital social digital (Williams, 2019). Essas plataformas de sites são utilizadas para buscar e nutrir essa capital. As relações sociais mediadas por computador ocasionaram mudanças significativas nos recursos e valores sociais (denominados de capital social), na forma de obter e dividir esses valores. Assim, essas ferramentas passaram a criar maneiras de investir e captar capital social, ou seja, acesso a recursos que normalmente não são tão acessíveis aos grupos e indivíduos no cotidiano (Recuero, 2012).

Nas redes sociais, são formados laços sociais que, de acordo com Granovetter (1973), podem ser “laços fortes” ou “laços fracos”. Segundo o autor, os laços fortes são constituídos por contatos intensos e frequentes, em que quanto mais fortes forem os vínculos, mais parecidos estes serão uns com os outros. Tal característica possibilita maior motivação e assistência aos membros de uma rede, ao mesmo tempo em que denota a reprodução da mesma estrutura social, uma vez que se restringem às conexões de indivíduos com características semelhantes (Granovetter, 1973).

Os laços fracos são formados por ocasiões em que os contatos são pouco frequentes e, geralmente, de curta duração. Esses, no entanto, são capazes de integrar indivíduos em mundos e em contextos distantes, permitindo conexões com diversas redes que possibilitam a difusão e a circulação de diferentes informações e oportunidades do mundo empresarial (Corrêa; Vale, 2017). A relevância dos laços fracos, na perspectiva de Granovetter (1973), consiste no fato de que esse tipo de conexão é mais provável de transmitir informações e oportunidades únicas em comparação com os laços fortes. Em seu estudo sobre pessoas que procuravam emprego, esse autor descobriu que os candidatos mais bem-sucedidos a uma vaga não eram aqueles que tinham redes de relacionamentos fortes, mas sim os que possuíam amplo relacionamentos fracos.

Quanto as conexões, elas podem ser estabelecidas de forma emergente ou associativa, de acordo com Recuero e Zago (2009). Já Primo (2003) classificam como interação mútua e interação reativa, respectivamente. A conexão emergente é baseada por uma efetiva conversação e interação verbal mantida pelos atores. Neste sentido, Primo (2003) conceitua

interação mútua como um sistema onde os atores são agentes intercomunicadores que estabelecem uma relação com possibilidade de verdadeiro diálogo.

Todavia, as conexões associativas são mantidas pela ferramenta, geradas a partir de uma interação social mínima, como por exemplo um sujeito A pede para seguir um sujeito B, que, por sua vez, tem a opção de segui-lo de volta ou não. “De qualquer forma, essa conexão gera efeito para ambos, uma vez que o Ator A passa a ter acesso às informações publicadas pelo Ator B e Ator B passa a desfrutar da atenção de A” (Recuero, 2012, p. 605). Primo (2003) defende que os sistemas reativos são fechados, possuem um tipo limitado de interação e suas relações são lineares, unilaterais e de estímulo-resposta.

As conexões emergentes podem evoluir de laços fracos a fortes, enquanto aquelas que são apenas associativas não evoluem no tempo, são estáticas, ou seja, permanecem como laços fracos (Recuero, 2012, p.607).

Sendo assim, algumas redes e interações diferem uma das outras, o que resulta em diferentes níveis de capital social. Putnam (2000) divide o capital social em: ponte do capital social (*bridging*) e ligação do capital social (*bonding*). Assim, uma rede de laços fracos gera o capital social de ponte, uma vez que pessoas diferentes se conectam e, permitem a troca de uma maior gama de informações e oportunidades, conhecido como “a força dos laços fracos” (Granovetter, 1973). Por outro lado, os laços fortes geram o capital social de ligação, que não oferecerá esse conhecimento e oportunidade diversificada, mas dará suporte e ajuda de forma efetiva. Com base nisso, Williams (2006) desenvolveu uma escala de Capital Social da Internet, conforme quadro 1:

Capital social de ligação	Capital social de ponte
- Suporte emocional	- Amplitude de visão
- Acesso a recursos escassos ou limitados	- Visão de si mesmo como parte de um grupo maior
- Capacidade de mobilizar solidariedade	- Reciprocidade difusa com uma comunidade maior
- Antagonismo com pessoas de fora do grupo	- Contato com grande quantidade de pessoas

Quadro 1. Escala de Capital Social

Fonte: adaptado de Williams, J. R. (2006). On and off the ‘net: Scales for social capital in an online era. Journal of Mediated Communication, v. 11, n. 2, art. 11.

De acordo com Steinfield (2009), os sites de redes sociais podem ajudar os indivíduos a criar e manter o capital social, pois permitem interação e, portanto, reciprocidade, com uma rede maior de conexões sociais. Essas grandes redes são mais propensas a incluir “laços fracos”, como conhecidos e amigos de amigos, que possuem uma maior probabilidade de fornecer novas informações. Esses benefícios estão associados ao que Putnam (2000) chama de “**capital social de ponte**”. Dessa forma, esse capital social corresponde às conexões de indivíduos de diferentes cenários através de redes sociais, sendo composta por vários laços fracos, no qual pode ampliar horizontes ou visões de mundo, ou abrir oportunidades de informação ou novos recursos, contudo fornece pouco apoio emocional. As dimensões presentes nesse capital social são: amplitude de visão, visão de si mesmo como parte de um grupo maior, reciprocidade difusa com uma comunidade maior e contato com grande quantidade de pessoas (Williams, 2006).

Amplitude de visão consiste em ampliar o olhar para além do seu convívio diário, ser mais aberto e interagir com pessoas de fora do grupo, procurando novas informações e experiências. Além disso, o capital social de ponte pode estar relacionado a um **contato com grande quantidade de pessoas** ao realizar conexões com diversos sujeitos, fazendo com que tenham **uma visão de si mesmo como parte de um grupo maior**. A **reciprocidade difusa com uma comunidade maior** corresponde ao senso de caridade, doação, de ajudar outras pessoas, que pode até não conhecer, mesmo sabendo que poderá não receber nada em troca.

Já o **capital social de “ligação”** ocorre quando há uma rede de indivíduos fortemente unidos, como familiares e amigos íntimos, que fornecem apoio emocional uma para outro. Assim, não possuem diversidade em suas redes, mas têm conexões pessoais mais fortes. Os critérios que compõem o capital social de “ligação” são: suporte emocional; acesso a recursos escassos ou limitados; capacidade de mobilizar solidariedade; antagonismo com pessoas de fora do grupo (Williams, 2006).

