

**A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO MEDIADA PELAS REDES SOCIAIS DAS  
BIBLIOTECAS DO IFRJ***THE DISSEMINATION OF INFORMATION MEDIATED BY SOCIAL MEDIA OF  
IFRJ LIBRARIES*

Cássia Rosania Nogueira dos Santos<sup>1</sup>  
Universidade Federal de Minas Gerais

Elisângela Cristina Aganette<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Minas Gerais

**RESUMO**

Esta pesquisa analisa a disseminação da informação por meio das redes sociais nas bibliotecas do IFRJ, com o objetivo de melhorar o compartilhamento de conteúdo, fortalecer a relação com a comunidade acadêmica e valorizar o conhecimento no ambiente educacional. O estudo abrange temas como identidade do IFRJ, estratégias em redes sociais, disseminação seletiva da informação, competência informacional e gestão do conhecimento. O método consiste em análises das redes sociais, aplicação de entrevistas e questionários, no período de 2019 a 2023. Acredita-se que por meio do resultado seja possível melhorar o ambiente organizacional e orientar as bibliotecas do IFRJ na seleção de informações para suas redes sociais.

**Palavras-Chave:** Disseminação da informação; Mediação da informação; Redes sociais.

**ABSTRACT**

*This research examines the dissemination of information through social networks in the libraries of IFRJ, aiming to enhance content sharing, strengthen the relationship with the academic community, and promote knowledge within the educational environment. The study encompasses topics such as the identity of IFRJ, social media strategies, selective dissemination of information, information literacy, and knowledge management. The methodology involves analyzing social networks, conducting interviews, and administering questionnaires between 2019 and 2023. It is believed that the findings will contribute to improving the organizational environment and guiding the IFRJ libraries in selecting information for their social media platforms.*

**Keywords:** Dissemination of information; Information mediation; Social networks.

---

<sup>1</sup> Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3272-6178>. E-mail: [cassia.santos@ifrj.edu.br](mailto:cassia.santos@ifrj.edu.br).

<sup>2</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4357-8016>. E-mail: [elisangelaaganette@gmail.com](mailto:elisangelaaganette@gmail.com)

## 1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas dos Institutos Federais (IFs) desempenham um papel importante na sociedade brasileira, contribuindo para a construção do conhecimento e a formação de recursos humanos. Elas atendem a diversos níveis de ensino e enfrentam desafios na gestão do conhecimento nas redes sociais. Segundo Moutinho (2014), essas bibliotecas são classificadas como multiníveis, pois atendem a diferentes níveis de ensino, como ensino médio, técnico, graduação e pós-graduação. Dessa forma, a gestão do conhecimento nas redes sociais das bibliotecas multiníveis abrange vários segmentos de ensino dessas instituições. Essas redes sociais são utilizadas para disseminar informações e promover interações informais entre os usuários, exigindo habilidades específicas dos bibliotecários na comunicação on-line.

A presente pesquisa justifica-se pelo intuito de aprimorar o desempenho dos compartilhamentos nas redes sociais das bibliotecas do IFRJ, contribuindo para o ensino e fortalecendo a conexão entre as bibliotecas e a instituição.

As dificuldades relacionadas ao uso das redes sociais pelas bibliotecas do IFRJ representam desafios significativos, tais como a falta de diretrizes consistentes na disseminação de informações, a ausência de planejamento e a falta de parâmetros direcionados à comunidade acadêmica. Diante desse cenário, é necessário buscar formas de aprimorar a prática de disseminação de informações nas bibliotecas, visando promover a valorização do conhecimento no ambiente educacional e melhorar o desempenho das redes sociais nas bibliotecas multiníveis dos IFEs.

Este estudo tem como objetivo principal apresentar os resultados preliminares da pesquisa de doutorado em Gestão e Organização do Conhecimento, intitulada "A disseminação da informação mediada pelas redes sociais das bibliotecas do IFRJ: proposta de uma diretriz". A pesquisa está sendo realizada no Programa de Pós-graduação em Gestão e Organização do Conhecimento da Escola de Ciência da Informação da UFMG. Até o momento, foi desenvolvido o Referencial Teórico (RT) da tese e realizadas análises dos conteúdos compartilhados nas redes sociais (Facebook e Instagram) das 15 bibliotecas do IFRJ de 2019 a 2022.

