

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

JULIANE LAIS EVERTON COSTA

**A REDE SOCIAL INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INTERAÇÃO ENTRE
OS USUÁRIOS E AS BIBLIOTECAS DA UFMA**

São Luís

2022

JULIANE LAIS EVERTON COSTA

**A REDE SOCIAL INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INTERAÇÃO ENTRE
OS USUÁRIOS E AS BIBLIOTECAS DA UFMA**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Biblioteconomia da Universidade Federal do
Maranhão, como requisito para obtenção do grau de
Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Cássia Cordeiro Furtado

São Luís

2022

Costa, Juliane Laís Everton.

A rede social instagram como ferramenta de interação entre os usuários e as bibliotecas da UFMA / Juliane Lais Everton. - 2022.

62 p.

Orientador(a): Prof^ª. Dr^ª. Cássia Cordeiro Furtado.

Monografia (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022.

1. Rede Social Instagram. 2. Comunicação. 3. Interação. 4. Análise das postagens.
Furtado, Cássia Cordeiro. II. Título.

JULIANE LAÍS EVERTON COSTA

**A REDE SOCIAL INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE INTERAÇÃO ENTRE
OS USUÁRIOS E AS BIBLIOTECAS DA UFMA**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Biblioteconomia da Universidade Federal do
Maranhão, como requisito para obtenção do grau de
Bacharel em Biblioteconomia.

Data de aprovação: ____/____/____

Conceito: _____

BANCA EXAMINADORA

Cassia Cordeiro Furtado (Orientadora)

Doutora em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais/Universidade de Aveiro/PT
Professora do Departamento de Biblioteconomia/UFMA

Márcio Ferreira da Silva (1º Examinador)

Doutor em Ciência da Informação/UNESP
Professor do Departamento de Biblioteconomia/UFMA

Suênia Oliveira Mendes (2º Examinador)

Doutora em Ciência da Informação/UFSC
Bibliotecária do DIB/UFMA

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por ter me permitido finalizar mais uma etapa em minha vida.

Agradeço também a minha orientadora Cassia Furtado que soube guiar por essa árdua tarefa que é monografar. A banca examinadora que com muita eficácia se prontificou em examinar este trabalho.

Agradeço aos meus pais Iara e Nonato e a minha irmã Jeiane por todo o cuidado e apoio desde a infância.

Agradeço também ao meu esposo Dário, por todo incentivo e cuidado em toda a minha jornada acadêmica.

Agradeço aos meus sogros Everton e Suzana, a quem tenho muito apreço e que estão presentes em todos os momentos da minha vida. Aos meus amigos Lana e Joabe, com quem posso contar em todos os momentos.

Muito Obrigada!

RESUMO

Aborda a importância da utilização da Rede Social Instagram pelas Bibliotecas Universitárias e como essa ferramenta pode contribuir para a implantação/aperfeiçoamento de produtos e serviços oferecidos e facilitar a comunicação com os usuários. Compreendidas como comunidades virtuais, as redes sociais impactaram a maneira como as pessoas se comunicam e se relacionam, uma vez que permite aos seus usuários criar e compartilhar conteúdos, interagir com pessoas de todas as partes do mundo. Além disso, com a enxurrada de informações lançadas diariamente na Web e a facilidade de acesso a elas, as bibliotecas tiveram que se adaptar e buscar meios de atrair usuários. O objetivo geral foi analisar a rede social Instagram como instrumento de interação e comunicação, na prestação de serviços e produtos, entre a Diretoria Integrada de Bibliotecas, da Universidade Federal do Maranhão (DIB/UFMA) e seus usuários. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica realizada em livros, artigos e revistas. Caracterizada como exploratória e descritiva, é um estudo de campo, com natureza quantitativa e qualitativa. Foi constatado que a utilização do Instagram para interação e comunicação com os usuários das bibliotecas é muito útil, sendo um espaço virtual para compartilhamento de informações pertinentes sobre horários de funcionamento das Bibliotecas e da Universidade. Através de questionário aplicado, foi possível concluir que a comissão analisa as interações dos seguidores apenas por meio das publicações, com o número de curtidas e comentários, o que mostra apenas dados superficiais sobre as interações dos usuários. Além disso, as publicações são de acordo com o planejamento preestabelecido pela comissão responsável pela página e as postagens são feitas com *cards* ou fotos contendo informações mais rápidas e diretas. Com base na investigação realizada, foram apresentadas algumas recomendações: utilizar o *instagram insights* para o estudo e planejamento de ações; utilizar o *reels*, *live*, *igtv* e *live* para divulgação e treinamentos; enquetes para conhecer os assuntos de interesse dos seguidores; fazer publicações sobre fatos inusitados, datas comemorativas; apresentar as equipes de trabalho das bibliotecas e adotar a descrição inclusiva como padrão. Conclui que a rede social Instagram juntamente com sua funcionalidade *Instagram Insights* possui grande potencial para a comunicação e interação das Bibliotecas Universitárias com seus usuários.

Palavras-chave: Rede Social Instagram. Comunicação. Interação. Análise das postagens.

ABSTRACT

It addresses the importance of using the Instagram Social Network by University Libraries and how this tool can contribute to the implementation/improvement of products and services offered and facilitate communication with users. Understood as virtual communities, social networks have impacted the way people communicate and relate to each other, as they allow users to create and share content, interact with people from all over the world. In addition, with the flood of information released daily on the Web and the ease of access to it, libraries had to adapt and seek ways to attract users. The general objective was to analyze the social network Instagram as an instrument of interaction and communication, in the provision of services and products, between the Integrated Board of Libraries, of the Federal University of Maranhão (DIB/UFMA) and its users. The methodology used was bibliographic research carried out in books, articles and magazines. Characterized as exploratory and descriptive, it is a field study, with a quantitative and qualitative nature. It was found that the use of Instagram for interaction and communication with library users is very useful, being a virtual space for sharing relevant information about opening hours of Libraries and the University. Through a questionnaire applied, it was possible to conclude that the commission analyzes the interactions of the followers only through the publications, with the number of likes and comments, which shows only superficial data about the interactions of the users. In addition, the publications are in accordance with the planning pre-established by the committee responsible for the page and the posts are made with cards or photos containing faster and more direct information. Based on the investigation carried out, some recommendations were presented: use instagram insights for the study and planning of actions; use reels, live, igtv and live for dissemination and training; polls to find out about subjects of interest to followers; make publications about unusual facts, commemorative dates; introduce library work teams and adopt inclusive description as a standard. It concludes that the social network Instagram together with its Instagram Insights functionality has great potential for the communication and interaction of University Libraries with their users.

Keywords: Social Network Instagram. Instagram Insights. Communication. Interaction. Post analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –Quadro Vice-versa, quadro sobre curiosidades a respeito de livros, músicas e escritores.....	36
Quadro 1 –Análise da interação dos seguidores.....	37
Figura 2 –Publicação divulgando visita guiada à Biblioteca Central.....	39
Figura 3 –Publicação informando Oficina de Normalização ministrado por Bibliotecária da DIB/CCET.....	40

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A – Questionário.....	48
Apêndice B – Análise das publicações por tipo de publicação.....	51
Apêndice C – Análise das publicações por data da publicação.....	53
Apêndice D – Gráfico 1.....	55
Apêndice E – Gráfico 2.....	56
Apêndice F – Gráfico 3.....	57
Apêndice G – Gráfico 4.....	58
Apêndice H – Comparação dos Gráficos 3 e 4.....	59
Apêndice I – Gráfico 5.....	60
Apêndice J – Gráfico 6.....	61

LISTA DE SIGLAS

CCH	–Centro de Ciências Humanas
COLUN	–Colégio Universitário
CCSo	–Centro de Ciências Sociais
DIB	–Diretoria Integrada de Bibliotecas
GTs	–Grupos de Trabalho
RS	–Redes Sociais
TIC's	–Tecnologias de Informação e Comunicação
UFMA	–Universidade Federal do Maranhão

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	OBJETIVOS.....	12
2.1	Objetivo geral.....	12
2.2	Objetivos específicos.....	12
3	OBJETO DE ESTUDO.....	13
4	BIBLIOTECAS: origem e evolução.....	15
4.1	Etimologia da palavra biblioteca.....	15
4.2	Biblioteca moderna: a biblioteca e o bibliotecário em meio a tecnologia.....	16
5	REDES SOCIAIS: alguns conceitos fundamentais.....	20
5.1	A rede social Instagram.....	21
5.1.1	Instagram Insights.....	22
6	A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS PELAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS.....	24
6.1	Estratégias para o alcance de usuários.....	28
7	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	30
7.1	Tipo de pesquisa.....	30
8	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	33
8.1	Questionário.....	33
8.2	Análise das publicações.....	36
8.3	Recomendações.....	41
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
	REFERÊNCIAS.....	43
	APÊNDICES.....	47

1 INTRODUÇÃO

Graças ao desenvolvimento e transformações que o mundo enfrentou nas últimas décadas, estamos vivendo a era das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's). Essas renovações tecnológicas têm trazido impactos diários na vida social, política e econômica das pessoas, influenciando na maneira como a sociedade contemporânea vive: seja em casa, no trabalho ou na escola. Com efeito, o desenvolvimento das TIC's tem remodelado o comportamento humano, prova disso é que vivemos na era da virtualização.

Para Pereira e Silva (2010), as TIC's foram responsáveis por alterações na conduta, de costumes, de consumo, no lazer, nas relações entre os indivíduos e nas formas como eles se comunicam. Os dispositivos conectados à internet tornaram-se parte da rotina das pessoas. O computador, *tablet* e o celular tornaram-se imprescindíveis para que os indivíduos não se tornem “invisíveis” no meio em que vivem. Para Pozo (2004) o computador conectado à internet está no centro dessa revolução e a internet é uma ferramenta essencial direcionada à produção e à difusão da informação.

Castells (1999) afirma que a revolução tecnológica gerou o informalismo, ou seja, as tecnologias estão presentes em todos os segmentos sociais, permitindo uma estrutura social, a sociedade em rede. Nessa sociedade, a tecnologia de informação é uma ferramenta indispensável para a manipulação da informação e construção do conhecimento, “a geração, processamento e transmissão de informação torna-se a principal fonte de produtividade e poder”.

Com a internet, surgiram as Redes Sociais (RS), um ambiente virtual onde milhares de pessoas se encontram para interagir e compartilhar informações de interesse em comum. A utilização das RS impactou de forma significativa a maneira como as pessoas se comunicam e se relacionam, uma vez que permite aos seus usuários criar e compartilhar conteúdos de seu interesse, bem como interagir com pessoas de todas as partes do mundo. Além disso, RS são compreendidas como comunidades virtuais, que possuem valores, políticas e diretrizes que conduzem o acesso de seus usuários. Para Barros (2018, p. 54):

[...] as redes sociais não só estabelecem vínculos com as pessoas dentro de um contexto social do usuário, como também interliga pessoas que ainda não se conhecem, mas, por sua vez, podem possuir algum tipo de interesse em comum. Sendo assim, as redes sociais trabalham diante da possibilidade de aproximar pessoas com ideias, convicções, percepções e compartilhamentos semelhantes[...]. Por um lado, isso pode se apresentar como uma característica interessante, pois mantém interações ligadas ao contexto de interesse do usuário. Por outro lado, percebe-se que em alguns momentos há uma tendência em afastar pessoas que pensam diferente, mitigando assim as possibilidades da construção de debates democráticos, por exemplo.

Com o forte crescimento e a popularização das redes sociais, empresas e instituições notaram o grande potencial da utilização das redes sociais para atrair e fidelizar clientes, graças a seu dinamismo. Trabalhar com RS atualmente significa não só visibilidade, mas oportunidade de comunicação e contato mais direto com os usuários. A mudança comportamental das pessoas diante da tecnologia foi a grande causadora disso. Os recursos informacionais cresceram de forma significativa e a facilidade de acesso a informação junto as mídias sociais causaram uma remodelação na forma como se busca informação, o que impactou a relação dos usuários com as bibliotecas.

Anteriormente, os espaços físicos das bibliotecas eram imprescindíveis para o desenvolvimento de pesquisas que, de acordo com Anjos (2019), com a ascensão dos conteúdos digitais, o físico foi transformado em uma rede de opções, com diferentes níveis de acessibilidade, transformando os trabalhos bibliotecários. Para se adequar à nova realidade, nota-se que esses profissionais têm procurado irão encontro de seus usuários estão tornando-se adeptos ao ambiente virtual. Nas RS, a instituição busca conquistar e interagir com seus usuários. O fato indiscutível é que as mesmas se tornaram um meio de comunicação importantíssimo tanto para os bibliotecários como para as bibliotecas, pois proporcionam uma alternativa de comunicação direta e informal com os usuários, complementando os demais canais de atendimento e permitindo as bibliotecas maior visibilidade por ter seu espaço físico e virtual.

Assim, essa pesquisa propôs-se a identificar e analisar as ações Diretoria Integrada de Bibliotecas, da Universidade Federal do Maranhão (DIB/UFMA) na RS Instagram e como essa ferramenta tem sido utilizada para auxiliar na comunicação e interação com seus usuários e na prestação de serviços e produtos.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Analisar a rede social Instagram como instrumento de interação e comunicação, na prestação de serviços e produtos, entre a Diretoria Integrada de Bibliotecas, da Universidade Federal do Maranhão (DIB/UFMA) e seus usuários.

