

Espaço Discente

Capacitação do bibliotecário no uso das redes sociais e colaborativas na disseminação da informação

Denise Sana Yamashita

Bacharel em Biblioteconomia pelo Centro Universitário Assunção – Unifai e em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista – Unesp. Tem experiência como revisora de periódicos da Bireme-LILACS, suporte a cursos e redação de notas informativas do setor FIR-PFI; descrição, indexação e resumo de *sites* e no *LIS*.

E-mail: denise.sana@gmail.com

Norma Cianflone Cassares

Especialista em preservação e conservação de acervos em papel pela *Library of Congress*, Bacharel em Letras pelo Centro Universitário Assunção – Unifai. Atua na área de conservação, preservação e restauro de acervos documentais e é docente, no Unifai, na disciplina de Conservação preventiva de documentos.

E-mail: ncassares@uol.com.br

Maria Cristina Palhares Valencia

Mestre e Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, Bacharel em Biblioteconomia pela FaBCI-FESP-SP. Docente do Centro Universitário Assunção – Unifai, onde leciona as disciplinas de Tecnologias da Informação e Comunicação.

E-mail: palharesvalencia@gmail.com

Resumo: A proposta deste trabalho é analisar o uso das redes sociais na Internet por parte do bibliotecário para realizar a disseminação da informação. Utiliza-se como base teórica a literatura existente sobre o ambiente da Web 2.0 e as bibliotecas, o serviço de disseminação seletiva e as redes sociais para verificar como o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Santa Catarina realiza esse trabalho. Foram tabuladas as atividades desta unidade de informação durante o mês de setembro de 2011 em perfis que a mesma possui nos sites Facebook, Twitter, Delicious e YouTube. Conclui-se que as redes sociais, ferramentas geralmente gratuitas, apresentam-se como uma opção a mais a ser explorada pelo profissional na disseminação da informação. Observa-se ainda que, para facilitar a gestão de vários perfis em redes sociais da unidade de informação em que trabalha, o bibliotecário pode utilizar sites e aplicativos criados para esse fim.

Palavras-chave: Redes sociais; Disseminação Seletiva da Informação

INTRODUÇÃO

No ambiente da *Web 2.0*, termo utilizado para definir a segunda fase da *World Wide Web* onde a interação predomina, surge o conceito de uma biblioteca que a utiliza para oferecer serviços e consulta ao acervo, assim como recursos multimídia que ampliam a interação e a colaboração. Entre as ferramentas utilizadas para esses fins, estão as redes sociais. Elas estão ganhando cada vez mais espaço e credibilidade.

O objetivo principal deste trabalho foi estudar como as redes sociais, dentro de unidades de informação, podem ser melhor utilizadas para realizar a disseminação seletiva da informação. Nesse aspecto, buscou-se estudar suas características, visando aplicá-las às necessidades de serviços e produtos de uma unidade informacional, para poder usá-las com eficiência alinhada à estratégia de atuação na disseminação da informação.

Para verificar se unidades de informação estão em consonância quanto ao uso destas ferramentas, realizou-se uma análise do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Santa Catarina, que possui perfis no *Facebook*, *Twitter*, *Delicious* e *YouTube*.

2 WEB 2.0 E BIBLIOTECA 2.0

O termo *Web 2.0* surgiu em 2004 e foi usado para nomear uma conferência sobre as empresas pontocom que sobreviveram à explosão da bolha da Internet em 2001. Era uma forma de afirmar outra fase da *Web*, em que continuava a se desenvolver e tinha como características intrínsecas a interatividade, a colaboração, a produção e o consumo de conteúdo simultâneos.

A denominação que separa a primeira e a segunda versões da *Web* não é um consenso entre especialistas da área, pois o que existe é uma evolução tecnológica e uma adaptação às necessidades e desejos dos usuários da mesma plataforma.

A aplicação dos recursos da *Web 2.0* na atividade bibliotecária resultou na expressão Biblioteca 2.0. Maness (2007, p. 44) define-a como “a aplicação de interação, colaboração, e tecnologias multimídia baseadas em *Web* para serviços e coleções de bibliotecas baseados em *Web*”.