O **suporte emocional** corresponde ao apoio emocional e social oferecido por meio das redes. Assim, esse código avalia se as pessoas confiam nos outros membros da rede para ajudá-los quanto a resolução de problemas, se são pessoas capazes de lhe dar conselhos e diminuir o sentimento de solidão.

O **acesso a recursos escassos ou limitados** está relacionado a algo que seja valioso, ou seja, a outra pessoa pode lhe fornecer um ativo escasso, podendo ser algo tangível como dinheiro ou intangível como o ato de arriscar a sua reputação para salvar o outro ou conseguir um emprego para o amigo em uma boa organização.

Quanto a **capacidade de mobilizar solidariedade** avalia se os sujeitos são motivados a ajudar outros a combater injustiça e organizar pessoas para fazer algo importante, o que implica um custo, mesmo que seja apenas tempo. Por fim, o **antagonismo com pessoas de fora do grupo** mostra que os indivíduos não confiam e não se importam com aqueles que não fazem parte do seu grupo. Assim, esse capital social é fechado, voltado apenas para o seu grupo de pessoas com perfis semelhantes e que exclui os que não possuem as mesmas características.

2.2 A questão do gênero na tecnologia da informação

A área da tecnologia da informação (TI) vem crescendo, sobretudo, devido às mudanças geradas no ambiente e ao impacto econômico que produz nas organizações e na sociedade, além da evolução da própria tecnologia (Albertin *et al.*, 2005). “Os profissionais de TI são os indivíduos responsáveis por dar sustentação à complexa infraestrutura tecnológica e de sistemas de informação num mundo conectado em redes” (Servino, Neiva & Campos, 2013, p. 239).

Além das habilidades técnicas supracitadas, os autores Servino, Neiva e Campos (2013) complementam que esses profissionais precisam saber se comunicar tanto na forma verbal quanto na escrita, entender as operações da instituição e possuir a capacidade de trabalhar com outras pessoas, principalmente, com os usuários dos sistemas de informação. Assim, as habilidades sociais e de comunicação passaram a ter uma importância cada vez maior no mercado de trabalho de TI (Ben, 2007).

Diante disso, Albertin e colaboradores (2005) consideram a TI um dos componentes mais importantes do ambiente empresarial, sendo condição básica para as empresas sobreviverem e competirem. De acordo com os autores, o seu uso proporciona benefícios para os negócios como custo, produtividade, qualidade, flexibilidade e inovação. Contudo, esse ramo de tanto valor apresenta, em geral, uma **predominância masculina** em seu quadro de pessoal em detrimento do gênero feminino.

A representação das mulheres na área de TI atingiu seu pico de 36% dos trabalhadores no ano de 1991, entretanto, a partir daí esse índice começou a entrar em declínio (Comptia, 2016). No Brasil, as mulheres ocupavam, no ano 2010, 18,5% dos postos ativos no setor (Nunes, 2016). Esse fato foi justificado por Nunes (2016) ao afirmar que as ocupações de TI, nos anos 1950 e 1960, eram consideradas como tarefas de escritório e, assim, adequadas para mulheres, pois eram uma continuidade dos seus estudos de nível superior e eram passíveis de conciliação com os afazeres domésticos. No entanto, a partir da década de 1970, a produção em TI passou a se transformar através do desenvolvimento tecnológico da microinformática.

Com relação ao avanço na carreira de TI, as mulheres enfrentam diversas barreiras, sendo as estruturais as mais difíceis de superar. No entanto, as barreiras sociais ainda desempenham um papel importante nessa problemática. A principal barreira social é a **falta de participação em redes informais** (Ahuja, 2002), sendo a importância dessas redes para o avanço reconhecida há um tempo (Smith-lovin, & Mcpherson, 1993).

Além disso, homens e mulheres conquistam valores diferentes das redes eletrônicas, conforme Aten, DiRenzo e Shatnawi (2017). Os resultados de pesquisas desses autores sugerem que indivíduos com redes compostas por uma maior quantidade de **contatos masculinos** experimentam durações mais curtas de procura de emprego e atingem salários mais altos ao garantir novo emprego.

Gallos (1989) observou que a carreira de homens está relacionada a uma maior autonomia e independência, enquanto a de mulheres está mais vinculado a apegos e **relacionamentos**, que são importantes ao longo de sua carreira. Em seus estudos com mulheres e homens executivos, Van Velsor e Hughes (1990) descobriram que as mulheres relataram uma maior confiança nas relações de trabalho como fontes de desenvolvimento e aprendizagem.

Além disso, para Yen, Chen e Su (2020), a relação entre capital social e desempenho no trabalho pode diferir quanto ao sexo. Em seu estudo, eles constataram que os trabalhadores do sexo masculino possuem mais fortemente o capital social de ponte, por meio da interação com os colegas de trabalho pelas redes sociais online, acumulando e disseminando informação para aumentar seu desempenho no trabalho. Já as mulheres são voltadas para o capital social de ligação, no qual se conectam com colegas de trabalho mais próximos, o que lhes traz uma satisfação no trabalho e de relacionamento, conseqüentemente, permitindo também um melhor desempenho. Isso pode ser justificado pelo fato de os homens, de uma forma geral, possuírem características de independência e racionalidade, propendendo aos laços fracos do capital social de ponte, enquanto as mulheres, por serem sensíveis e emocionais, tendem ao capital social de ligação por fornecer um maior suporte emocional e ajuda de pessoas próximas.

3 Metodologia

Esta pesquisa utiliza-se da abordagem qualitativa da pesquisa, visando analisar as percepções dos profissionais de TI quanto à formação de capital social a partir do uso de suas redes sociais online. A pesquisa qualitativa estuda as percepções das pessoas e o ambiente da vida real, sendo, portanto, adequada para este estudo (Deslausiers & Kérisit, 2010; Yin, 2016). O estudo caracteriza-se, também, como exploratório, em virtude do pouco conhecimento acumulado a esse respeito (Vergara, 2013).

Os sujeitos participantes desta pesquisa foram gerentes de TI dos setores de serviço do sistema “S” do Brasil que se utilizam das redes sociais online em seu contexto profissional e que se dispuseram a participar. Fazem parte do sistema S o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai); Serviço Social do Comércio (Sesc); Serviço Social da Indústria (Sesi); e Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac); Sebrae. Existem ainda o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar); Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop); Serviço Social de Transporte (Sest) e Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (Senat). Sendo assim, o sistema “S” possui diferentes área de atuação, sendo composta por várias entidades presente em todo o Brasil, com uma gama maior de gerentes de TI, o que permitiu a sua escolha pra este estudo.

