

## **Redes Sociais no Ambiente Profissional: fator de produtividade ou de distração?<sup>1</sup>**

**ANDREA Vasconcelos Carvalho\***  
**DIEGO Maradona Souza da Silva\*\***  
**MARTA Raquel Santos de Oliveira\*\*\***

### **Resumo:**

Aborda os impactos da Web 2.0 e da cibercultura no ambiente corporativo, considerando as novas possibilidades que as ferramentas da Web 2.0 oferecem para intercambiar informações, favorecendo a democracia na rede ao estimular o contínuo diálogo entre os *web* atores e dinamizar sua interação informações e organizações. Neste sentido, objetiva discutir os impactos da exposição e utilização da Web 2.0 no ambiente profissional. Os procedimentos metodológicos incluem pesquisas bibliográficas, em documentos impressos e eletrônicos, sobre o tema. Destaca os usos que as empresas brasileiras fazem das redes sociais, incluindo o monitoramento de seus funcionários para evitar abusos, perda de produtividade e a contaminação dos computadores por vírus. Explica que, diante das possibilidades de uso das redes sociais no meio corporativo, comunidades virtuais profissionais como LinkedIn Plaxo e Naymz vêm crescendo continuamente. Considera que o uso das redes sociais no trabalho pode ser saudável, desde que as organizações estabeleçam um tempo para que os funcionários naveguem nestes ambientes. Assim, conclui que organizações e empregados necessitam encontrar um ponto de equilíbrio e de consenso no uso das redes sociais no ambiente corporativo, visto que o gerenciamento dos canais de mídia social representa um caminho que fortalece as relações interpessoais do indivíduo e da empresa com o público interno e externo.

**Palavras-chave:** Web 2.0. Redes Sociais. Ambiente profissional. Produtividade.

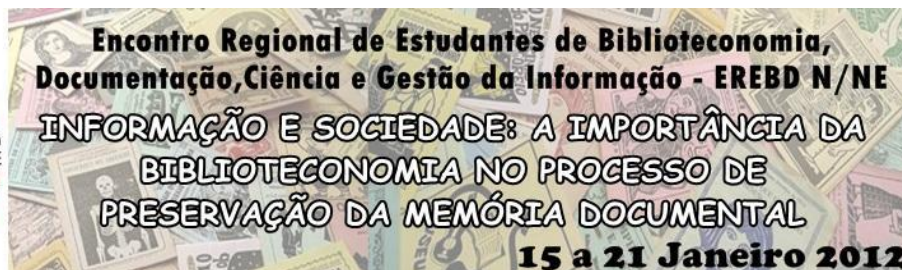
---

<sup>1</sup>Comunicação oral apresentada ao GT 5 – Memória, Gestão e Tecnologia da Informação e Comunicação.

\* Universidade Federal do Rio Grande do Norte - Professora Doutora Orientadora do Departamento de Biblioteconomia da UFRN – E-mail: [andrea@ufrnet.br](mailto:andrea@ufrnet.br).

\*\* Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduando em Biblioteconomia.  
E-mail: [dmss\\_biblio@hotmail.com](mailto:dmss_biblio@hotmail.com).

\*\*\*Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduanda em Biblioteconomia. E-mail: [martita\\_carioca@hotmail.com](mailto:martita_carioca@hotmail.com).



## 1 INTRODUÇÃO

A necessidade de comunicação é inerente à condição humana, tendo destaque em todas as civilizações como um processo social que envolve a participação e a conexão entre os indivíduos. Nesse contexto, a internet representa uma grande mudança e transforma o cotidiano dos indivíduos e das organizações, por possibilitar a superação das fronteiras geográficas, ampliando a visão de mundo e as possibilidades de relação entre os indivíduos.

No ciberespaço, as comunidades virtuais on-line evoluem rapidamente e a *cibercultura* estimula as pessoas a expressarem suas expectativas e opiniões. Assim, as novas possibilidades e facilidades de interação por meio dos recursos da Web 2.0 e seus impactos no ambiente corporativo são as razões que motivaram a realização deste trabalho.