Diante desse contexto e justificativa, surge a seguinte questão problema da pesquisa: de que maneira o processo de disseminação da informação influencia o compartilhamento de informações por meio das redes sociais Facebook e Instagram utilizadas pelas bibliotecas do IFRJ? Essa questão de pesquisa busca compreender a

relação entre o processo de disseminação da informação e o uso das redes sociais para compartilhamento de informações pelas bibliotecas do IFRJ.

Este artigo tem como objetivo geral apresentar os resultados preliminares da pesquisa de doutorado em andamento. Para alcançar esse propósito, os objetivos específicos consistem em realizar um diagnóstico dos conteúdos compartilhados nas redes sociais (Facebook e Instagram) das três bibliotecas dos campi Duque de Caxias, Paracambi e Rio de Janeiro, no período de 2019 a 2022, e demonstrar de forma precisa a quantidade de informações disseminadas durante esse intervalo de tempo. Com isso, busca-se fornecer uma visão abrangente das atividades de compartilhamento de informações nessas bibliotecas ao longo desse período de estudo.

Esse artigo tem a seguinte estrutura: seção 1, tem se a Introdução, em que se apresenta uma breve contextualização do tema, a justificativa, a questão problema e os objetivos do estudo. Na seção 2, o Referencial Teórico, na seção 3 a Metodologia da Pesquisa, na seção 4, tem se o resultado, por meio da apresentação do diagnóstico dos compartilhamentos e finalmente a seção 5, as Considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

O Referencial Teórico utilizado neste estudo busca apresentar uma breve definição e caracterização dos seguintes conceitos: Redes Sociais, Disseminação da Informação e Mediação da Informação.

### **2.1 Redes sociais**

Uma rede social on-line é caracterizada por um serviço web que permite aos indivíduos construir perfis públicos ou semipúblicos dentro de um sistema específico. Essa plataforma possibilita a articulação de uma lista de outros usuários com os quais compartilham conexões, além de permitir a visualização e a exploração das listas de conexões e outras listas criadas por usuários no mesmo sistema (BENEVENUTO, 2010, p.44).

As redes sociais não apenas se destacam como entretenimento, mas também desempenham um papel importante na aprendizagem. Gómez-García (2020) enfatiza que, na sociedade atual, a integração das redes sociais à pedagogia é essencial para o

desenvolvimento de competências e habilidades técnicas fundamentais para a aquisição de competência digital.

Outro destaque foi com a criação do *classmates.com*, 1995, que criado dentro das instituições de ensino e permitia que os internautas utilizassem o nome de seus colégios ou faculdades e encontrassem amigos que estivessem também inscritos. (GUEDES, 2013, p.62).

A evolução veio a se destacar no começo do século XXI com as seguintes Redes Sociais: Tribe.net em 2003, LinkedIn em 2003, Orkut em 2004, MySpace em 2003, Youtube em 2005, Twiter em 2006, Facebook em 2004, Foursquare em 2009, Instagram em 2010, TikTok, 2014, dentre outras.

De acordo com Dencheva (2023), do site *statista.com*, no início de 2023, o Facebook despontava como a plataforma de mídia social mais popular entre os profissionais de marketing em todo o mundo. Segundo uma pesquisa global, 89% dos profissionais de marketing responderam utilizar essa rede para promover seus negócios, enquanto 80% optaram pelo Instagram como estratégia de marketing.

Vale ressaltar que a pesquisa abrangeu duas das principais plataformas de redes sociais: o Facebook e o Instagram. O Facebook foi criado no ano de 2004 pelos estudantes de Harvard, Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes e Dustin Moskovitz. (SANTOS, 2009). É uma rede social que possibilita conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e imagens. Nele, é possível criar um perfil pessoal ou uma Fan Page. A realização do cadastro é gratuito e requer informações como nome, sobrenome, e-mail, sexo, data de nascimento e uma senha. Depois de criada, a rede social sugere que localize os seus amigos que já estão cadastrados no e-mail (Rodrigues, 2019, p. 17).