As tecnologias oferecem ferramentas que permitem uma posição mais dinâmica e pró-ativa dos bibliotecários. A *Web* traz intrinsecamente a colaboração, que torna cada indivíduo um agente do conhecimento.

3 REDES SOCIAIS

As redes sociais referem-se à interação entre as pessoas. Neste sentido, Tomaél e Marteleto (2006, p. 75), consideram que as redes sociais são ligações formadas por pessoas, organizações sociais e corporações com interesses em comum ou por amizade para a interação e o compartilhamento de informações ou conteúdos e constroem e re-constroem a estrutura social.

Recuero (2010) trabalha com a ideia de rede social como aplicação da metáfora da rede (estrutura composta de nós ou nodos e suas conexões) para os grupos sociais, onde atores constituem os nós e os laços sociais, as conexões. Segundo a autora, redes sociais não são estáticas e sua estrutura de conexões pode ser alterada por meio das dinâmicas que são promovidas pelos indivíduos e seus relacionamentos, principalmente os de colaboração, competição, conflito, além dos movimentos de ruptura, agregação, adaptação e auto-organização.

No ambiente da *Web*, o termo redes sociais refere-se aos *sites* de relacionamento. Essas ferramentas em plataforma digital servem à interação das redes sociais propriamente ditas e são uma subdivisão da chamada mídia social. As mídias sociais são ferramentas que permitem a interação das redes sociais.

Segundo Recuero (2011), a horizontalização trazida na própria estrutura dessa mídia é a principal mudança em relação à verticalidade da mídia de massa. Boyd e Ellison (2007) definem os *sites* das redes sociais como serviços que permitem aos indivíduos construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, articular uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão e ver e cruzar suas listas de conexões e a dos demais dentro do sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de *site* para *site*.

São inúmeras redes sociais, que reúnem pessoas com interesse em um assunto ou tema, ou ainda de caráter geral. As redes sociais mais comumente utilizadas, na época da pesquisa, pelas unidades de informação brasileiras que possuem perfis nessas plataformas são:

- **Facebook:** Criado em 2004, o *website* voltado ao público universitário norte-americano, e logo se tornou popular mundialmente. É possível criar um perfil como pessoa ou uma página como empresa, figura pública, marca, comunidade, etc., elaborar enquetes, usar aplicativos, entre outros serviços. Os perfis possuem fotos, mural de mensagens, listas de amigos, interesses pessoais e podem ser enviadas mensagens públicas, privadas e para grupos criados e selecionados pelos próprios utilizadores. Há vários níveis de privacidade a serem configurados.
- **Twitter:** *Microblog* criado em 2006. É um serviço de *microblogging* porque permite publicar textos de até 140 caracteres, fotos e *links*. O usuário configura seu perfil para ser público ou de acesso restrito, assim como autoriza outros usuários a segui-lo. Quem tem perfil nessa rede social seleciona perfis de quem gostaria de receber e enviar mensagens. Essa característica se assemelha ao conceito de disseminação seletiva da informação, pois a Unidade de Informação pode postar notícias de interesse da instituição ou do seu público-alvo, divulgar iniciativas envolvendo as atividades da unidade, novas aquisições, novos serviços, etc.. É possível ainda publicar no perfil algo que outro usuário publicou (*retweet*). Os perfis dos usuários podem ser mais bem analisados pela sua disponibilidade quando o aceitam ou adiciona-os.

- **YouTube:** Desde 2005, o *website* serve de plataforma para que usuários hospedem e compartilhem seus vídeos. É possível criar um canal para reunir os vídeos de um determinado perfil, onde os contatos do perfil podem interagir por meio de mensagens de texto.
- **Delicious:** *website* que permite gravar e compartilhar *links* favoritos, adicionando *tags*. O acesso pode ser público ou restrito. Funciona desde 2003 e é um dos mais usados sistemas de *bookmarks*. As *tags* (etiquetas ou palavras-chave) podem ser usadas para agrupar assuntos e facilitar a DSI.