2.2 Objetivos específicos

- a) Analisar as ferramentas da Rede Social Instagram usadas pela Diretoria Integrada de Bibliotecas, da Universidade Federal do Maranhão (DIB/UFMA) como meio de interação e comunicação entre seus usuários;
- b) Demonstrar como a Rede Social Instagram pode contribuir na oferta de serviços e produtos aos usuários das Bibliotecas da UFMA;
- c) Recomendar estratégias a serem usadas pela Diretoria Integrada de Bibliotecas, da Universidade Federal do Maranhão (DIB/UFMA) a fim de engajar e fidelizar os seguidores.

3 OBJETO DE ESTUDO

As Bibliotecas Universitárias são agentes responsáveis pela propagação do conhecimento, fazendo a mediação entre a informação e o usuário. O papel que desempenham em prol do desenvolvimento científico, tecnológico e social estão diretamente ligados a sua função na sociedade. Por ser um organismo vivo, prepara profissionais capacitados para desempenhar suas atividades com competência.

Posto isto, a Diretoria Integrada de Bibliotecas (DIB/UFMA), é responsável pela administração das bibliotecas UFMA e é vinculada à Reitoria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

[...] tem como missão fornecer suporte informacional às atividades de ensino, pesquisa e extensão da UFMA auxiliando na geração, preservação e difusão de conhecimentos científicos, tecnológicos, culturais e da inovação, visando ao desenvolvimento intelectual e social. [...] é responsável pelo sistema de bibliotecas da UFMA. Este núcleo compõe a estrutura organizacional da UFMA e dá ‘[...] suporte a atividades meio para que as Unidades Acadêmicas viabilizem as suas políticas e ações’. Atualmente, este sistema conta com 20 bibliotecas assim distribuídas: a) Campus de São Luís: Biblioteca Central, Biblioteca do Colégio Universitário (COLUN), Biblioteca de Medicina, Biblioteca de Enfermagem, Biblioteca do Centro de Ciências Humanas (CCH), Biblioteca do Centro de Ciências Sociais (CCSo), Biblioteca de Turismo e Hotelaria e as Bibliotecas dos Programas de Pós-Graduação em Saúde e Ambiente, em Direito, em Ciências Sociais e em Ciência Exatas e Tecnologia; b) Câmpus do continente: Biblioteca de Pinheiro, Biblioteca de Codó, Biblioteca de Chapadinha, Biblioteca de Bacabal, Biblioteca de São Bernardo, Biblioteca de Balsas, Biblioteca de Grajaú, Bibliotecas de Imperatriz: Centro e Bom Jesus (UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO, 2018, p. 4).

Com o início da pandemia COVID-19 e conseqüentemente, o isolamento social e o fechamento de todos os Campus da UFMA e das bibliotecas, surgiu a necessidade de oferecer aos usuários das bibliotecas da UFMA informações relacionadas as atividades da Universidade e das Bibliotecas. Com isso, em 09 de maio de 2020 a DIB/UFMA criou uma página na rede social Instagram¹. Em 30 de julho de 2022 conta com 2.141 seguidores, com publicações que abordam os principais temas voltados para os assuntos de interesses de estudantes, pesquisadores, funcionários e da comunidade local. Para a elaboração de materiais e conteúdo para os seguidores da página, foi formado uma Comissão composta por 08 bibliotecárias e 01 Técnico em Assuntos Educacionais. Essa comissão está organizada em grupos de trabalho, os GTs: de Normalização, leitura e literatura e o da produção dos cards ou da arte através do recurso Canva. Possui um plano de publicações: de segunda a sexta, publicações diárias no *feed* e nos *stories* os *posts* são feitos às segundas, quartas e sextas, sempre procurando relacionar um

¹ @ufma_dib.

fato do dia o acervo. Para as publicações, cada grupo é responsável por produzir materiais para o tipo de assunto que é responsável. Dentre os assuntos mais publicados estão: Dicas de normalização, dicas de leitura, informes sobre materiais dos acervos, informações sobre acessibilidade, divulgação de palestras e eventos promovidos pela Universidade ou pelas bibliotecas, entre outros.

Objetivando delimitar o universo e a amostra pesquisada, ter-se-á como escopo a página da Diretoria Integrada de Bibliotecas da UFMA na Rede Social Instagram, com foco suas ações para interagir com os usuários. Sendo assim, a amostra da pesquisa será baseada na quantidade de curtidas nas postagens, sendo trabalhada dentro de um espaço de tempo de 03 (três) meses, compreendidos pelos meses de Abril a Junho do ano de 2022. Portanto, para que seja possível alcançar os objetivos através dos procedimentos metodológicos, serão analisados aspectos como: conteúdo e formato das publicações, dia da semana com mais interações, quantidade de curtidas por publicação e o tipo de publicação que mais gera engajamento para a página.

4 BIBLIOTECAS: origem e evolução

4.1 Etimologia da palavra biblioteca

A definição atribuída a palavra biblioteca segundo Fonseca (2007, p. 48):

[...] vem do grego *bibliothéke*, através do latim *bibliotheca*, tendo como raiz βιβλιο (*biblion*) e θήκη (*théke*). A primeira [...] significa livro, apontando como a raiz latina *liber*, para a entrecasca de certos vegetais com o qual se fabricava o papel da Antiguidade. *Théke*, por sua vez, é qualquer estrutura que forma um invólucro protetor: cofre, estojo, caixa, estante, edifício.

A partir da origem da palavra é possível notar que se trata de uma instituição criada na Antiguidade e de imenso valor para a história da humanidade. Em cada era, a Biblioteca se molda às necessidades de seus usuários e seu significado foi acompanhando essas mudanças. Atualmente, o termo Biblioteca possui múltiplos significados. Segundo o Michaelis (Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa), o termo Biblioteca significa:

Coleção de livros, pública ou privada, classificados segundo algum critério, com o objetivo de conservá-los e de facilitar a consulta e o estudo. Edifício público ou particular onde se instalam, ordenadamente, diversas coleções de livros, revistas ou outros documentos e textos impressos, os quais, uma vez catalogados, são colocados à disposição dos frequentadores ou sócios para consulta ou empréstimo, sob condição de posterior devolução (MICHAELIS, 2022, não paginado).

No decorrer dos anos, houve modificações no significado do termo “biblioteca”. Para Barbier (2018, p.16):

[...] a palavra ‘biblioteca’ é hoje aplicada a um conjunto de textos desmaterializados e disponibilizados para o leitor por intermédio da internet: são as ‘bibliotecas digitais’ ou ‘bibliotecas virtuais’ [...] Essa polissemia é significativa: ‘biblioteca’ se refere tanto ao setor físico (um dado espaço, objetos etc.) quanto a um conteúdo abstrato (os textos constitutivos de um determinado conjunto).

As transformações no significado da palavra se deu graças as transformações que ocorreram ao longo da história. A princípio, o termo “biblioteca” era usado para indicar um espaço para armazenamento de livros e documentos e o acesso a esses materiais era limitado. A modernização trouxe as bibliotecas, além das novas formas de suportes, novas maneiras de atender seus usuários. De acordo com Morigi e Souto (2005, p.194):

No mundo contemporâneo, com a introdução das tecnologias de informação e comunicação as bibliotecas passaram a ter os seus serviços automatizados, serviços de referência à distância, obras digitalizadas, acesso a catálogos, à bases de dados online, serviço de comutação com outras bibliotecas, etc. Os novos recursos da

informática fizeram dessa biblioteca um lugar diferente daquele local percebido como depósito de livros no passado.

Para Santos (2018, p. 19):

Hoje em dia foi expandindo o conceito clássico, e adaptando-se a nova realidade vivenciada pela sociedade da informação, a biblioteca deixa de ser vista como apenas um local ou depósito de livros, para ser reconhecida como um espaço de interação e interdisciplinaridade com seus usuários reais e potenciais usuários reais.

A biblioteca está presente desde o começo das civilizações, como parte integrante das sociedades, mesmo que durante muito tempo tenha possuído o significado etimológico clássico de guarda de livros e documentos e ter seu acesso restrito, atualmente, de acordo com Fonseca (2007), sua função é de servir aos que buscam por formação, informação e recreação.

4.2 Biblioteca moderna: a biblioteca e o bibliotecário em meio a tecnologia

Com a chegada do século XXI, o avanço tecnológico intensificou a aplicação da informática no ambiente das bibliotecas. Além disso, houve um crescimento no volume e na variedade de materiais, não só textos mas também a imagem e som, em diversos formatos, tanto físicos como virtuais. Essa diversidade abriu um canal de comunicação com os usuários, permitindo a biblioteca prestar serviços mais compatíveis com as demandas dos usuários. Para Braga *et al.* (2016, p. 3):

Com a criação da internet os serviços das bibliotecas se modificaram e a proporção da explosão bibliográfica cresceu à medida que as tecnologias de comunicação se desenvolveram. A grande rede mundial ampliou as possibilidades de comunicação e pesquisa. [...] O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e os novos meios de disseminação da comunicação científica, disponíveis na web, representam para as instituições de ensino uma das principais vitrines para a divulgação da produção científica institucional e de seus pesquisadores.

As TIC's causaram impacto nas transformações ocorridas dentro e fora das bibliotecas. O desenvolvimento de ferramentas e aparatos tecnológicos transformaram o trabalho bibliotecário. Para Garcia e Sá (2017, p. 109):

Neste cenário, as bibliotecas e unidades de informação necessitam lidar com as novas ferramentas e tecnologias desenvolvidas em uma velocidade cada vez maior, com um universo de informação cada vez mais amplo, compartilhado e dinâmico, com novas demandas informacionais e com usuários cada vez mais conectados nos sites de redes sociais.

As TIC's constituem a nova forma de sociabilidade, possibilitando a comunicação e disseminação de informações de maneira instantânea. Para Ribeiro, Leite e Lopes (2014) as

bibliotecas estão buscando se modernizar e cada vez mais utilizar a tecnologia a seu favor. De acordo com Morigi e Pavan (2004), as práticas dos bibliotecários estiveram alicerçadas na organização e no tratamento técnico das informações em suportes impressos, localizados em centros de documentação e bibliotecas. Ao empregar as TIC's as bibliotecas universitárias criaram novos serviços e aperfeiçoaram os já oferecidos.

A introdução de tecnologias transformou as relações dos bibliotecários e as suas práticas. Lima (2019, p. 70) afirma que “como um agente facilitador, mediador da informação, o bibliotecário tem o papel muito importante na sociedade. Além de facilitar o acesso a informação para o usuário, o bibliotecário tem um papel transformador de inclusão social”. O uso de tecnologias fez com que esses profissionais passassem a utilizar técnicas e processos automatizados para armazenamento, registros, disseminação e recuperação da informação. Ainda de acordo com Lima (2019, p. 71) “a inserção das novas tecnologias, bem como as novas formas de gerenciamento, traça um novo perfil para o bibliotecário, onde algumas qualificações são necessárias, tais como: domínio das tecnologias de informação e se manter constantemente atualizado”.

Além disso, com a popularização das redes sociais, as bibliotecas universitárias tornaram-se adeptas a essas ferramentas para contato com os usuários, permitindo uma comunicação informal e mais próxima. De acordo com Assis (2018), a literatura científica menciona que o profissional bibliotecário é o responsável por tornar acessíveis as informações desejadas, seja em meio físico, seja digital aos seus usuários, desenvolvendo o papel de mediador. O bibliotecário não está mais limitado ao espaço físico da biblioteca, agora ele trabalha com vários suportes em que a informação está registrada. Além disso, o usuário passou a ser o foco principal e não mais o acervo, ao mesmo tempo que a disseminação da informação passa a ter mais importância que a sua preservação.

Hoje, o tempo do usuário é mais precioso do que nunca, já que a quantidade de possibilidades e informações disponíveis podem causar certo “desajustes” em sua rotina acadêmica. Por isso, o dinamismo tecnológico e a flexibilidade instigaram as bibliotecas a refletirem sobre seus papéis diante do seu usuário e, foram motivadas as buscas de soluções para manter a comunidade universitária ligada ao que é oferecido pela biblioteca (BARROS, 2018, p. 74).

Diante deste cenário de transformações, as bibliotecas e os bibliotecários devem buscar expandir seus serviços de acordo com as novas demandas dos usuários. À vista disso, a curadoria de conteúdo é uma prática que surgiu para auxiliar os usuários a encontrar informações relevantes a sua necessidade diante da enxurrada de informações lançadas diariamente. Para Castilho (2015, p. 66), “o conceito de curadoria como processo que filtra,

seleciona, agrega valor e compartilha informações é por natureza estruturador o que confere à função de curador o caráter de agente processador de dados”.

É eminente que a curadoria possui grande importância para a comunidade acadêmica. De acordo com Tanus e Silva (2022, p. 24), “em meio a uma quantidade exorbitante de informação, o/a bibliotecário/a pode ajudar com maior precisão no encontro da informação com as pessoas”.

A enxurrada de informações acaba por prejudicar na busca do usuário por informações. Informações repetidas ou desatualizadas podem atrapalhar no processo de aprendizagem. No processo de curadoria a 4ª Lei de Ranganathan “Poupe o tempo do leitor” se encaixa perfeitamente já que o excesso de informações acaba fazendo o usuário perder muito tempo selecionando as informações mais relevantes que precisa. Castilho (2015, p. 46) afirma que:

Com o advento da internet e da generalização do sistema digital em quase todos os setores da atividade humana, a curadoria surgiu como um antídoto contra a desorientação informativa provocada pela avalanche de dados, fatos e notícias depois que o cidadão comum passou a poder publicar diretamente na web.