Quanto ao Instagram, plataforma lançada em 2010 pelos engenheiros de software norte-americano Kevin Systrom e brasileiro Mike Krieger (Rodrigues, 2019, p. 21), destaca-se como uma poderosa ferramenta de marketing. Se utilizado de forma estratégica e alinhado à identidade e objetivos das instituições, a rede pode trazer resultados significativos, principalmente na promoção de produtos e serviços. Através dessa plataforma, é possível exibir e promover de forma atrativa os produtos e serviços, compartilhando imagens cativantes, vídeos explicativos e depoimentos de clientes satisfeitos. Essa abordagem tem o potencial de despertar maior interesse e engajamento, resultando em potenciais vendas e crescimento do negócio.

Portanto, é crucial explorar todas as oportunidades oferecidas por essas plataformas, adaptando-se às demandas do mercado e mantendo-se atualizado sobre as melhores práticas do setor.

## **2.2 Disseminação da Informação**

Os serviços de disseminação da informação surgiram na década de 60 (séc. XX) com o objetivo de minimizar os esforços dos cientistas na busca e recuperação de informações relevantes para o trabalho de pesquisa em desenvolvimento (DIAS, 2005). As evoluções da disseminação da informação foram aparecendo como cartas, telegramas, e-mails, ligações telefônicas, troca de mensagens via Whatsapp, uma gama de vetores tecnológicos envolvidos e um profissional, em meio a poucas profissões, capaz de lidar com tais variações. (OLIVEIRA, 2018).

A tecnologia é um grande aliado para o profissional da informação e assim sendo um grande facilitador ao acesso à informação, ampliando assim o universo da disseminação da informação. Carvalho (2001) uma vez que a quantidade de informações disponíveis é vasta e sua absorção completa é impraticável. Nesse contexto, torna-se necessário pesquisar uma ampla gama de informações, saber como localizá-las e analisar os fatos relevantes relacionados ao contexto. A tecnologia, portanto, desempenha um papel fundamental ao proporcionar ferramentas e recursos que facilitam o trabalho do profissional da informação na busca, organização e análise de informações.

A biblioteca considera a disseminação da informação como um serviço pertinente, pois permite que as informações sejam transmitidas de forma rápida, poupando tempo dos usuários e garantindo, assim, a eficácia. Isso ocorre graças às tecnologias de comunicação e informação que facilitam o desenvolvimento de formas de expressão auxiliando a transferência e compreensão de informações relevantes para o processo de produção social (LIMA; FREIRE, 2014, p.119). Um serviço de disseminação da informação, planejado e funcionando em conformidade com a estratégia e objetivos de acordo com o perfil de seus usuários, estimula a criatividade e a inovação, contribuindo com o êxito do processo de aprendizagem e construção do conhecimento. (DIAS, 2005).

As redes sociais tornam a biblioteca atrativa para os usuários e a disseminação da informação na web é uma forma de atender as necessidades dos usuários promovendo os seus serviços e produtos para a sua comunidade.

## **2.3 Mediação da informação**

A Mediação da informação - é uma das principais práticas dos profissionais da informação e se institui do entrosamento entre o mediador, a informação e o usuário. Fachin (2013) frisa que a mediação da informação é um processo realizado por mediadores que podem ser humanos ou agentes inteligentes (softwares), realizado em sistemas da web ou presencial.

Conforme destacado por Sala et al. (2020), uma das principais formas de mediação de uma biblioteca é a disseminação da informação, que representa uma dimensão extrínseca da mediação da informação. Essa prática auxilia na satisfação das necessidades dos usuários.

Assim, é importante o papel do mediador em estimular a troca de informação pelas partes incentivando-as a continuar a se comunicar. O mediador tem um papel importante nesse processo de mediação da informação, ele usa seus conhecimentos para criar ferramentas facilitadoras de acesso aos acervos informacionais, destinados a públicos distintos. (FACHIN, 2013).