Foram contatados todos os gerentes de TI do sistema S do RN, representando um total de 9 pessoas, contudo, apenas 5 se disponibilizaram a participar da pesquisa. Buscou-se, então, acionar participantes de outros estados por meio de indicação, o que gerou um total de 2

participantes do estado do Rio de Janeiro, 2 de São Paulo, 1 do Acre, 1 do Pará e 1 da Bahia. Dessa forma, tem-se que a seleção das participantes foi do tipo não probabilística por acessibilidade e bola de neve (Flick, 2009). Como a análise dos dados era por comparação constante, foi observado que se atingiu o estágio de saturação teórica na 12ª entrevista, situação em que não mais emergiram novos códigos, encerrando a fase de coleta de dados.

O método utilizado para coleta de dados foi a entrevista com roteiro semiestruturado. Essas entrevistas partem de questões previamente formuladas, contudo há a possibilidade de novos questionamentos durante a conversa, bem como improvisações (Myers, 2013).

Durante a coleta dos dados, foram consideradas algumas questões éticas. Antes de cada entrevista, as participantes assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido, contendo os objetivos e procedimentos da pesquisa. Além disso, garantiu-se o anonimato e a possibilidade de desistência e o esclarecimento de possíveis dúvidas. Com o propósito de manter os nomes dos participantes em sigilo, para fins de análise, elas passaram a ser identificadas por E1 a E12. Ao término da coleta de dados, todas as gravações foram transcritas de forma fidedigna, conforme as falas dos entrevistados.

Os gestores entrevistados são, em sua maioria, do sexo feminino (sete mulheres e cinco homens). Quanto ao fator idade, os entrevistados têm em média 46 anos. O tempo de atuação no cargo de gerência possui uma média de 13 anos.

Para a análise dos dados, foi utilizada a Análise de Conteúdo. Para Bardin (2011), o termo análise de conteúdo refere-se a um conjunto de técnicas para analisar as comunicações “visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens” (Bardin, 2011, p. 47).

Para auxílio nesta análise, seguiu-se o ciclo de cinco fases de acordo com Yin (2016), utilizando o software Atlas.ti. Primeiramente, as notas de campo foram compiladas, organizadas e nomeadas conforme cada entrevistado em arquivos do Word e transferidas para o Atlas.ti, o que totalizou 7 horas e 42 minutos convertidos em 98 páginas. Dentro do programa, os dados receberam os códigos de Nível 1, associados ao exposto no referencial teórico. Nesta fase 2 (Decomposição dos dados), com uma leitura mais aprofundada, foram selecionados trechos e atribuídos códigos. Os dados receberam os códigos de Nível 1, associados às 11 categorias prévias expostas no referencial teórico: suporte emocional, acesso a recursos escassos ou limitados, capacidade de mobilizar solidariedade, amplitude de visão, visão de si mesmo como parte de um grupo maior, reciprocidade difusa com uma comunidade maior, contato com grande quantidade de pessoas, predominância masculina, falta de participação em redes informais, contatos masculinos, relacionamentos. Ao final da fase 2, foram codificados 14 códigos e 1 subcódigos, já que novos códigos emergiram na análise.

Na fase de recomposição dos dados, uniu-se os códigos que se relacionavam entre si, criando assim, as categorias ou códigos de Nível 2. Essa fase, Yin (2016) define como a ampliação do significado dos dados, buscando padrões, como por exemplo, como eles poderiam informar as questões originais do estudo. Após a codificação e categorização, realizou-se a interpretação das informações coletadas, no qual os resultados foram colocados em ordem, descritos e mostrado o significado da pesquisa.

4. Análise dos resultados

4.1 Capital Social

O capital social é desenvolvido por meio das conexões sociais, ou seja, obtido através do pertencimento a um grupo social (Bordieu, 1983; Coleman, 1988; Putnam, 2000; Lin, 2001). Para Coleman (1988) ele refere-se amplamente aos recursos que derivam dessas relações. Putnam (2000) divide o capital social em: capital social de ponte (*bridging*) e capital social de ligação (*bonding*). Sendo assim, Williams (2006) elaborou códigos para cada tipo de capital social (ponte e ligação), no qual foi utilizado nesta pesquisa para a análise da categoria de capital social. Após o processo de categorização e codificação, foi gerada uma representação esquemática da categoria de capital social, que pode ser visualizada na figura 1. Ao longo das entrevistas, emergiu o código de “suporte na tomada de decisão”. O capital social de ligação e ponte correspondem a subcategorias e estão representadas na cor amarelo e os demais são seus respectivos códigos na cor azul. A cor verde representa o subcódigo “sororidade” relacionado ao código de “capacidade de mobilizar solidariedade”. O código “Antagonismo com pessoas de fora do grupo” não foi identificado nas entrevistas, por isso não está presente no esquema.

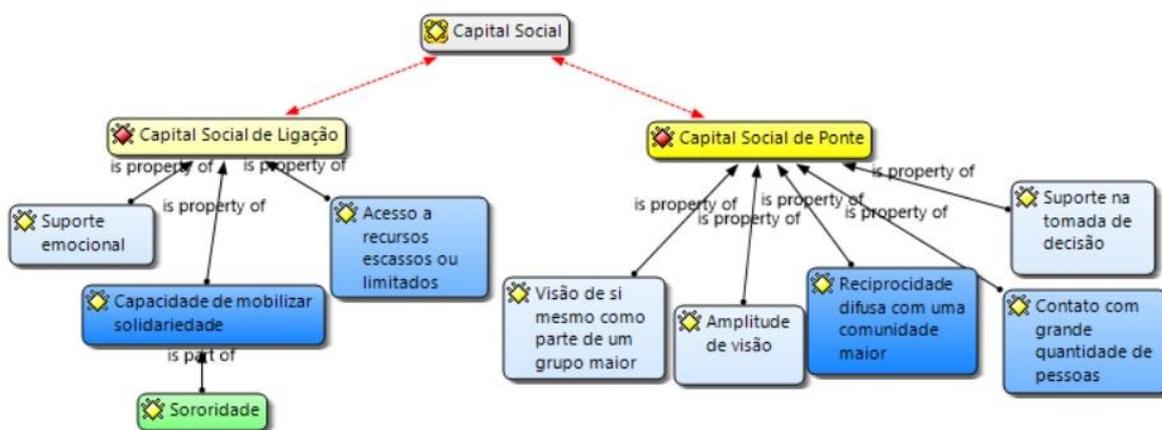


Figura 1. Representação esquemática da categoria Capital Social

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

O capital social de ligação é composto por laços mais fortes, pouca heterogeneidade nas redes, ou seja, sua rede social possui conexões mais próximas que geram um apoio e suporte de forma mais efetiva (Putnam, 2000). Dessa forma, 4 entrevistados (E2, E4, E7, E11) percebem que as redes sociais online permitem a construção desse capital social, uma vez que enfatizam, em alguns grupos que fazem parte, que há uma ajuda mútua, com sentimento de confiança e proximidade, além de compartilharem informações escassas, relevantes, como mostra falas abaixo.

