



XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA,
DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

TEMA CENTRAL: Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:
como as bibliotecas podem contribuir com a implementação da Agenda 2030

Eixo 7 – Comunicação científica, formação do bibliotecário e o Ensino de Biblioteconomia

REVISTA ACB: a divulgação científica no Facebook

Eduardo Silveira

Doutorando em Ciência da Informação
pela Universidade Federal de Santa
Catarina.

E-mail: edusilveira1985@gmail.com

Priscila Machado Borges

Sena

Doutoranda em Ciência da Informação
pela Universidade Federal de Santa
Catarina.

E-mail: priscilassenac.ufsc@gmail.com

Evandro Jair Duarte

Doutorando em Ciência da Informação
pela Universidade Federal de Santa
Catarina.

E-mail: dujaev@gmail.com

RESUMO

Apresenta-se neste artigo o relato das estratégias de divulgação das publicações da Revista ACB por meio de sua Fanpage no Facebook. O estudo é caracterizado como exploratório descritivo, visto que explora a Fanpage da Revista ACB e descreve os resultados das postagens realizadas. A partir da periodicidade de três fascículos por ano foi atribuído para cada fascículo de 2016 uma estratégia de divulgação diferente, com a finalidade de encontrar a melhor maneira de divulgação para os próximos fascículos. Dessa forma, o processo de divulgação iniciou-se em 17 de agosto de 2016 e foi finalizado em 30 de maio de 2017. Constatou-se que o alcance e ações identificadas ocorreram tanto em temas contemporâneos da área como em temas emergentes, o que certifica a importância da revista para diferentes tendências da área da Biblioteconomia, bem como da Ciência da Informação. Verificou-se que as mídias sociais, neste caso o Facebook, podem contribuir como fonte de informação secundária para potencializar a divulgação científica, e por consequência a disseminação da informação e do conhecimento de e para os profissionais atuantes no mercado de trabalho.

Palavras- Chave: Periódico científico. Comunicação científica. Facebook. Revista ACB. Marketing.

ABSTRACT

This article presents the report on strategies for disseminating ACB Magazine publications through its Fanpage on Facebook. The study is characterized as descriptive exploratory, since it explores the Fanpage of the ACB Magazine and describes the results of the postings made. From the periodicity of three issues per year, a different disclosure strategy was assigned for each issue in 2016, in order to find the best way of disclosure for the next issues. Thus, the disclosure process began on August 17, 2016 and was finalized on May 30, 2017. It was found that the scope and actions identified occurred in both contemporary issues of the area and in emerging issues, which certifies the importance of the journal for different trends in the area



XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

TEMA CENTRAL: Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:
como as bibliotecas podem contribuir com a implementação da Agenda 2030

of Library Science, as well as Information Science. It was found that social media, in this case Facebook, can contribute as a source of secondary information to promote scientific dissemination, and consequently the dissemination of information and knowledge to and from professionals working in the labor market.

Keywords: Scientific Periodical. Scientific Communication. Facebook. ACB Journal. Marketing.

1 INTRODUÇÃO

A Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina é um periódico que há 21 anos publica pesquisas, relatos de experiências, resenhas, artigos de profissionais, professores, estudantes e pesquisadores. Trata-se de uma revista científica da área da Comunicação e Informação com estrato Qualis B2 na Capes (CAPES, 2017). O lançamento do primeiro número deste periódico ocorreu em 1996, passando a ser totalmente digital em 2005 (BLATTMANN, 2008).

Pode ser considerado um relevante meio de publicação científica, uma vez que apresenta o modelo de avaliação por pares e se compromete a divulgar trabalhos inéditos de cunho científico, com o objetivo de contribuir com a área e fortalecer a classe bibliotecária, bem como a grande área da Ciência da Informação.

