

**O PODER DAS REDES SOCIAIS NA PRÁTICA DO SERVIÇO DE REFERÊNCIA  
EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS**

**Giane da Paz Ferreira Silva**

**Jaciane Freire Santana**

**Ana Lúgia Feliciano dos Santos**

**Roseane Souza de Mendonça**

**RESUMO**

Os avanços das tecnologias e os apelos das mídias tornam os usuários cada vez mais exigentes, sobretudo no meio acadêmico. Nas bibliotecas universitárias o impacto dessas mudanças tem sido maior no Serviço de Referência, exigindo do profissional da informação um aprendizado contínuo. Nesta perspectiva, o objetivo deste estudo é apresentar o *Facebook* como principal rede social utilizada pela Biblioteca Setorial do Centro Acadêmico de Vitória (CAV/UFPE) como ferramenta estratégica do Serviço de Referência para promover maior interação com os usuários onde quer que eles estejam. A metodologia utilizada foi o estudo de caso, mediante pesquisa exploratória a partir da análise do *Facebook* da biblioteca após seu processo de transformação em uma página institucional, com uma agenda temática permanente baseada no interesse de seus seguidores. Para coleta de dados foram utilizadas a pesquisa documental e análise das informações gerenciais e dados estatísticos obtidos diretamente na página do *Facebook*. O resultado do estudo indicou que utilizar essa rede social se constitui numa nova perspectiva de divulgação dos serviços e de interação com os usuários em tempo real. Da mesma forma, a possibilidade de gerenciar as informações a partir do envolvimento dos seus seguidores configura-se em um elemento estratégico para as bibliotecas universitárias.

**Palavras-Chave:** Redes sociais; Serviço de Referência; Bibliotecas universitárias; *Facebook*.

**ABSTRACT**

Technology's advances and media's appeals make the users more exigents, especially in the academic environment. At Universities' libraries the impact of this changes has been bigger in Reference Service, requiring of the information's professional an unbroken knowledge. Thereby, this study objective is to introduce the Facebook as the main social network used in Setorial Library of the Vitória's Academic Center (Centro Acadêmico de Vitória - CAV/UFPE) as strategic tool of Reference Service to promote a better interaction with the users, wherever they are. The methodology used was a case study, by an exploratory research through the analysis of the library's Facebook after a transformation process of your followers in an institutional page, with a permanent thematic agenda based on followers' wishes. For data collection was used the documental research, analysis of management informations, and statistic informations obtained straight from the Facebook's page. The study result demonstrated that using this social network is a new perspective to services propagation and interaction with the user in a real time. Therefore, the possibility to manage the information from the involvement of its followers is a strategic element for Universities' libraries.

**Keywords:** Social Networking; Reference Service; Universities's Libraries; Facebook.

## 1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas universitárias são desafiadas constantemente a inovarem na prestação de serviços como forma de se fazerem presentes e acompanharem de perto as mudanças tecnológicas e de perfil dos usuários da informação. Deste modo, no momento onde os avanços da tecnologia e os apelos das mídias tornam os usuários cada vez mais exigentes é no Serviço de Referência das bibliotecas que se observa o maior impacto.

Então é sob essa perspectiva que o profissional da informação se depara com usuários totalmente voltados para o uso de recursos eletrônicos, extremamente preocupados com o fator tempo e questionadores sobre os mais diferentes temas. Por outro lado, as mídias tornam-se obsoletas rapidamente, a carência de pessoal para fazer atendimento de ponta é grande e o universo de informação que circula na rede é inalcançável. Por essa razão, de que forma o Serviço de Referência pode acompanhar esse mundo em mudança e esse usuário que caminha juntamente a passos largos?