3.1 As redes sociais e a unidade de informação

O caráter agregador de dados, documentos e informações e a disponibilização dos mesmos, característico de uma unidade informacional, é um dos pontos em comum com a troca de informações e conhecimentos promovida pelas redes sociais.

Maness (2007, p. 48) acredita no potencial do uso das redes sociais por uma unidade de informação:

Redes sociais permitiriam que bibliotecários e usuários não somente interagissem, mas compartilhassem e transformassem recursos dinamicamente em um meio eletrônico. Usuários podem criar vínculos com a rede da biblioteca, ver o que os outros usuários têm em comum com suas necessidades de informação, baseado em perfis similares, demografias, fontes previamente acessadas, e um grande número de dados que os usuários fornecem. (MANESS, 2007, p. 48).

Participar de redes sociais implica em adaptações, constante atualização e monitoramento. Garcia Giménez (2010) afirma que é preciso escolher em que rede posicionar a biblioteca e fazer uma avaliação prévia das possibilidades de dedicação, tempo e recursos suficientes para adicionar conteúdo ao seu perfil. O autor aponta que um bom planejamento que inclua as redes sociais no conjunto de processos de trabalho da biblioteca pode oferecer as vantagens tangíveis da utilização dessas ferramentas por causa da transmissão viral e exponencial da informação nas redes sociais.

Não basta criar perfis nas redes sociais, é preciso monitorá-las para saber o que as pessoas comentam sobre a instituição, o que causa dúvidas, insatisfações, assim como aquilo que está sendo valorizado e disseminado para os demais porque são ferramentas de comunicação, canais de diálogo 24 horas por dia.

Para atuar nas redes sociais é preciso fazer um planejamento considerando alguns pontos, como:

- Quem são seus usuários reais e potenciais;
- O que se pretende divulgar nessas plataformas;
- De que forma será feita a alimentação dessas mídias;
- Qual tipo de conteúdo será postado;
- Que imagem pretende-se construir ou qual o objetivo dessa iniciativa.

Uma vez criado um perfil em uma rede social:

- É preciso publicar conteúdo com regularidade (a periodicidade é definida pela própria instituição;
- É importante ter rapidez na resposta a dúvidas, sugestões ou comentários postados pelo público;
- Não é possível controlar as informações publicadas pelos contatos, por isso a importância de monitorar o que se fala sobre a instituição para reduzir impactos negativos;
- Como toda e qualquer tecnologia, mudanças acontecem a todo o momento. É preciso estar atento às alterações de interface, de funcionamento, à adição de funcionalidades, às atualizações, etc.

4 AS REDES SOCIAIS E A DSI

O serviço de disseminação seletiva da informação é desenvolvido pelo setor de referência de uma unidade informacional e surgiu como uma necessidade, graças ao aumento exponencial da produção de informação e geração de documentos.

O processo de Disseminação Seletiva de Informações (DSI), na língua inglesa “*selective dissemination of information (SDI)*”, foi concebido por Hans Peter Luhn, da IBM Corporation, em 1958, com a finalidade de aperfeiçoar serviços de alerta oferecidos por bibliotecas, centros de documentação e sistemas especializados de informações documentais. A grande expansão da literatura mundial, a proliferação das bases referenciais especializadas on-line e a necessidade de atualização dos usuários das inúmeras especialidades da comunidade científica e tecnológica foram fatores motivadores desse tipo de serviço automatizado de informação já nos anos 60. (BAX et al., 2004).

Segundo Souto (2010 p. 37), além do volume da informação e de sua valorização, a incorporação da *Web* no cotidiano da sociedade atual é outro fator que favorece o

desenvolvimento de serviços que disseminam a informação seletivamente. O autor destaca, entre as mudanças na implementação de serviços de DSI: o uso de *sites*, *blogs*, fóruns temáticos; a democratização da ação de disseminar, permitindo que os próprios usuários atuem de forma voluntária disseminando informações de forma seletiva; a possibilidade de uso de diferentes *softwares* e tecnologias para a comparação dos perfis dos usuários com os recursos informacionais; o uso de diferentes tecnologias para entrega do pacote informacional (*email*, *RSS*, áreas de acesso à *Web*, quiosques), o uso de diferentes recursos para retroalimentação (enquete, *email*, formulários/questionários automatizados).

