

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

BIANCA ADAMI GUATIMOSIM

**DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS SOBRE BIBLIOTECONOMIA EM MÍDIAS SOCIAIS:  
UM ESTUDO DE CASO SOBRE PERFIS NO INSTAGRAM**

PORTO ALEGRE

2021

BIANCA ADAMI GUATIMOSIM

**DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS SOBRE BIBLIOTECONOMIA EM MÍDIAS SOCIAIS:  
UM ESTUDO DE CASO SOBRE PERFIS NO INSTAGRAM**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharela em Biblioteconomia.

**Orientador:** Prof. Dr. Jackson da Silva Medeiros

PORTO ALEGRE

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos André Bulhões

Vice-reitora: Prof. Dr. Patricia Pranke

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Prof. Dr. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-diretora: Prof. Dr. Vera Regina Schmitz

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Profa. Dra. Rita do Carmo Ferreira Laipelt

Chefe substituta: Profa. Dra. Samile Andréa de Souza Vanz

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Profa. Dra. Maria Lucia Dias

Coordenadora Substituta: Prof. Ma. Helen Rose Flores de Flores

#### CIP - Catalogação na Publicação

Guatimosim, Bianca Adami  
Disseminação de conteúdos sobre Biblioteconomia em  
mídias sociais: um estudo de caso sobre perfis no  
Instagram / Bianca Adami Guatimosim. -- 2021.  
55 f.  
Orientador: Jackson da Silva Medeiros.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de  
Biblioteconomia, Porto Alegre, BR-RS, 2021.

1. Biblioteconomia. 2. Instagram. 3. Sintagmas  
nominais. I. Medeiros, Jackson da Silva, orient. II.  
Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Departamento de Ciência da Informação

Rua Ramiro Barcelos, nº 2705.

CEP: 90035-007, Porto Alegre, RS

Tel. (51) 3308-5067

Fax: (51) 3308-5435

BIANCA ADAMI GUATIMOSIM

**DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS SOBRE BIBLIOTECONOMIA EM MÍDIAS SOCIAIS:  
UM ESTUDO DE CASO SOBRE PERFIS NO INSTAGRAM**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharela em Biblioteconomia.

Aprovado em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Jackson da Silva Medeiros – UFRGS  
Orientador

---

Prof. Dr. Rodrigo Silva Caxias de Sousa – UFRGS  
Examinador

---

Ma. Verônica Barboza Scartassini – UFRGS  
Examinadora

## RESUMO

Busca responder o seguinte problema: Quais conteúdos podem ser identificados nos perfis ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação no Instagram, a partir da indicação da FEBAB? Para tanto, elabora um objetivo geral: descrever os conteúdos identificados nas biografias dos perfis ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação no Instagram, a partir da indicação da FEBAB, e três objetivos específicos: elencar os temas/conteúdos que estão sendo explorados pelos perfis selecionados de acordo com sua *bio*; categorizar os temas das biografias dos perfis selecionados e descrever as temáticas identificadas nos perfis indicados no site da Febab. Desenvolve, a fim de atingir estes objetivos, uma pesquisa quantitativa, e descritiva, sob a técnica de Estudo de Caso, com a qual se vale de elaboração de tabelas e imagens, cuja variável é a frequência de ocorrência dos sintagmas nominais nos perfis dos instagrans listados pela FEBAB e as categorias dos mesmos. Infere que há uma perfis que estão categorizados de forma equivocada; que muitas biografias contém sintagmas nominais de uma mesma categoria e que é possível reunir todos esses sintagmas em categoria única, determinando o tema principal dos perfis divulgados pela instituição, levando em consideração apenas os sintagmas nominais encontrados nas biografias dos perfis citados. Conclui a necessidade de ampliar o escopo teórico sobre Instagram e sintagmas nominais mais aprofundado, levando em consideração, talvez, não apenas as biografias dos perfis mas o conteúdo das publicações como um todo e, assim, não se limitando a analisar apenas os sintagmas nominais presentes nas biografias, como também os sintagmas presentes em publicações, legendas e storys. Conclui, ainda, questionando a necessidade de um profissional de mídias sociais para orientar perfis de Biblioteconomia e Ciências da Informação a categorizar corretamente seus perfis e auxiliar com biografias condizentes com o conteúdo e atrativas para o público num geral, bem como, por fim, destaca a importância de Mídias Sociais para divulgação de conteúdos sobre Biblioteconomia e Ciências da Informação em função da existência de desafios relacionados a atualização dos profissionais de Ciências da Informação propostos pelo tópico de disseminação de informações.