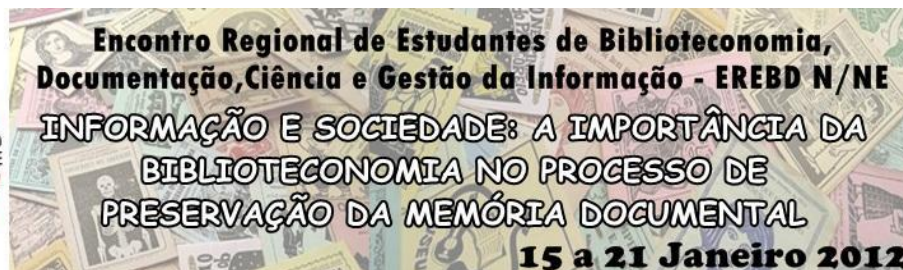
Dessa forma, objetiva-se levantar as possíveis causas e efeitos da exposição e utilização da Web 2.0 em ambientes profissionais, refletindo sobre como as organizações podem se beneficiar através do uso dessas ferramentas.

## 2 A WEB 2.0 E A CIBERCULTURA

Sabe-se que a “(...) internet é um conjunto de redes de computadores interligadas que tem em comum um conjunto de protocolos e serviços de uma forma que os usuários conectados possam usufruir de serviços de informação e comunicação de alcance mundial” (ARCANJO, 2010, p. 9). Desde que surgiu, a internet tem causado grandes transformações na vida dos indivíduos e estas mudanças são ainda mais profundas quando se fala na Web e na Web 2.0.

Em um primeiro momento, o maior atrativo da Internet, e mais concretamente da Web, foi possibilitar que o usuário interagisse com a informação de um modo novo.

A internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos (CASTELLS, 2003, p. 287).



Em um segundo momento, a Web 2.0, que é baseada na participação e colaboração *online*, oferece um novo espaço onde os usuários, ou Web atores, criam, comentam e compartilham conteúdos, diferentemente da web 1.0 onde era possível somente ler os conteúdos sem nenhuma participação do internauta. Na Web 2.0 a ênfase está nas pessoas que dispõem de diversas ferramentas Web 2.0, as quais estimulam a democratização na rede, estimulando os relacionamentos sociais das comunidades no ciberespaço. Neste espaço, os usuários podem usar as ferramentas da Web 2.0 para acrescentar, modificar, gerenciar e comentar continuamente os conteúdos. Na atualidade, várias pesquisas estão sendo feitas para entender como ocorre o uso da Internet e da Web 2.0 no mundo e que implicações este uso acarreta. Neste sentido, considera-se relevante destacar algumas pesquisas realizadas sobre a realidade brasileira.

Segundo estudo feito pela empresa de monitoramento, Ibope//NetRatings<sup>2</sup> “muitos dos nossos internautas cresceram já na era digital e têm essa ferramenta totalmente incorporada em seu dia-a-dia”, é o que afirma o analista de internet da empresa Alexandre Sanches Magalhães<sup>3</sup>.

Outra pesquisa feita pela Nielsen Company<sup>4</sup> mostra a grande participação dos brasileiros no que diz respeito ao uso das redes sociais em nível global. Em Abril de 2010, como mostra a pesquisa, o Brasil foi o campeão em uso das redes sociais a nível mundial, posto que dos internautas brasileiros, 86% são usuários da Web 2.0. A fala de Sperotto e Margarites comprova a realidade desse panorama:

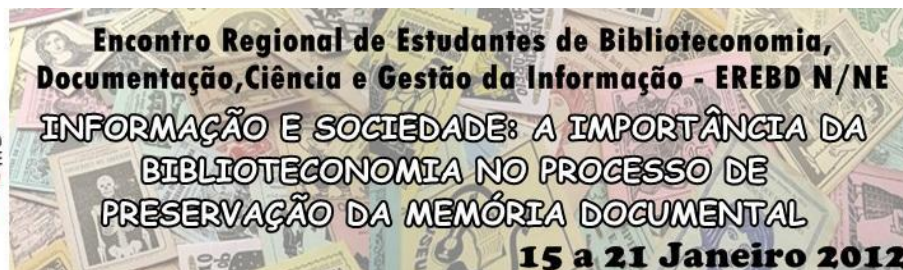
A popularização crescente do uso da Internet entre os brasileiros aponta para uma mudança na compreensão do papel que as redes assumem na contemporaneidade. Mesmo que entre os brasileiros a utilidade primária ainda seja meramente conversacional – no sentido de facilitar a interação com amigos, colegas, familiares e etc. – é possível perceber novos usos para as tecnologias, onde se destaca a oportunidade de criar e interagir com a informação que é disponibilizada na rede (SPEROTTO, MARGARITES, 2010, p.373).