As redes sociais juntamente com a prática da mediação da informação são duas ferramentas importantes possibilitando interações e informações pertinentes ao ambiente fomentador.

## **3 METODOLOGIA**

Esta pesquisa se caracteriza, segundo os elementos e as suas aplicações apontadas por Gil (2007), Marconi e Lakatos (2012) e Prodanov e Freitas (2013):

Quanto à natureza: pesquisa aplicada - pois é voltada à aquisição de conhecimentos para aplicação da prática da disseminação da informação nas redes sociais das bibliotecas do IFRJ, verificando as soluções e problemas, envolvendo os interesses informacionais dos usuários das bibliotecas, buscando apresentar resoluções para esta questão organizacional. Quanto à abordagem metodológica: método misto aborda parâmetros quantitativos e qualitativos, compreendendo a complexidade das abordagens pelas escolhas das variáveis, baseando nos fenômenos observados, compreendendo assim o problema da pesquisa. Quanto aos objetivos: exploratório descritivo, demonstrando as evidências, construindo hipóteses e contribuindo com novas abordagens com os fenômenos observados.

Tem como principal finalidade o vínculo com problemas, analisando os compartilhamentos nas redes sociais e dos seus conteúdos, verificando os tipos de informação. Quanto aos procedimentos: pesquisa bibliográfica – utilização de fontes de matérias bibliográficas como: livros, artigos científicos, dissertações, teses, trabalhos apresentados em eventos, internet. A pesquisa bibliográfica tem como vantagem, a realização de uma pesquisa ampla. Para sua realização, a utilização do objeto de estudo utilizado no contexto da pesquisa é a disseminação da informação nas redes sociais. Desta maneira, foi realizado um referencial teórico com os assuntos correlatos a pesquisa, buscando conceitos e contextualizações.

### **3.1 Instrumentos de coleta de dados**

A pesquisa tem como seu universo o estudo das 15 (quinze) bibliotecas do IFRJ, identificando os bibliotecários e auxiliares de biblioteca que tem como objetivo atender uma comunidade multiníveis (alunos nível médio e técnico, graduação e pós-graduação) no contexto da disseminação da informação nas redes sociais. Visto que, as bibliotecas do IFRJ têm seu papel relevante no conhecimento e nas suas redes sociais, é um meio para disseminar a informação entre os seus pares.

Mapeamento das redes sociais- Levantamento das informações compartilhadas foi realizado através das observações das redes sociais (Facebook e Instagram), no recorte de 2019 até 2022 - antes e depois do período pandêmico. Foi realizada a identificação das publicações com as seguintes informações: Quais bibliotecas e quais redes sociais que possuem, quantos seguidores e tipos de conteúdo. Os conteúdos serão analisados conforme a descrição do Quadro 1.

Quadro 1 - Categorias dos conteúdos a serem analisados.

<p><b>1 - Divulgação de livros, filmes, periódicos e poesias</b></p>	<p>Divulgação de leitura, filmes e, na maioria das vezes, são livros que viraram filmes, periódicos e divulgação de novos títulos incluídos no acervo.</p>
<p><b>2 - Serviços de biblioteca</b></p>	<p>Informações sobre o cadastro na biblioteca, alerta sobre os empréstimos, renovações, devoluções, confecção de fichas catalográficas ,emissão de nada consta, horário de funcionamento e informações sobre preservação do acervo.</p>

<b>3 Mensagens</b>	Mensagens de autoajuda, de curiosidades, citação de autores consagrados, reflexões e notícias verídicas sobre COVID-19, cursos e editais e charges.
<b>5 -Divulgação com categorias das temáticas: ENEM; Plágio; Pesquisadores; Português, Matemática, Informática, Fake News e biografia.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ENEM (calendário, dicas de estudo, informações sobre a inscrição, informações referentes ao conteúdo da prova, entre outras);</li> <li>• Plágio (Informações sobre o plágio e suas consequências, entre outros tópicos relacionados);</li> <li>• Pesquisadores (Inclui entrevistas, divulgação de artigos e pesquisas científicas);</li> <li>• Português, Matemática e Informática (Dicas de diferentes tópicos, podendo incluir tutorial e curiosidades);</li> <li>• Fake News (Divulgar a importância de identificar notícias falsas que circulam na internet e nas redes sociais; dicas de como combater a desinformação, entre outras informações úteis) e biografia.</li> </ul>
<b>6 -Divulgação de eventos</b>	Mensagens que englobam eventos que acontecem no recinto da biblioteca, na instituição e em eventos externos.
<b>7 -Datas comemorativas</b>	Mensagens com datas comemorativas.
<b>8 - Fotos e vídeos</b>	Publicação do recinto da biblioteca e qualquer evento com a equipe.