As tecnologias desafiam o bibliotecário no desempenho de seu trabalho e até mesmo na sua função social, além de tornarem a mediação um processo mais significativo para o acesso à informação.

Essa roda-viva gerada pelas novas tecnologias na ambiência da biblioteca veio reforçar e, ao mesmo tempo, pôr em cheque o papel de mediador da informação que é próprio do profissional que nela atua e pelo qual deve favorecer o estabelecimento da interação entre a informação (ou objeto do conhecimento) e o usuário, anteriormente estabelecida só pelos meios físicos tradicionais (histórica e culturalmente). Todavia, como a informação se digitalizou e se revestiu de uma virtualidade antes insuspeitada, esse papel de mediador, de longa data atribuído ao bibliotecário, está em educar o usuário (inclusive o usuário operacional) também para tirar o melhor proveito e obter autonomia no processo de busca da informação processada por meios eletrônicos ou disponível em rede. (BARROS, 2003, p. 32).

Conclui-se que a colaboração ocorre antes mesmo de chegar ao ambiente *Web*, sendo fortalecida e mais rapidamente realizada pelos meios tecnológicos.

5 SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UFSC

5.1 Histórico

Junto com a criação do campus universitário da UFSC, em 1968, no bairro de Trindade, em Florianópolis, surgiu a Biblioteca Central da instituição. Nela, foram reunidos os acervos das faculdades de Ciências Econômicas, Direito, Engenharia Industrial, Farmácia, Filosofia, Medicina, Odontologia e Serviço Social. A partir de 1977, com a denominação Biblioteca Universitária (BU), teve início o processo de centralização e organização do acervo.

Em 1981, o acervo voltou a ser descentralizado e foram criadas as Bibliotecas Setoriais e o Sistema de Bibliotecas da UFSC (SIBI-UFSC) passou a ser coordenado pela Biblioteca Universitária, órgão que coordena o SIBI. A Biblioteca Central, também subordinada à BU, é responsável pela aquisição, processamento técnico e distribuição do acervo. O SIBI-UFSC é composto por oito bibliotecas setoriais.

Em 2009, o SIBI, segundo Pereira, Grants e Bem (2010, p. 234), o SIBI possuía 209.607 títulos, 392.414 exemplares e 71.141 usuários cadastrados.

5.2 Serviços e produtos oferecidos a partir das redes sociais

A opção para a análise foi o mês de setembro de 2011 por ser o período mais recente possível para que se pudessem ter elementos atualizados sobre os conteúdos das redes sociais, das quais o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Santa Catarina faz parte.

Pereira, Grants e Bem (2010) apresentaram as ferramentas da *Web 2.0* que o SIBI-UFSC usava. Como rede social, o *Ning* era a plataforma adotada desde maio de 2009 com aparente sucesso. Segundo as autoras do artigo, no segundo dia de criação, a rede contabilizava 150 participantes, entre bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia. Entre as funcionalidades constavam a criação de: redes sociais personalizadas, comunidades segundo interesses, *blog* para divulgação de notícias gerais e informações sobre aquisições e eventos do SIBI-UFSC, *blogs* dos perfis dos participantes, disponibilização de fotos, vídeos, eventos, grupos, etc..

Na época da pesquisa feita para este trabalho, o perfil estava indisponível porque a conta estava desativada. Em julho de 2010, o *Ning* passou a ser um serviço pago. Esse pode ter sido um fator decisivo para descontinuar seu uso.

5.2.1 Facebook

A página no *Facebook* da Biblioteca Universitária da UFSC possuía, até o momento da pesquisa, 251 pessoas que curtiam a sua página, 55 usuários citavam-na na rede, 171 marcaram sua passagem pelo local por meio do *Foursquare* (rede social de geolocalização) e quatro pessoas recomendaram o perfil.