O entrevistado E4, na fala abaixo, evidencia que as redes sociais permitem a troca de informações valiosas que fornecem vantagem competitiva. Esse fato está em consonância com o “acesso a recursos escassos e limitados” de Williams (2006), gerado pelo uso das redes formadas por laços fortes.

A gente a gente consegue compartilhar até informações que pra nós dão uma vantagem competitiva. (E4)

Nessa subcategoria, o código que possui o maior número de referências (5) é “capacidade de mobilizar solidariedade”, sendo citado pelos entrevistados E2, E7 e E10 (2 mulheres e 1 homem), o que indica que os grupos formados por laços fortes geram união entre os membros e disposição para ajudá-los, conforme Williams (2006).

Todo mundo andando de mãozinha com o outro, se não a gente não sai do lugar. Esse é um dos segredos: tentar motivar o grupo a compartilhar os problemas e buscar uma solução junto, pedir ajuda. (E2)

Sinto muita confiança, muita amizade, muito comprometimento, de muita ajuda mútua. (E10)

O subcódigo de “sororidade” refere-se a solidariedade, ajuda mútua, exclusivamente, feita entre mulheres em busca de fortalecimento diante das dificuldades enfrentadas acerca de gênero e profissão. Sendo assim, as relações sociais por meio das redes sociais online permitem que essas mulheres se unam, se fortaleçam, contribuindo para o seu crescimento profissional e luta pela igualdade de gênero. Ele é encontrado nas falas de E3, E7 e E9.

Como é só mulheres ele acaba sendo um pouquinho mais suave do que os outros grupos. [...] mais suave na forma de perguntar: “E aí, Fulano?”, “Pô! Que maneiro!” [...] “Nossa, que prêmio bacana! Parabéns pela conquista! Você tava linda.” Isso nos outros grupos não acontece jamais e nesse acontece. (E3)

A gente tenta buscar estagiárias, é, a gente tenta trazer mais mulher pra essa área, apesar que é difícil, porque muitas vezes quando a gente vai analisar currículo, só tem homens que se candidatam. Mas a gente tenta o máximo possível se fortalecer. (E7)

Uma apoia a outra até por exemplo nas coisas pessoais [...] uma pergunta para outra: como você faz para administrar isso? Você está se sentindo cansada? Você está trabalhando mais? Como está a sua produção? então termina uma ajudando a outra, [...] isso é uma forma de colaborar. (E9)

Já o suporte emocional foi citado apenas por mulheres (E9 e E11), o que está de acordo com os estudos de Yen, Chen e Su (2020), no qual concluiu-se que as mulheres são voltadas para o capital social de ligação que fornece um maior suporte emocional e apoio de pessoas mais próximas, por serem mais sensíveis e emocionais. A entrevistada E11 fala que sente confiança e apoio entre os membros da rede, no qual compartilha os problemas e soluções:

Encontro pessoas que entendem o que eu tô falando, que a gente partilha as mesmas aflições, compartilha os mesmos problemas e soluções, entendeu? Então ali eu consegui algum apoio. (E11)

Contudo, apesar de ter sido abordado por 5 gestores, totalizando 11 referências, o capital social de ligação, quando comparado com o de “ponte”, foi o menos presente, conforme Tabela 1. Com base nisso, considera-se que os gestores possuem, em sua maioria, grupos com colegas de trabalho de laços fracos ou com profissionais da área, permitindo o contato com uma grande quantidade de pessoas, formando o capital social de ponte.

Tabela 1:

Relações entre códigos, entrevistados e referências da categoria de Capital Social

Categoria	Sub categoria	Código	Subcódigo	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	Total por código	Total por Sub categoria	
				1	2	3	4	5	6	7	8	E9	10	11	12			
Capital Social	Capital Social de Ligação	Suporte emocional											1		1		2	19
		Capacidade de mobilizar solidaried.	-		2					2					1		5	
			Sororidade			5				1		2					8	
		Acesso a recursos escassos						3					1				4	
		Visão de si mesmo como parte de um grupo maior			1										1	2	27	

Capital Social de ponte	Amplitude de visão					1				3				4
	Reciprocidade difusa com uma comunidade maior			1	1				1	3	1		2	9
	Contato com grande quantidade de pessoas		1	2			1			1	1		1	7
	Suporte na tomada de decisão				1		2				1	1		5
Total por entrevistado		0	3	9	5	1	3	3	1	11	3	3	4	

Nota. Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

O capital social de ponte gerada por uma rede de laços fracos conecta diferentes pessoas e permitem uma maior troca de informações e oportunidades (Putnam, 2000). Sendo citado por 10 entrevistados e com um total de 27 referências, esse capital foi evidenciado pelo fato de os gestores possuírem grupos com grande quantidade de pessoas e um sentimento de reciprocidade com essa rede, ou seja, apesar de algumas vezes não conhecerem todos e de não esperarem algo em troca. Esse último código (reciprocidade difusa com uma comunidade maior) possui um maior número de referências (9) e é destacado a seguir pelos gestores E9 e E12.

A gente sempre tem essa colaboração, não só aqui em natal, no sistema indústria, sistema S, Sebrae, Sesc, mas também, no sistema indústria no Brasil inteiro, pois temos uma rede de relacionamentos, grupos de WhatsApp, nós temos e-mails, assim todos colaboram um com o outro. (E9)

Acaba que você interage direto e você tá ajudando uma pessoa ou tá perguntando alguma coisa ou pedindo ajuda para alguém que você nunca viu na vida. (E12)

O código “contato com grande quantidade de pessoas” foi citado por um maior número de entrevistados (6). As redes sociais online permitem a formação de grupos contendo muitas pessoas, de diferentes lugares, religião, raça, o que facilita a difusão e a circulação de diferentes informações e oportunidades do mundo empresarial e de trabalho (Corrêa & Vale, 2017). Isso pode ser ilustrada, principalmente, nas falas de E3 e E10.