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

#### 4 RESULTADOS PARCIAIS

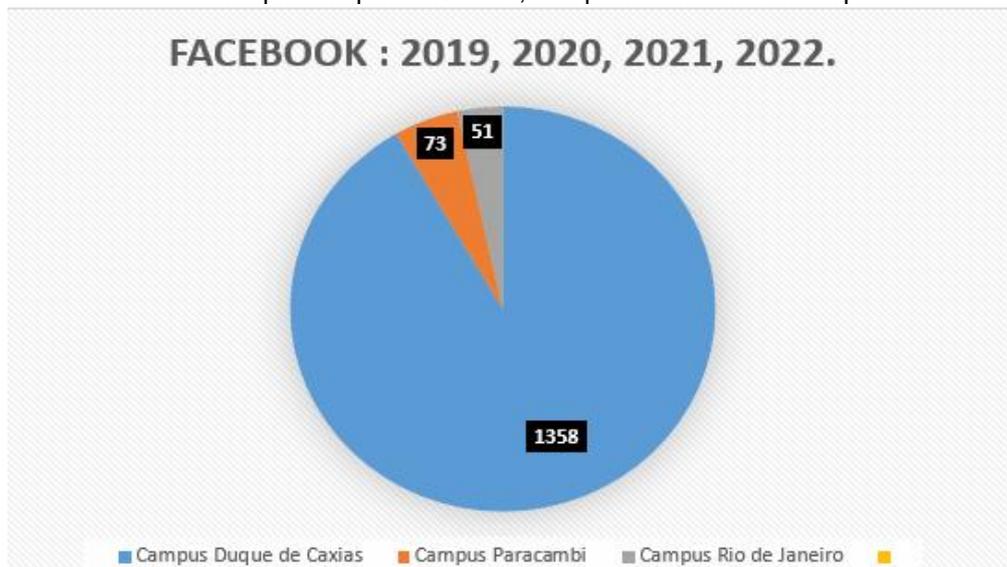
Esta seção traz um resumo simplificado do mapeamento das redes sociais das bibliotecas do IFRJ: Campus Duque de Caxias; Campus Paracambi; Campus Rio de Janeiro, tendo como cenário análise do total dos conteúdos compartilhados nas redes sociais (Facebook e Instagram) no período de 2019 a 2022.

Com base nas Figuras 1 e 2, nas plataformas do Facebook e do Instagram, nota-se que o campus Duque de Caxias desponta como o local com maior índice de compartilhamentos. Em seguida, vem o campus de Paracambi, enquanto o campus do Rio de Janeiro registra a menor quantidade de compartilhamentos entre os três campi mencionados.

Esses dados confirmam que o campus Duque de Caxias é mais ativo em termos de compartilhamentos, tanto no Facebook quanto no Instagram, em comparação com os outros campi. Porém, é importante ressaltar que os dados fornecidos não abrangem um contexto mais amplo, como a quantidade total de postagens, o alcance dos conteúdos ou outras métricas. Portanto, não foi possível tirar conclusões definitivas sobre a relevância

ou sucesso dos campi nessas plataformas, uma vez que essas informações ainda não foram levantadas na pesquisa.