É apresentado o histórico da biblioteca, informações como endereço, telefone, horário de funcionamento, mapa, *website* e *email* e telefone para contato.

Durante o mês de setembro, do dia 5 até o dia 30 foram postados 10 mensagens. Somente uma postagem recebeu um comentário de uma pessoa que fez um

questionamento em relação à disponibilização de uma gravação de um evento da UFSC, o qual foi respondido pelo responsável.

5.2.2 Twitter

No artigo de Pereira, Grants e Bem (2010, p. 239), a criação de um perfil no *Twitter* ainda estava sendo estudada para se tornar “mais um canal de disseminação de informações de interesse dos usuários do sistema”. O *Twitter* da BU-UFSC fez sua primeira publicação (*tweet*) no dia 18 de setembro de 2009. Sua conta pode ser acessada em: http://twitter.com/bu_ufsc.

Em setembro de 2011, foram feitas 26 postagens, 14 *retweets*. Possuía 1226 seguidores, 316 *tweets* e seguia 29 perfis.

5.2.3 Delicious

O SIBI-UFSC utiliza o *Delicious*, serviço de *social bookmarks* (compartilhamento de *links*), desde 16 de maio de 2009 e possuía, até o momento da pesquisa, 755 *links* salvos em sua página (<http://delicious.com/BUFSC>). No mês de setembro de 2011, houve apenas um *link* salvo sobre um projeto de inclusão social de deficientes visuais.

5.2.4 YouTube

O SIBI-UFSC possui um canal no *YouTube* (<http://www.youtube.com/user/BIBLIOTECASUFSC>) desde 26 de outubro de 2010, com 22 vídeos, entre videoaulas sobre o Portal Capes, tutorial de instalação de *software* para visualização das normas da ABNT, disponível no portal da biblioteca desde o final de maio de 2011.

O conteúdo postado nessa plataforma foi produzido pela equipe do Sistema de Bibliotecas da UFSC. São 41 usuários inscritos para receber as atualizações do canal.

CONCLUSÃO

As postagens da Biblioteca Universitária da UFSC sobre o tutorial da base de dados vLex, a divulgação dos boletins da BU e a capacitação nas normas da ABNT promovidas pela instituição foram as informações em comum tanto no *Facebook* como no *Twitter*. Percebe-se que as publicações nessas plataformas foram feitas separadamente, com textos diferentes, mesmo tratando-se de um mesmo assunto.

O *Twitter* foi usado para divulgar o que acontecia no *Third International PKP Scholarly Publishing Conference*, o que sugere a presença de um profissional do SIBI-UFSC estava acompanhando o evento, seja presencialmente ou virtualmente, e publicando que julgava ser mais interessante. Porém, nada relacionado foi divulgado no *Facebook*.

Enquanto nessa rede social existem 251 pessoas que acompanham o perfil da BU, no *Twitter* são 1226 “seguidores”.

Não houve atualização do *YouTube*, no período da pesquisa (setembro de 2011), possível de comparação com as demais no *Facebook* e *Twitter*. No site *Delicious*, o único assunto desse período, cujo *link* foi salvo, não foi divulgado nas demais mídias e nada do que foi divulgado no *Facebook* e *Twitter* foi adicionado ao conteúdo do *Delicious*.

A UFSC mantém ainda uma página no *Facebook* do Portal de Periódicos UFSC. O site hospeda os periódicos científicos vinculados à instituição. Possuía, até a data da pesquisa, 81 “amigos” e a última atualização foi feita em 7 de agosto de 2011. Apresenta seu histórico, missão e visão, assim como seu endereço no *Twitter* e seu *website*. O *Twitter* do Portal de Periódicos começou em 13 de outubro de 2009 e tem 265 seguidores, 58 *tweets*, segue 15 perfis e teve sua última atualização em 19 de maio de 2011.

A utilização de tecnologias de informação e comunicação envolve também mudanças, como o abandono e adoção de ferramentas. Pereira, Grants e Bem (2010) relatavam o uso bem sucedido da plataforma *Ning*, que já não é mais utilizada, enquanto o perfil no *Twitter* era apenas uma intenção em estudo.