---

<sup>2</sup> A medição do Ibope//NetRatings tem como base números coletados por um software instalado no micro de internautas. O programa, que indica quanto tempo essas pessoas passam on-line, monitora 220 mil usuários em 11 países diferentes.

<sup>3</sup> FOLHA.COM. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18722.shtml>. Acesso em: 26 Set. 2011.

<sup>4</sup> Disponível em <[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/social-media-accounts-for-22-percent-of-time-online/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/social-media-accounts-for-22-percent-of-time-online/)> Acesso em 18 dez.



A web brasileira ganha adeptos de todas as classes socioeconômicas, com a inserção de usuários de camadas mais populares. Neste sentido, merece destaque programas de inclusão digital como o “Computador Para Todos”.

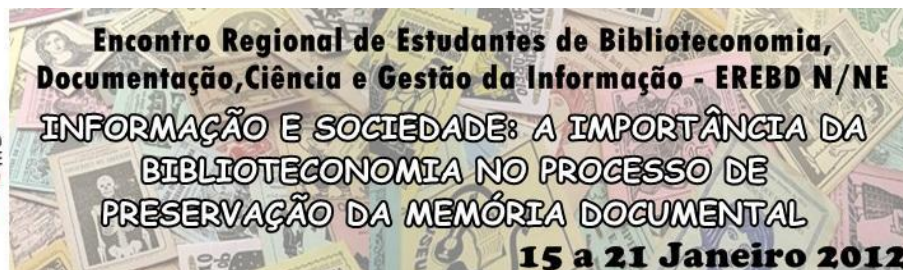
Essas mudanças se inserem no âmbito do movimento chamado *cibercultura* que pode ser compreendido como “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o ciberespaço, este o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (LÉVY, 1999, p.17). O autor ainda assegura:

O ciberespaço reproduzirá o mediático, o espetacular, o consumo de informação mercantil e a exclusão numa escala ainda mais gigantesca que hoje. Esta é, a grosso modo, a tendência natural das "supervias da informação" ou da "televisão interativa". Ou acompanhamos as tendências mais positivas da evolução em curso e criamos um projeto de civilização centrado sobre os coletivos inteligentes: recriação do vínculo social mediante trocas de saber, reconhecimento, escuta e valorização das singularidades, democracia mais direta, mais participativa, enriquecimento das vidas individuais, invenção de formas novas de cooperação aberta (LÉVY, 1996, p.117-118).

As redes sociais baseadas nos recursos da Web 2.0 tem se difundido bastante na contemporaneidade, tanto pelo uso individual quanto organizacional. Cabe destacar, no entanto, que não se trata de um fenômeno completamente novo, pois as redes sociais sempre existiram na sociedade através dos grupos humanos que se formavam em torno de circunstâncias ou objetivos comuns. Porém, na atualidade, graças aos recursos da Web 2.0 o modo como estes grupos se formam e interagem é bastante diferente. Rogério Costa (2005) relata que está ocorrendo novas formas de associação:

Se solidariedade, vizinhança e parentesco eram aspectos predominantes quando se procurava definir uma comunidade, hoje eles são apenas alguns dentre os muitos padrões possíveis das redes sociais. (...) Estamos diante de novas formas de associação, imersos numa complexidade chamada rede social, com muitas dimensões, e que mobiliza o fluxo de recursos entre inúmeros indivíduos distribuídos segundo padrões variáveis (COSTA, 2005, p.239).

A arquitetura da Web 2.0 faz com que os indivíduos dediquem cada vez mais o tempo livre interagindo com informações, pessoas e organizações nas redes sociais. Os usuários



querem a notícia em tempo real, fazem comentários, postam vídeos, produzem conteúdos que outrora eram produzidos e atualizados somente por especialistas e se comunicam com outros usuários. Passaram de meros expectadores passivos da Web 1.0 para usuários ativos na Web 2.0, e é nesse ambiente de participação e colaboração que está o ponto forte da web 2.0:

a conferência por computador pode fornecer aos grupos humanos uma forma de exercitarem a capacidade de 'inteligência coletiva' (...) um grupo bem sucedido exibirá um grau de inteligência maior em relação a qualquer um de seus membros (RHEINGOLD, 1996)<sup>5</sup>

De maneira geral, para melhor compreender os comportamentos e a forma de interação dos usuários diante do uso da internet, organizou-se uma divisão geracional como maneira representativa para visualizar tais características. Essa divisão pode ser representada, conforme Goossen (2009) citado por Matos (2010) em quatro gerações principais: Tradicionalistas, Baby Boomer, Geração X, Geração Y.