**Palavras-chave:** Biblioteconomia; Instagram; sintagmas nominais.

## ABSTRACT

It seeks to answer the following problem: What contents can be identified in the profiles linked to Librarianship and Information Science on Instagram, based on the indication of FEBAB? Therefore, it elaborates a general objective: to describe the contents identified in the biographies of the profiles linked to Librarianship and Information Science on Instagram, based on the indication of FEBAB, and two specific objectives: to categorize the themes of the biographies of the selected profiles and list the themes/content that are being explored by the profiles selected according to their bio. In order to achieve these objectives, it develops a quantitative, exploratory, descriptive research, using the Case Study technique, using tables and images, whose variable is the frequency of occurrence of noun phrases in the profiles of the instagrans listed by FEBAB and their categories. Infers that there are profiles that are wrongly categorized; that many biographies contain noun phrases of the same category and that it is possible to group all these phrases into a single category, determining the main theme of the profiles published by the institution, taking into account only the noun phrases found in the biographies of the aforementioned profiles. It concludes that a more in-depth academic work on Instagram and noun phrases is interesting, taking into account, perhaps, not only the biographies of the profiles but the content of the publications as a whole, and thus not limited to analyzing only the noun phrases present in the biographies, as well as the phrases present in publications, captions and stories. It also concludes by questioning the need for a social media professional to guide Librarianship and Information Science profiles to correctly categorize their profiles and help with biographies consistent with the content and attractive to the general public, as well as, finally, highlights the importance of Social Media for the dissemination of contents on Library Science and Information Sciences due to the existence of challenges related to the updating of Information Science professionals proposed by the topic of information dissemination.

**Keywords:** Librarianship; Instagram; nominal syntagms.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>11</b>
2.1 MÍDIAS E REDES SOCIAIS.....	11
2.2 INSTAGRAM .....	13
2.3 DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES .....	20
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>24</b>
3.1 QUANTO À NATUREZA, ABORDAGEM, OBJETIVO E PROCEDIMENTO .....	24
3.2 PROCEDIMENTO, COLETA E ANÁLISE .....	25
<b>4 SISTEMATIZAÇÃO DE CATEGORIAS</b> .....	<b>28</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>47</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A partir da análise da história humana, pode-se perceber que, há muito tempo, o ser humano se preocupa com o armazenamento e o registro de informações. Tudo isso com o intuito de preservar a memória e facilitar o acesso às informações úteis para a sociedade. Das pinturas rupestres ao aparecimento dos pergaminhos, passando pela criação do papel, nota-se o crescente interesse do homem em registrar o seu cotidiano, conservando o conhecimento produzido (TAVARAYAMA; SILVA; MARTINS, 2012). Esse foi o contexto favorável para o surgimento das primeiras bibliotecas pessoais – comumente de pensadores e filósofos –, cujo acervo passa a expandir-se a partir dos conhecimentos produzidos pela sociedade. Daí surge a tão necessária tarefa de registrá-los (EIRÃO, 2011; TAVARAYAMA; SILVA; MARTINS, 2012).

Hodiernamente, esse contexto informacional tem assumido maior dinamismo com o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e tem guiado cada vez mais a construção do conhecimento, visto que a informação tem se mostrado um elemento fundamental para qualquer atividade humana, destacando-se, nesse caso, a sociedade contemporânea. Desse modo, são importantes as considerações de Freire (2006) de que a informação, na medida em que se relaciona com todos os campos do conhecimento científico, segue moldando-se conforme os interesses de cada um deles.