Com a finalidade de aumentar a divulgação das ações promovidas pelo periódico, no início de 2016, a equipe editorial percebeu a necessidade de criar estratégias de divulgação das publicações da revista por meio de sua Fanpage no Facebook, visto que o índice de curtidas, que na época era de 297 curtidas (pessoas que curtiram a página) permanecia estável nos últimos meses.

A partir da periodicidade de três fascículos por ano foi atribuída, para cada fascículo de 2016, uma estratégia de divulgação diferente, com a finalidade de encontrar a melhor maneira de divulgação para os próximos fascículos. Dessa forma, o processo de divulgação iniciou-se em 17 de agosto de 2016 e foi finalizado em 30 de maio de 2017.



Posto isso, o relato apresentado baseia-se em um estudo exploratório descritivo, visto que explora a Fanpage da Revista ACB e descreve os resultados das postagens realizadas. Para tanto, nas próximas seções discorre-se sobre as fontes de informação na internet, redes sociais na Internet, o facebook como fonte secundária para a divulgação da informação científica, e na sequênciadetalham-se os resultados e discussão acerca das estratégias de divulgação estabelecidas.

2 FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET

Podendo ser entendidas “como tudo o que gera ou veícula informação” (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014), as fontes de informação tornam-se importantes meios para o atendimento das necessidades informacionais da sociedade da informação.

Rodrigues e Blattmann (2014), abordam que as fontes de informação podem abranger produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, sites e portais. Nota-se na abordagem dos autores, a presença das Tecnologias de Informação e Comunicação, que fizeram emergir novas fontes de informação trazendo em voga a necessidade da Gestão da Informação realizada com eficácia e eficiência.

Nessa perspectiva, segundo Tomaél (2008), a *Internet* é considerada uma fonte valiosa de informação que subsidia - com seus recursos - desde pesquisas de alta tecnologia até estudantes do ensino fundamental. Dessa forma, faz-se necessário compreender que a *World Wide Web* apresenta-se como uma plataforma de interface hipertextual que congrega diversas ferramentas e recursos para divulgação e para o compartilhamento de informações.

Sendo assim, por meio da *Internet* é possível o contato instantâneo com as informações dos mais diversos tipos, o que pode ser considerado positivo e negativo dependendo da seriedade das fontes que veiculam as informações. Isso porque, a informação tem por objetivo mudar a forma como o receptor visualiza algo, exercendo



algum impacto em sua maneira de julgar e de se comportar (DAVENPORT; PRUSAK, 1998).

Blattmann e Fragoso (2003), já observavam a alteração que a *Internet* casou na forma das pessoas se relacionarem, e a qualidade e a acessibilidade das informações. Uma vez que a exposição a inúmeras e variadas informações requer habilidades de gerenciamento destas para que sejam pertinentes às necessidades informacionais dos usuários.

Quando se trata das redes sociais na *Internet* esse processo de gerenciamento que envolve a identificação, seleção e disseminação de informações relevantes torna-se essencial para essas redes conquistarem credibilidade nos grupos que atendem. Para isso, faz-se necessário ter conhecimento das características das redes sociais na *Internet* e as possibilidades de trabalho a partir da organização das informações nelas dispostas.

3 REDES SOCIAIS NA INTERNET

As redes sociais na *Internet* são estruturas semelhantes a redes sociais do mundo real, apresentando propriedades similares às redes sociais do nosso cotidiano (RITZANN, 2012).

Na *Internet* uma rede se constitui por conexões, que são constituídas por nós, de maneira direta ou indireta, sendo esses nós são requerentes de outros nós nas intermediações, formando uma ampla rede de conexão (VAZ, 2004).

Segundo Recuero (2009), as redes sociais na *Internet* são representadas por estruturas de relações estabelecidas. No Quadro 1 aponta-se as características de uma rede social na internet.