Desde a década de 90, já era notório o poder extraordinário da internet e como afirma Castells (1999, p.378)

[...] Criaram-se várias redes comerciais de serviços por computadores que ofereciam serviços baseados em uma grade organizada, com preços adaptados. Mas a capacidade da rede é tal que a maior parte do processo de comunicação era, e ainda é, grandemente espontâneo, não organizado e diversificado na finalidade e adesão. De fato, os interesses comerciais e governamentais são coincidentes quanto ao favorecimento da expansão do uso da rede: quanto maior a diversidade de mensagens e de participantes, mais alta será a massa crítica da rede e mais alto, o valor.

Sem dúvida alguma, tanto a internet quanto o desenvolvimento das tecnologias da informação causaram forte impacto na sociedade. Mas, analisando a afirmativa acima e contextualizando para os dias atuais, os serviços que circulam na rede de fato só aumentam e em contrapartida no mundo acadêmico esse nicho é ainda maior, a massa crítica está ainda mais presente e essa realidade para todos é lugar comum. Por outro lado, a explosão informacional exige profissionais capazes de criar filtros, articular ideias e buscar recursos informacionais que permitam que a informação alcance seu fim de maneira ágil, segura, organizada e com credibilidade, poupando o tempo dessas pessoas. E poupar o tempo das pessoas, foi uma responsabilidade desde sempre dos bibliotecários amparados na quarta lei de Ranganathan: ‘poupe o tempo do leitor’, tão propagada no mundo da Biblioteconomia (FIGUEIREDO, 1992). Assim, fica lançado o desafio aos bibliotecários do Século XXI, se vire nos trinta e fique por dentro de tudo, se antecipe à demanda e localize rapidamente aquela informação tão preciosa nessa emaranhada teia que é a Web.

Diante do exposto, a equipe de bibliotecários da Biblioteca Setorial do Centro Acadêmico de Vitória (BIBCAV/UFPE), resolveu aceitar o desafio e para tal lançou mão do uso das redes sociais na prática do Serviço de Referência como aliadas no processo de interação com os usuários.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

Na definição de Martins e Ribeiro (1986, p. 10), a palavra referência é proveniente do latim, *referentia*, que tem como significado a ação de referir, relatar, contar. Quanto ao verbo referir, proveniente do latim, *refere*, pode ser traduzido como o ato de responder, repetir, informar. Neste sentido, um Serviço de informação tem como função social investigar o que se conhece sobre determinado assunto, proporcionando ao usuário tanta informação quanto seja necessária para preencher uma lacuna em seu conhecimento (FOSKETT, 1969).

Tradicionalmente as bibliotecas universitárias ocupam lugar de destaque pela prestação de serviços de referência aos usuários. O Serviço de Referência como concebido na atualidade teve sua menção pela primeira vez nos anais da 1ª. *Conferência American Library Association* (ALA), realizada em 1876, na Philadelphia, Estados Unidos.

No período de 1870 a 1950, predominantemente, o Serviço de Referência estava relacionado ao auxílio do bibliotecário aos leitores no momento da utilização de livros, ficando restrito ao espaço da biblioteca e tendo por finalidade o estudo e pesquisa. (MORENO, 2005). Hoje com o uso intensivo das redes e com os recursos tecnológicos disponíveis o Serviço de Referência extrapola as barreiras físicas e geográficas. Todavia a prestação do serviço não pode deixar de privilegiar quatro importantes funções como descreve Mangas (2007) no quadro a seguir:

**Quadro 1 - Funções do Serviço de Referência**

FUNÇÕES DO SERVIÇO DE REFERÊNCIA	DESCRIÇÃO
ACOLHER	Receber com simpatia e profissionalismo os usuários. [...] O Serviço de Referência é o serviço por excelência que faz a ponte entre a biblioteca e a comunidade a quem serve. Cabe ao bibliotecário de referência desempenhar o papel de relações públicas.
INFORMAR	Resolver as perguntas e as pesquisas dos usuários.
FORMAR	Ensinar os usuários na utilização dos serviços e dos recursos da biblioteca.
ORIENTAR	[...] Ajudar os usuários dentro da biblioteca na localização das obras ou encaminhá-los para os serviços que melhor possam responder às suas necessidades. Aconselhar os utilizadores na seleção de uma obra, fonte ou recurso de informação.