Então hoje eu tenho um grupo que é muito presente no meu dia-a-dia mesmo, é, eu falo que é uma segunda pauta que é o grupo de “CEO’s RJ”. Então a gente tem ali mais de 100 empresas [...] (E3)

Então normalmente você faz essas redes não necessariamente conhecendo as pessoas. Acho que esse é o grande diferencial do LinkedIn, isso é meio que corajoso, a gente vai adicionando e conectando pessoas. [...]faço vários convites quando eu percebo que são coisas interessantes. (E10)

Quanto a “amplitude de visão”, dois gestores (E5 e E9) mostraram-se abertos a interagir com novas pessoas, obter novas informações e receber ajuda, como nos trechos abaixo.

Eu não conheço ninguém lá, eu sou cliente de uma loja e ele me perguntou, me consultou antes se poderia me adicionar na lista da empresa e eu disse que sim. E eu achei até interessante porque tem muitas... Eu fico recebendo muita coisa nova lá. (E5)

Cada vez que a tecnologia avança mais você precisa se atualizar, então você não consegue se atualizar só ficando no seu mundo. Você precisa explorar mais, abrir mais e aí você abre mais os horizontes então sempre aparece. Então, a gente sempre precisa de ajuda das pessoas. (E9)

As interações sociais por meio de laços fracos podem gerar também um “suporte da tomada de decisão”. Esse código emergiu ao longo das entrevistas, principalmente devido ao foco ser gestores de TI. Este resultado está de acordo com os estudos de Olmstead *et al.* (2016). Tais autores descobriram que os gerentes utilizam as redes sociais online para trocarem

informações as quais contribuem na tomada de decisão e resolução de problemas. As falas de E4, E6 e E11 evidenciam esse fato:

Às vezes preciso tomar uma decisão, por exemplo, sobre arquitetura de sistemas. Eu componho um pequeno grupo de trabalho, é um comitê, delego isso para ele, eles fazem um estudo e votam. (E4)

Esse grupo também serve pra gente tomar decisões no âmbito da diretoria. (E6)

Eles têm uma facilidade grande pra você interagir, agiliza a tomada de decisão, agiliza as comunicações. Os maiores resultados são esses, a agilidade na tomada de decisão, na comunicação. (E11)

Portanto, o capital social de ponte, presente na fala de 75% dos entrevistados, reforça a disseminação de informações e oportunidades únicas por meio de uma grande rede de contatos com pessoas distintas, representando a “força dos laços fracos” de Granovetter (1973), o que pode contribuir para o sucesso na carreira ou o alcance, por exemplo, de uma nova oportunidade de emprego (Adler & Kwon, 2002; Coleman, 1990; Seibert *et al.*, 2001). Além disso, essa subcategoria foi citada por todos os homens da pesquisa (5), corroborando novamente com Yen, Chen e Su (2020), que os homens estão mais propícios aos laços fracos presentes no capital social de ponte, por serem considerados mais independentes e racionais.

A Figura 2 representa um esquema geral que relaciona as redes sociais online, as conexões sociais, os laços sociais e o capital social.

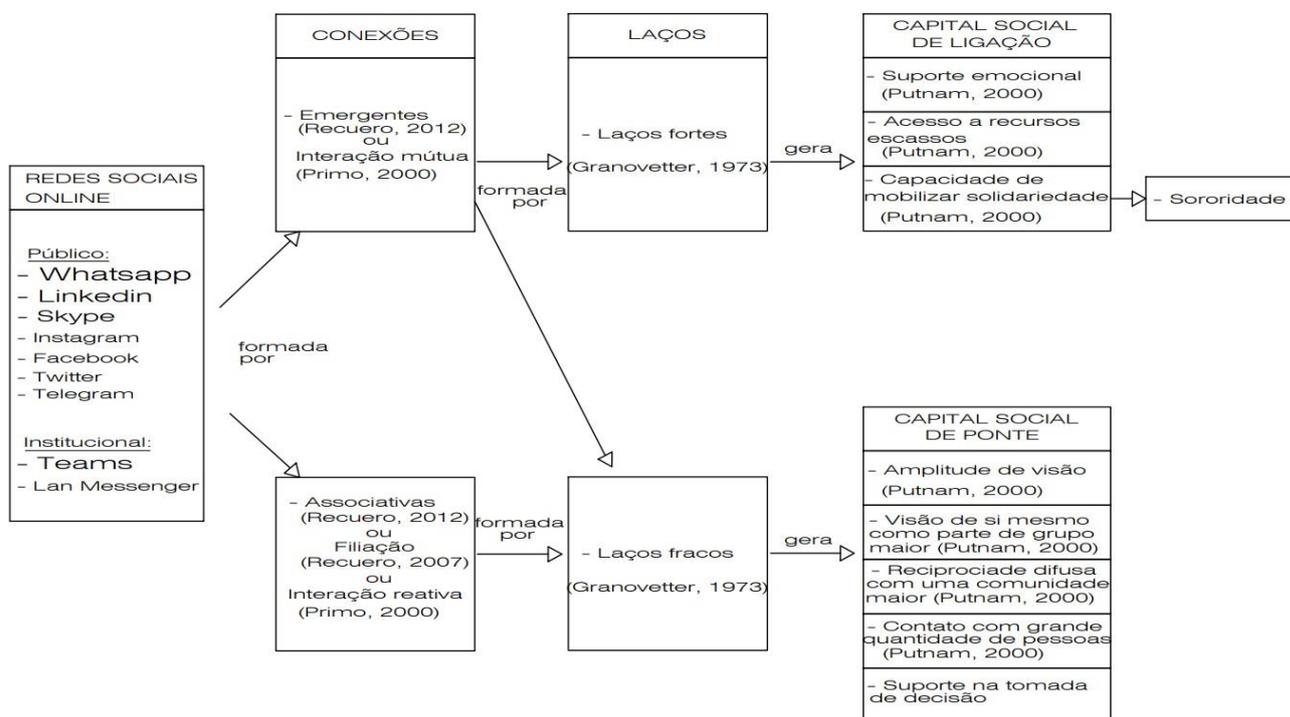


Figura 2. Esquema geral – redes sociais online, conexões, laços e capital social.
 Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Com base nisto e nos estudos anteriores (Pontes, 1998; Putnam, 2000; Lin, 2001; Williams, 2000; Recuero, 2012), é possível concluir que as redes sociais online (destaque para o Whatsapp, LinkedIn, Teams e Skype, sendo as mais utilizadas pelos gerentes de TI) são compostas por conexões emergentes e associativas, as quais, por sua vez, são formadas por laços (fortes e fracos). As conexões associativas, por não haver interação/conversaçoão,

constituem-se apenas de laços fracos. Essas redes compostas por laços geram o capital social de ligação e ponte.