Quadro 1 - Estruturas das redes sociais na *Internet*

Nomenclatura	Descrição
Grau de conexão	São as quantidades e conexões que um nó possui.
	É uma proporção do número de conexões de um grafo



**XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA,
DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

TEMA CENTRAL: Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:
como as bibliotecas podem contribuir com a implementação da Agenda 2030

Densidade	em relação ao número máximo de conexões ao número máximo que o mesmo grafo suporta.
Centralidade	É a medida de popularidade de uma mesmo nó.
Centralização	É a medida da extensão na qual a coesão de um grafo estaria centrada em pontos específicos do mesmo grafo. É capaz de determinar agrupamento nas redes sociais.
Multiplexidade	São as diversas qualidades e trocas que caracterizam uma determinada rede social.

Fonte: Recuero (2009, p. 71-80).

Nesta perspectiva, além das centralidades de uma rede, na *Internet* as redes sociais proporcionam também relações descentralizadas e verticalizadas, promovidas pelos produtores e consumidores de informação e conhecimento (FREIRE, 2010). As redes sociais promovem mudanças entre seus atores, hoje o que é um consumidor de informação pode amanhã ser um produtor de conteúdo.

As redes sociais na *Internet* conforme Cavalcanti e Nepomuceno (2006), são impulsionadas por informações à distância que são trocadas com baixo custo e alta velocidade, por um conjunto de indivíduos em um ambiente com várias direções de comunicação, baseado no paradigma da comunicação de muitos para muitos.

Essa possibilidade de comunicação em tempo real e a atratividade de comunicação entre os meios, faz das redes sociais na *Internet* uma grande ferramenta de disseminação de informação.

Para Tomaél, Alcará e Chiara (2005), a informação é o que move as redes sociais tornando-as um condutor estratégico importante, obstinado levando em consideração que a necessidade de informação é intrínseca do ser humano e das organizações, e as redes tratam-se do percurso natural para busca por informações.

Rocha *et al.* (2016) apresentou a relevância das redes sociais na *Internet* na divulgação de artigos e pesquisas científicas, destacando um percentual de 69% na percepção de benefícios desse tipo de disseminação. Constando ainda, que essas redes têm sido utilizadas mais frequentemente no âmbito acadêmico.



Cunha (2016) menciona que as redes também germinam possibilidades novas para a disseminação da ciência, criando maneiras de disponibilização de conteúdo que otimizam o processo de publicação, fazendo-o mais próximo do público interessado, mais familiar e com maior alcance e facilidade de acesso.

Para Araújo e Furnival (2016) o ciberespaço, conseqüentemente as mídias sociais, ocasionaram em uma mudança nas práticas científicas, pois seus autores tem nelas, um canal de grande alcance na divulgação e suas pesquisas. As mídias trazem aos pesquisadores um caminho para filtragem de novas fontes, bem como o contato imediato aos autores que divulgam nesse ambiente.

Nesse sentido, o facebook como uma rede social na internet, pode ser utilizado com uma fonte secundária de informação ao servir como ferramenta que conduz leitores a uma fonte primária, um periódico científico, por exemplo.

4 FACEBOOK COMO FONTE SECUNDÁRIA

O *Facebook* é uma rede social que foi fundada em 2004, com o objetivo de promover a interação entre pessoas, independente do lugar em que elas estão (TERRA, 2014; CARDOSO *et al.*, 2015). Em 2013, por exemplo, o *Facebook* representava mais da metade de todas as visitas em sites de mídia social Estadunidense, sendo também a rede social mais popular do mundo, com mais de 1,59 bilhões de usuários mensalmente (STATISTA, 2016).

Essa rede social tem o propósito de promover a comunicação entre indivíduos, de maneira online e a distância, em diversas perspectivas (formal e/ou informal), seja de cunho cultural, acadêmico, artístico, ou até mesmo de assuntos do cotidiano de cada indivíduo.