Fonte: MANGAS, 2007.

O Serviço de Referência na era digital traz na essência os mesmos preceitos do serviço presencial, porém, integra a possibilidade de servir como portal para outras fontes de informação atraindo um maior número de usuários e auxiliando na recuperação da informação em menor tempo.

Com o objetivo de dar maior agilidade no atendimento às questões de referência, os serviços de referência virtual surgiram no final da década de 80, nos EUA em paralelo com a disponibilização dos catálogos das bibliotecas na internet. (ARELLANO, 2001). No Brasil, as bibliotecas virtuais surgiram na época da popularização da internet na década de 90 e provocaram mudanças na forma de organizar a informação e disponibilizar os serviços. Por outro lado, o perfil do usuário também se transformou e o contato com as bibliotecas deixou de ser apenas físico. Apesar das mudanças ocorridas a finalidade do Serviço de Referência e informação continua sendo permitir que as informações fluam eficientemente entre as fontes de informação e quem precisa de informação. (WHITAKER, 1985 *apud* GROGAN, 2001).

Por essa razão, atualmente as redes sociais surgem como importantes meios de comunicação e ferramentas do Serviço de Referência, sendo impossível negar a forma como influenciam e mudam a vida e rotina das pessoas, seja pela agilidade de comunicação, interação ou poder de atração. Observa-se hoje inúmeras formas de comunicações digitais, bate-papo, twitter, Orkut, *Facebook*, LinkedIn, sem contar com outros meios facilitadores como o Skype, *Hangouts*, Viber e assim por diante. A questão é: Como tornar essas ferramentas aliadas no Serviço de Referência, tirando o máximo de proveito das vantagens oferecidas? Nessa perspectiva, a concepção do uso das redes sociais está atrelada ao seu papel na sociedade do conhecimento, assim definida a sociedade na qual a informação tem valor primordial.

Sob esse olhar, este trabalho tem como foco apresentar especialmente o uso de uma página de fãs ou seguidores no *Facebook* (*Fan Page*), como ferramenta estratégica de comunicação com os usuários da biblioteca.

Para tanto, é importante historiar um pouco como surgiu a biblioteca do Centro Acadêmico de Vitória (CAV). Trata-se de uma biblioteca setorial integrante do sistema de bibliotecas da UFPE, que atualmente é composto por 13 unidades, onze no Campus Recife e duas no interior do Estado.

Nos últimos anos a interiorização do ensino superior como política do Governo Federal concorreu para que a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) fosse levada ao interior do estado de Pernambuco, visando proporcionar a população de várias cidades do Agreste e Zona da Mata o acesso ao ensino público, gratuito e de qualidade. A iniciativa deu

origem à implantação de dois novos Campi da UFPE nas cidades de Caruaru e Vitória de Santo Antão, a partir do ano de 2006. Como consequência, não menos relevantes, foram os esforços para realizar a expansão das bibliotecas universitárias com vistas a promover o acesso à informação à comunidade universitária e a população em geral.

Atualmente o Campus Vitória já oferece dois mestrados e seis graduações a 1.378 alunos, além de contar com 106 residentes, sendo um espaço de referência para a população da Zona da Mata pernambucana, a formação de recursos humanos na área de saúde e na oferta de ações de extensão universitária (REYNALDO, 2014).

Essa realidade demonstra que apesar da criação das bibliotecas universitárias ocorrer nos mais diferentes contextos e em realidades muitas vezes adversas, fatores como a insuficiência de recursos humanos para oferecer serviços de informação tão almejados pelos usuários, não devem se constituir em obstáculos para vencer desafios. Frente a isso a Biblioteca Setorial do CAV desde sua criação em 2006, tem direcionado seus esforços para a prestação de serviços de qualidade aos seus usuários.