Bhugava (2009 *apud* TANUS; SILVA, 2022, p. 16) afirma que “os curadores de conteúdo assumem a responsabilidade de coletar e compartilhar o melhor conteúdo online para outros consumirem e assumir o papel de editores cidadãos, publicar compilações altamente valiosas de conteúdos criados por terceiros”. É tarefa do curador de conteúdo encontrar, selecionar, organizar e compartilhar o melhor conteúdo, sobre assuntos específicos, nos diversos formatos para os usuários interessados.

Na literatura existem vários modelos de curadoria, com os mesmos objetivos. A exemplo disso, temos o modelo de Weisgerber (*apud* TANUS; SILVA, 2022, p. 28):

Achar: identificar um nicho; agregar;
Selecionar: filtrar; selecionar segundo a qualidade, originalidade e relevância;
Editorializar: contextualizar conteúdo; introduzir, resumir, adicionar a sua perspectiva;
Arranjar/formatar: classificar o conteúdo; hierarquizar; leiautar conteúdo;
Criar: decidir por um formato;
Compartilhar: identificar sua audiência para saber qual mídia ela prefere usar;
Engajar: ser o anfitrião da conversação, providenciar espaço e participar das conversas;
Monitorar: acompanhar o engajamento, a liderança da conversação e melhorá-la.

Mouzalas Neto (2019) afirma que, embora pareça um processo fácil, é necessário que o profissional da informação seja bem letrado no que diz respeito as tecnologias digitais, já que as mesmas podem e devem ser usadas como facilitadoras nos processos por fontes confiáveis.

Sendo assim, é necessário que o bibliotecário procure estar sempre atualizado, para assim, cumprir o seu papel de profissional facilitador de acesso a informação.

5 REDES SOCIAIS: alguns conceitos fundamentais

O nascimento e desenvolvimento das RS estão diretamente ligadas à internet, que surgiu nas três últimas décadas do século XX e foram consequência de uma estratégia militar na Guerra Fria, com o intuito de criar um sistema de comunicação seguros a ataques nucleares. A respeito da internet, Castell (1999, p. 82) afirma que:

[...] A tecnologia digital permitiu o empacotamento de todos os tipos de mensagens, inclusive de som, imagens e dados, criou-se uma rede que era capaz de comunicar seus nós sem usar centro de controles. A universalidade da linguagem digital pura e lógica das redes do sistema de comunicação geraram as condições tecnológicas para a comunicação global horizontal.

Ao longo dos anos, a internet ganhou espaço e foi sendo transformada em um meio de comunicação global, onde, inicialmente, informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida. Com a ascensão das RS, a internet se tornou um espaço para desenvolvimento de comunidades virtuais. Segundo Martino (2014, p. 45-46):

Como qualquer comunidade humana, associações virtuais se constroem a partir de laços de interesse na troca de informações. [...] uma característica das comunidades virtuais é a eliminação das fronteiras do espaço entre seus participantes. [...] O interesse em um assunto ou em determinado tema é em geral um dos principais fatores responsáveis por levar uma pessoa a fazer parte de um agrupamento.

As RS surgiram com a finalidade de criar vínculos entre indivíduos, que possuem interesses em comum, a fim de interagir e receber e propagar informações de seus interesses. Com o passar do tempo, as organizações/empresas perceberam grande potencial para alcance de clientes. Tomaél e Marteleto (2006, p. 75) as definem como:

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

Gerardi (2021, p. 118) afirma que “em sua definição mais simples, as redes sociais são ferramentas de compartilhamento de informações”. Já para Martino (2014, p. 55):

Redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. [...] Ao longo da história vários tipos de organização social foram desenvolvidas, cada uma delas fundada sobre um tipo específico de vínculo ou laço, isto é, o elemento que forma a base de convivência. [...] nas redes sociais, os laços são formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados, mas sem a força das instituições e com uma dinâmica de interação específica.

Martino (2014) também defende que cada RS tem sua dinâmica e flexibilidade. Os vínculos entre os indivíduos tendem a ser fluidos, rápidos, estabelecidos conforme a necessidade em um momento e pode ser desmanchado no instante seguinte. A flexibilidade refere-se aos laços e vínculos criados que podem ser transformados a qualquer momento, ou seja, conexões entre pessoas são criadas, mantidas ou abandonadas a qualquer momento.

Gabriel (2010, p. 194) afirma que:

[...] redes sociais são estruturas sociais que existem desde a antiguidade e vêm se tornando mais abrangentes e complexas devido à evolução das tecnologias de comunicação e informação. No entanto, é importante ressaltar que redes sociais têm a ver com pessoas, relacionamento entre pessoas e não com tecnologias e computadores. [...] A essência das redes sociais é a comunicação, e as tecnologias são elementos catalisadores que facilitam as interações e o compartilhamento comunicacional.

Sendo assim, as RS possibilitam a propagação e o acesso a informações importantes e podem ser utilizadas por todos, pessoas ou empresas para estabelecer vínculos de amizade ou criar oportunidades de negócios, corroborando para que a disseminação da informação e conhecimento atinja um maior número de usuários.

5.1 A rede social Instagram

Em 2010, Kevin Systrom e Mike Krieger desenvolveram um aplicativo de fotos para celular com a opção de aplicar filtros e efeitos. De acordo com Piza (2012, p. 7):

Foi desenvolvido [...] com a intenção de resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas Polaroids, câmeras fotográficas de filme, cujas fotos revelavam-se no ato do disparo. O Instagram nasceu a partir de uma simplificação de outro aplicativo, também desenvolvido pelos dois engenheiros, chamado de Burbn, cuja proposta inicial era a de uma rede social que agruparia várias funções, onde os usuários poderiam compartilhar a sua localização, imagens, vídeos, planos para o final de semana, etc. Porém, o desenvolvimento deste aplicativo mostrou-se muito complexo, motivando Kevin e Mike a escolher uma das funções que consideraram mais atrativa: a fotografia.

Aguiar (2017) afirma que em seu lançamento, o Instagram fez enorme sucesso e se tornou o aplicativo mais baixado no sistema IOS. Diante do enorme sucesso, o aplicativo foi vendido para o Facebook em 2012 por 1 bilhão de dólares. Com o passar do tempo e a concorrência fez com que esse aplicativo sofresse alterações marcantes. Atualmente, além de fotos e vídeos, é possível compartilhar reels, stories e fazer transmissões ao vivo.

Diante da popularização do Instagram, empresas encontraram nessa rede social a oportunidade de encontrar clientes e vender seus produtos/serviços. Como resultado, foi

lançado, dentro do próprio aplicativo uma funcionalidade chamada *Instagram Insights*, capaz de analisar e disponibilizar estatísticas para as empresas no intuito de auxiliá-los a entender o perfil de seus seguidores e conseqüentemente, desenvolver conteúdo em cada ferramenta disponível no aplicativo.

5.1.1 Instagram Insights

O Instagram Insights é uma funcionalidade da rede social Instagram que analisa e expõe dados estatísticos e demográficos sobre os seguidores e sobre as publicações. Traz informações sobre o alcance da página, o número de visitas ao perfil e cliques nos *links*. Através desse recurso é possível identificar informações sobre os dias e horários que os seguidores mais interagem com a página. É um recurso que faz a análise das postagens, coleta informações de desempenho, alcance e engajamento.

De acordo com Content (2018) o Instagram insights possui 4 (quatro) principais benefícios: conhecer melhor os seus seguidores, saber qual é o alcance dos seus posts, entender o comportamento da sua audiência e verificar como estão reagindo aos *stories*.

É importante enfatizar que este recurso é apenas para perfis comerciais e possui três seções: Atividade, Conteúdo e Público.

Em “Atividade”, é possível obter informações sobre as interações do público com a conta, bem como as atividades dos seguidores em relação ao perfil e é dividida em duas seções: Interações e Descoberta.

- Interações: possui um levantamento sobre visitas, curtidas, comentários e cliques no link. Também possui um gráfico que informa os dias da semana que tiveram interações, onde fica disponível as interações dos últimos 7 dias. Informa dados da última semana, o número de visitas ao perfil, de cliques no *link* da bio, “como chegar”, enviar *e-mail* ou efetuar ligações (no caso de configurar esses botões). Todos esses dados podem ser comparados aos dados da semana anterior.

Geralmente, os dias da semana com mais interações coincidem com aqueles em que houve postagens. Então, para entender quais publicações geram mais interações, é interessante publicar um *post* por dia durante alguns dias e ver os resultados.

- Descoberta: nessa aba é possível entender quantas pessoas tiveram contato com o perfil ou os conteúdos nos últimos dias. Um gráfico mostra esse alcance por dia da

semana. É possível visualizar as métricas de alcance e de impressões, permite a comparação com a semana anterior.

Em “Conteúdo”, é possível encontrar as informações específicas sobre o desempenho de cada publicação. Esta é dividida em três seções: Publicações, *Stories* e Promoções.

- Publicações: O desempenho das publicações no *feed* do Instagram fica disponíveis nessa seção. É possível acessar um relatório completo sobre o número de vezes que os *posts* foram visualizado, de forma ordenada. Além disso, é possível filtrar os dados por alcance, impressões e cliques. E para ter mais detalhes, cada publicação possui métricas como Interações, Descoberta, Alcance e Impressões.

Também é possível saber a localização das pessoas que interagiram com o post, a quantidade de pessoas que a publicação alcançou, quantas ainda não seguiam a página e quantas passaram a seguir.

- *Stories*: Nesta seção é possível ver as métricas detalhadas de cada *story* publicado como a quantidade de visualizações, compartilhamento e curtidas.
- Promoções: ferramenta que possibilita que as métricas dos *posts* patrocinados pelo perfil são apresentadas. Mas vale ressaltar que o que aparece aqui são os patrocínios realizados diretamente no aplicativo.

6 A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS PELAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

As Redes Sociais ganharam um espaço na vida das pessoas e se tornaram um dos principais meios de comunicação. A facilidade de acesso por meio de aparelhos portáteis é um dos fatores que pode ser considerado muito influente para que esse fato ocorra. Com um clique, faz com que o usuário da rede social entre em milésimos de segundo em um mundo totalmente novo. Além disso, reduziram as barreiras da distância, permitindo que indivíduos se relacionem, independentemente de estar ou não no mesmo lugar. Todos podem interagir, compartilhar e modificar informações. O desenvolvimento dessas plataformas para a comunicação permite a construção e propagação de conteúdo, de forma dinâmica e instantânea.

Para Ribeiro, Leite e Lopes (2014, p. 11):

O que se percebe a cada dia é que as redes sociais se constituem um importante recurso profissional e pessoal que está sendo utilizado pelas organizações como ferramenta de comunicação e de informação, seja com o público externo, seja com o público interno. As redes sociais são uma das inovações tecnológicas que diariamente ganham mais e mais adeptos, pois tanto o elemento fundamental para a inovação quanto o princípio básico das redes sociais é a interação.

Para o melhor aproveitamento da utilização das redes sociais para alcançar os usuários das bibliotecas, é necessário entender e identificar o que os usuários gostam, precisam e esperam que seja publicado. Constantemente, antes de se deslocar até o ambiente físico da biblioteca, o usuário busca informações sobre o produto ou serviço que está necessitando para saber se a biblioteca oferece, para dessa forma, economizar tempo.

Aguiar e Silva (2010) afirmam que as redes sociais fazem parte do seu dia-a-dia dos usuários universitários e que a internet e as redes sociais já são parte da realidade da comunidade acadêmica. Diante dessa realidade, pode-se afirmar que o novo desafio das bibliotecas é resgatar dos usuários o interesse pelo o que as bibliotecas podem proporcionar. E esse interesse pode renascer a partir das publicações nas redes sociais. Ao utilizar as métricas do Instagram Insight para analisar o perfil dos seguidores é possível examinar entender o que esses usuários procuram.

De acordo com Gerardi (2021), existem dois modos de monitorar os resultados de forma eficaz. O primeiro consiste na análise das métricas disponibilizadas pelo Instagram que nos permite compreender os erros e acertos para estratégias possam ser reformuladas. O segundo exige a pesquisa do nome de sua marca e demais palavras-chave relacionadas a página.

O intuito é descobrir postagens que falem sobre os serviços/produtos e agir caso a impressão causada não esteja em conformidade com a imagem que a página deve passar.

A análise das postagens é fundamental, pois, permite a biblioteca, desenvolver um planejamento com as ações que devem ser executadas de forma a se viabilizar o alcance e fidelização dos usuários. Para Gerardi (2021), temos que saber quem são nossos clientes, para saber não só o que produzir em termos de conteúdo para essas pessoas, mas também que linguagem e postura adotar.

As Bibliotecas Universitárias cumprem um papel essencial no processo educacional. São responsáveis por guardar, proteger e disseminar conhecimento e possuem um valor imensurável para a sociedade. Nunes e Carvalho (2016, p. 179) reiteram que:

As bibliotecas universitárias são instituições de ensino superior e estão voltadas para atender as necessidades de todos os membros da comunidade acadêmica da qual fazem parte, mas num processo dinâmico, onde cada uma de suas atividades não é desenvolvida de maneira estática e mecânica, mas com o intuito de agir interativamente para ampliar o acesso à informação e contribuir para a missão da universidade.