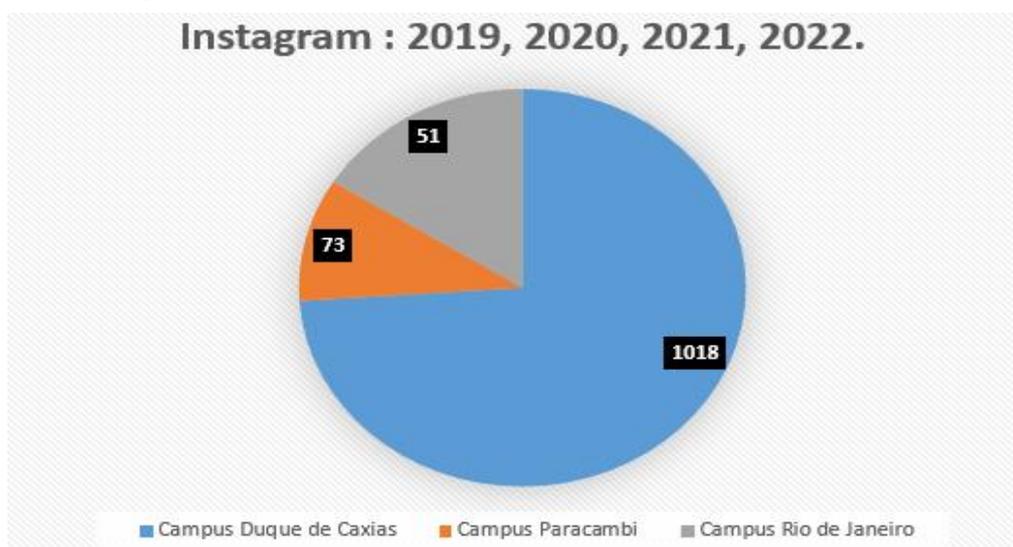
Figura 1 – Facebook: campus Duque de Caxias, campus Paracambi e campus Rio de Janeiro.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

As informações das figuras 1 e 2 evidenciam que o campus Duque de Caxias desponta como o polo de maior atividade de compartilhamentos, tanto no Facebook quanto no Instagram. Em sequência, surge o campus Paracambi, enquanto o campus do Rio de Janeiro exibe uma quantidade mais reduzida de compartilhamentos em ambas as plataformas.

Figura 2 - Instagram: campus Duque de Caxias, campus Paracambi e campus Rio de Janeiro.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

No Quadro 2, são apresentados dados sobre os seguidores e categorias de divulgação das bibliotecas em três campi distintos. O quadro mostra o número de seguidores nas redes sociais Facebook e Instagram, além das categorias de divulgação utilizadas em cada plataforma. Veja abaixo as informações específicas para cada campus

Quadro 2- Seguidores e categorias.

BIBLIOTECAS	SEGUIDORES-FACEBOOK	SEGUIDORES-INSTAGRAM	CATEGORIAS-FACEBOOK-TOTAL	CATEGORIAS-INSTAGRAM-TOTAL
CAMPUS DUQUE DE CAXIAS	3087	1048	Mensagens:461	Mensagens: 388
CAMPUS PARACAMBI	532	717	Mensagens:29	Divulgação de eventos: 45
CAMPUS RIO DE JANEIRO	3700	1054	Divulgação de eventos: 23	Mensagens: 115

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

É possível observar o número de seguidores nas redes sociais Facebook e Instagram, bem como as categorias de divulgação utilizadas em cada plataforma.

Por meio dessas informações, é possível planejar estratégias mais efetivas de comunicação e engajamento com o público-alvo em cada campus, adaptando-se às preferências e necessidades específicas de cada plataforma. Isso contribui para uma melhor interação com os seguidores e uma divulgação mais direcionada, otimizando os resultados e promovendo um maior envolvimento com os serviços e atividades da biblioteca.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo em andamento, o objetivo é realizar um diagnóstico dos conteúdos compartilhados nas redes sociais das bibliotecas nos campi de Duque de Caxias, Paracambi e Rio de Janeiro, no período de 2019 a 2022. O intuito é demonstrar a quantidade de informações disseminadas ao longo desse intervalo de tempo.

Dentre os aspectos analisados, destaca-se o número de seguidores nas redes sociais das bibliotecas, permitindo observar a evolução e o engajamento do público ao longo dos anos e a identificação das principais categorias de compartilhamento utilizadas, tais como mensagens, divulgação de eventos.