Seguindo essa mesma percepção, Gleick (2013) enfatiza que a informação é o que alimenta o funcionamento do mundo. Em sua opinião, é o que permeia a ciência e a vida cotidiana em todos os âmbitos, transformando todos os ramos do conhecimento. Por essa razão, Takahashi (2000) afirma que uma suposta sociedade da informação surge da convergência entre comunicação, tecnologia da informação e conteúdo, contemplando, assim, um ambiente que possibilita o compartilhamento de informações de forma mais agressiva e em maior quantidade a cada dia, perfazendo-se por meio de diferentes canais.

Dentro desse bojo de tecnologias que impulsionam o âmbito informacional, uma das formas criadas foram as mídias sociais, que, com o passar do tempo, evoluíram e hoje são consideradas não apenas uma forma de armazenar e compartilhar informações, mas também uma ferramenta quase indispensável para auxiliar profissionais, instituições e iniciativas a divulgarem e colaborarem com o crescimento

do seu trabalho, como bibliotecários e cientistas da informação, por exemplo. Instituições, como órgãos de classe, associações, etc. também passaram a aderir às mídias sociais como forma de mostrar e falar sobre sua profissão, como é o caso da Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições (Febab).

A Febab, fundada em 26 de julho de 1959, é uma sociedade civil sem fins lucrativos sediada em São Paulo, cujo objetivo é reunir outras entidades, como membros e afiliados, coordenar e realizar atividades que promovam as bibliotecas e seus profissionais, apoiar as atividades de seus afiliados e profissionais relacionados e atuar como um centro nas atividades de bibliotecas, ciências da informação e campos relacionados no Brasil (FEBAB, 2021). É clara a importância dessa instituição para a área de Ciências da Informação, visto que, além dessas atividades, também é responsável pela tradução do Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR2),<sup>1</sup> ferramenta indispensável para o trabalho de bibliotecários em todo Brasil.

Desde a sua criação, a Febab tem como principal missão a defesa e o incentivo ao desenvolvimento da profissão (FEBAB, 2021). Pensando em sua inserção enquanto instituição e na relação que os profissionais da área mantêm com mídias sociais, notando seu potencial como forma de *marketing* e disseminação de informação sobre conteúdos relacionados à área de Biblioteconomia e Ciências da Informação, tem investido na divulgação de conteúdos em mídias sociais, em específico, no nosso caso, no Instagram. De acordo com o *site* oficial da Febab (2021), em abril de 2021, o perfil oficial do Instagram da instituição (@febab.federacao) criou uma série de *stories*<sup>2</sup> para que as pessoas pudessem recomendar perfis de Biblioteconomia e Ciências da Informação, instituições e iniciativas que compartilhassem informações relevantes para a área em geral. Após a indicação de perfis pelos seguidores do perfil da Febab, foram selecionados 59 perfis que se enquadravam na temática e vistos como relevantes para área.

Essa ação da entidade serviu como uma forma de divulgar o trabalho que a comunidade da Biblioteconomia e Ciência da Informação vem realizando nas mídias sociais. A entidade entende que esse trabalho de divulgação do fazer teórico e prático

---

<sup>1</sup> Compêndio de regras para a criação de descrições bibliográficas e para a escolha, construção e atribuição dos pontos de acesso (cabeçalhos) representando pessoas, localizações geográficas e entidades coletivas, além de títulos uniformes representando obras e expressões (FEBAB, 2004).

<sup>2</sup> Publicação não permanente para visualização rápida. Dura 24 horas e depois é excluída automaticamente (INSTAGRAM, 2020).

fortalece a formação continuada e a inovação nas áreas, corroborando a missão da Febab de defender e incentivar o desenvolvimento profissional (FEBAB, 2021), mantendo-se atualizada e utilizando as mídias sociais a seu favor.