A atuação do SIBI da UFSC nas redes sociais é uma iniciativa que merece destaque e serve de exemplo de como uma unidade de informação pode ser mais atuante no ambiente da *Web*, por meio das redes sociais. Não existe um modelo pronto para administrar os perfis nessas plataformas, mas algumas melhorias podem ser feitas. Entre elas, é possível administrar várias contas ao mesmo tempo usando alguns *sites* e aplicativos e escolher qual conteúdo pode ser publicado em todas as redes.

Outra questão é definir a periodicidade das atualizações. Não é possível postar com muita regularidade um vídeo no *YouTube*, mas é possível agendar *posts* para garantir que os perfis tenham informações relevantes toda semana.

Rosenbloom (2011, p. E5) dá algumas dicas para administrar a vida digital de quem participa de várias redes sociais na *Web*. Entre elas, estão:

- Simplifique. *Sites* como *OnlyWire* (<http://www.onlywire.com>), *Ping.fm* (<http://www.pingfm.com>) e *HelloTxt* (<http://www.hellotxt.com>) permitem que se atualize o conteúdo em várias redes sociais com um só clique do mouse.

- Planeje. É possível escrever *tweets* com antecedência e programar a publicação para uma data posterior por meio de serviços como *Bufferapp* (<http://www.bufferapp.com>), *SocialOomph* (<http://www.socialoomph.com>), *HootSuite* (<http://www.hootsuite.com>), *TweetResponse* (<http://www.tweetresponse.com>), *FutureTweets* (<http://www.futuretweets.com>) e *Pluggio* (<http://www.pluggio.com>).
- Consolide. Sites como *Digsby* (<http://www.digsby.com>) e *Netvibes* (<http://www.netvibes.com>) reduzem a desordem na área de trabalho oferecendo um único painel para enviar emails e atualizar as redes sociais. Para quem quer abrir só a caixa de email, o *NutshellMail* (<http://www.nutshellmail.com>) resume as atualizações dos sites de relacionamento (*Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *LinkedIn*, *MySpace* e *YouTube*) numa só mensagem, que lhe é enviada. Para quem tem várias contas no *Twitter*, o *TweetDeck* (<http://www.tweetdeck.com>) é uma maneira de postar de qualquer um deles usando uma só interface.
- Meça seu progresso. É possível ver como a imagem da instituição está sendo avaliada com sites como *SocialReport* (<http://www.socialreport.com>), *TwentyFeet* (<http://www.twentyfeet.com>) e *SproutSocial* (<http://www.sproutsocial.com>).

As redes sociais são um meio de disseminar a informação de forma rápida e, na maioria das vezes, sem nenhum custo. Cabe ao bibliotecário capacitar-se para atuar nas redes sociais. O profissional da informação precisa conhecer as ferramentas que podem ajudá-lo a fazer um trabalho mais eficaz, voltado ao atendimento e conquista do usuário. Por meio delas, pode ainda tornar-se um profissional mais pró-ativo, capaz de prover conteúdo relevante, idôneo e de acordo com os perfis daqueles que acompanham a unidade de informação.

REFERÊNCIAS

- BLATTMANN, Úrsula; SILVA, Fabiano Couto Corrêa da. Colaboração e interação na web 2.0 e biblioteca 2.0. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p.191-215, jul/dez. 2007. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/view/530/664>>. Acesso em: 15 set. 2011.
- BARROS, Maria Helena Toledo Costa de. **Disseminação da informação**: entre a teoria e a prática. Marília: [s.n.], 2003.

BAX, M. P. et al. Sistema Automático de Disseminação Seletiva. In: IFLA M&M, 2004, São Paulo, **Anais eletrônicos...**, São Paulo: USP, 2004. Disponível em: <http://www.fernando.parreiras.nom.br/publicacoes/dsi_ifla.pdf>. Acesso em: 2 nov. 2011.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, article 11. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd_ellison.html>. Acesso em: 15 set. 2011.

BUFFERAPP. Disponível em: <<http://www.bufferapp.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

COMSCORE. **A Ascensão das Redes Sociais na América Latina**. Seattle, 20 set. 2011. Disponível em: <http://www.comscore.com/por/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/The_Rise_of_Social_Networking_in_Latin_America>. Acesso em: 30 set. 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

DELICIOUS. Disponível em: <<http://delicious.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

DIGSBY. Disponível em: <<http://www.digsby.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

FACEBOOK. Disponível em: <<http://www.facebook.com>>. Acesso em: 25 out. 2011.

FOURSQUARE. Disponível em: <<http://www.foursquare.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

FUTURETWEETS. Disponível em: <<http://www.futuretweets.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

HELLOTXT. Disponível em: <<http://www.hellotxt.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

HOOTSUITE. Disponível em: <<http://www.hootsuite.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2000.

LINKEDIN. Disponível em: <<http://www.linkedin.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca 2.0: web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Inf.&Soc.:** Est., João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 43-51, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>>. Acesso em: 04 ago. 2011.

MYSAPCE. Disponível em: <<http://www.myspace.com>>. Acesso em: 18 out. 2011.

NETVIBES. Disponível em: <<http://www.netvibes.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

NUTSHELLMAIL. Disponível em: <<http://www.nutshellmail.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

ONLYWIRE. Disponível em: <<http://www.onlywire.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

O'REILLY, Tim. **What is web 2.0?**. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 9 jul. 2011.

PEREIRA, Débora Maria Russiano; GRANTS, Andréa Figueiredo Leão; BEM, Roberta Moraes de. Biblioteca 2.0: produtos e serviços oferecidos pelo Sistema de Bibliotecas da UFSC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p.231-241, jan./jun. 2010.

PINGFM. Disponível em: <<http://www.pingfm.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

PLUGGIO. Disponível em: <<http://www.pluggio.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

RECUERO, Raquel. A nova revolução: as redes são as mensagens. In: BRAMBILLA, Ana (Org.). **Para entender as mídias sociais**. [S.l.: s.n.], 2011. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com/2011/04/download-do-ebook-para-entender-as.html>>. Acesso em 10 ago. 2011.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ROSENBLOOM, Stephanie. Taking stock and decluttering. **The New York Times**, New York, August 10, 2011. Fashion & Style, p. E5. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2011/08/11/fashion/tips-for-managing-social-networking-burnout.html?ref=fashion>>. Acesso em 25 out. 2011.

SOCIALLOOMPH. Disponível em: <<http://www.socialloomph.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

SOCIALREPORT. Disponível em: <<http://www.socialreport.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

SOUTO, Leonardo Fernandes. **Informação seletiva, mediação e tecnologia**: a evolução dos serviços de disseminação seletiva da informação. Rio de Janeiro: Interciência, 2010.

SPROUTSOCIAL. Disponível em: <<http://www.sproutsocial.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

TOMAÉL, M. I., MARTELETO, R. M. Redes Sociais: posições dos atores no fluxo da informação. Enc bibli.: **R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 2006. Disponível em: <<http://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75/387>>. Acesso em: 13 nov. 2011.

TOTAL de pessoas com acesso à internet atinge 77,8 milhões. **IBOPE Nielsen Online**, s.l., 9 set. 2011. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=Noticias&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F>>. Acesso em: 13 set. 2011.

TWEETRESPONSE. Disponível em: <<http://www.tweetresponse.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

TWENTYFEET. Disponível em: <<http://www.twentyfeet.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

TWITTER. Disponível em: <<http://www.twitter.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

UGARTE, David de. **O poder das Redes**. Trad. Augusto de Franco. EdIPUCRS. Porto Alegre: 2008.

YOUTUBE. Disponível em: <<http://www.youtube.com>>. Acesso em: 20 out. 2011.

YU, Zhenxin; YAN, Hong; CHENG, T. C. Edwin. Benefits of information sharing with supply chain partnerships. **Industrial Management & Data Systems**, v.101, n.3, p.114-119, 2001.