A localização de fontes de informação nessa ampla rede pode ser atribuída de várias formas, mas se faz necessário a devida atenção, pois nela é aceitável a inserção de conteúdo informacional por qualquer indivíduo que tenha uma conta cadastrada, permitindo o mesmo ser o criador de conteúdo ou divulgador de qualquer informação na web pela função compartilhar ou pela inserção do link do documento.



A rede social possibilita a criação de *Fanpages* que se tratam de páginas específicas dentro do Facebook direcionadas “para empresas, marcar ou produtos, associações, sindicatos, autônomos, ou seja, qualquer organização com ou sem fins lucrativos que desejam interagir com os seus clientes no Facebook” (ALDABRA, 2017). É possível inferir uma Fanpage como uma identidade visual de um canal de contato para os clientes e simpatizantes da entidade, seja ela uma pessoa física ou jurídica.

As Fanpages são recomendadas para busca de informação por serem disseminadoras de fontes de informações. Uma fonte dentro de uma Fanpage transmite um teor mais fidedigno, pois as entidades são responsáveis pelas postagens, o que demanda a necessidade de conteúdos com maior qualidade para serem divulgados e compartilhados, pois os mesmos são certificados e autorizados por cada página.

Posto isto, percebe-se a relevância da Revista ACB fazer uso dessa rede, não somente com a existência de uma fanpage, mas também com a criação de estratégias para torna-la mais interativa e de maior alcance. Na seção seguinte são apresentadas as estratégias estabelecidas para proporcionar maior visibilidade aos artigos publicados na revista, bem como os resultados e discussão destas.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fanpage da Revista ACB foi criada em setembro de 2013, e até o ano de 2016 disseminava informações referentes apenas a novos números, não havendo estratégias específicas de impulsionamento das publicações e da página. Foi a partir de 2016 que foram estabelecidas três estratégias de divulgação, detalhadas na sequência.

O fascículo um de 2016 teve como estratégia de divulgação três postagens por artigo, relato de pesquisa ou relato de experiência, ao longo de três dias seguidos cada um (ver Figura 1). Neste fascículo foram utilizados todos os dias da semana para divulgação, de segunda-feira a segunda-feira, no período de 17 de agosto de 2016 a 18 de outubro de 2016, entre 19h e 23h.



XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

TEMA CENTRAL: Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:
como as bibliotecas podem contribuir com a implementação da Agenda 2030

O primeiro fascículo do referente ano de estudo teve 21 documentos publicados, compondo ao todo um conjunto de 63 postagens na Fanpage da revista. As 63 postagens tiveram um alcance de 22076 visualizações, que resultou em 633 tipos de ações (curtidas, comentários, compartilhamentos, cliques em publicação). Estatisticamente resultou numa média aproximadamente de 350 alcances e 10 ações por postagem.

Individualmente o documento que obteve maior alcance e maiores ações em uma única postagem foi o artigo escrito por Santa Anna, Calmon e Oliveira (2016), que analisa a temática da representação documental em 12 bibliotecas diferentes recebeu em uma postagem o alcance de 990 perfis e 70 ações.

Somando as três postagens de cada documento, com 1598 de alcance, o relato de experiência de Burin (2016), foi o mais visualizado. O relato teve como pauta as ações que o grupo de bibliotecários da região serrana de Santa Catarina realizou entre os anos de 2012 e 2015.

Já o documento que recebeu o maior número de ações nas três postagens foi o artigo que aborda a música como fonte de informação dentro da biblioteca escolar de Sales e Sartori (2016). Este artigo recebeu 81 ações, totalizando uma média de 27 ações por postagem.

Figura 1 – Resultados da Estratégia 1 de divulgação da Revista ACB





Fonte: Elaborado pelos Autores (2017).

O fascículo dois de 2016 também teve como estratégia de divulgação três postagens por artigo, relato de pesquisa ou relato de experiência. Nesta estratégia as postagens de cada artigo foram sempre na segunda-feira, quarta-feira e sexta-feira, no período de 21 de novembro de 2016 a sete de janeiro de 2017, entre 13h e 19h (ver Figura 2).