Desse modo, a Biblioteca Universitária está diretamente atrelada ao tripé que rege as universidades no que se refere a ensino, pesquisa e extensão. É papel da biblioteca estimular a constante busca pelo conhecimento bem como sua produção e disseminação. Silveira (2014, p. 69) afirma que:

É na universidade que se percebe com mais clareza a produção do conhecimento científico e como este é influenciado pelo uso da tecnologia. No contexto da atual Sociedade da Informação – extremamente dinâmica, rápida e com intenso fluxo de informações –, as tecnologias da informação e comunicação são responsáveis por grande parte desses processos de produção e recuperação de informações e conhecimento.

Observa-se que, apesar da evolução da sociedade e da tecnologia, a Biblioteca Universitária continua tendo seu papel fundamental atrelado ao desenvolvimento e construção do conhecimento.

É interessante perceber que as bibliotecas sempre estiveram ligadas a ideia de universidade, por se configurar historicamente como um centro produtor e difusor do conhecimento e, além disso, perceber que o conhecimento se faz necessário à medida que a universidade se apresenta diretamente ligada à transmissão, preservação, criação e difusão desse conhecimento (ANZOLIN; CORRÊA, 2008 *apud* BARROS, 2018, p. 77).

Devido as transformações tecnológicas ocorridas nas últimas décadas, houve uma transformação no trabalho bibliotecário. Foi necessário se adaptar ao grande fluxo de informações disponibilizadas diariamente. Como aponta Gabriel (2010, p. 90):

O fenômeno do colapso do tempo e espaço na propagação da informação propiciado pelas tecnologias digitais móveis está transformando o mundo em um mundo em tempo real. Por outro lado, o fato de que virtualmente cada pessoa na face da terra passa a ser um polo de transmissão de notícias via redes sociais presenciais mobile está causando outro fenômeno muito importante – o aumento da densidade de informação no tempo presente. Enquanto no passado as possibilidades de se obter informação se limitavam a um número determinado de fontes e origens, hoje, em cada dado instante, o volume de informações geradas em tempo real por um número incontável de fontes e origens inunda o presente.

A tecnologia trouxe facilidades para o trabalho bibliotecário, a automatização das bibliotecas foi uma das vantagens que facilitou o acesso a informação. Ribeiro, Leite e Lopes (2014, p. 6) afirmam que:

As novas tecnologias da informação e comunicação trouxeram significativas mudanças em vários setores, oferecendo diferentes suportes e canais de comunicação entre empresa/cliente, e proporcionando aos clientes diferentes estratégias para a escolha de produtos e serviços que atendam suas necessidades. Com essa evolução surgiram também ferramentas para a obtenção de informação de forma instantânea. Essas tecnologias contribuíram para uma mudança nos padrões de consumo.

Os usuários de bibliotecas se tornaram mais exigentes, diante da facilidade de acesso a informações, tornando a biblioteca um espaço quase obsoleto. Antes, os usuários viam o espaço físico das bibliotecas como um local imprescindível para o aprendizado e desenvolvimento de pesquisas. A utilização das RS no ambiente da Biblioteca Universitária, pode contribuir tanto para a implantação (ou aperfeiçoamento) de produtos e/ou serviços oferecidos, como para facilitar a comunicação da Biblioteca Universitária com seus usuários. Criar conteúdo que seja de interesse dos usuários nas RS, deve ser uma tarefa voltada para buscar atender as necessidades dos usuários, de forma que eles possam sanar, mesmo que momentaneamente, sua necessidade informacional.

Para Santos Neto (2014) a internet e conseqüentemente, as RS expandem as possibilidades para a promoção de produtos e serviços que visam mediar a informação, buscando atender as necessidades e interesses da sociedade.

Maness (2007) considera que a utilização de RS pelas bibliotecas não só faz com que ocorra a interação entre bibliotecários e usuários, mas também permite o compartilhamento de recursos informacionais em um ambiente eletrônico. Nesse ambiente, os usuários podem criar

vínculo com a biblioteca e descobrir quais são os interesses de outros usuários comuns aos seus, a partir do que é visualizado, comentado e curtido.

As transformações causadas avanço tecnológico estabeleceu que o usuário e suas expectativas devem ser priorizados e que o armazenamento e organização do acervo devem atender a essas expectativas, uma vez que, a informação passou a ser encontrada com mais facilidade e em diversos formatos. Essa deferência permite que usuário tenha um conforto em buscar auxílio em bibliotecas para obter a informação desejada.

Perante esse cenário de mudanças e transformações ocasionados pela Era das RS, é indispensável que a Biblioteca Universitária busque utilizar ferramentas que o auxiliem não só para manter seus usuários, mas também conquistar novos, oferecendo-lhes serviços que encurtem o tempo de busca as informações e atendam suas expectativas.

Para Prado e Correa (2016, p. 170):

Uma biblioteca universitária com uma presença digital forte e atuante, é propensa a apresentar melhores resultados na comunidade onde atua. Para que isso aconteça, é importante trazer a ressalva de que um planejamento é necessário, conhecendo tanto o potencial da equipe da biblioteca (que será responsável por alavancar e manter esta presença), como a comunidade onde ela atua.

Diante da sua participação e compromisso na construção do conhecimento científico é possível perceber a importância da utilização das RS pelas Bibliotecas Universitárias como forma de disseminar informação e estar mais próximo dos usuários. Sendo assim, o Instagram que é a rede social foco dessa pesquisa, possui algumas características que devem ser evidenciadas. A primeira dela é que essa RS possui algumas formas de monitorar seus seguidores: as curtidas, os comentários, os compartilhamentos, as menções, os *feedbacks*. Para melhor avaliação do alcance das publicações, a RS Instagram possui a funcionalidade *Instagram Insights*. Funcionalidade que dá acesso as métricas, ou seja, uma análise dos índices de alcance das publicações. Pode-se afirmar que, a partir da análise desses dados, é possível planejar as próximas ações, criar conteúdo que interesse ao usuário e possivelmente, alcançar mais seguidores.

Levando esse contexto para dentro das bibliotecas universitárias, as RS podem contribuir para a criação de conteúdo para a maior interação dos usuários com as Bibliotecas Universitárias. A partir do monitoramento dessas publicações, é possível reconhecer e entender qual tipo de publicação os usuários se atraem.

Diante desse cenário de transformações, é necessário estar atento ao desejo dos usuários e buscar estratégias para alcança-los – assunto que será abordado posteriormente.

6.1 Estratégias para o alcance de usuários

Criar conteúdo que atraia a atenção dos usuários não é tarefa fácil. Inicialmente, conhecer as características do público-alvo auxilia no desenvolvimento de materiais que interessam aos seguidores da página. A escolha de temas, a maneira como são desenvolvidos e a relevância desses materiais são aspectos que, se bem explorados, geram engajamento.

Se você tem plena noção da essência da marca e quem são as pessoas que adquirem seus serviços e produtos para saber o que é preciso para ensinar, informar ou divertir seu público. Assim, quanto mais qualidade e relevância agrega ao seu conteúdo, mais chances ele tem de ganhar o mundo, sobretudo por meio de compartilhamentos, seja em bate-papos, seja nas redes sociais (GERARDI, 2021, p. 59).

O perfil de uma empresa ou organização no Instagram não precisa, necessariamente publicar somente conteúdo considerado “sério”, afinal de contas, estamos falando de uma ferramenta que as pessoas utilizam para entretenimento e socialização. Para Bradley e McDonald (2013), as pessoas, atualmente, esperam descobrir tudo sobre qualquer coisa com um clique de mouse ou com o toque dos dedos.

Gerardi (2021, p. 76) aponta alguns pontos que são fundamentais para o desenvolvimento de conteúdo:

O título é o primeiro contato do usuário com o texto, logo ele precisa vender instantaneamente a sua proposta. [...] Além disso, o texto deve trazer um tom descontraído, como se fosse um bate-papo com o leitor. [...] Manter um certo padrão de tamanho para seus textos, bem como a mesma tipografia. [...] Ir direto ao ponto nos argumentos, tratando dos desejos e necessidades do público no parágrafo inicial e desenvolvendo as questões nas linhas seguintes. [...] O uso de palavras-chave permite que o usuário encontre mais facilmente o conteúdo publicado, no caso do Instagram, o termo utilizado é ‘hashtag’.

Ter uma boa escrita influencia na qualidade da publicação. Ainda de acordo com Gerardi (2021), erros de português em seu conteúdo já são, em si, motivo suficiente para afetar a percepção do público em relação a qualidade daquilo que é oferecido.

A diversidade de recursos do Instagram permite variar os conteúdos publicados. Essa variação com o uso de fotos, vídeos, *stories* ou *lives* pode resultar num alto fluxo de visitantes a página. De acordo com Gerardi (2021) no *post*, é possível falar sobre assuntos pertinentes aos serviços e produtos oferecidos, bem como a área de atuação, com o objetivo de informar e educar o público afim de angariar visibilidade e confiança.

Para ter uma boa divulgação de uma página na RS é preciso ter em sua estratégia um planejamento de forma eficiente de ações. A escolha de um domínio ou “*user*” deve ser de fácil memorização, afinal, o objetivo de uma página é ser descoberta e acessada; Informações

essenciais como contato, horário de funcionamento, localização e site institucional devem estar na “bio”, onde o usuário facilmente identifica e acessa; Entender o perfil dos seguidores e compartilhar informações relevantes que das áreas de interesse é fundamental para que haja curtidas; Utilizar os comentários e o *direct* é uma forma de manter-se acessível as dúvidas dos usuários.

Manter pessoal treinado para o uso das RS e para manter uma periodicidade das postagens é um dos fatores que contribuem para o bom desempenho da página. Por se tratar de uma página de um núcleo de Bibliotecas, a curadoria digital é um estratégia que pode ser utilizada para atrair seguidores pois através dela, a/o bibliotecária/o poderá, mesmo que de forma resumida, propagar e disponibilizar informações de valor para os usuários.

7 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

7.1 Tipo de pesquisa

Para o desenvolvimento deste trabalho, o procedimento elegido para embasamento teórico foi a pesquisa bibliográfica, pois, auxilia o pesquisador a identificar os trabalhos científicos existentes que abordam o assunto investigado. Além disso, colabora com o desenvolvimento da problemática e a seleção de um método adequado para o tipo de trabalho. De acordo com Fonseca, (2002 *apud* CÓRDOVA; SILVEIRA, 2009, p. 37):

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

Para Alves, Oliveira e Sousa (2021) o pesquisador precisa ler, refletir e escrever sobre o que estudou para, assim reconstruir a teoria e aprimorar os fundamentos teóricos. Esse tipo de pesquisa é o levantamento ou revisão de obras publicadas sobre a teoria que direcionará o trabalho científico. É através do levantamento bibliográfico que podemos nos aprofundar sobre o assunto pesquisado.

Ainda de acordo com Alves, Oliveira e Sousa (2021) a pesquisa bibliográfica está inserida principalmente no meio acadêmico e tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas.

A pesquisa bibliográfica permite ao pesquisador conhecer o fenômeno investigado mais a fundo. Além disso, auxilia na investigação desde o começo, pois identifica os trabalhos científicos existentes. Também auxilia na escolha da problemática e dos métodos mais apropriados.

Para o desenvolvimento deste estudo, foram utilizados livros, artigos e revistas, com o marco temporal de 1999 a 2022. É importante destacar que a escolha desses materiais para o desenvolvimento da pesquisa se deu devido a percepção dos autores citados e tem como objetivo esclarecer, sustentar e ilustrar as ideias que são defendidas.

Além disso, essa pesquisa caracteriza-se como um estudo de campo que, de acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 59) tem como objetivo:

[...] conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual procuramos uma resposta, ou de uma hipótese, que queiramos comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que presumimos relevantes, para analisa-los.

Para Severino (2013), na pesquisa de campo, o objeto/fonte é abordado em seu meio ambiente próprio. A coleta de dados é feita nas condições naturais em que os fenômenos ocorrem, sendo assim diretamente observados, sem intervenção e manuseio por parte do pesquisador.

O estudo de campo busca o aprofundamento das questões propostas pelo pesquisador. Além disso, é mais flexível, seus objetivos podem ser modificados durante todo o processo da pesquisa. Para Gil (2008) no estudo de campo estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ou seja, ressaltando a interação de seus componentes. Assim, o estudo de campo tende a utilizar muito mais técnicas de observação do que de interrogação.

Quanto aos fins, essa pesquisa é classificada como exploratória e descritiva. De acordo com Raupp e Beuren (2013, p. 80):

Uma característica interessante da pesquisa exploratória consiste no aprofundamento de conceitos preliminares sobre determinada temática não contemplada de modo satisfatório anteriormente. Assim, contribui para o esclarecimento de questões superficialmente abordadas sobre o assunto.

Assim, a pesquisa exploratória é um método que auxilia o pesquisador a conhecer mais sobre o assunto, contribuindo para a elaboração de questionamentos que colaborarão para a sua conclusão. Já na descritiva, Prodanov e Freitas (2013, p. 52) afirmam que:

[...] o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática.

Além disso, os autores afirmam que a pesquisa descritiva busca classificar, explicar e interpretar fatos que ocorrem. Os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem interferências sobre eles, ou seja, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo investigador.