4.4 Gênero, Redes Sociais Online e Trabalho de TI

Conforme os objetivos elencados, buscou-se entender melhor a desigualdade de gênero na área da Tecnologia da Informação, identificando os principais problemas enfrentados pelas mulheres e as soluções apontadas para superá-los. Assim, as entrevistadas foram questionadas se houve, durante a sua carreira, alguma dificuldade por ser mulher, se recebeu auxílio de alguém (construção de redes) e como enfrentou as barreiras.

Durante o processo de codificação e categorização, a categoria de gênero foi dividida em duas subcategorias (problemas e solução) que, com base no referencial teórico, estão relacionadas, respectivamente, aos códigos de predominância masculina e exclusão de redes, assim como relacionamentos e contatos masculinos, como mostra a Figura 3.

A partir das falas das entrevistadas, emergiram os códigos “preconceito” como um problema enfrentado pelas mulheres ao longo de sua carreira e o “posicionamento” como uma alternativa de solução para enfrentar as barreiras.

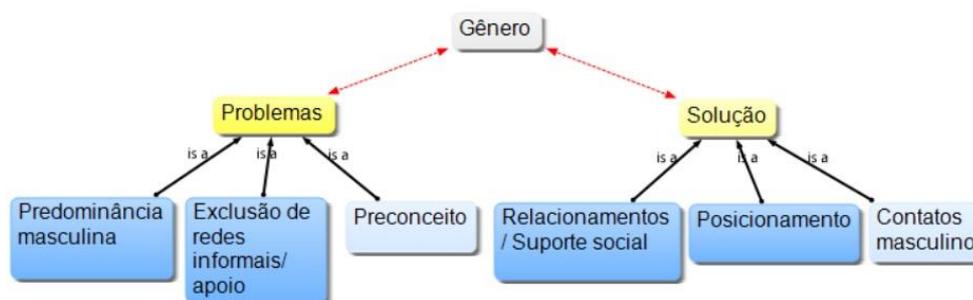


Figura 3. Representação esquemática da categoria Gênero

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Conforme os dados de estudos anteriores (Nunes, 2016, Comptia, 2016) há predominância masculina na área da Tecnologia da Informação. Esse fato foi destacado nas falas das entrevistadas E7 e E9.

A minha área é muito ainda... É... Voltada pra homem, eu acho que são poucas as profissionais mulheres. [...] a gente tenta trazer mais mulher pra essa área, apesar de que é difícil, porque muitas vezes quando a gente vai analisar currículo, só tem homens que se candidatam. (E7)

Na equipe hoje só tem eu e ela de mulher, os demais são todos homens, certo? [...] no começo eu senti mais, porque era muito mais restrita do que hoje, era digamos uma mulher para dez homens na área, porque trabalhar nessa área de computação era coisa muito para homem... (E9)

Diante do exposto, cinco das sete entrevistadas destacaram essa desigualdade. Como mostra a Tabela 2, este é o código com maior número de referências. Assim sendo, percebe-se que a área ainda é predominantemente masculina, apesar de ter um maior agravo no início das suas carreiras, e embora as mulheres estejam, cada vez mais, assumindo cargos de gestão, como mencionado pela E1.

Tabela 2:

Relações entre códigos, entrevistados e referências da categoria de Gênero.

Categoria	Subcategoria	Código	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	Total por código	Total por Subcategoria
Gênero	Problemas	Predominância masculina	1		2				2		2	2			9	19
		Exclusão de redes informais/ apoio							1		1		2		4	
		Preconceito									1	2	2	1	6	
	Solução	Relacionamento/ Suporte social	1		2				1		3		1		8	15
		Contatos masculino	1		1						1				3	
		Posicionamento							1		1	2		1	5	
Total por entrevistado			3	0	5	0	0	0	5	0	9	6	5	2		

Nota. Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Outro problema citado por três entrevistadas (E7, E9 e E11) foi a “exclusão de redes informais”. Essas entrevistadas sentiram-se excluídas por parte dos homens por serem mulheres, não recebendo apoio, atenção e confiança. Esse resultado está de acordo com Ahuja (2002), ao defender que a principal barreira social enfrentada pelas mulheres, ao longo de suas carreiras, é a falta de participação em redes informais.

Os homens não tinham vontade de ensinar... Era aquela caixa preta, naquela época mais ainda. Quem trabalhava com informática era tudo muito fechado, então eu tive muita dificuldade. (E9)

Os meninos eles se aproximam da gente, mas eu não sei nem te explicar como... A gente não se sente nem dentro nem fora do grupão, entendeu? Parece que quando chega em determinado ponto você não tem acesso à determinadas coisas que são só deles [...] Porque quando eu tinha algum tipo de dificuldade na área de TI eu não tinha com quem conversar. (E11)

Além dos problemas mencionados, surgiu o código “preconceito”, citado por quatro entrevistadas – E10 e E11. Elas relataram que eram tratadas com inferioridade, assédio e com machismo e que, muitas atividades, eram consideradas masculinas.

Sofri assédio lá atrás, né, e não fui ouvida e tive o descrédito do que eu tava falando... [...] mas hoje eu ainda sinto um pouco mais quando o tratamento são pessoas mais velhas que ficam com alguma desconfiança do que o que a mulher tá fazendo, mas isso eu confesso que nunca me atrapalhou. (E10)

Encontrei muita dificuldade ao longo da minha carreira por eu tá gerenciando a área de TI, eu senti muito machismo já com os meninos. Quando eu era mais nova era até mais difícil, porque era tipo assim: [...] “Uma mulher nova gerenciando uma área de TI. Como pode? Por que não é um homem?” (E11)

Esses problemas ocorreram, principalmente, no início das carreiras das entrevistadas, pois, como atuam há muitos anos na profissão, foram conquistando mais espaço e respeito, além da própria evolução da sociedade quanto à questão de igualdade de gênero. Logo, o único problema ainda existente é a predominância masculina, como mostrado pelas entrevistadas.