Apesar de existirem diversas mídias sociais, o Instagram é uma ferramenta com grande potencial de *marketing* digital, disseminação de informação e comunicação integrados em um único aplicativo. Inicialmente projetado como um aplicativo de compartilhamento de fotos, hoje possui múltiplas funções e é cada vez mais utilizado como meio de divulgação à medida que se popularizou e, recentemente, tornou-se um ambiente virtual de trabalho para muitos criadores de conteúdo que possuem um grande número de "seguidores" e influência. Segundo o *e-book Mídias sociais: saiba como usá-las a seu favor*, publicado pelo Instituto de Tecnologia da Informação e Comunicação do Estado do Espírito (2018, p. 5), uma pesquisa para "Social Media Trends 2018" realizada pela Universidade Rock Content constatou que os assuntos mais acompanhados pelos usuários de mídias sociais são relacionados a própria profissão ou área de atuação (81%).

Dentro do Instagram, uma das partes mais importantes para que seja possível a indicação de que um perfil condiga com o interesse do público-alvo é o uso da biografia (chamada *bio*) do perfil, que serve como um cartão de visitas. É importante o produtor de conteúdo torná-la mais atraente e eficaz, colocando necessariamente informações que sejam valiosas para o público para a identificação de temáticas e/ou preferências que o perfil trata, assim como fazer um resumo adequado com base na quantidade de caracteres suportados e publicar *links* que levem o usuário a outros locais que podem ser de seu interesse (INSTAGRAM, 2021). Portanto, a *bio* comporta uma quantidade razoável de informações sobre a identidade de um perfil, seja este pessoal ou institucional, como uma apresentação para todas as pessoas que acessam as informações, seja por meio de aplicativos ou navegador. Portanto, o primeiro elemento que os potenciais clientes verão no perfil é o tipo de informação que ali encontrarão (INSTAGRAM, 2021). Já que a indicação da *bio* pode ser caracterizada como a identidade do perfil, infere-se que o tipo de conteúdo ali descrito seja condizente com as informações que o perfil dissemina.

Compreendendo a importância da Febab e sua influência na área de Biblioteconomia e Ciências da Informação, justifica-se a importância de uma análise acadêmica das temáticas que perfis selecionados e divulgados pela instituição disseminam. Visto isso, este estudo tem como questão de pesquisa: *quais conteúdos*

*podem ser identificados nos perfis ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação no Instagram, a partir da indicação da Febab?*. Para respondê-lo, determina-se como objetivo geral: apresentar um panorama dos conteúdos identificados nas biografias dos perfis ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação no Instagram, a partir da indicação da Febab. Os objetivos específicos são: a) elencar os temas/conteúdos que estão sendo explorados pelos perfis selecionados de acordo com sua *bio*; b) categorizar os temas das biografias dos perfis selecionados e; c) descrever as temáticas identificadas nos perfis indicados no site da Febab.

Após essa introdução, iremos apresentar o referencial teórico, com os tópicos Mídias e Redes Sociais, Instagram e Disseminação de Informações. Também iremos apresentar a metodologia, apresendendo ela quanto à natureza, abordagem e objetivo. Em seguida, serão mostrados os procedimentos, mostrando a coleta, análise e sistematização de categorias. Por fim, serão apresentadas as considerações finais e as referências.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 MÍDIAS E REDES SOCIAIS

Existem diversas formas de explicar o que são mídias sociais, sendo possível caracterizá-las como *sites* na internet criados para possibilitar a interação social, a criação colaborativa de conteúdo e o compartilhamento de informações com variedade de formatos. Portanto, são locais que propiciam, digitalmente, tanto a criação quanto o compartilhamento de conteúdo, de forma que as pessoas possam incorporar, ao mesmo tempo, os papéis de consumidor e de produtor de conteúdo/informação (TORRES, 2009). Gabriel (2010), por sua vez, entende as mídias sociais como tecnologias e práticas *on-line* utilizadas por pessoas e empresas para a disseminação de conteúdo. Com essas tecnologias, segundo o autor, é possível compartilhar perspectivas, experiências, opiniões e ideias.