Os Tradicionalistas, que nasceram entre 1922 e 1945, no que diz respeito a utilização da internet, foram os que tiveram menos acesso. Provavelmente utilizaram a rede apenas para enviar e-mails e fazer leitura online.

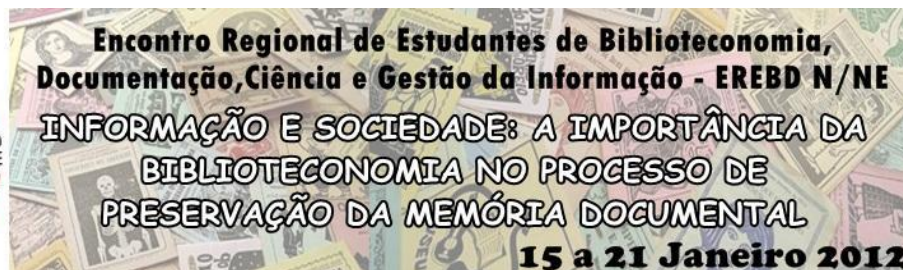
A Geração Baby Boomer, é caracterizada pelas pessoas que nasceram entre 1946 a 1964, ou seja, nasceram logo após a Segunda Guerra Mundial. Eram utilizadores da web 1.0, e demonstram pouco entrosamento com a web 2.0.

A Geração X, nascidos entre 1965 e 1980, está bem mais familiarizada com o uso da internet e são grandes utilizadores da Web 1.0 entretanto precisam se adaptar à lógica da Web 2.0 e se familiarizar com seus recursos.

Dentre os web atores, a Geração Y remete as pessoas nascidas a partir de 1980. Indivíduos desta geração são totalmente envolvidos com as novas tecnologias e antenados com o mundo virtual, em geral não separam a vida pessoal da profissional e são multitarefas, ou seja, realizam várias atividades ao mesmo tempo. Conforme relata Sperotto e Margarites (2010):

---

5 Documento eletrônico não paginado.



investigações mostram que os alunos que integram a comunidade, em sua maioria, são jovens que nasceram nos anos 80/90, uma geração que passou a infância convivendo cotidianamente com a televisão, um meio de comunicação onde as informações são transmitidas através da combinação entre sons e imagens. Estes estudantes pertencem a um grupo para quem as diferentes TIC (tecnologias de informação e de comunicação) lhes são familiares – trata-se da “geração digital”. Esta geração apropria-se dos dispositivos tecnológicos e os utiliza como um meio de sociabilidade, disseminação de possibilidades de conscientização, aprendizagem, entretenimento e pesquisa (SPEROTTO, MARGARITES, 2010, p. 372).

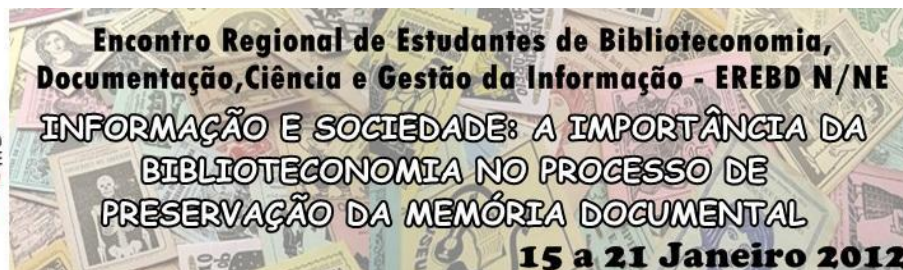
Apresentada de forma sucinta a divisão geracional dos web atores e suas principais características em relação à utilização da web, analisaremos como se dá a relação entre o ambiente empresarial e as redes sociais.

### 3 O MUNDO CORPORATIVO E AS REDES SOCIAIS

O Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (Ibramer) realizou uma pesquisa no ano de 2010 na qual mostra o percentual da presença e uso das redes sociais em 251 empresas brasileiras de médio e grande porte (Gráfico 1).

**Gráfico 1 - As redes sociais preferidas no mundo corporativo**





Fonte: Ibramec, 2010<sup>6</sup>.