Além dos serviços de rotina comuns a uma biblioteca universitária, a Biblioteca oferece serviços como a pesquisa em bases de dados e os treinamentos no Portal de Periódicos da Capes para acesso ao texto completo das publicações científicas nacionais e estrangeiras; disponibiliza o catálogo *online*; serviço de renovação e reserva de livros via internet; tutoriais eletrônicos de serviços; biblioteca digital institucional BDTD/UFPE; repositório institucional do CAV; realiza disseminação seletiva da informação e promove a interação constante com os usuários através das redes sociais.

Diante da possibilidade de utilizar algumas plataformas Web para diferentes fins como: publicação (Blog, Weblog, Web TV, Microblog, Youtube, Twitter), discussão (Fórum, Grupos de trabalho), compartilhamento (Youtube, Slideshare, Flirck, Dropbox, Pinterest, Instagram, WhatsApp), relacionamento (*Facebook*, Hi5, Orkut, LinkedIn), agregação (motores de busca) e colaboração (Wiki collaboration, Email).

Acerca das redes sociais Pontes e Santos (2011, p.4) apontam que estas atuam como um processo dinâmico de trocas de informações, contribuindo para a interligação de indivíduos através da distribuição de informação e da comunicação. Para corroborar essa informação Bernardino, Suaiden e Cuevas-Cerveró (2014) consideram que a popularização das redes sociais como canais de comunicação tanto formais quanto informais surge como forma de se obter informação rápida, atualizada e de maior alcance.

A história do *Facebook* foi registrada no filme “A Rede Social” que mostra a criação do site de relacionamentos mais popular da internet. A rede surgiu como uma ideia inovadora

de um jovem estudante da Universidade de Harvard, nos EUA, durante o ano de 2004. Nos anos que se seguiram à fundação do *Facebook* as bibliotecas universitárias passaram a utilizar a rede social como verdadeira aliada na prestação de serviços.

Com o intuito de dar visibilidade à biblioteca, informar, atuar como um canal de comunicação, trabalhar em tempo real, facilitar o acesso, gerenciar algumas atividades de atendimento ao público, divulgar a produção científica, criar a memória institucional a partir de um banco de imagens, disponibilizar ferramentas de capacitação científica e promover a disseminação seletiva da informação, a partir de 2012 utilizou-se o *Facebook* como principal rede social.

Essa realidade motivou o uso do *Facebook* como ferramenta do Serviço de Referência partindo da experiência e observações diretas realizadas in loco. Muitas das informações institucionais e operacionais emergenciais criadas na unidade não chegavam aos usuários, ou quando acontecia, ocorriam muitas vezes tardiamente. Assim, a adesão e formulação da página no *Facebook* primaram em promover maior divulgação da biblioteca entre os usuários da própria Universidade.

Entretanto, após alguns meses de uso do *Facebook* a preocupação era: o que fazer para atingir um número maior de usuários e disseminar o maior número de informações possíveis? Para isso, alguns questionamentos surgiram: Como promover maior divulgação da biblioteca do CAV no *Facebook*? Como fazer Marketing viral no *Facebook*? Como atrair mais usuários (professores, alunos e a comunidade em geral) para o *Facebook*? Quais as estratégias de marketing para as redes sociais? E como elaborar as melhores postagens para manter os usuários sempre interessados no *Facebook* da Biblioteca?

Para atingir esse objetivo optou-se por adotar uma página de fãs para a biblioteca<sup>371</sup> (ou *fan page* termo em inglês) diferentemente do primeiro uso do *Facebook* pela biblioteca que era através de um perfil, porém esse tipo de conta tem caráter altamente pessoal. Na prática esse perfil permite procurar amigos, conectar-se, publicar imagens, textos e vídeos, de forma compartilhada ou privada com os contatos. Entretanto, os perfis tem um limite de até cinco mil amigos, situação que não é interessante quando se trata de uma instituição.