Contudo, as entrevistadas buscaram soluções para enfrentar as dificuldades. Assim, tem-se os códigos “relacionamento/suporte social”, “contatos masculinos” e “posicionamento”. Desses códigos aquele com maior número de incidência entre as entrevistadas e referências foi o “relacionamento/ suporte social” (Tabela 2). As gerentes E3, E7, E9 e E11 mostram a importância do relacionamento para a sua carreira e enfrentamento das barreiras:

Então a minha trajetória eu acho que é fruto de relacionamento profissional de pessoas que me ajudaram na carreira e equipe. (E3)

Eu tenho, tive alguns superintendentes que reconheceram, que ajudaram. [...] Quando eu entrei aqui, apesar de já ser formada, eu entrei pra um processo seletivo, mas eu não consegui ficar na minha área. E aí foi ela que me puxou, me devolveu pra TI. (E7)

Sempre tive ajuda de alguém para me impulsionar na carreira profissional. (E9)

A maior ajuda que eu tive foi quando foi montado esse grupo de TI [...] e ali encontro alguma ajuda, entende? Encontro pessoas que entende o que eu tô falando, que a gente partilha as mesmas aflições, compartilha os mesmos problemas e soluções, entendeu? Então ali eu consegui algum apoio. (E11)

Na fala de todas essas entrevistadas, é destacado o papel fundamental que é o apoio vindo por algumas pessoas, como superintendentes, dando suporte, orientações, pessoas que reconhecem, ajudam essas profissionais de TI a manterem-se no trabalho ou crescerem na carreira profissional. É oportuno ressaltar que isto corrobora com os estudos e resultados anteriores, no qual as mulheres buscam se relacionar com colegas de trabalho mais próximos, ter uma maior confiança nessas relações e, conseqüentemente, uma maior ajuda quando precisarem (Gallos, 1989; Van velser & Hughes, 1990; Yen, Chen & Su, 2020).

Ademais, a entrevistada E9 destaca a importância das ferramentas de redes sociais online como o WhatsApp para a realização dessas relações sociais e conseqüente apoio.

Cada vez que a tecnologia avança mais você precisa se atualizar. [...] porque se você não usar nenhuma aplicação, nenhuma ferramenta de colaboração fica mais difícil de você ter apoio das pessoas, né? Eu não vou entrar em contato com a pessoa que não usa WhatsApp, que mal usa uma internet. Sempre busco contato com pessoas que tem essa facilidade de usar essas tecnologias. (E9)

Por ser uma área com maior número de homens atuando quando comparado com o quadro de mulheres, estas acabam por ter um “contato masculino” que ajuda para o seu crescimento profissional. Esse fato pode ser visto nos trechos abaixo.

Eu sempre tive bons chefes, bons gestores. Isso acho que me auxiliou bastante. Quando eu entrei na empresa... final de 1999. Eu tinha vindo de outra empresa, que tive um gestor muito bom lá, me deu muito apoio e quando eu vim pra cá o superintendente, era um homem e ele me contratou, né. (E1)

Meu staff desse comitê que eu citei são só homens praticamente, então eu chamo meus meninos. Mas eles sabem muito, então esse time, é também me ajuda na minha carreira profissional diariamente. (E3)

Essas redes, em sua maioria compostas por homens, contribuem, segundo Aten, DiRenzo e Shatnawi (2017), para novas oportunidades de emprego e salários mais altos. No caso das gerentes de TI, as conexões (feitas principalmente com homens decorrente da predominância masculina no setor de atuação) e o suporte oriundo delas, ou seja, o capital social, contribuem para o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

Por fim, as entrevistadas E7 e E10 mencionaram nas falas abaixo a solução “posicionamento” como outra forma de combater o preconceito e exclusão das redes.

Mostrando o meu trabalho [...] a gente foi mostrando a importância de trabalhar junto, em parcerias e os diretores começaram a criar confiança na gente e a nos chamar para as reuniões. (E7)

Sempre defendi o meu posicionamento, então eu acho que isso fez com que eu conseguisse passar por essas pessoas. [...] sempre tive em lugares com muitos homens e nunca usei isso como motivo pra dizer: “Ah, só tem eu de mulher, então não pode fazer isso...” Sempre me posicionei na mesma altura. (E10)

Esse código “posicionamento” surgiu nas falas das entrevistadas e foi o segundo com maior número de referências. Com isso, ele mostra que as mulheres buscam também se posicionar no tocante ao seu ponto de vista, sua capacidade de realizar as tarefas e o enfrentando das dificuldades sem desistir.

5 Considerações Finais

Este trabalho pretendeu compreender como o capital social é desenvolvido pelos profissionais de TI no uso das redes sociais online (RSO), considerando a questão de gênero. Os resultados mostram que as RSO impactam o cotidiano dos gestores de TI do Sistema S. Essas redes permitem a criação de grupos que, por sua vez, geram o capital social de ponte e ligação.

O capital social de ponte, gerado por meio das redes de laços fracos, corresponde a uma maior troca de informações, ampliando a visão, tendo contato com grande quantidade de pessoas, visão de si mesmo como parte de um grupo maior, reciprocidade difusa com uma comunidade maior e, especificamente para os gestores, contribuem para tomada de decisão. Assim, as RSO agilizam a comunicação, a resolução de problemas e a tomada de decisão.

As redes formadas por laços fortes geram o capital social de ligação, que contribuem para que os gestores tenham acesso a recursos escassos, suporte emocional e capacidade de mobilizar solidariedade, principalmente quando se trata de mulheres da TI, que se unem para se fortalecerem (sororidade). Apesar das dificuldades enfrentadas, as mulheres buscam principalmente se relacionar com outras pessoas em busca de um suporte, o que contribui também para crescerem profissionalmente. Dessa forma, as redes eletrônicas tornam-se um meio facilitador para que elas se unam, troquem experiências, apoiem-se e se fortaleçam no combate à desigualdade de gênero e às dificuldades enfrentadas na profissão, além de possibilitar um avanço profissional e pessoal.

Do ponto de vista teórico, este trabalho contribuiu para o enriquecimento do campo de capital social, sendo identificados novos benefícios que são gerados com o uso das redes sociais online para o trabalho de gestores, como o suporte na tomada de decisão e a sororidade.

Em relação às contribuições práticas, foi possível perceber que os gerentes têm consciência da importância das redes online para a realização de suas atividades, facilitando o contato com grande quantidade de pessoas e a tomada de decisão. Desta forma, o Sistema S deve utilizá-las como um recurso estratégico para que tanto a organização quanto os funcionários sejam beneficiados.

Como limitação da pesquisa, a amostra reflete maior quantidade de profissionais do RN, embora tenha sido ampliada para outros estados do Brasil. Também é uma limitação a coleta de dados não ser uniformizada devido à dificuldade de entrevistar a todos presencialmente. Sugere-se como estudos futuros uma pesquisa quantitativa para validar os códigos gerados, assim como podem ser realizadas pesquisas em outras organizações.

REFERÊNCIAS

- Ahmad, S., Mustafa, M., & Ullah, A. (2016). Association of demographics, motives and intensity of using Social Networking Sites with the formation of bonding and bridging social capital in Pakistan. *Computers in Human Behavior*, 57, 107-114.
- Ahuja, M. K. (2002). Women in the information technology profession: a literature review, synthesis and research agenda. *European Journal of Information Systems*, 11(1), 20-34.