Além de identificar os recursos da Web 2.0 preferidos no mundo corporativo brasileiro, a pesquisa da Ibramercc também identificou: as práticas mais comuns das empresas nas redes sociais, a percepção das organizações em relação aos possíveis benefícios trazidos pelo uso de tais recursos e os responsáveis pela atualização dos perfis das organizações na Web 2.0 e pelo monitoramento nestas redes, como se pode ver na Figura 2. Com base nos resultados obtidos nesta pesquisa, o diretor executivo da Ibramercc expressa 7:

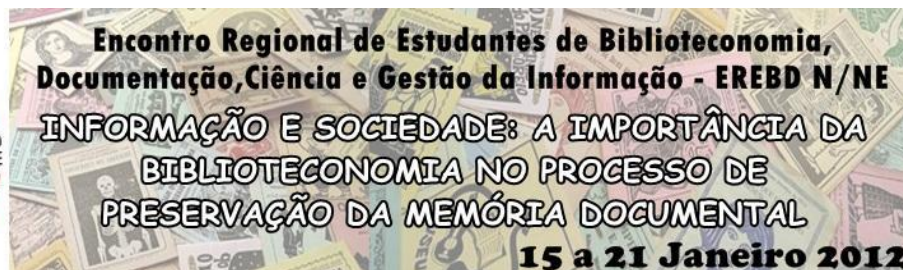
Apesar das redes sociais estarem num patamar de alta utilização pelas empresas, elas ainda são vistas como um canal complementar. Ou seja, todos entendem como um meio de comunicação muito importante, mas não fundamental. A maioria ainda está em fase de teste, buscando entender como isso realmente pode agregar ao seu negócio. (LOWENTHAL, 2010, ONLINE).

Figura 2 – Uso das redes no mundo corporativo



<sup>6</sup>Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/editorias/infografico-redes-sociais-preferidas-no-mundo-corporativo>> Acesso em: 16 Set. 2011. Documento eletrônico não paginado.

<sup>7</sup> HSM. COM. BR Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/editorias/infografico-redes-sociais-preferidas-no-mundo-corporativo>> Acesso em: 16 dez. 2011. Documento eletrônico não paginado.



Fonte: Ibramec,2010<sup>8</sup>.

Como se pode observar, nas organizações brasileiras não há consenso de opiniões nem uniformidade de padrões de uso das redes sociais. Isto também é evidenciado pelo depoimento de vários profissionais. O advogado Renato Opice Blum, especialista em direito digital, destaca o amparo que a legislação brasileira oferece as empresas de fazerem monitoramento on-line de seus funcionários. “É justo que a empresa possa tomar algumas atitudes para evitar atos ilícitos”, alega o advogado<sup>9</sup>. No entanto, Roberto Britto da consultoria internacional de RH Robert Half, relata “As empresas consideram que os funcionários deixarão de trabalhar e gastarão o tempo precioso mandando mensagens para os amigos”<sup>10</sup>. Outro relato é de Rodrigo Souza consultor da EZ Security comenta “Acredito que a conscientização do usuário vai ser o principal desafio das corporações para que os benefícios da web 2.0 possam ser usufruídos com segurança”<sup>11</sup>. Do mesmo modo, Lucio Tezotto, gerente de atendimento da Catho uma empresa de recrutamento online, expõe que a maioria dos funcionários tem acesso restrito à internet. “Tentamos deixar claro para o profissional que os recursos que disponibilizamos aqui não são deles, são da empresa” (TEZOTTO, 2009)<sup>12</sup>. Em apoio a essa afirmação o perito em crimes digitais e diretor da E-Net Security, Wanderson Castilho comenta uma displicência ocorrida no ambiente corporativo que terminou em demissão<sup>13</sup>:

um executivo de uma grande empresa colocou em seu Twitter um comentário sobre um time de futebol. O comentário foi feito em um domingo e, na semana seguinte, o profissional foi demitido. O problema, conta Castilho, é que o time era cliente da empresa. Muitas vezes, os funcionários não percebem que as redes sociais também levam o nome da empresa (CASTILHO, 2010).<sup>14</sup>

<sup>8</sup>Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/editorias/infografico-redes-sociais-preferidas-no-mundo-corporativo>> Acesso em: 16 Set. 2011. Documento eletrônico não paginado.

<sup>9</sup>Idem.

<sup>10</sup>DIAS, Tatiana de Mello. Internet no Trabalho: liberdade até que ponto?