Esse tipo de página é voltado para propósitos de utilização profissional com a criação de conteúdos direcionada àqueles que têm um particular interesse na instituição ou organização. Desta forma, essa opção está sendo cada vez mais utilizada para divulgar os produtos e serviços através da publicação de imagens, textos e vídeos. Isto porque,

---

<sup>371</sup> Disponível em: <https://www.Facebook.com/bibliotecaCAV>

diferentemente de um perfil, onde apenas os amigos podem acessar os conteúdos, uma página de fãs está disponível a todos (seguidores ou não) e são passíveis de serem indexadas pelos motores de busca. Não existe limitação para a quantidade de fãs e qualquer indivíduo pode seguir a página ou tornar-se fã sem necessidade da autorização prévia do administrador.

Da mesma forma, é permitido ao administrador excluir um seguidor se houver necessidade e do ponto de vista gerencial é possível obter dados estatísticos sobre as visitas e participação dos fãs nos temas abordados na página. Outro fator é que para fins de controle da página, semanalmente é enviado um e-mail para o administrador com dados estatísticos sobre as atividades (número de interações, entradas e saídas de fãs, *feedback* aos conteúdos inseridos, entre outros). Essas informações foram decisivas para a biblioteca no processo de tomada de decisão pela migração do perfil pessoal para uma página de fãs.

### **3 MATERIAIS E MÉTODOS**

Para a consecução do trabalho optou-se por realizar uma pesquisa exploratória, buscando o levantamento teórico sobre o tema, investigando as nuances do objeto, concorrendo para o aprimoramento de ideias e descoberta de intuições. (MICHEL, 2009). O método utilizado foi o estudo de caso este, para Yin (2005), e Calazans (2007) é um estudo empírico que investiga o fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência.

Por essa razão o presente estudo ateu-se a seu objeto de pesquisa que tratou o uso do *Facebook* como ferramenta do Serviço de Referência na Biblioteca Setorial do Centro Acadêmico de Vitória (CAV/UFPE), atento ao processo de mudança de configuração do perfil da página da Biblioteca do CAV no *Facebook*. Para tal procedimento, foi realizado inicialmente um levantamento documental sobre as vantagens e desvantagens de uso do *Facebook*. Em seguida, buscou-se analisar quais as variáveis que interferiam no uso e alcance dessa rede social com o objetivo de facilitar o processo de tomada de decisão. Na fase de mudança, foi necessário o envolvimento da equipe, gerando uma série de discussões para proceder à reformulação da página.

Como forma de tornar a página da biblioteca mais atrativa aos seguidores e atrair novos, foram definidas algumas estratégias para manutenção e vivacidade. O ponto de partida foi o estabelecimento de uma agenda das principais temáticas a serem tratadas na rede social. O cronograma foi estruturado com dias fixos para cada temática (Vide Figura 1).

**Figura 8: Cronograma de publicações para o *Facebook* da biblioteca**



A partir do estabelecimento destas diretrizes para a alimentação da página no *Facebook* a equipe de bibliotecários tem unido esforços no sentido de formular conteúdos que prezem pela ética, especialmente porque as publicações divulgadas recaem sobre a instituição e/ou organização.