A nomenclatura "mídia" é atribuída pelo fato de se tratar de um meio de transmissão de conteúdo e de informação. Já o termo "social" é dado porque é aberta a livre interação com todos, possuindo diferentes ferramentas de relacionamento que proporcionam aos usuários algum tipo de interação, organizando, assim, grupos com interesses comuns nos quais se pode ver, ouvir ou ler conteúdos, correspondendo-se com os que as criaram ou, ainda, com outros seguidores da rede em questão (TORRES, 2009).

Seguindo nessa linha e estreitando o conceito, Recuero (2010) menciona as redes sociais, ressaltando que o elemento constitutivo principal seria o humano. Nesse sentido, "[...] rede social é gente, interação, troca social [...]" (RECUERO, 2010, p. 13). Sob tal perspectiva, a autora enxerga as redes sociais como um grupo de pessoas entendido por uma metáfora da estrutura em rede. Desse modo, continua, os nós da rede representariam cada um dos indivíduos e suas respectivas conexões, enquanto os laços sociais seriam aqueles que compõem os grupos, que se expandem, mudam e se complicam a cada novo que conhece cada um ao outro por esse meio pelo qual a interação é mantida.

Vê-se, portanto, que há uma diferença entre os conceitos de mídia e de redes sociais. Enquanto estas são constituídas por redes concretas de relações digitais, aquelas são os meios pelos quais isso acontece. Assim, o que se tem é que para

existir uma rede social *on-line* é necessário ter uma mídia social ou digital, cujo suporte básico é a Internet/recursos digitais (RECUERO, 2010).

Com esse foco, constata-se que, para o *marketing* e a disseminação de informação, as mídias sociais recebem grande visibilidade por incluírem redes de comunicação baseadas em relacionamento, dispendo de conteúdo poderoso e de alto volume – ou seja, as redes sociais (TORRES, 2009). Nesse sentido, a função das mídias sociais, segundo Torres (2009) e Gabriel (2010), é fornecer essa contribuição solidária às redes sociais para que possam existir e ser operacionalizadas.

Sua importância, então, é imediatamente compreendida ao se considerar que, por meio delas, as pessoas podem interagir entre si, cocriando ou compartilhando conteúdos. São, portanto, elementos surpreendentes do cenário contemporâneo, caracterizados por constantes transformações e interações facilitadas que contribuem ao fornecer formas de concretizar tais fatores, trazendo-os do meio digital para o ambiente factual<sup>3</sup> (GABRIEL, 2010). Nesse sentido, relevante é a contribuição de Jue, Marr e Kassotakis (2010), que, ao discorrerem sobre as mídias sociais, apontam o seguinte:

A mídia social é participação. Essa participação pode ser simplesmente a visualização de informações que estavam escondidas de nossas vistas, mas muitas vezes é uma forma de comunicação, colaboração e contato com qualquer pessoa, em qualquer lugar, a qualquer hora. É a interação entre as pessoas – indivíduos e grupos – e o grande potencial em compartilhar mais, aprender mais e conseguir muito mais do que nossos avôs jamais puderam imaginar. Ao contrário das mídias tradicionais, que têm números limitados de páginas ou tempo no ar, as mídias sociais são “infinitas” em seu potencial (JUE; MARR; KASSOTAKIS, 2010, p. 5).

Diante disso, conforme a percepção dos autores, que se assemelha às de Gabriel (2010) e Recuero (2010), entende-se que as mídias sociais possibilitaram eleger um meio capaz de proporcionar a instantaneidade na interação entre as pessoas, contribuindo, sobremaneira, para o processo de comunicação das pessoas entre si e com as marcas, razão pela qual o *marketing* e a disseminação de informação se achega tão de perto a esses canais (GABRIEL, 2010).