No que diz respeito à natureza da pesquisa, está se caracteriza como qualitativa e quantitativa. Segundo Proetti (2017, p. 25):

Os métodos qualitativos e quantitativos não se excluem, e contribuem para o entendimento e a quantificação dos aspectos lógicos e essenciais de um fato ou fenômeno estudado. São procedimentos de cunho racional, intuitivo e descritivo que auxiliam os pesquisadores em seus estudos científicos e profissionais. As pesquisas

qualitativa e quantitativa permitem a reflexão dos caminhos a serem seguidos nos estudos científicos, pois auxiliam para entender, desvendar, qualificar e quantificar de forma verificativa, bem como permitem estudar a importância dos fenômenos e fatos para que se possa mensurá-los. [...] A pesquisa qualitativa não visa à quantificação, mas sim ao direcionamento para o desenvolvimento de estudos que buscam respostas que possibilitam entender, descrever e interpretar fatos. Ela permite ao pesquisador manter contato direto e interativo com o objeto de estudo. A pesquisa quantitativa segue com rigor de estudo a um plano previamente estabelecido, com hipóteses e variáveis definidas pelo estudioso. Ela visa enumerar e medir eventos de forma objetiva e precisa.

Raupp e Beruen (2013) afirmam que a pesquisa qualitativa gera análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado, já a abordagem quantitativa caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta quanto no tratamento dos dados. Sendo assim, para a coleta de dados será aplicado questionários com questões abertas e fechadas para o administrador da página do DIB/UFMA no Instagram, para a coleta de informações a respeito do funcionamento da página, bem como o planejamento para postagens.

8 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo apresenta dados obtidos através de questionário, aplicado ao administrador da página da DIB/UFMA no Instagram e posteriormente uma análise das publicações na referida RS.

8.1 Questionário

Explana-se nesse item os resultados do questionário, composto de questões abertas e fechadas, aplicado ao Técnico em Assuntos Educacionais, administrador do Instagram. O referido questionário compõe o Apêndice A.

A **justificativa** para criação da página, segundo o Entrevistado 01 foi:

Explorarmos uma ferramenta de comunicação dinâmica, de ampla disseminação, que possibilitasse uma interação rápida com nossos usuários, levando a eles informações variadas sobre o universo tanto da Diretoria Integrada de Bibliotecas quanto da leitura em geral.

No que diz respeito a **responsabilidade pelas postagens**, de acordo com o Entrevistado 01, existe uma comissão formada por 08 bibliotecárias e 01 técnico em assuntos educacionais. Na equipe há uma subdivisão por tarefas/publicações, em que os participantes têm o compromisso de produzir, dentro de determinada regularidade as postagens. Além disso, as postagens precisam atender ao interesse público, como é de finalidade da universidade como um todo e como lidam com o universo dos livros e demais materiais informacionais, as publicações são orientadas para esse universo.

Sobre o **objetivo da página**, foi elencado que:

Basicamente, procuramos divulgar as ações da Diretoria Integrada de Bibliotecas, tanto na ilha quanto no continente, prestando informações de nossos serviços, mas também procurando ser um espaço de incentivo ao hábito da leitura e da pesquisa, não apenas em nossos acervos, mas levando em consideração o campo da leitura de maneira geral (Entrevistado 01).

Em relação ao **conteúdo das publicações**, obteve-se informação que os temas giram em torno dos treinamentos, orientações, aquisições, eventos, curiosidades sobre o mundo da leitura e informações sobre a importância da acessibilidade. Para isso, foi estabelecido um planejamento de publicações diárias, excluindo feriados, fins de semana e férias dos componentes da comissão do Instagram.

Mediante aos dados do questionário, foi analisado a **frequência de postagens** de conteúdo as postagens são feitas diariamente. Os *stories* são feitos às segundas, quartas e sextas, sempre procurando relacionar um fato do dia com o acervo.

As dúvidas mais frequentes apresentadas pelos usuários são sobre o horário de funcionamento da Biblioteca central, como fazer para pagar a multa, para emitir o nada consta, serviços de atendimento.

Quando questionado sobre a maior vantagem dessa RS, o Entrevistado 01 afirmou que foi:

A construção de um espaço que materialize o fato de ser um setor atento a desenvolver canais que aproximem os serviços das bibliotecas do público acadêmico. A dinamicidade e instantaneidade das redes sociais possibilitam que as informações sejam divulgadas com mais rapidez.

Sobre a interação dos usuários com a página, ainda de acordo com o Entrevistado 01, além de “curtidas”, alguns usuários se manifestam escrevendo comentários, a maioria elogiosos, alguns dando sugestões de melhoria da própria página do Instagram, outros compartilhando o conteúdo da página.

Em relação às estratégias para alcance de seguidores para a página, o Entrevistado 01 afirmou que:

Se dá nos momentos de atendimento ao público (no balcão da Biblioteca Central, nos cursos e treinamentos oferecidos pelas bibliotecárias), também por meio de cartazes informativos, e ainda por intermédio de marcações no Instagram citando a página oficial da UFMA. Quando esta reposta algo publicado pela DIB, sempre acabam conseguindo maior visibilidade.

Quando perguntado “qual a importância do bibliotecário como mediador da informação dentro das redes sociais?”, o Entrevistado 01 pontuou:

Acredito que esse profissional tenha o interessante desafio de tentar converter seus conhecimentos técnicos, seu aprendizado acadêmico e profissional, em uma informação que conseguia aliar profundidade e brevidade, relevância e dinamicidade, pertinência e curiosidade. Certamente os usuários têm muito a ganhar quando essa equação é bem realizada.

No que diz respeito a utilização do Instagram como instrumento de divulgação e comunicação de bibliotecas para interação com os usuários, foi afirmado que:

É inviável pensar na realização de um trabalho que ignora as demandas de seu público. Se as pessoas no mundo inteiro têm as redes sociais como parte importante de suas rotinas e do uso de seu tempo, como ignorar isso sem se tornar obsoleto? Se a realidade é feita de interações virtuais (ou interações reais que se utilizam de ferramentas tecnológicas), não é mais possível prescindir das facilidades

proporcionadas pelas redes sociais. Mas é preciso, claro, adequar o uso das mesmas a partir dos princípios que regem a existência de instituições como a nossa: Bibliotecas que integram uma Universidade pública. Nossas responsabilidades com a comunicação produzida são consideráveis nesse sentido (Entrevistado 01).

Para a pergunta “A partir da criação da página, houve alguma alteração no comportamento dos usuários?” A resposta do entrevistado foi:

Grande parte da existência da página se deu na época da pandemia. Apesar das interações existentes, seria interessante observarmos como será o comportamento e a adesão de nossos usuários quando as atividades na Universidade forem retomadas, de fato, na sua ampla normalidade. Creio que a própria existência da página será de maior conhecimento quando as restrições se tornarem algo definitivamente do passado.

Em relação aos recursos utilizados para analisar o engajamento das postagens, de acordo com o Entrevistado 01, “ainda observamos, basicamente, as interações feitas (curtidas, comentários...). Mas nada ainda que envolva estatísticas ou análise mais minuciosa de dados”.

Para a pergunta “Quais recursos do Instagram são mais utilizados e por que? (*lives*, *reels*, IGTV)”, a resposta do Entrevista 01 foi a seguinte:

Utilizamos basicamente postagens com cards, com informação mais rápida e direta. Nunca fizemos *lives*... talvez por ser uma página institucional, que requer maiores cuidados em apresentações nesse formato...não sei...não chegamos de fato a discutir essa possibilidade. Fizemos uma experiência com *reels* e IGTV, em que os usuários (estudantes e professores) davam dicas de leitura. Era algo interessante, mas que sofria com certa resistência das pessoas quando convidadas a participar, pela timidez e desconforto de muitos em gravar vídeos. Não foi uma estratégia abandonada por completo, mas foi reformulada: as dicas agora podem vir no formato de card, utilizando a foto da pessoa, causando bem menos resistência que a gravação do vídeo. Estamos ainda no começo, vamos observar como funcionará.

Por fim, foi perguntado “Como você define a experiência de utilizar essa rede social?” Para o Entrevistado 01:

A experiência de utilizar o Instagram é desafiadora. Elaborar conteúdo que seja ao mesmo tempo relevante em termos acadêmicos e abrangente e compreensível, além de agradável e, quando possível, até mesmo divertido (afinal as redes sociais são marcadas como um espaço também de descontração). É instigante. Exige cuidado, atenção, uma dose de criatividade. Mas quando chegam num produto considerado satisfatório e que atende às responsabilidades da comissão enquanto servidores públicos, é recompensador.

8.2 Análise das publicações

Destaca-se a seguir o levantamento e análise das postagens realizado no Instagram da DIB/UFMA², no período de abril a junho de 2022. Fez-se um levantamento das postagens, onde foi contabilizado um total de 61 (sessenta e uma), dando origem a seguinte classificação:

- Tipo de publicação;
- Assunto;
- Formato;
- Data;
- Dia da semana;
- Visualizações (no caso dos vídeos);
- Número de curtidas;
- Número de comentários;
- Presença ou não de descrição inclusiva.

Figura 1 – Quadro Vice-versa, quadro sobre curiosidades a respeito de livros, músicas e escritores



Fonte: DIB/UFMA (2022).

² @ufma_dib

Na figura acima é possível analisar uma das postagens que fez parte do levantamento, nela é possível observar os dados como o formato em *card*, a descrição inclusiva que permite que pessoas com deficiência visual também tenham acesso à informação, a quantidade de curtidas e a ausência de comentários.

Para desenvolver uma análise da interação dos seguidores do perfil com as publicações feitas, os critérios de categorização foram os seguintes:

Quadro 1 – Análise da interação dos seguidores

Tipos de publicação	Formato da publicação	Interação dos seguidores
Curiosidades	Vídeo	Número de curtidas
Campanha/quadro	Card	Número de comentários
Comunicados	Foto	-
Repostagens	-	-
Dia-a-dia da biblioteca	-	-

Fonte: Elaboração da autora.

A partir desses critérios, foram gerados gráficos que revelam a interação dos usuários, revelando os picos de curtidas e conseqüentemente os formatos, assuntos e dias da semana que corroboram para tal reação dos seguidores.

Com base na literatura, as métricas disponíveis permitem verificar o alcance das publicações, bem como a eficiência das postagens. Silva (2020) constatou que o acompanhamento das métricas contribui de forma satisfatória no auxílio da melhoria dos serviços e aquisição de produtos para biblioteca, além de servir como parâmetro para compreensão dos interesses e comportamentos dos usuários. A partir das métricas de engajamento é possível compreender quais são as ferramentas que mais atraem o público. Todos esses dados vão permitir a uma organização e planejamento de ações (BARROS, 2018).

Foi estabelecido seis gráficos que evidenciam algumas tendências de comportamento dos usuários. A análise inicialmente se dispõe em duas tabelas, onde foram separadas as classificações das publicações por Tipo de Publicação e a outra por Data da Publicação. A Tabela 1 (Apêndice B) mostra informações sobre tipos de publicação, assunto, formato e data.

A Tabela 2 (Apêndice C) remete às datas em que foram feitas as postagens, os dias da semana, a quantidade de visualizações nas publicações em formato de vídeo, o número de curtidas, o número de comentários e se a publicação possui ou não descrição inclusiva.

De acordo com os dados do questionário, as publicações no *feed* são feitas diariamente. Os *stories* são feitos às segundas, quartas e sextas, sempre procurando relacionar um fato do dia com o acervo.

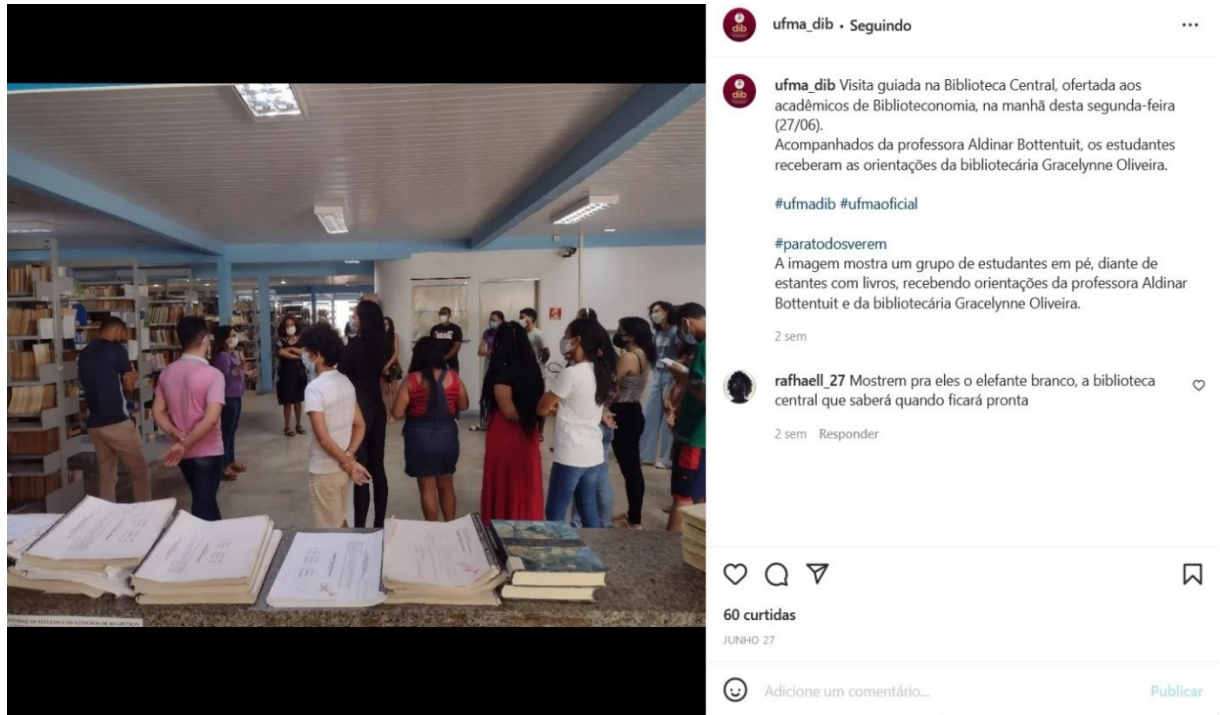
Na Tabela 1 e Tabela 2, é possível notar variações de interações, e, no intuito de fazer essa leitura das interações e analisar as reações dos seguidores, foram elaborados os gráficos expondo essas interações, agrupadas por dias da semana, número de curtidas, quantidade de publicações e tipos de publicação.

Os Gráficos 1 e 2 ([Apêndices D e E](#)), demonstram a quantidade de publicações por dia da semana nos meses de abril, maio e junho de 2022 (Gráfico 1- Apêndice D) e a quantidade de curtidas nesses mesmos dias (Gráfico 2 – Apêndice E). Nos mesmos, é possível notar que os dias da semana com mais publicações são as segundas, terças e quartas, com variações de 01 a 08 publicações por dia e a quantidade de curtidas dos seguidores é quase que proporcional à quantidade de publicações. Ou seja, nos dias da semana em que houveram mais publicações, naturalmente tiveram mais curtidas. E nos dias com menos publicação, conseqüentemente, menos curtidas.

Os Gráficos 3 e 4 ([Apêndices F e G](#)), no formato de colunas empilhadas com volumes em percentual, estão demonstradas os volumes de publicações por formato de vídeo, card e foto (Gráfico 3 – Apêndice F) e os volumes de curtidas das respectivas postagens. No período analisado, houve 16 publicações em formato de foto, 38 publicações em formato de card e 07 publicações em formato de vídeo. Na leitura dos Gráficos 3 e 4 ([Apêndices F e G](#)) é possível identificar que as publicações com fotos se sobressaem. É possível notar que em alguns dias (em algumas terças, quartas e quintas de maio) o número de curtidas de fotos se sobressai significativamente em relação aos outros formatos (card e vídeo). E fazendo uma análise um pouco mais profunda, é possível notar pela tabela de descrição das postagens (Tabela 1) que se tratam de fotos mostrando os usuários no ambiente da Biblioteca.

Essa percepção se evidencia no momento é feita comparação entre a proporção de publicações e a quantidade de curtidas (Figura 1 – [Apêndice H](#)). Em toda a análise do gráfico, foi o reflexo mais relevante notado. A cor cinza, que representa o volume de fotos, se sobressai em muito quanto feita a leitura no gráfico de quantidade de curtidas.

Figura 2 – Publicação divulgando visita guiada à Biblioteca Central

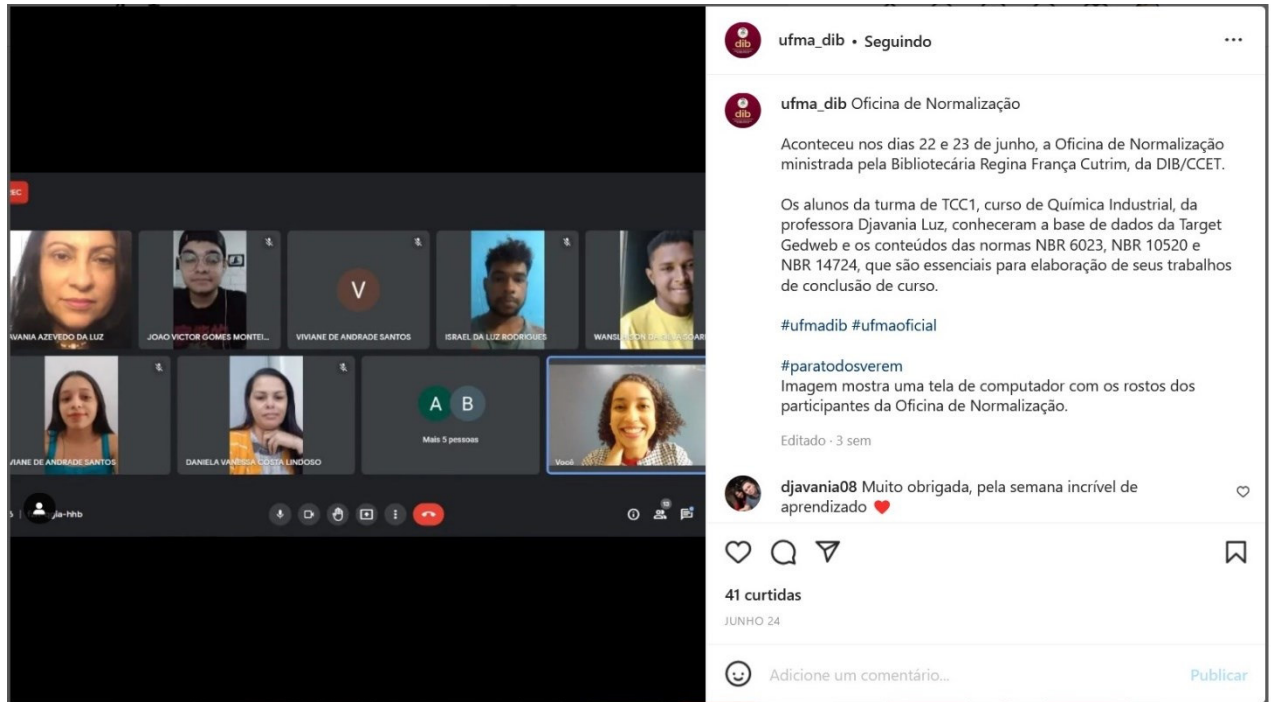


Fonte: DIB/UFMA (2022).

Na figura acima, a página publicou uma foto mostrando o dia-a-dia da Biblioteca Central com a visita guiada ofertada à um grupo de estudantes.

Nos Gráficos 5 e 6 (Apêndices I e J), é possível notar que o padrão de curtidas mantém uma tendência maior para os assuntos do dia-a-dia das bibliotecas, que são as publicações que geralmente são feitas com fotos. Além disso, não foi possível fazer uma leitura mais precisa a respeito das publicações em vídeo devido a quantidade de postagens no período da pesquisa.

Figura 3 – Publicação informando Oficina de Normalização ministrado por Bibliotecária da DIB/CCET



Fonte: DIB/UFMA (2022).

Pode-se concluir que os usuários interagem mais quando a publicação possui foto(s) e assuntos do dia-a-dia das bibliotecas. No caso da publicação acima, a seguidora da página agradece nos comentários pelo serviço oferecido pela DIB.

É importante frisar que todos os tipos de publicações têm a sua importância. Porém as publicações que se encaixam nessa realidade de maior interação com os seguidores podem e devem ser exploradas para potencializar o engajamento da página. Além disso, para futuras análises com uma leitura mais detalhada é indicado que a página da DIB/UFMA utilize o *Instagram Insights*, para ter acesso às métricas mais detalhadas (como alcance da página, número de visitantes, número de visualizações, o perfil dos seguidores como, sexo, idade e localização, entre outros). Além disso, todas as publicações devem conter a descrição inclusiva para que as pessoas com deficiência visual tenham acesso ao conteúdo de todas as publicações.

Outro ponto que deve ser revisto é a administração da RS Instagram ser feita por um Técnico em Assuntos Educacionais. O que não atende a tendência atual que é do bibliotecário gerar conteúdo para RS que, conforme estabelece Tanus e Silva (2022), bibliotecários são profissionais que trabalham com os processos de busca, seleção, organização, armazenamento,

disseminação da informação, logo, possibilitar a apropriação da informação pelas pessoas envolve o trabalho de mediação do bibliotecário.

8.3 Recomendações

Com base na investigação realizada, entrevista com o administrador da RS e análise das postagens, elenca-se a seguir algumas recomendações, para melhor divulgação dos serviços e produtos do DIB, a fim de promover igualmente interação e fidelização dos usuários.

- Utilizar o *Instagram Insights* para o estudo e planejamento de ações de acordo com as informações disponibilizadas através das métricas;
- Utilizar o *reels, live, IGTV* e vídeo para divulgação dos acervos das bibliotecas, bem como a distribuição dos materiais nas estantes; mostrar os bastidores das bibliotecas (serviços de referência, Processamento técnico, Aquisição, entre outros);
- Realizar treinamentos *online* utilizando o recurso *live* sobre como acessar os portais da UFMA, portais de periódicos, como normalizar trabalhos acadêmicos, entre outros;
- Fazer enquetes nos *stories* afim de conhecer o que os seguidores gostariam de ter acesso na página. Também através das enquetes podem conhecer os assuntos de interesse dos seguidores afim de realizar a curadoria digital;
- Fazer publicações sobre fatos inusitados, datas comemorativas afim de expandir o universo das bibliotecas, livros de literatura e outras bibliotecas universitárias;
- Apresentar as equipes de trabalho das bibliotecas, os bibliotecários, estagiários e funcionários afim de torná-los conhecidos pelos usuários, facilitando o acesso a eles quando os usuários chegam às bibliotecas buscando auxílio;
- Elencar *cases* de sucesso que envolvam a comunidade universitária (professores e alunos);
- Enfatizar junto a administração superior a necessidade de unificar o nome das unidades de informação no site da UFMA³, pois, no espaço o Histórico da biblioteca está desatualizado, não contendo informações sobre a legislação institucional sobre a alteração do nome para DIB. Visto que, tal fato gera uma confusão e demonstra uma insegurança em relação a própria definição;

³ No portal da UFMA, na seção Histórico, o sistema de bibliotecas está nomeado NIB e na RS Instagram consta como DIB (DIRETORIA INTEGRADA DE BIBLIOTECAS, 2022).

- Adotar a descrição inclusiva para todas as publicações, para que as pessoas com deficiência visual tenham acesso a todas as publicações.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo abordar a temática da rede social Instagram como instrumento importante para a comunicação e interação com os usuários e as Bibliotecas da UFMA e fazer uma análise das ações da Diretoria Integrada de Bibliotecas da UFMA nessa rede social.

Foi constatado que a utilização do Instagram para interação e comunicação com os usuários das bibliotecas é muito útil, sendo um espaço virtual para compartilhamento de informações pertinentes sobre horários de funcionamento das Bibliotecas e da Universidade, sobre os Sistemas de acesso via internet, notícias sobre eventos, dicas de normalização, leitura e literatura, entre outros. Através de questionário aplicado, foi possível concluir que a comissão analisa as interações dos seguidores apenas por meio das publicações, com o número de curtidas e comentários, o que mostra apenas dados superficiais sobre as interações dos usuários. Além disso, a quantidade de publicações é de acordo com o planejamento preestabelecido pela comissão responsável pela página e os recursos utilizados são basicamente postagens com cards ou fotos com informações mais rápidas e diretas. Os demais recursos como *reels*, IGTV e vídeo não são muito utilizados. Em relação ao recurso *live*, nunca foi utilizado, já que, por ser uma página institucional, requer maiores cuidados em apresentações nesse formato e a comissão não chegou a discutir a utilização desse recurso. Ainda foi possível identificar que boa parte das postagens possuem descrições para os deficientes visuais, detalhando todos os aspectos das publicações.

Foi possível concluir que a não utilização da ferramenta *Instagram Insights* dificulta o estudo das métricas e dos dados dos seguidores. A análise de dados somente através das curtidas, dos comentários e do *direct* fornece apenas informações superficiais, ou seja, não são suficientes para identificar, de maneira concreta, o que tem causado engajamento na página.

Perante o exposto, concluir-se que a rede social Instagram juntamente com sua funcionalidade *Instagram Insights* possui grande potencial para a comunicação e interação das Bibliotecas Universitárias com seus usuários. Os recursos disponíveis que essa rede social oferece, formam um leque de possibilidades para o alcance e fidelização de seguidores, sendo assim um ótimo canal de atendimento.

Considera-se que este trabalho traz contribuições relevantes não somente para o DIB/UFMA, mas que pode ser um guia para demais bibliotecas universitárias. Assim, tal contributo se estende a Biblioteconomia, notadamente no momento atual, em que as bibliotecas estão usando as redes sociais para interação com seus usuários.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, G. A. de; SILVA, J. F. M. da. As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, Orkut, Myspace e Ning. *In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS*, 16.; SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE BIBLIOTECAS DIGITAIS, 2., 2010, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2010.
- ALVES, L. H.; OLIVEIRA, G. S. de; SOUSA, A. S. de. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 43, p. 64-83, 2021. Disponível em: <https://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/ca>. Acesso em: 20 abr. 2022.
- ANJOS, C. R. dos. Biblioteca e mídias sociais: relatório de experiência. **Biblionline**, João Pessoa, v. 15, n. 3, p. 79-88, 2019. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/148724>. Acesso em: 24 mar. 2022.
- ASSIS, T. B. a de. Perfil profissional do bibliotecário: atual e desejado. *In: organizadores: RIBEIRO, A. C. M. L.; FERREIRA, P. C. G. (orgs.). Bibliotecário do século XXI: pensando o seu papel na contemporaneidade.* – Brasília: Ipea, 2018. *E-book*. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/8674/1/Perfil%20profissional.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2022.
- BARBIER, F. **História das bibliotecas: de Alexandria às bibliotecas virtuais**. Tradução de Regina Salgado Campos. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2018.
- BARROS, D. B. S. **Mediação da informação em redes sociais: um estudo sobre a interação dos usuários da Biblioteca Central UFPA no Facebook**. 2018. 204f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/10711>. Acesso em: 10 maio 2022.
- BRADLEY, A. J.; McDONALD, M. P. **Mídias Sociais na organização: como liderar implementando mídias sociais e maximizar os valores de seus clientes e funcionários**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2013.
- BRAGA, A. A. *et al.* **As mídias sociais nas bibliotecas das Universidades Federais do Ceará e do Amazonas**. 19. ed. Manaus: UFAM, 2016. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/4415>. Acesso em: 10 maio 2022.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTILHO, C. A. V. **O papel da curadoria na promoção do fluxo de notícias em espaços informativos voltados para a produção e conhecimento**. 2015. 155f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

CONTENT, R. **Instagram insights**: conheça tudo sobre essa funcionalidade e como usá-la para sua estratégia na rede. São Paulo, 20 fev. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram-insights/>. Acesso em: 6 maio 2022.

CÓRDOVA, F. P.; SILVEIRA, D. T. **A pesquisa científica**. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

DIB/UFMA. **Perfil oficial da Diretoria Integrada de Bibliotecas**. São Luís, 14 jul. 2022. Instagram: @ufma_dib. Disponível em: https://www.instagram.com/ufma_dib/. Acesso em: 14 jul. 2022.

DIRETORIA INTEGRADA DE BIBLIOTECAS. **Histórico**. São Luís: UFMA, 2022. Disponível em: https://portais.ufma.br/PortalUnidade/dib/paginas/pagina_estatica.jsf?id=121. Acesso em: 29 jul. 2022.

FONSECA, E. N. **Introdução à Biblioteconomia**. 2. ed. Brasília: Brinquet Lemos, 2007.

GABRIEL, M. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.

GARCIA, I. O. D. S.; SÁ, M. I. F. E. Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. **Prisma.com**, Portugal, n. 35, p. 108-151, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/69658>. Acesso em: 3 maio 2022.

GERARDI, A. **Universidade marketing digital**: como promover seu negócio na internet e ser bem-sucedido. São Paulo: Universo dos Livros, 2021.

GIL, A. C. **Método e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas S. A, 2008.

LIMA, D. S. **O Instagram como instrumento de marketing digital utilizado por bibliotecas universitárias como apoio, divulgação e interação com seu usuário**: um estudo sobre o sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Ceará. 2019. 82f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) - Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Fortaleza, CE, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/52805>. Acesso em: 10 jun. 2022.

MANESS, J. M. Teoria da biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 43-51, jan./abr. 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>. Acesso em: 28 out. 2021.

MARTINO, L. M. S. **Teorias das mídias digitais**. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, Vozes: 2014.

MICHAELIS. **Dicionário brasileiro da língua portuguesa**. [S.l.:s.n.], 2022. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/biblioteca>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MORIGI, V. J.; PAVAN, C. Tecnologias de informação e comunicação: Novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 1, p. 117-125, jan./abr. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/LCgRkWGpGjzkbGCT3ZJs5nb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 2 maio 2022.

MORIGI, V. J.; SOUTO, L. R. Entre o passado e o presente: as visões de biblioteca no mundo contemporâneo. **Revista ACB**, v. 10, n. 2, p. 189-206, jan. 2005. Disponível em: <https://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/432>. Acesso em: 2 maio 2022.

MOUZALAS NETO, M. H. **A curadoria de conteúdo como ferramenta de seleção no contexto do excesso informacional**. 2019. 49f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) - Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

NUNES, M. S. C.; CARVALHO, K. de. As bibliotecas universitárias em perspectiva histórica: a caminho do desenvolvimento durável. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.21, n.1, p.173-193, jan./mar. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/LCcVhWXmMt6ydMmG6Gmmzw/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 01 mai. 2022.

PEREIRA, D. M.; SILVA; G. S. As tecnologias de informação e comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, Vitória da Conquista, BA. n. 10, 151-174, 2010. Disponível em: [236652502.pdf](https://www.core.ac.uk/doi/pdf/10.23665/2502-236652502.pdf) (core.ac.uk). Acesso em: 10 maio 2022.

PIZA, M. V. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/3243>. Acesso em: 10 maio 2022.

POZO, J. I. A sociedade da aprendizagem e o desafio de converter informação em conhecimento. **Revista Pátio**, ano VIII, n. 31, ago./out. 2004.

PRADO, J. M. K. do; CORREA, E. C. D. Bibliotecas Universitárias e a presença digital: estabelecimento de diretrizes para o uso de mídias sociais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte. v. 21, n. 3, p. 165-181, jul./set. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/mKS4hjmm99Tt5p4vKwbmWhK/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 3 nov. 2021.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROETTI, S. As pesquisas qualitativa e quantitativa como métodos de investigação científica: um estudo comparativo e objetivo. **Revista Lumen**, v. 2, n. 4, 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.unifai.edu.br/index.php/lumen/article/view/60/88>. Acesso em: 24 maio 2022.

RAUPP, F. M. BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às Ciências Sociais. *In*: BEUREN, I. M. (org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013. p. 76-97.

RIBEIRO, A.; LEITE, R. S.; LOPES, H. E. G. Análise do uso das redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 12, n. 3, set/dez. 2014. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/issue/view/216>. Acesso em: 14 maio de 2022.

SANTOS NETO, J. A. dos. **Mediação implícita da informação no discurso dos bibliotecários da Biblioteca Central da Universidade Estadual de Londrina (UEL)**. 2014. 193f. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação) – Universidade Estadual de Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Filosofia e Ciências, Campus Marília, SP, 2014.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013. *E-book*. Disponível em: https://www.ufrb.edu.br/ccaab/images/AEPE/Divulga%C3%A7%C3%A3o/LIVROS/Metodologia_do_Trabalho_Cient%C3%ADfico_-_1%C2%AA_Edi%C3%A7%C3%A3o_-_Antonio_Joaquim_Severino_-_2014.pdf. Acesso em: 27 jun. 2022.

SILVA, A. J. da. **O uso do Instagram pelas bibliotecas universitárias da região nordeste do Brasil**. 2020. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Biblioteconomia) - Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes, Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2020. Disponível em: <http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/7652> Acesso em: 10 jun. 2022.

SILVEIRA, N. F. **Evolução das bibliotecas universitárias: Information Commons**. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 69-76, jan./jun. 2014.

TANUS, G. F. de S. C.; SILVA, I. C. O. da. **Cartilha: curadoria de conteúdo para bibliotecários/as**. Natal: [s.n.], 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/47577>. Acesso em 10 jun. 2022.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, número especial, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14720365008>. Acesso em: 1 abr. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO. **Política de formação e desenvolvimento de coleções do núcleo integrado de bibliotecas da UFMA**. São Luís: UFMA, 2018. Disponível em: <http://www.ufma.br/portalUFMA/arquivo/icJHCSNuis8s2Bf.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário

1) Nome: _____

2) Qual(is) motivos levou(ram) o DIB a criar a página @ufma_dib?

3) Quem é responsável pelas publicações?

4) Quais parâmetros para as publicações?

5) Qual é o objetivo da página?

6) Quais tipos de publicações são postadas no Instagram?

a) Treinamento ()

b) Orientações ()

c) Aquisições ()

d) Eventos ()

e)

Outros: _____

7) Com que frequência são postados os conteúdos de divulgação da Biblioteca?

a) Diariamente ()

b) Semanalmente ()

c) Mensalmente ()

d) Anualmente ()

e) Nenhuma ()

8) Quais tipos de publicação são lançadas na página com mais frequência?

9) Quais são as dúvidas mais frequentes apresentadas pelos estudantes no Instagram?

10) Na sua opinião, qual foi a maior utilidade (vantagem) que a rede social agregou aos serviços da Biblioteca?

11) Há feedback por parte dos usuários?

Sim ()

Não ()

12) Como funciona a interação entre a página e os seguidores da página?

13) Há uma estratégia de para alcance de seguidores para a página do Instagram?

Sim ()

Não ()

14) Em caso afirmativo acima, explique como funciona a estratégia.

15) Você acredita que a criação de perfis em redes sociais gera uma maior proximidade entre a Biblioteca e os usuários?

Sim ()

Não ()

16) Você acredita que a criação do perfil no Instagram proporcionou aumento na divulgação de aquisições, produtos e serviços da Biblioteca?

Sim ()

Não ()

17) Já foi realizada alguma consulta (feedback) com os usuários sobre quais Informações gostariam de encontrar nos perfis (mídia social) da Biblioteca?

Sim ()

Não ()

18) Em caso afirmativo, diga quais informações são solicitadas.

19) Na sua opinião, qual a importância do bibliotecário como mediador da informação dentro das redes sociais?

20) Na sua opinião, o que você acha da utilização do Instagram como instrumento de divulgação e comunicação de bibliotecas para interação com seu usuário?

21) A partir da criação da página, houve alguma alteração no comportamento dos usuários? Houve uma maior interação dos usuários com a biblioteca?

22) A equipe utiliza algum recurso para analisar o engajamento das postagens? Se sim, qual?

23) Quais recursos do Instagram são mais utilizados e por que? (lives, reels, Igtv)

24) Como você define a experiência de utilizar essa rede social?

APÊNDICE B - Análise das publicações por tipo de publicação

Tipo de Publicação	Assunto	Formato	Data
Curiosidades	Dicas de Leitura	Vídeo	01/04/2022
Curiosidades	Cinema	Card	04/04/2022
Campanha/Quadro	Vice-Versa	Card	05/04/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Card	06/04/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Vídeo	07/04/2022
Comunicado	Informativo do portal	Card	08/04/2022
Repostagem	Encontro do Clube de leitura	Card	09/04/2022
Comunicado	Funcionamento das bibliotecas	Vídeo	10/04/2022
Comunicado	Funcionamento da Biblioteca Central	Foto	11/04/2022
Comunicado	Reabertura da Biblioteca Central	Card	11/04/2022
Dia a dia da Biblioteca	Comemoração de dois mil seguidores	Card	11/04/2022
Campanha/Quadro	Acessibilidade em Foco	Card	11/04/2022
Comunicado	Volta da normalidade da Biblioteca Setorial CCH	Foto	12/04/2022
Comunicado	Empréstimo/Devolução da Biblioteca Central	Card	12/04/2022
Comunicado	Serviços da Biblioteca Central	Card	13/04/2022
Comunicado	Funcionamento das bibliotecas	Card	13/04/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Card	19/04/2022
Comunicado	Funcionamento das bibliotecas	Card	20/04/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Vídeo	20/04/2022
Campanha/Quadro	Dica de Normalização	Card	21/04/2022
Dia a dia da Biblioteca	Visita virtual guiada	Card	25/04/2022
Comunicado	Funcionamento da Biblioteca Central	Vídeo	25/04/2022
Campanha/Quadro	Acessibilidade em Foco	Card	26/04/2022
Repostagem	Curiosidades da Biblioteca CCSST	Foto	26/04/2022
Campanha/Quadro	Vice-versa	Card	28/04/2022
Comunicado	Live em Youtube	Card	29/04/2022
Comunicado	Capacitação On-line	Card	02/05/2022
Campanha/Quadro	Dica de Normalização	Card	03/05/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Card	05/05/2022
Comunicado	Capacitação On-line	Foto	07/05/2022
Campanha/Quadro	Acessibilidade em Foco	Card	10/05/2022
Comunicado	Capacitação On-line	Card	11/05/2022
Campanha/Quadro	Vice-Versa	Card	12/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Destaque de Bibliotecária	Card	13/05/2022
Campanha/Quadro	Dica de Normalização	Card	17/05/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Card	20/05/2022
Campanha/Quadro	Acessibilidade em Foco	Vídeo	24/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Tradicional sessão de fotos com meio médico	Foto	25/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Recebimento de livro	Foto	26/05/2022
Campanha/Quadro	Vice-Versa	Card	26/05/2022
Campanha/Quadro	Dica de Normalização	Card	31/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Entrevista da bibliotecária	Foto	31/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Reunião com pró-reitoria	Foto	31/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Exposição de teses, dissertações e livros	Foto	31/05/2022
Dia a dia da Biblioteca	Recebimento de livro	Foto	03/06/2022

Tipo de Publicação	Assunto	Formato	Data
Comunicado	Funcionamento da Biblioteca Central	Card	06/06/2022
Campanha/Quadro	Acessibilidade em Foco	Vídeo	07/06/2022
Campanha/Quadro	Vice-Versa	Card	09/06/2022
Comunicado	Convite para capacitação	Card	13/06/2022
Comunicado	Informativo sobre portal periódico	Card	13/06/2022
Dia a dia da Biblioteca	Campanha de doação de sangue em Pinheiro/MA	Foto	14/06/2022
Dia a dia da Biblioteca	Conclusão de inventário da Biblioteca de Medicina	Foto	15/06/2022
Comunicado	Aviso de manutenção do repositório digitais da UFMA	Card	21/06/2022
Campanha/Quadro	Acessibilidade em Foco	Card	21/06/2022
Campanha/Quadro	Hoje é dia de... Leitura e Literatura	Card	23/06/2022
Dia a dia da Biblioteca	Oficina de Normalização	Foto	24/06/2022
Dia a dia da Biblioteca	Visita de alunos	Foto	24/06/2022
Dia a dia da Biblioteca	Visita de alunos	Foto	27/06/2022
Comunicado	Manutenção da Biblioteca Setorial do CCH	Foto	27/06/2022
Comunicado	Funcionamento das bibliotecas	Card	28/06/2022
Campanha/Quadro	Dica de Normalização	Card	28/06/2022

Fonte: Elaboração da autora.

APÊNDICE C - Análise das publicações por data da publicação

Data	Dia da Semana	Visualizações dos vídeos	Nº Curtidas	Nº de comentários	Descrição
01/04/2022	sexta-feira	186	18	2	Sem descrições inclusivas
04/04/2022	segunda-feira		24	0	Sem descrições inclusivas
05/04/2022	terça-feira		22	0	Com descrições inclusivas
06/04/2022	quarta-feira		55	1	Sem descrições inclusivas
07/04/2022	quinta-feira	103	13	0	Com descrições inclusivas
08/04/2022	sexta-feira		47	1	Sem descrições inclusivas
09/04/2022	sábado		57	1	Sem descrições inclusivas
10/04/2022	domingo	1078	83	0	Com descrições inclusivas
11/04/2022	segunda-feira		160	1	Com descrições inclusivas
11/04/2022	segunda-feira		150	3	Com descrições inclusivas
11/04/2022	segunda-feira		50	0	Com descrições inclusivas
11/04/2022	segunda-feira		54	0	Com descrições inclusivas
12/04/2022	terça-feira		88	2	Com descrições inclusivas
12/04/2022	terça-feira		49	0	Com descrições inclusivas
13/04/2022	quarta-feira		37	0	Com descrições inclusivas
13/04/2022	quarta-feira		66	0	Com descrições inclusivas
19/04/2022	terça-feira		34	0	Sem descrições inclusivas
20/04/2022	quarta-feira		95	0	Com descrições inclusivas
20/04/2022	quarta-feira	160	22	0	Sem descrições inclusivas
21/04/2022	quinta-feira		57	0	Sem descrições inclusivas
25/04/2022	segunda-feira		27	0	Com descrições inclusivas
25/04/2022	segunda-feira	214	33	0	Com descrições inclusivas
26/04/2022	terça-feira		29	0	Sem descrições inclusivas
26/04/2022	terça-feira		28	0	Com descrições inclusivas
28/04/2022	quinta-feira		16	0	Com descrições inclusivas
29/04/2022	sexta-feira		28	0	Com descrições inclusivas
02/05/2022	segunda-feira		34	1	Com descrições inclusivas
03/05/2022	terça-feira		61	0	Sem descrições inclusivas
05/05/2022	quinta-feira		13	0	Sem descrições inclusivas
07/05/2022	sábado		39	0	Com descrições inclusivas
10/05/2022	terça-feira		81	3	Com descrições inclusivas
11/05/2022	quarta-feira		13	0	Com descrições inclusivas
12/05/2022	quinta-feira		18	0	Com descrições inclusivas
13/05/2022	sexta-feira		43	1	Com descrições inclusivas
17/05/2022	terça-feira		60	0	Com descrições inclusivas
20/05/2022	sexta-feira		34	0	Sem descrições inclusivas
24/05/2022	terça-feira	579	38	0	Com descrições inclusivas
25/05/2022	quarta-feira		117	1	Com descrições inclusivas
26/05/2022	quinta-feira		59	2	Com descrições inclusivas
26/05/2022	quinta-feira		12	0	Com descrições inclusivas
31/05/2022	terça-feira		27	0	Com descrições inclusivas
31/05/2022	terça-feira		64	3	Com descrições inclusivas
31/05/2022	terça-feira		105	0	Sem descrições inclusivas
31/05/2022	terça-feira		15	1	Com descrições inclusivas

Data	Dia da Semana	Visualizações dos vídeos	Nº Curtidas	Nº de comentários	Descrição
03/06/2022	sexta-feira	124	96	1	Com descrições inclusivas
06/06/2022	segunda-feira		107	0	Com descrições inclusivas
07/06/2022	terça-feira		17	2	Com descrições inclusivas
09/06/2022	quinta-feira		46	2	Com descrições inclusivas
13/06/2022	segunda-feira		52	0	Sem descrições inclusivas
13/06/2022	segunda-feira		83	1	Com descrições inclusivas
14/06/2022	terça-feira		28	0	Com descrições inclusivas
15/06/2022	quarta-feira		87	1	Com descrições inclusivas
21/06/2022	terça-feira		55	0	Com descrições inclusivas
21/06/2022	terça-feira		96	4	Com descrições inclusivas
23/06/2022	quinta-feira		18	0	Sem descrições inclusivas
24/06/2022	sexta-feira		41	1	Com descrições inclusivas
24/06/2022	sexta-feira		78	5	Com descrições inclusivas
27/06/2022	segunda-feira		63	1	Com descrições inclusivas
27/06/2022	segunda-feira		23	0	Com descrições inclusivas
28/06/2022	terça-feira		57	0	Com descrições inclusivas
28/06/2022	terça-feira		31	0	Com descrições inclusivas

Fonte: Elaboração da autora.

Gráfico 1 - Publicações por dia da semana

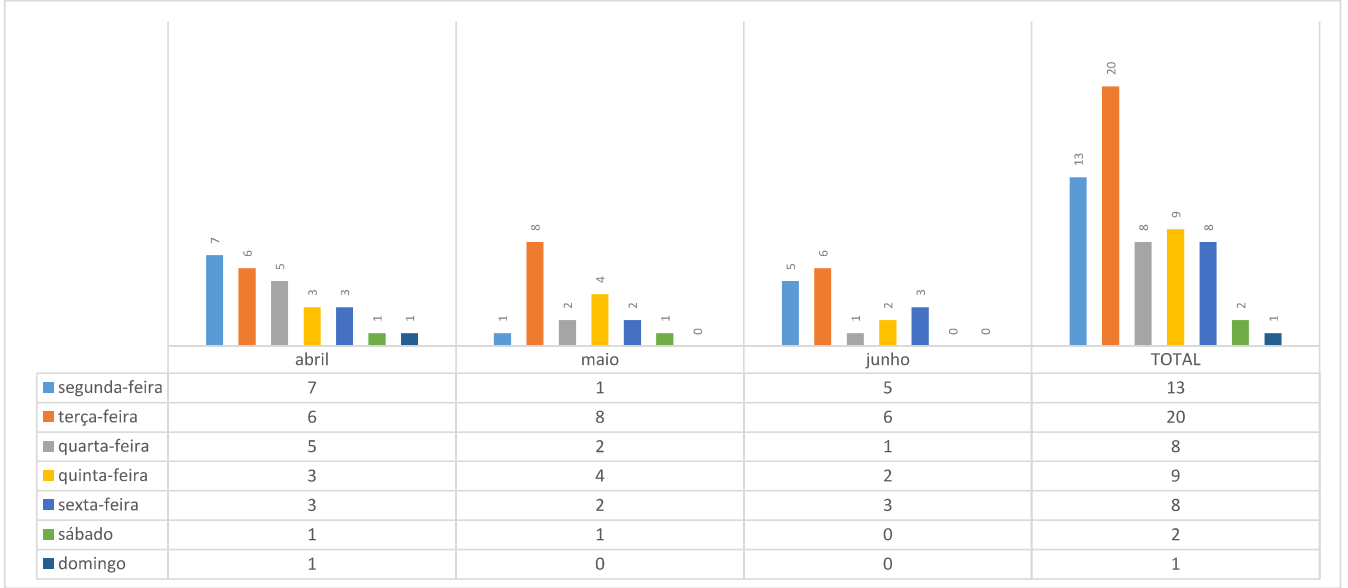
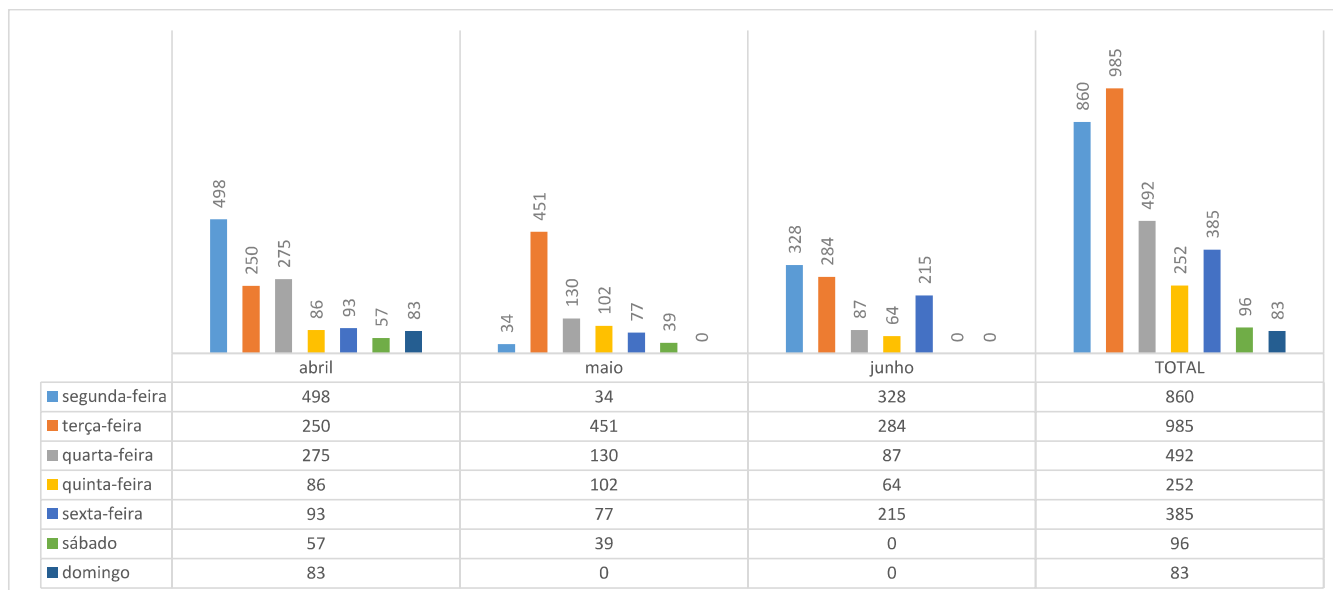
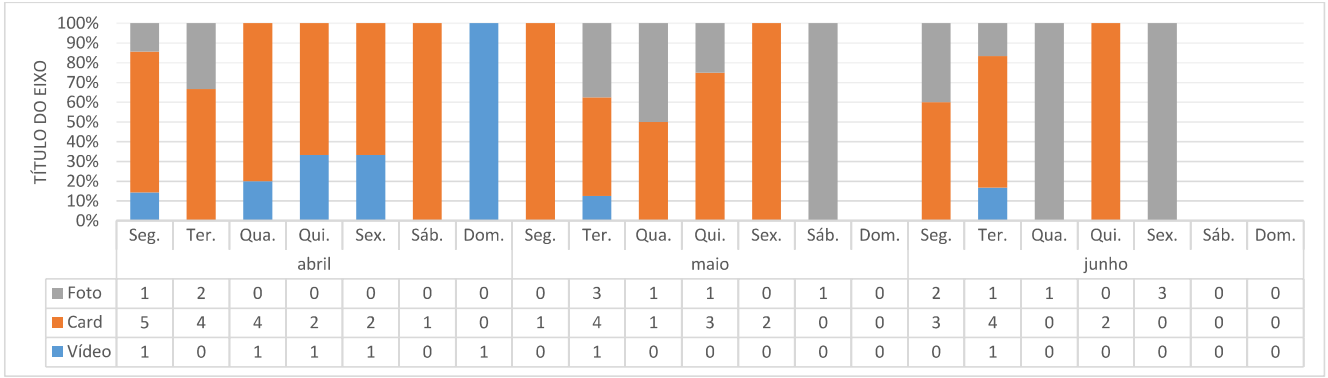


Gráfico 2 - Curtidas das Publicações



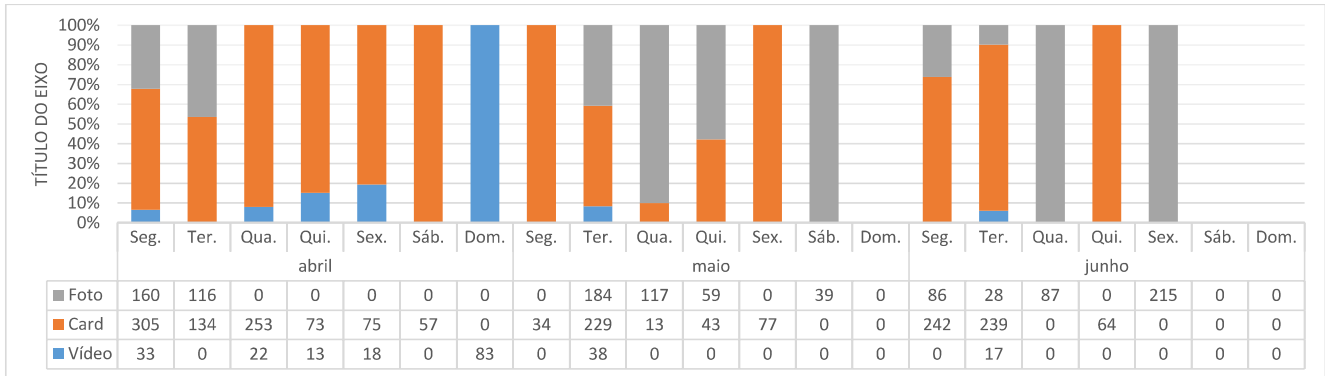
APÊNDICE F – Gráfico 3

Gráfico 3 – Publicações por dia da Semana/Formato



APÊNDICE G – Gráfico 4

Gráfico 4 – Curtidas das Publicações/Formato



APÊNDICE H – Comparação dos Gráficos 3 e 4

Figura 1 - Comparação dos Gráficos 3 e 4