#### **4 RESULTADOS PARCIAIS**

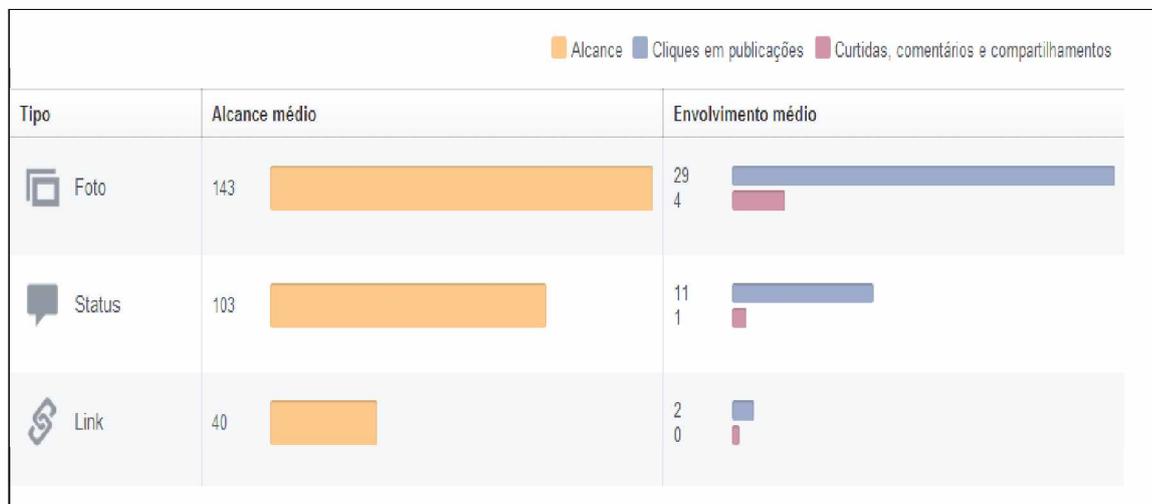
Para atrair os usuários e manter um canal de comunicação mais ágil e eficiente a presença da Biblioteca Setorial do CAV nas Redes Sociais foi um passo fundamental, pois essa experiência tem permitido que o público acompanhe e se mantenha informado sobre seus produtos e serviços além de permitir a criação de estratégias de divulgação e disseminação da informação totalmente focada em seus interesses.

Os resultados dentre outros dados apontam que a Disseminação Seletiva da Informação (DSI) é um conceito válido e útil para a disseminação de conteúdos por ser considerada uma das técnicas mais eficazes para o controle, seleção e divulgação do que é publicado no mundo. (STRONG, 2004). Neste contexto, as redes sociais surgem como aliadas neste processo, sobretudo, no âmbito das bibliotecas universitárias.

Ao migrar a página em abril de 2013, o perfil da biblioteca estava conectado a 689 amigos. Atualmente a página possui mais de 1000 seguidores, já foram realizadas 313 postagens durante o período.

Ao analisar as publicações postadas percebe-se que entre os seguidores as postagens com fotos despertam maior interesse do público atingindo um maior alcance e envolvimento, conforme Figura 2.

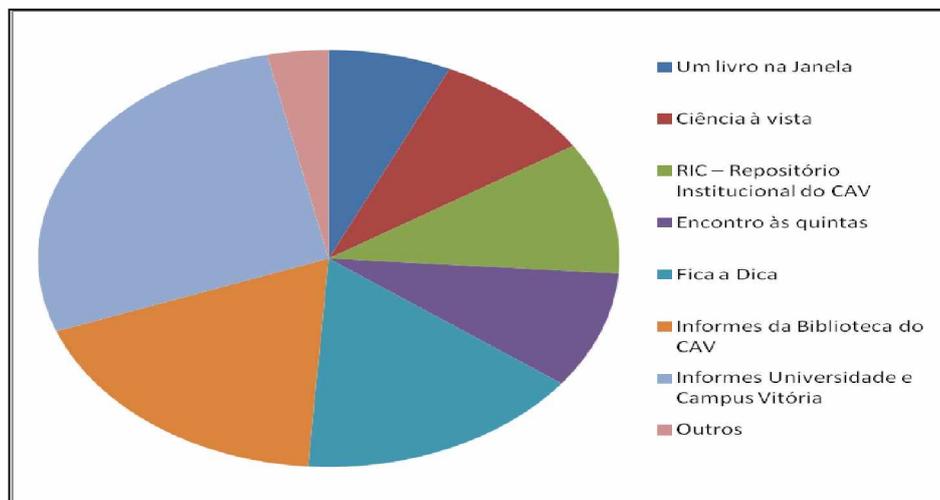
**Figura 9: Alcance e envolvimento dos seguidores da página por tipo de publicação**



Fonte: *Facebook*, 2014.