- Albertin, A. *et al.* (2005). **Tecnologia de Informação**: desafios da tecnologia de informação aplicada aos negócios. São Paulo: Atlas.
- Ashcraft, C.; Mclain, B.; Ege, E. (2016). Women in tech: the facts. **National Center for women information technology**. Disponível em: <https://www.ncwit.org/sites/default/files/resources/womenintech_facts_fullreport_05132016.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2020.
- Aten, K.; Direnzo, M.; & Shatnawi, D. (2017) Gender and professional e-networks: Implications of gender heterophily on job search facilitation and outcomes. **Computers in Human Behavior**, 72, 470–478.
- BARDIN, L. (2011). **Análise de conteúdo**. 1.ed. São Paulo: Edições 70.
- Ben, E. (2007). Defining expertise in software development while doing gender. **Gender, Word and Organization**, 14(4), p. 312-332.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In: RICHARDSON, J.G. **Handbook of theory and research for the sociology of education**. New York: Greenwood Press.
- Boyd, D.; Ellison, N. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13 (1), p. 210-230, 2008.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, 94, S95–S121.
- Coleman, J. S. (2000). Social capital in the creation of human capital. In: LESSER, E. L. **Knowledge and social capital: foundations and applications**. Boston: Butterworth & Heinemann, p.17-42.
- Constant, D., Sproull, L., & Kiesler, S. (1996). The kindness of strangers: The usefulness of electronic weak ties for technical advice. **Organization Science**, 7(2), p.119–135.
- Donelan, H. (2016). Social media for professional development and networking opportunities in academia, **Journal of Further and Higher Education**, 40(5), p. 706-729.
- Flick, U. (2009). **Introdução a pesquisa qualitativa**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed.
- Friedkin, N. (1982). Information flow through strong and weak ties in inter-organizational social networks. **Social Networks**, 3(4), 273–285.
- Fryxell, G.E., & Lerner, L.D. (1989). Contrasting corporate profiles: Women and minority representation in top management positions. **J Bus Ethics**, 8, p. 341-352.
- Gallos, J. (1989). Exploring womens’ development: implications for career theory, practice, and research. In **Handbook of Career Theory** (Arthur MB, Hall DT and Lawrence BS, Eds), p. 110-132.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), p. 1360-1380.
- Hanusch, O.; Bruns, A. (2016). Journalistic Branding on Twitter. **Digital Journalism**.
- Hanzel, T. et al. (2017). #DocsOnTwitter: How Physicians use Social Media to Build Social Capital. **Hospital Topics**.
- Haythornthwaite, C. (2002). Strong, weak, and latent ties and the impact of new media. **The Information Society**, 18(5), p. 385-401.
- Krackhardt, D. (1992). The strength of strong ties: The importance of philos in organizations. In N. Nohria & R. G. Eccles (Eds.), *Networks and organizations: Structure, form, and action*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kram, K. (1983). Phases of mentor relationships. *Academy of Management Journal*, 26, p.608-625.
- Lorenzo-romero, C.; Alarcon-del-amo, M. (2012). “Segmentation of Users of Social Networking Websites.” **Social Behaviour and Personality**, 40(3), p. 401-414.

- Mishra, S., & Tyagi, A. (2013). Perception towards professional and personal social networking sites: an exploratory study. **Int. J. Business Excellence**, 6(4).
- Myers, M. D.(2013). **Qualitative Research in Business & Management**. Sage.
- Nunes, J. (2016). Gênero e raça no trabalho em tecnologia da informação (TI). **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 52, n. 3, p. 383-395. Disponível em: < file:///C:/Users/Mariane/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/10741-47413-1-PB.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2017.
- Pickering, J.; King, J. (1995). Hardwiring weak ties: Interorganizational computer-mediated communication, occupational communities, and organizational change. **Organization Science**, 6(4), p. 479–486.
- Primo, A. (2000) Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. **Revista da Famecos**, 12(81-92).
- Putnam, R. D. (2000). **Bowling alone: the collapse and revival of american community**. Nova Iorque: Simon & Schuster.
- Ragins, B., & Cotton, J. (1991). Easier said than done: gender differences in perceived barriers to gaining a mentor. **Academy of Management Journal**, 34, p. 939–951.
- Recuero, R., & Zago, G. (2009). Em Busca das Redes que Importam. **Líbero**, v. 12, n. 24, p.81-94.
- Recuero, R. (2012). O capital social em rede: como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea**, 10(3), p.597-617.
- Rocha, E.; & Ribeiro, M. (2001). Trabalho, saúde e gênero: estudo comparativo sobre analistas de sistemas. **Revista de Saúde Pública**, 35(6), p. 539-547.
- Servino, S.; neiva, E.; & Campos, R. (2013). Estresse ocupacional e estratégias de enfrentamento entre profissionais de tecnologia da informação. Gerais: **Revista Interinstitucional de Psicologia**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 238-254. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-82202013000200007>. Acesso em: 20 mar. 2020.
- Smith, C., Smith, J. B., & Shaw, E. (2017) Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. **Journal of Business Venturing**, 32(1), p. 18-34.
- Smith-lovin, L., & Mcpherson, J. (1993). **You are who you know**: a network approach to gender. In Theory on Gender/Feminism on Theory. Aldine De Gruyter, New York.
- Tiwari, S., Lane, M., & Alam, K. (2019). Do social networking sites build and maintain social capital online in rural communities?. **Journal of Rural Studies**, 66, 1-10.
- Van Velsor, R.; Hughes, M. (1990) **Gender differences in the development of managers**: how managers learn from experience. Center for Creative Leadership, Greensboro, NC.
- Vergara, S. (2013). **Projeto e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas.
- Wellman, B. *et al.* (1996). Computer networks as social networks: Collaborative work, telework, and virtual community. **Annual Review of Sociology**, 22, p. 213–238.
- Williams, J. R . (2006). On and off the ‘net: Scales for social capital in an online era. **Journal of Mediated Communication**, 11(2), art. 11.
- Williams, J. R. (2019). The use of online social networking sites to nurture and cultivate bonding social capital: A systematic review of the literature from 1997 to 2018. **New Media & Society**, 21 (11-12), p. 2710-2729.
- Yen, Y.-S.; Chen, M.-C.; Su, C.-H. (2020) Social capital affects job performance through social media. **Industrial Management & Data Systems**, 120(5), p. 903-922, 2020. Disponível em: < https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMDS-09-2019-0473/full/html >. Acesso em: 8 jul. 2020.
- YIN, R. K. (2016). **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso.