

## Artigos

# Análise do uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras<sup>1</sup>

**Giseli Adornato de Aguiar**

Bacharel em Biblioteconomia pela Faculdade de Filosofia e Ciências da UNESP de Marília. Especialista em Divulgação Científica pelo Núcleo José Reis de Divulgação Científica da ECA/USP. Mestrado em Ciência da Informação pela ECA/USP.  
E-mail: [adornato@usp.br](mailto:adornato@usp.br)

**José Fernando Modesto da Silva**

Professor do curso de graduação em Biblioteconomia e Documentação e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.  
E-mail: [jmodesto@usp.br](mailto:jmodesto@usp.br)

**Resumo:** O objetivo do trabalho é avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos das bibliotecas universitárias brasileiras. A pesquisa é de caráter exploratório com abordagem quantitativa e qualitativa, por meio da aplicação de questionário às bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP e de entrevista a uma amostra de bibliotecas dessas instituições. Os resultados revelam que as bibliotecas estão, ainda, em um estágio de experimentação com relação à utilização das redes sociais. Apesar disso, acredita-se que as redes sociais podem contribuir na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos bibliotecários.

**Palavras-chave:** Biblioteca universitária; Ferramentas de rede social; Geração Y.

## INTRODUÇÃO

As bibliotecas universitárias (BUs) – como outros dispositivos culturais – são construções humanas que refletem as mudanças históricas, sociais, políticas, culturais e tecnológicas de cada época.

No contexto atual, o usuário tem, cada vez mais, acesso via internet aos recursos informacionais, o que lhe proporciona autonomia em relação aos acervos tradicionais disponíveis fisicamente nas BUs. Diante dessa nova configuração possibilitada pela tecnologia, a biblioteca precisa se reinventar, para não se tornar um espaço inerte, com a única função de preservar a memória dos registros físicos da humanidade.

Por sua vez, tem-se o advento de uma nova geração de usuários, popularmente conhecida como Geração Y, que caracterizam-se pelo uso de uma variedade de dispositivos tecnológicos e redes sociais para intercambiar informação, realizar comunicação e se socializarem. São novas ferramentas, atitudes, comportamentos e mentalidades que trazem outros parâmetros de atuação para as bibliotecas.

Diante desse cenário, as ferramentas de redes sociais se destacam, atualmente 87% das pessoas no Brasil as utilizam, considerando o total de 73,9 milhões de brasileiros com acesso a internet. (IBOPE BUS, 2010).

Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (2010), as redes sociais alcançam 82% dos jovens entre 16 e 24 anos. Exatamente a faixa de idade que compreende a maior parte do atual público discente.

As redes sociais mobilizam milhões de pessoas, o que torna natural imaginar as BUs se apropriando

---

<sup>1</sup> Artigo baseado na dissertação de mestrado defendida em outubro de 2012 na ECA/USP. Referência: AGUIAR, Giseli Adornato de. *Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP*. 2012. 184 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

desses espaços como recursos de comunicação, acesso à produção de informações e interação com os usuários da Geração Y, bem como de outras gerações sucessoras.

De acordo com Jesus e Cunha (2012, p. 119), as redes sociais são as mais promissoras e amigáveis tecnologias a serem aplicadas às BUs. Elas permitem uma interação com o usuário, dificilmente conseguida com o uso de outros meios de comunicação.

Dessa forma, o objetivo principal do trabalho é avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais da internet na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos providos pelas BUs brasileiras. A análise é baseada na visão de profissionais e gerentes responsáveis pelas redes sociais adotadas nas bibliotecas consultadas.

Para a metodologia, além da revisão da literatura, optou-se pela pesquisa exploratória, através da aplicação de questionário às bibliotecas da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Universidade de Campinas (UNICAMP) e Universidade de São Paulo (USP), e de entrevista a uma amostra de seis BUs dessas instituições. A intenção foi se familiarizar com o fenômeno; buscar mais informações; e realizar análises e reflexões sobre o tema.

Procura-se pensar em novas formas de as BUs atuarem no contexto tecnológico atual da *Web*, tentando alcançar, além da melhoria no suporte ao ensino, à pesquisa e à extensão, o desenvolvimento institucional, e o de seus usuários, por meio da inovação de seus serviços e produtos.

## 1 BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA

Todas as mudanças implantadas nas BUs precisam estar alinhadas a sua missão, que, por sua vez, deve estar atrelada à universidade (elas existem para atender aos interesses da universidade e do público universitário). Dessa forma, a BU se caracteriza como uma organização sem autonomia, sendo dependente da universidade à qual pertence.

O *Dicionário de biblioteconomia e arquivologia* define BU como a biblioteca “que é mantida por uma instituição de ensino superior e que atende às necessidades de informação dos corpos docente, discente e administrativo, para apoiar tanto as atividades de ensino quanto as de pesquisa e extensão.” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 53).

As mudanças tecnológicas, econômicas, culturais e sociais trazem consequências para as universidades, e, como resultado, as BUs também são afetadas. (CUNHA, 2010).

Nesse contexto, delinea-se a biblioteca do século XXI, conhecida como “biblioteca 2.0”<sup>2</sup>, por ser um espaço com serviços e produtos, simultaneamente, físicos e digitais, em que as TICs passam a ser a base da relação com o usuário.

Um dos papéis da nova biblioteca, ou melhor, da “biblioteca 2.0”, é se utilizar de toda a tecnologia disponível, para melhorar e aperfeiçoar os seus produtos e serviços. (JESUS; CUNHA, 2012, p. 111).

É importante destacar que, o conceito de “biblioteca 2.0” não se resume simplesmente à aplicação da tecnologia, é uma mudança de atitude, uma nova maneira de se relacionar, interagir e de se comunicar com o usuário, de oferecer produtos e serviços informacionais no âmbito da biblioteca. A biblioteca 2.0

---

Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/pt-br.php>>. Acesso em: 22 mar. 2013.

<sup>2</sup> O termo “biblioteca 2.0” foi cunhado em 2005, por Casey (2005), em seu *blog* LibraryCrunch, e basicamente significa o uso das

coloca o usuário como o foco central de seus processos.

Diante dessas possibilidades e características, a missão da BU se mantém, porém os meios usados para alcançar seus objetivos se alteram, bem como seu papel. Na busca de um melhor desempenho, as bibliotecas utilizam-se cada vez mais das tecnologias de informação e comunicação (TICs), entre as quais se destacam as redes sociais.

“Redes sociais, em vários sentidos, é Biblioteca 2.0. A face da presença da biblioteca na *web* no futuro pode parecer muito mais com uma interface de rede social.” (MANESS, 2007, p. 47).

A BU precisa encontrar o equilíbrio entre a adaptação ao novo e a manutenção dos serviços tradicionais, entendendo que a sua modernização e atualização visa melhor cumprir sua função primordial: prover a infraestrutura bibliográfica, documentária e informacional para apoiar as atividades da universidade e de seu público, que, por sua vez, utiliza novas ferramentas e possui novas particularidades.

## 2 GERAÇÃO Y

O foco deste trabalho também recai nas características da Geração Y, por representar a faixa etária dos atuais estudantes universitários. Diante disso, é importante que as BUs conheçam as características principais dessa geração e suas preferências tecnológicas, para que possam enfrentar e se adaptar a esta realidade social, histórica e tecnológica, favorecendo o crescimento da biblioteca frente a esse novo ambiente.

A expressão Geração Y denomina as pessoas que nasceram entre os anos de 1977 e 1999, ou seja, os contemporâneos deste momento social, histórico e tecnológico.

Segundo Santos et al. (2011, p. 16), as características mais marcantes dessa geração são:

A familiaridade com a tecnologia; rápida adaptação às mudanças; necessidade de respostas e resultados imediatos; preferência por valores individuais em relação aos sociais; expectativa de um direcionamento claro por parte dos líderes, autonomia na execução e reconhecimento pelo resultado; gosto pelo desafio; busca pelo equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

De acordo com Markgren (2008), a Geração Y utiliza dispositivos eletrônicos para se informar, se comunicar e se socializar, é conectada às redes sociais e tem espírito colaborativo. Essa geração está redefinindo o propósito e a função das bibliotecas, obrigando-as a repensar a maneira como executam e oferecem seus serviços.

Outra importante característica da Geração Y está relacionada ao acesso à informação. Essa geração foi exposta a uma massificação de informações científicas que não estavam à disposição de seus pais, por isso tem mais habilidade em absorvê-las. (TAPSCOTT, 2010).

Percebe-se que os jovens de hoje, por conta da internet, têm acesso a mais informações, inclusive científicas, do que as gerações anteriores, por isso não precisam, necessariamente, se dirigirem fisicamente às bibliotecas.

A Geração Y está remodelando todas as instituições, do ambiente de trabalho ao próprio mercado, da política à educação (TAPSCOTT, 2010, p. 20), e a atitude e o posicionamento da BU podem ser

determinantes para o desfecho, positivo ou negativo, dessa nova realidade.

Segundo Jones (2008, p. 37), faz sentido as bibliotecas utilizarem, para se comunicar e divulgar informações, o meio no qual a Geração Y passa seu tempo. E acrescenta que as redes sociais são ferramentas poderosas para qualquer biblioteca que esteja adaptando seus serviços às necessidades da atual geração.

As BUs precisam identificar nas características da Geração Y as oportunidades para se conectarem e estabelecerem relacionamentos mais positivos com os usuários. Para isso, precisa flexibilizar o atendimento e buscar uma adaptação ao novo cenário tecnológico e comportamental.

### 3 FERRAMENTAS DE REDES SOCIAIS DA INTERNET

As redes sociais já existiam antes da internet, elas sempre fizeram parte da realidade humana (redes de relacionamentos existentes nas tribos, igrejas, escolas etc.), onde tivesse um grupo de pessoas interligadas por alguma relação em comum, podia-se considerar que ali havia uma rede social.

Uma rede social é vista por Tomaél e Marteleto (2006, p. 75) como:

[...] um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social.

O que ocorre atualmente é que as redes sociais ganham maior intensidade na internet. Elas ampliam as possibilidades de conexões e a capacidade de difusão de informações que os grupos tinham. (RECUERO, 2009a). O alcance dos grupos é global, sem barreiras territoriais ou de tempo.

Nas redes sociais da internet as relações entre as pessoas se dão por meio das ferramentas de redes sociais. Independente de acontecer em um ambiente *on-line* ou *off-line* é importante salientar que inexitem redes sociais sem pessoas, a tecnologia por si só é rede, mas não rede social. Para que as ferramentas da internet se tornem redes sociais na prática, precisa haver uma rede de relacionamento com interação entre as pessoas envolvidas nelas.

Para Recuero (2005), uma ferramenta só se caracteriza como uma rede social na *Web* quando há interação entre indivíduos ou grupos de indivíduos (troca de informações, diálogos etc.), e não somente a ligação via *software*.

Boyd e Ellison (2007) definem as ferramentas de redes sociais como sendo serviços baseados na *Web* que permitem aos indivíduos construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema, interagir com outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e visualizar e percorrer a rede social de cada ator.

A partir dessas explicações é possível dizer que nem todas as ferramentas de redes sociais da internet são apropriadas para esse fim por seus participantes. Da mesma forma, o inverso também acontece, algumas mídias não são criadas para serem redes sociais, mas acabam se tornando pela apropriação de seus atores. (RECUERO, 2009b).

Assim, de acordo com as características e conceito de rede social, têm-se diversas ferramentas presentes na internet. Elas podem ser classificadas em categorias, tais como: redes sociais de compartilhamento de documentos (SlideShare), de fotos (Flickr, Picasa, Pinterest), de vídeos (YouTube, Vimeo), de

relacionamento (Facebook, Google+, MySpace, Orkut etc.); redes sociais individualizadas (Ning, Grouply) e Iterárias (O Livreiro, LibraryThing, Skoob etc.); *blogs* (plataformas WordPress, Blogger etc.), *microblogs* (Twitter, Yammer) e *social bookmarking* (Delicious).

As redes sociais, em geral, possuem ferramentas síncronas (*chat*)<sup>3</sup> e assíncronas (fóruns, grupos, eventos, notas etc.); interface customizável; recursos como vídeos, fotos e imagens, e *links* para outras interfaces. Além disso, possibilitam uma comunicação mais direta e informal, com trocas de informações entre os próprios usuários; a oportunidade de criar comunidades de interesse e perfis; a divulgação e o compartilhamento de informações, produtos e serviços, a exposição das conexões sociais de um indivíduo a outros de uma determinada comunidade e a participação e a colaboração do público nos processos e produtos.

As ferramentas de redes sociais proporcionam diversas possibilidades em serviços e produtos para as BUs. Segundo Click e Petit (2010, p. 137), elas são um dos canais de comunicação preferidos pela Geração Y, por isso, fornecem meios eficazes para as bibliotecas e os bibliotecários atraírem, envolverem e se comunicarem, eficientemente, com os estudantes.

Há diversos exemplos na literatura sobre o uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas. Porém, em geral, os textos abordam experiências internacionais. Para conhecer a realidade das BUs brasileiras realizou-se consulta a uma amostra de bibliotecas e os resultados são apresentados no próximo tópico.<sup>4</sup>

## 4 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Para análise dos dados utilizou-se a abordagem quantitativa e qualitativa, para a adoção do método de coleta de dados por questionário e entrevista.

Ao todo foram enviados 101 questionários, sendo 30 para a UNESP, 25 para a UNICAMP e 46 para a USP. Como 52 bibliotecas não responderam ao questionário, foi necessário realizar um levantamento na internet (por meio dos *websites* oficiais das bibliotecas e por buscas feitas nas próprias redes sociais e no Google) para obter um panorama completo da quantidade de BUs que utilizam as redes sociais.

Por meio do questionário identificou-se que 49,5% BUs da UNESP, UNICAMP e USP possuem redes sociais. Desse total, as bibliotecas da UNESP são as que mais utilizam as redes sociais (67%), levando em consideração o total de bibliotecas pesquisadas, seguidas pelas bibliotecas da USP (52%) e, por fim, as bibliotecas da UNICAMP (24%), com baixo índice de utilização.

Os motivos para a diferença entre as bibliotecas foram detectados nas entrevistas, e podem ser creditados a fatores como: cursos e treinamentos de atualização oferecidos por suas coordenadorias e a postura proativa dos profissionais.

Os dados demonstram que a maioria das bibliotecas concentra o uso das redes sociais em somente três ferramentas. Duas delas – Facebook e Twitter – são, atualmente, mais populares. A terceira, o *blog*, é uma ferramenta que, segundo Curty (2008, p. 61) teve rápida aceitação por sua fácil operação.

Para a entrevista, utilizou-se o método intencional para selecionar as bibliotecas dentre aquelas que

<sup>3</sup> Em português significa conversação, ou bate-papo; é um neologismo para designar aplicações de conversação em tempo real. Esta definição inclui conversação em *sites Web* ou mensageiros instantâneos. (CHAT, 2012).

<sup>4</sup> “4 Análise dos dados coletados”.

responderam ao questionário, e a amostragem contém representantes das três universidades estaduais e áreas do conhecimento (Ciências Biológicas e da Saúde, Ciências Exatas e Tecnológicas e Ciências Humanas e Artes), acrescidas da área Interdisciplinar (abrange bibliotecas com duas ou mais áreas).

O roteiro de entrevista foi composto por 17 questões, além de informações sobre o entrevistado e as características da biblioteca.

Ao todo, foram realizadas visitas presenciais em cinco bibliotecas e uma entrevista foi realizada por meio do Skype<sup>5</sup> Com os dados obtidos nas entrevistas foi possível identificar informações que nos ajudam a entender a realidade brasileira sobre o uso das redes sociais, destas é destacado algumas, como:

- Todos os entrevistados têm formação superior ou estão cursando o ensino superior. A maioria é formada em Biblioteconomia, o que mostra a participação dos bibliotecários na aplicação das redes sociais. Também se percebe que não há profissional da área de informática envolvido diretamente na implantação e manutenção das redes sociais;
- Mais da metade dos respondentes (57%) exerce cargos de chefia. É de supor que, quando o gestor da biblioteca envolve-se, é maior a probabilidade de implantação e utilização das ferramentas de redes sociais. Certamente o incentivo e o apoio da gerência são essenciais;
- A maioria dos entrevistados indicou a popularidade das ferramentas como o principal motivo da sua escolha. Somente um respondente indicou que consultou seus usuários para escolher as redes sociais que seriam implantadas na biblioteca;
- Em geral, a implantação das ferramentas se concentra nos anos de 2010 e 2011, ou seja, as bibliotecas começaram a utilizá-las recentemente e continuam alterando ou implantando novos recursos de acordo com a popularidade das ferramentas;
- Das seis bibliotecas entrevistadas, cinco disseram que a adoção das redes sociais resultou de decisão interna. Esses dados demonstram que não há uma política por parte das coordenadorias de bibliotecas para a implantação e o uso das redes sociais;
- A razão que levou as BUs a usarem as redes sociais se concentra nos seguintes tópicos: divulgação de informações, serviços e produtos da biblioteca; criação de um novo meio de comunicação com seus usuários; a possibilidade de um contato mais informal com o público para, assim, atingir e se aproximar da nova geração (denominada Geração Y);
- Das seis bibliotecas entrevistadas, cinco acreditam que as redes sociais melhoraram a comunicação e o relacionamento com os seus usuários. Os pontos em que incidem essa melhora são: maior interação, pois há mais comentários, perguntas, críticas, elogios etc.; a linguagem é mais informal e dinâmica e o relacionamento mais pessoal/próximo, conseqüentemente, menos formal, o que facilita o contato;
- As bibliotecas são quase unânimes em dizer que não há um trabalho colaborativo entre elas. Somente um respondente indicou que há uma forma de cooperação realizada pela coordenadoria de bibliotecas, por meio da disponibilização de tutoriais;

---

<sup>5</sup> Software que possibilita a comunicação por videoconferência, audioconferência e/ou troca de mensagens instantâneas pela internet. (SKYPE, 2012). Endereço eletrônico: <<http://www.skype.com/intl/pt-br/home/>>.

- Três bibliotecas acreditam que o Facebook é a ferramenta que mais contribui para a melhoria da qualidade dos serviços e produtos da biblioteca, o Twitter foi citado duas vezes e o *blog*, o YouTube e o SlideShare uma vez cada um;
- Os entrevistados acreditam que as ferramentas de redes sociais trazem benefícios para as suas bibliotecas, eles citam como exemplos: maior interação e proximidade entre a biblioteca e os usuários; proporciona um contato mais informal; atinge um número maior de usuários; permite a divulgação de informações, serviços e produtos com um alcance maior e amplia a quantidade de serviços oferecidos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se que as redes sociais possibilitam novas formas de divulgação de informações, serviços e produtos para as bibliotecas, bem como de capacitação para seus usuários, por meio de tutoriais elaborados para esse fim. Hoje, conteúdos são pensados e concebidos nas bibliotecas somente porque há as redes sociais para a sua disponibilização. Isso resulta em inovações e agrega valor aos processos já existentes.

Com relação à comunicação com os usuários, verifica-se que as redes sociais permitem uma linguagem informal e dinâmica, propiciando um relacionamento mais pessoal, e abrem novos canais para comentários, sugestões, dúvidas, críticas, elogios etc.

No entanto, percebe-se que, em geral, as redes sociais são usadas como uma ferramenta estática de comunicação. E redes sociais, sobretudo, na internet, é troca, interação, participação, é muito mais do que uma simples ferramenta de comunicação de via única. Dessa forma, é importante que os bibliotecários responsáveis pelas redes sociais de suas instituições conheçam os princípios e fundamentos que norteiam essas redes visando seu uso consciente.

Os resultados obtidos por meio das entrevistas revelam que as BUs estão, ainda, em um estágio de experimentação com relação à utilização das redes sociais, já que os entrevistados afirmam a importância dessas ferramentas para as suas bibliotecas, acreditam nelas, mas, ao mesmo tempo, apresentam incertezas e inseguranças quanto ao próprio uso que está sendo feito por eles.

Apesar disso, acredita-se que as redes sociais podem contribuir para a melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos bibliotecários.

As redes sociais não solucionarão todos os problemas das BUs. Contudo, podem trazer mudanças positivas à medida que forem sendo incorporadas e integradas ao ambiente da informação bibliográfica. Trata-se de experimentar uma nova forma de comunicação, mais adequada à atual geração de estudantes, pesquisadores e docentes.

## REFERÊNCIAS

BOYD, D. M.; ELLISON, N. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Indiana, v. 13, n. 1, article 11, 2007. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Acesso em: 05 jun. 2011.



CASEY, M. *Library 2.0, Beta*. [S.l.]: LibraryCrunch, 11 Oct. 2005. Disponível em: <[http://www.librarycrunch.com/2005/10/library\\_20\\_beta.html](http://www.librarycrunch.com/2005/10/library_20_beta.html)>. Acesso em: 22 jun. 2012.

CHAT. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Chat>>. Acesso em: 16 jul. 2012.

CLICK, A.; PETIT, J. Social networking and Web 2.0 in information literacy. *The International Information & Library Review*, Sacramento, CA, v. 42, n. 2, p. 137-142, June 2010.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Redes sociais: revolução cultural na internet. *Revista.Br*, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 31-40, abr. 2010. Disponível em: <<http://cgi.br/publicacoes/revista/edicao03/cgibr-revistabr-ed3.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

CUNHA, M. B. A biblioteca universitária na encruzilhada. *DataGramZero - Revista de Ciência da Informação*, v. 11, n. 6, dez. 2010. Disponível em: <[http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art\\_07.htm](http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art_07.htm)>. Acesso em: 10 jul. 2011.

\_\_\_\_\_.; CAVALCANTI, C. R. de O. *Dicionário de biblioteconomia e arquivologia*. Brasília: Briquet de Lemos, 2008. 451 p.

CURTY, R. G. Web 2.0: plataforma para o conhecimento coletivo. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). *Fontes de informação na internet*. Londrina: Eduel, 2008. p. 53-78.

IBOPE MÍDIA. *Conectmídia: hábitos de consumo de mídia na era da convergência*. São Paulo: IBOPE, 2010. Disponível em: <[http://www.ibope.com.br/inteligencia/downloads/2010/1008\\_WIN\\_redes\\_sociais.pdf](http://www.ibope.com.br/inteligencia/downloads/2010/1008_WIN_redes_sociais.pdf)>. Acesso em: 02 nov. 2010.

JESUS, D. L.; CUNHA, M. B. Produtos e serviços da web 2.0 no setor de referência das bibliotecas. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 17, n. 1, p. 110-133, jan./mar. 2012. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/885/1010>>. Acesso em: 07 jul. 2012.

JONES, C. Baby boomers and Generation Y in the public library: keeping them both happy. An Australian perspective. In: KENNEDY, J. R.; VARDAMAN, L.; McCABE, G. B. (Ed.). *Our new public, a changing clientele: bewildering issues or new challenges for managing libraries?* Westport, Connecticut: Libraries Unlimited, 2008. p. 31-45.

MANESS, J. M. Teoria da Biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. *Informação & Sociedade: Estudos*, 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: 11 abr. 2010.

MARKGREN, S. Reaching out to Gen Y: adapting library roles and policies to meet the information needs of the next generation. In: KENNEDY, J. R.; VARDAMAN, L.; McCABE, G. B. (Ed.). *Our new public, a changing clientele: bewildering issues or new challenges for managing libraries?* Westport, Connecticut: Libraries Unlimited, 2008. p. 46-54.

RECUERO, R. C. Rede social. In: SPYER, J. (Org.). *Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. São Paulo: NãoZero, 2009a. p. 25-26. Disponível em: <<http://www.openinnovatio.org/wp-content/Para%20entender%20a%20Internet.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2010.

\_\_\_\_\_. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009b. 191 p.

\_\_\_\_\_. Redes sociais na internet: considerações iniciais, *Ecompós*, v. 2, p. 1-23, abr. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/28/29>>. Acesso em: 28 maio 2011.

SANTOS, C. F. et al. O processo evolutivo entre as gerações X, Y e baby boomers. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO - SEMEAD, 14., São Paulo. *Ensino e pesquisa em administração*. São Paulo: EAD/FEA/USP, 2011. Disponível em:



<<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhosPDF/221.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

SKYPE. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em:<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Skype>>. Acesso em: 16 jul. 2012.

TAPSCOTT, D. *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010. 445 p.

TOMAÉL, M. L.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. *Enc. Bibli: Revista Eletr. de Bibliotecon. Ci. Inf.*, Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 1º sem. 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>>. Acesso em: 21 jun. 2010.