Considerando as 100 publicações de maior destaque, conforme Gráfico abaixo, é possível inferir que o público seguidor da página tem acompanhado mais efetivamente as postagens cujos temas são referentes às notícias da própria Universidade, na sequência destacam-se as relativas à Biblioteca do Campus Vitória. Esse dado é bastante revelador, pois demonstra que o *Facebook* está contribuindo para minimizar problemas crônicos de comunicação no âmbito da instituição.

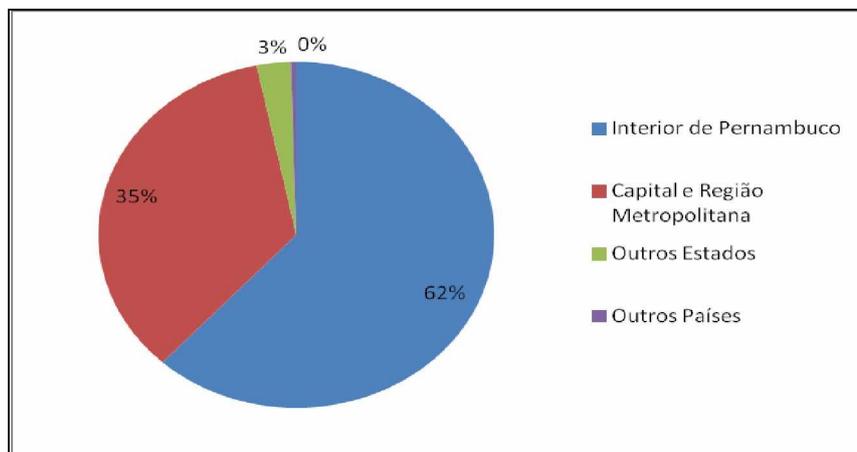
**Gráfico 1: As 100 publicações da página de maior destaque**



Fonte: *Facebook*, 2014

Analisando os dados gerados pela página e considerando que o Centro Acadêmico de Vitória é uma unidade da UFPE criada no interior do Estado de Pernambuco, o Gráfico abaixo demonstra que os seguidores da página representam de fato o público alvo do Campus. Pois atualmente 62% dos fãs são oriundos de cidades do interior de Pernambuco. No processo de interiorização esse dado é relevante para traçar políticas de informação direcionadas a esse público, uma vez que se evidencia a democratização do acesso as novas tecnologias.

**Gráfico 2: Mapeamento dos usuários por região**



Fonte: *Facebook*, 2014.

Dentre os resultados apresetados acima, é importante ressaltar que vários outros indicadores podem ser obtidos a partir das configurações de gerenciamento da página. Estes elementos podem se constituir em verdadeiros instrumentos para se traçar políticas institucionais voltadas para atender os interesses da comunidade que sem dúvida é: **a razão da existência de todas as bibliotecas.**

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo indicou que o uso do *Facebook* na Biblioteca Setorial do Centro Acadêmico de Vitória como ferramenta do Serviço de Referência tem se constituído numa nova perspectiva de divulgação dos serviços e de interação com os usuários em tempo real.

Através do *Facebook* tem sido possível se antecipar as necessidades dos usuários; promover a atualização dos profissionais da biblioteca no uso de ferramentas tecnológicas e consolidar essa rede social como mais um eficiente canal de comunicação. Graças ao uso dessa ferramenta interativa a biblioteca tem contribuído para dar maior visibilidade à produção científica da Universidade; proceder à disseminação seletiva da informação através

da divulgação dos materiais em seus diferentes suportes, bem como divulgar eventos e notícias da instituição e disponibilizar ferramentas de capacitação científica para os usuários.