<http://blog.isat.com.br/diversos/internet-no-trabalho-liberdade-ate-que-ponto>

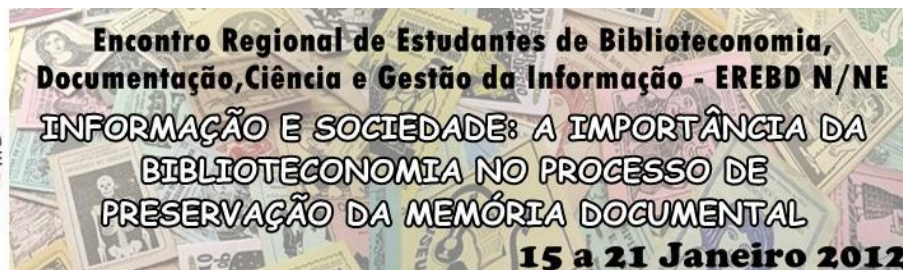
<sup>11</sup>Idem.

<sup>12</sup>Idem.

<sup>13</sup>INFOMONEY. Disponível em: < [www.infomoney.com.br](http://www.infomoney.com.br).> Acesso em: 18 dez. 2011.

<sup>14</sup>BLOG DO ALBÍRIO GONCALVES. Disponível em <<http://albirio.com/2010/04/>> Acesso em: 18 dez. 2011.





O blogueiro e também consultor empresarial Albírio Gonçalves comenta que “pessoas que navegam dentro de um limite de menos de 20% do tempo de trabalho são mais produtivas, rendendo cerca de 10% a mais em comparação com aqueles que não têm contato com a Internet”. Este é o resultado de um estudo polêmico da Universidade de Melbourne, na Austrália, no qual consta que funcionários produzem mais se puderem utilizar a Internet para diversão durante o expediente. No entanto Albírio alega “no acesso durante o expediente, é importante lembrar que a empresa possui responsabilidade (...) é necessário que seja levado em consideração os riscos de crimes virtuais e a infecção da rede da empresa por vírus, gerados por acessos inadequados”.

O vice-presidente do Facebook na América Latina, Alexandre Hohagen, expõe seu ponto de vista, aos internautas da Folha/UOL, acerca das redes sociais no ambiente corporativo <sup>15</sup>:

Internet e rede social é algo que já faz parte do dia a dia das pessoas, inclusive ajudando muito do lado de produtividade, comunicação e informação. Não faz mais sentido a proibição nas empresas. É o mesmo que acontecia no passado quando as companhias colocavam cadeado nos telefones. Não faz sentido (CECCONELLO, Carlos, 2011).

**Figura 3 - Distração Saudável.**



**Fonte:** Brent Coner/Unversidade Melbourne, Austrália.

<sup>15</sup>FOLHA.COM. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/965421-nao-faz-sentido-proibir-redes-sociais-no-trabalho-diz-executivo-do-facebook.shtml>. Acesso em: 15 Set. 2011.



Outra opinião de grande valia é a do presidente da Curriculum e especialista em recolocação profissional, Marcelo Abrileri que aponta cinco alternativas de possíveis soluções que podem satisfazer empregados e empregador<sup>16</sup>:

1. Fechar totalmente o acesso ao Facebook e aos outros sites de relacionamento;
2. Permitir o acesso livre e estabelecer uma cultura de responsabilidade e bom senso na navegação em redes sociais;
3. Permitir o acesso em horários específicos;
4. Adicionar horários de pausa durante o expediente, para aliviar o uso excessivo antes e depois do expediente;
5. Criar uma política de acesso diferenciada por nível hierárquico ou por departamento.

Em continuidade Abrileri relata:

Em todos eles há prós e contras. O importante é que os gestores conheçam sua equipe, o estilo de onde trabalham e o perfil dos funcionários, de modo a construir uma política alinhada com os dias de hoje e que seja adequada à empresa, equilibrando o clima organizacional, o rendimento dos colaboradores e os interesses da companhia (ABRILERI, 2011)<sup>17</sup>.