Embora algumas etapas da metodologia ainda estejam em andamento, problemas identificados já foram abordados e os objetivos propostos estão sendo alcançados. Para pesquisas futuras, sugere-se a coleta de dados adicionais por meio de questionários,

entrevistas e uma análise mais aprofundada das redes sociais. Além disso, é recomendado o desenvolvimento de diretrizes específicas para o compartilhamento de informações nas redes sociais das bibliotecas, fortalecendo sua conexão com a instituição e aprimorando o processo de ensino.

## REFERÊNCIAS

BENEVENUTO, Fabrício. Redes Sociais Online: Técnicas de Coleta e Abordagens de Medição. **Sociedade Brasileira de Computação**, 2010. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/mini-curso-swib10.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2022.

CARVALHO, Katia de. Disseminação da informação e informação de inteligência organizacional. **Data Gama Zero**, v.2, n. 3, 2001. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/5108>. Acesso em: 20 ago. 2022.

DENCHEVA, Valentina. Social media platforms used by marketing professionals worldwide in 2023. <https://www.statista.com>, 2023. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/265269/types-of-content-marketing-used-in-the-us/>. Acesso em: 14 jun. 2023.

DIAS, Simone Lopes. **A disseminação da informação mediada por novas tecnologias e a educação do usuário na biblioteca universitária**. 2005. 139f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Marília, SP. Universidade Estadual Paulista, 2005.

FACHIN, J. Mediação da Informação na Sociedade do Conhecimento. **BIBLOS**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. 25–42, 2013. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/3096>. Acesso em 10 out. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GÓMEZ-GARCÍA, Melchor, *et al.* Quais são os fatores que influenciam a utilização das redes sociais como meio para servir a pedagogia? **Texto Livre**, Belo Horizonte, MG, v. 14, n. 1, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/25420>. Acesso em: 26 dez. 2022.

GUEDES, Taís Moraes. **As redes sociais: Facebook e Twitter e suas influências nos movimentos sociais**. 2013. 159 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Brasília. Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/15245>. Acesso em: 25 nov. 2022.

LIMA, Aline Poggi Lins; FREIRE, Isa Maria. As mídias sociais de olho na CI na perspectiva da disseminação da informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 19, n. 39, p. 113-132, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/147/14730602007.pdf>. Acesso em: 30 dez. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MOUTINHO, Sonia. Oliveira Matos. **Práticas de leitura @ na cultura digital de alunos de ensino técnico integrado do IFPI – Campus Teresina do Sul**. Dissertação (Mestrado em Educação). São Leopoldo, PI: Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3075>. Acesso em: 7 de abril 2022.

OLIVEIRA, Sara Mendonça Poubel de. Disseminação da informação na era das fakenews. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, v. 8, n. 2, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/16878/13637>. Acesso em: 05 de fev. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2.ed. NovoHamburgo: Feevale, 2013.

RODRIGUES, Mário André Nunes. **Disseminação da Matemática através das redes sociais**. 2019. 48 f. Dissertação (Mestrado em Matemática) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2019. Disponível em: [https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/80777/8/Disserta%c3%a7%c3%a3o\\_M%c3%a1rioRodrigues\\_PROFMAT.pdf](https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/80777/8/Disserta%c3%a7%c3%a3o_M%c3%a1rioRodrigues_PROFMAT.pdf). Acesso em: 6 fev. 2023.

SALA, Fabiana *et al.* Bibliotecas universitárias em um cenário de crise mediação da informação por meio das redes sociais durante a pandemia de COVID-19. 2020. **Revista Informação em Pauta**, Fortaleza (CE), v. 5, n. 1, p. 10-32, jan./jun. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/52754>. Acesso em: 28 dez. 2022.

SANTOS, Alexandre Carvalho dos. **A misteriosa história do brasileiro que fundou o Facebook**, 2009. Disponível em: <http://super.abril.com.br/tecnologia/misteriosa-historia-brasileiro-fundou-facebook-611665.shtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.