Outrossim, é importante destacar que trata-se de um trabalho de construção coletiva que tem exigido novas competências e um aprendizado contínuo por parte da equipe. Por essa razão, há uma agregação de valor decorrente do leque de possibilidades das redes sociais, como elementos estratégicos para as bibliotecas universitárias no século XXI.

## 6 REFERÊNCIAS

A REDE social. Direção de David Fincher. Produção de Scott Rudin, Dana Brunetti, Michael de Luca, Ceán Chaffin. Intérpretes: Jesse Eisenberg, Andrew Garfield, Rashida Jones, Brenda Song, Justin Timberlake, John Getz, Dakota Johnson, Mark Saul, Brian Palermo. Roteiro: Aaron Sorkin. 2010. 1 DVD (117 min.), son., color. Legendado.

BERNARDINO, Maria Cleide Rodrigues; SUAIDEN, Emir José; CUEVAS-CERVERÓ, Aurora. O uso do *Facebook* pelas bibliotecas públicas do estado do Ceará. **CID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 5, n. 1, p. 112-123, mar. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/64334>>. Acesso em: 02 Abr. 2014.

CALAZANS, Angélica Toffano Seidel. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. In: MUELLER, Suzana Pinheiro Machado (Org.). **Métodos para a pesquisa em ciência da informação**. Brasília: Thesaurus, 2007. pp. 39-62.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1).

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. A modernidade das cinco Leis de Ranganathan. **Ci. da. Inf.**, Brasília, v.21, n.3, p. 186-191, set/dez. 1992.

FOSKETT, Douglas John. **Serviço de informação em bibliotecas**. São Paulo: Polígono, 1969.

GROGAN, Denis Joseph. **A prática do serviço de referência**. Brasília: Briquet de Lemos, 2001.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MANGAS, Sérgio Filipe Agostinho. Como planificar e gerir um serviço de referência. **Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información**, Lima.n.28, 2007. Disponível em: <<http://www.revistabiblios.com/ojs/index.php/biblios/article/view/6/>>. Acesso em 15 de janeiro de 2014.

MARTINS, Myriam Gusmão; RIBEIRO, Maria de Lourdes Guimarães. **Serviço de referência e assistência aos leitores**. Porto Alegre: UFRGS, 1986.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MORENO, Patrícia da Silva. **Serviço de referência digital**: uma análise apoiada em agentes de interface. 2005. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista – Faculdade de Filosofia e Ciências. Marília, 2005. Disponível em <[http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/moreno\\_ps\\_me\\_mar.pdf](http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/moreno_ps_me_mar.pdf)> . Acesso em 20 de janeiro de 2014.

PONTES, Euzébia Maria; SANTOS, Mônica Karina. O uso das redes sociais no âmbito das bibliotecas universitárias federais brasileiras. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2011. Maceió. **Anais eletrônicos...** Maceió: FEBAB, 2011. Disponível em: <<http://febab.org.br/congressos/index.php/cbbd/xxiv/paper/view/370/403>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

RANGANATHAN, Shiyali Ramamrita. **As cinco leis da biblioteconomia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2009.

REYNALDO, Renata. CAV reforçar compromisso com região com novos cursos e melhor infra-estrutura. Recife, **InCampus**, n. 189, p.4, jan. 2014. (Boletim informativo da Universidade Federal de Pernambuco).

STRONG, Renata Mônica Requião. **Implantação do serviço de disseminação seletiva da informação na Biblioteca do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro**. 2004. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização)-Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: < [http://www.tjrj.jus.br/c/document\\_library/get\\_file?uuid=ff6cf418-ae98-47d1-9e9a-77807314ce8a&groupId=10136](http://www.tjrj.jus.br/c/document_library/get_file?uuid=ff6cf418-ae98-47d1-9e9a-77807314ce8a&groupId=10136)> . Acesso em 30 jul. 2014.