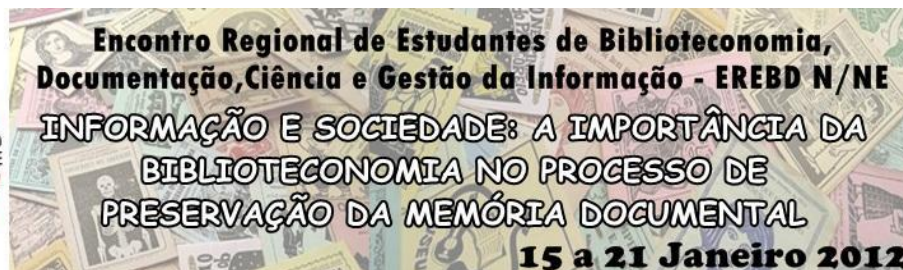
Cabe destacar a diferença entre redes sociais de relacionamento e as redes profissionais, isto é, as primeiras têm como foco principal a comunicação com amigos e familiares, já as segundas tem o foco nas relações entre profissionais para intercambiar informações relevantes para a carreira profissional de seus membros. O corpo empresarial prioriza aquelas redes que têm conteúdo e perfis comerciais para apoio e divulgação de pessoal técnico especializado, como é o caso, por exemplo, da LinkedIn, Plaxo e Naymz.

LinkedIn é uma rede voltada para os contatos e interesses profissionais do indivíduo do que as outras redes sociais, e é possível se ter uma idéia de seus gostos, focos e aspirações profissionais. Muitas empresas principalmente de TI já tem adotado como padrão analisar o perfil dos candidatos através da LinkedIn.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <http://albirio.com/tag/linkedin/>

<sup>17</sup> Fonte: InfoMoney. Disponível em <[www.infomoney.com.br](http://www.infomoney.com.br)> > Acesso em: 18 dez.



A Plaxo, embora não tão popular quanto o LinkedIn no Brasil, também oferece a possibilidade de relacionamento profissional. Uma grande característica do Plaxo, maior até que sua característica de possibilitar contatos profissionais, é a ênfase dada ao serviço de gerenciamento de tarefas pessoais, como agendas de endereço, calendário, bloco de notas e o próprio gerenciador de tarefas. Uma grande vantagem desta rede é a atualização frequente dos dados do usuário e permitir a integração com outros recursos da web 2.0.

O Naymz, também pouco conhecido no Brasil, também está voltado para a questão de ampliação de contatos profissionais via Web. Um diferencial interessante, é que esta rede promete mostrar como e quando as pessoas estão visualizando o perfil do usuário, além de manter uma boa visibilidade em buscadores como Google, Bing e Yahoo!.

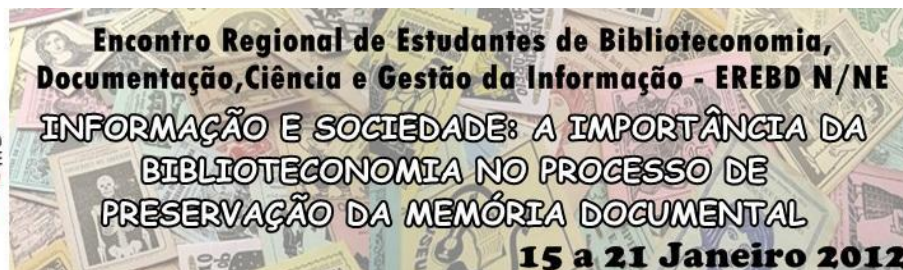
#### **4 METODOLOGIA**

Para a elaboração deste artigo foi utilizada como metodologia, a pesquisa bibliográfica em documentos impressos e também a pesquisa em meio eletrônico e digital. Destaca-se, no que diz respeito à pesquisa bibliográfica eletrônica, a consulta a informações relevantes a temática em periódicos científicos, jornais, portais de informação e alguns recursos da Web 2.0 como blogs e outros.

#### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do que foi colocado, pode-se inferir a importância das redes sociais no ambiente de trabalho. Além de favorecer e fortalecer os contatos profissionais, o uso das redes pode ser bastante benéfico. O número de usuários que utilizam as redes sociais é cada vez maior, de modo que conhecer e utilizar essas facilidades no dia a dia seja no âmbito pessoal ou a nível profissional se torna imprescindível.

Um ponto importante a ser reforçado sobre as ferramentas da web 2.0 é a preocupação sobre a maneira como tais ferramentas serão utilizadas e poderão ser úteis nos ambientes corporativos. Criar perfis nas redes sociais para uma empresa, por exemplo, sem fomentar condições coerentes para sua manutenção é falta de bom senso e pode prejudicar a



credibilidade da instituição. Por outro lado, a sua presença, de maneira planejada e estruturada, cria maneiras de dinamizar e tornar eficiente o trabalho, seja na divulgação e marketing de um produto, seja no estabelecimento de novos contatos ou atualização da rede profissional. Assim, é importante que empresas e trabalhadores encontrem uma alternativa de emprego das ferramentas da Web 2.0 no ambiente corporativo que dinamize o trabalho e potencialize os resultados empresariais. Isto é especialmente necessário quando se considera que grande parte da força de trabalho atual e futura é formada por profissionais da Geração Y que tem no uso dos recursos da Web 2.0 algo inerente a seu modo de lidar com a informação e de se comunicar.