O segundo fascículo teve em divulgação na Fanpage oito documentos, que resultou em 24 postagens. Em termos de alcance as 24 postagens somaram 9243 visualizações, que resultou em 156 ações dos indivíduos do facebook. Este resultado mostrou que a média de alcance nas postagens foi maior no segundo fascículo com aproximadamente 385ações por postagem. Já a média de ações por postagem no segundo número de 2016 diminuiu para aproximadamente 7 ações a cada nova inserção de conteúdo dos artigos na Fanpage da revista.

O documento que teve o maior alcance em uma postagem (615 visualizações) também foi o documento que recebeu o maior alcance no somatório de três postagens (1572 visualizações). De autoria de Oliveira e Mello (2016), o artigo versa sobre a qualidade de vida no trabalho em uma biblioteca universitária.

O maior índice de ações em uma única postagem, no total de 25, foi no relato de pesquisa de Costa, L. et al (2016), que analisa o uso das mídias sociais em periódicos da área da Ciência da Informação.

Já a maior concentração de ações somando as três postagens foi no relato de experiência de Fonseca e Azevedo (2016) que relata a Biblioterapia no Projeto Criando Sorrisos em uma instituição de Portugal. Com 30 ações o relato teve média de 10 por postagem, três ações a mais que a média total do fascículo dois.



Figura 2 – Resultados da Estratégia 2 de divulgação da Revista ACB



Fonte: Elaborado pelos Autores (2017).

O terceiro número do ano de 2016 foi resultante do 34º Painel Biblioteconomia em Santa Catarina. A estratégia atribuída para a divulgação ocorreu apenas com uma postagem de cada artigo publicado devido a quantidade de documentos. Os dias selecionados para a divulgação foram os de segunda-feira a sábado, no período de 18 de abril de 2017 a 30 de maio de 2017, todos lançados às 14h.

Foram divulgados 37 documentos em 37 postagens, que totalizaram em um alcance de 17877 visualizações, que originaram 562 ações. Esse resultado superou a média dos dois primeiros fascículos, sendo uma média de alcance por postagem de aproximadamente 483 visualizações e de 15 ações por postagem. Evidencia-se assim, o crescimento de interações dos indivíduos com a página.

O artigo de Costa et al (2016) que apresentou um diagnóstico das bibliotecas prisionais em Santa Catarina foi o artigo com mais alcance e ações, com 3618 visualizações e 213 ações (curtidas, compartilhamentos, comentários, cliques).



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste estudo, constata-se que o alcance e ações identificadas ocorreram tanto em temas contemporâneos da área como em temas emergentes, o que certifica a importância da revista para diferentes tendências da área da Biblioteconomia, bem como da Ciência da Informação.

Ao todo ocorreram 49196 visualizações e 1351 ações em apenas 124 postagens. Esse resultado também pode ser visto no progresso da página que de 297 seguidores antes do processo de divulgação aumentou para 647 seguidores, ou seja, um aumento de aproximadamente 118%.

Verifica-se dessa forma, que as mídias sociais, neste caso o Facebook, podem contribuir para potencializar a divulgação científica, e por consequência a disseminação da informação e do conhecimento de e para os profissionais atuantes no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- ALDABRA. **O que é uma Fanpage?** 2017. Disponível em: <<https://aldabra.com.br/artigo/o-que-e-uma-fanpage>>. Acesso em: 30 nov. 2017.
- ARAUJO, Ronaldo Ferreira de; FURNIVAL, Ariadne Chloe Mary. Comunicação científica e atenção online: em busca de colégios virtuais que sustentam métricas alternativas. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 21, n. 2, p. 68-89, dez. 2016. ISSN 1981-8920. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/27297>>. Acesso em: 27 dez. 2016.
- BLATTMANN, Ursula. Editorial. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 13, n. 2, p. 299-300, 2008. Disponível em: <<https://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/384/468>>. Acesso em: 24 nov. 2017.
- BLATTMANN, Ursula; FRAGOSO, Graça Maria. Emoção em tecnologia da informação e da comunicação. In: BLATTMANN, Ursula; FRAGOSO, Graça Maria. (Org.). **O zapear a informação em bibliotecas e na Internet**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.



**XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA,
DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

TEMA CENTRAL: Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:
como as bibliotecas podem contribuir com a implementação da Agenda 2030

BURIN, Camila Koerich. Grupo de Bibliotecários da Serra Catarinense: concepções e ações.

Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 224-233, dez./mar. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1120>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

CAPES. **Qualis Periódicos**. Disponível em:

<<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco et al. Utilização do facebook como meio de divulgação de fontes de informação pela biblioteca de referência Neab/Udesc. **Revista ACB**, v.20, n.1, p. 34-40, jan./abr., 2015.

CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. **O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

COSTA, Luciana Ferreira da et al. O uso de mídias sociais por revistas científicas da área da Ciência da Informação para ações de marketing digital. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 338-358, abr./jul. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1159>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

COSTA, Amabile et al. Bibliotecas prisionais catarinenses e a ausência do bibliotecário. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 874-885, ago./nov. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1256>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos / Livros, 2016.

DAVENPORT, Thomas H., PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

FREIRE, Isa Maria. A consciência possível para uma ética da informação na sociedade em rede. In FREIRE, Gustavo Henrique de Araújo (Org.). **Ética da informação**. João Pessoa: Ideia, 2010. p. 78-105.

FONSECA, Karla Haydê Oliveira; AZEVEDO, Fernando. Biblioterapia: relato de uma experiência no Lar de Idoso em Braga - Portugal. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 381-389, abr./jul. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1166>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

OLIVEIRA, Eunice Câmara de; MELLO, Josiane. Qualidade de vida no trabalho: um estudo realizado numa biblioteca universitária do Rio Grande do Norte. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 270-293, abr./jul. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1147>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.



**XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA,
DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

TEMA CENTRAL: Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:
como as bibliotecas podem contribuir com a implementação da Agenda 2030

RODRIGUES, Charles; BLATTMANN, Ursula. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, n.3, p.4-29, jul./set. 2014. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1515/1451>>. Acesso em: 24 jul. 2016.

ROCHA, Augusto Romeu Costa da et al. Redes sociais como ferramenta de divulgação de trabalhos científicos apresentados no Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo (ANPTUR). **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, out. 2016. ISSN 2525-8176. Disponível em: <<http://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/3713>>. Acesso em: 27 dez. 2016.

RITZMANN, Bárbara Nascimento Barbosa. **Redes sociais online como Fontes de Informação: considerações quanto ao modelo de uso da informação e ao modelo de criação de significado**. 2012. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

SALES, Fernanda de; SARTORI, Ademilde Silveira. Música como fonte de informação na escola: contribuições da biblioteca escolar. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 89-10, dez./mar. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1156>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

SANTA ANNA, Jorge; CALMON, Maria Aparecida de Mesquita; CAMPOS, Suelen de Oliveira. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 61-75, dez./mar. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1151>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

STATISTA. **Statisticsandfactsabout Facebook**. 2016. Disponível em: <<https://www.statista.com/topics/751/facebook/>>. Acesso em: 01 fev. 2017.

TERRA. **Facebook completa 10 anos: conheça a história da rede social**. 2014. Disponível em: <<https://tecnologia.terra.com.br/facebook-completa-10-anos-conheca-a-historia-da-rede-social,c862b236f78f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

TOMAÉL, Maria Inês (Org). **Fontes de Informação na Internet**. Londrina: EDUEL, 2008.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência de Informação**, Brasília, v.34, n.2, p.93-104, 2005.

VAZ, Paulo. Mediação e tecnologia. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (Orgs.). **A genealogia do virtual**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 216-238.