## REFERÊNCIAS

ARCANJO, Sérgio Miguel. **A Influência das Redes Sociais Virtuais no Ambiente de Trabalho**. Guarulhos, 2010. Disponível: <<http://pt.scribd.com/doc/33540049/Monografia-v6-A-Influencia-das-Comunidades-Virtuais-nas-Organizacoes>> Acesso em: 19 Set. 2011.

ÁVILA, Pe. Fernando Bastos. *Pequena enciclopédia de moral e civismo*. 2. ed. Brasília: Fename, 1975.

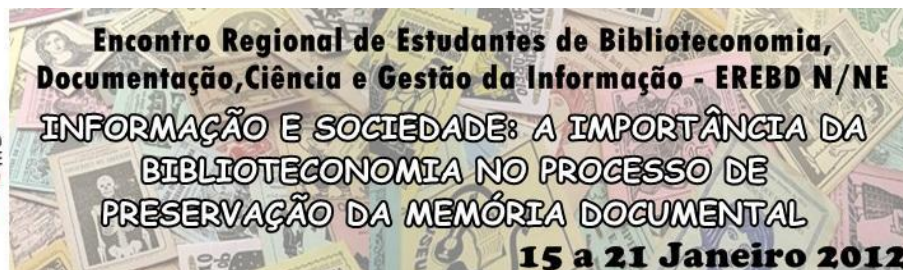
BLOG do Abílio Gonçalves. Disponível em: <<http://albirio.com/tag/linkedin/>> Acesso em: 12 Dez. 2011.

CARPANEZ, Juliana. **Brasil lidera tempo de uso da internet residencial**. Folha Online, 2005. Disponível em: FOLHA.COM. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18722.shtml>> Acesso em: 26 Set. 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COSTA, Rogério. **Por um novo conceito de comunidade**: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. Interface - Comunicação, Saúde e Educ., v.9, n.17, 2005.

DIAS, Tatiana de Mello. **Internet no Trabalho**: liberdade até que ponto? São Paulo, 30 nov. 2009. Caderno Link, p.L6: L7.



FOLHA.COM: Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/965421-nao-faz-sentido-proibir-redes-sociais-no-trabalho-diz-executivo-do-facebook.shtml>> Acesso em: 15 Set. 2011.

HSM.com. BR. **Infográfico**: As redes sociais preferidas no mundo corporativo.

INFOMONEY. Disponível em <[www.infomoney.com.br](http://www.infomoney.com.br)> Acesso em 18 dez. 2011.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual**. Tradução de: Neves. São Paulo: Ed.34, 1996.

MATOS, Rodrigo Nunes. **O uso da Comunicação Digital no segmento da estética e cosmética**: um estudo de caso do SPA Recanto. Acesso em 18 dez. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/regional/resumos/R21-0144-1.pdf>>

NAYMZ. Disponível em < <http://www.naymz.com/about.action> > Acesso em: 12 dez. 2011.

NIELSENWIRE. Disponível em: < [http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/social-media-accounts-for-22-percent-of-time-online/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/social-media-accounts-for-22-percent-of-time-online/)> Acesso em 18 dez. 2011.

PLAXO. Disponível em < <http://www.plaxo.com/products?src=header>> Acesso em: 12 dez. 2011.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és**: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Revista FAMECOS: Porto Alegre, nº 38, abril de 2009, quadrimestral.

RHEINGOLD, Howard. **A Comunidade Virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996. Disponível em: [http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?grup=19&id=335&idioma=pt](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=19&id=335&idioma=pt). Acesso em 16 Set. 2011.

SPEROTTO, Rosária Ilgenfritz, MARGARITES, Ana Paula Freitas. **Vídeos do YouTube no Orkut**: uma possibilidade educativa numa rede social?. Rev. eletrônica Mestr. Educ. Ambient. ISSN 1517-1256, v. 25, julho a dezembro de 2010. Disponível em: <<http://www.remea.furg.br/edicoes/vol25/art27v25.pdf>> Acesso em: 18 Set. 2011.

STEVEN, Johnson. Cultura da Interface. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.