Dessa forma, com as mídias sociais e as redes estabelecidas em seu âmbito, experimenta-se uma fusão tecnológica que favorece a interação e a comunicação

---

<sup>3</sup> Não é intenção, neste momento, estabelecer uma diferenciação – se é que existe – a respeito dos termos *on-line*, *off-line*, virtual, digital, real etc., mas apenas situar o impacto e a influência desses ambientes nas diversas esferas da vida social.

entre as pessoas, promovendo condições para que os processos informacionais e comunicacionais se deem de forma instantânea, bem como sejam maiores as possibilidades de eficiência e eficácia dessas mídias em razão disso. Para este estudo, contudo, mídia social e rede social serão tratadas como sinônimos, dedicando-se o seguinte subcapítulo do presente referencial teórico a aspectos relacionados ao Instagram.

## 2.2 INSTAGRAM

De acordo com Periotto *et al.* (2020, p. 2), o Instagram é uma “[...] rede social que prioriza a publicação de imagens e vídeos que são visualizados e compartilhados pelos usuários da rede [...]”. Trata-se de um aplicativo gratuito que pode ser acessado tanto por meio dos sistemas operacionais Android e IOS, quanto por meio de um navegador de qualquer sistema operacional – sem as mesmas funcionalidades, contudo. É, portanto, uma rede social eminentemente visual, que permite o envio de fotos naturais, não tratadas, ou, ainda, a aplicação de efeitos nelas – os denominados filtros.

Além de fotos, também é possível a produção de vídeos, chamados *reels*. Segundo o *site* oficial do Instagram (2021), a função *reels* permite que o usuário crie vídeos de até 30 segundos com diversos clipes, podendo utilizar filtros de realidade aumentada e ferramentas de áudio e texto, também sendo possível carregar vídeos da própria galeria. Por meio dessa rede social também é possível interagir com as publicações (*posts*)<sup>4</sup> de outras pessoas, com as opções de escrever comentários (manifestações escritas feitas em campos específicos no *post*), reagir (também conhecido como “curtir”, é a ação de clicar duas vezes no *post*, criando a reação de um coração na postagem, mostrando ao dono do perfil que houve reação do usuário ao *post* por ele incluído) (AGUIAR, 2018; SOUZA, 2021) e mencionar (as menções podem ser feitas nos *stories* e comentários, consistindo em marcar o usuário dono do *post* ou outro usuário em um comentário para que ele veja o *storie* ou comentário de quem o mencionou).

Outra forma de interação é a opção de compartilhamento, que consiste em um usuário enviar uma publicação da qual gostou para outro usuário através do

---

<sup>4</sup> Conteúdo publicado numa página na internet; postagem. Mensagem, texto, imagem ou qualquer outro conteúdo publicado na internet, especialmente em redes sociais (DICIO, 2020).

*direct* (função de troca de mensagens privadas entre usuários dentro do Instagram), do próprio *stories* (lugar em que as postagens ficam temporariamente disponíveis para visualização, por um prazo de 24 horas), como também para outras redes sociais (AGUIAR, 2018).

Nas postagens, os usuários podem incluir textos e *hashtags* (expressões precedidas pelo símbolo #) que funcionam como recuperadores e classificadores de palavras-chave relativas ao *post*. Assim, por exemplo, em uma foto em que a pessoa está de férias em uma praia, ela colocaria uma *hashtag* que pudesse remeter a isso, como, por exemplo, #enfimferias, #ferias2021, #feriasnoparaiso, dentre outras (RASMUSSEN, 2021).

O uso de *hashtags* é proposital para tornar possível a identificação de imagens relacionadas a um mesmo tema, ainda que as pessoas que fizeram os *posts* não estejam seguindo quem fez a busca. Ou seja, não há controle de privacidade para os *posts* com *hashtag*, de modo que, acessando-a, é possível ver publicações de pessoas em geral, não importando se quem consulta as segue ou não, sendo necessário apenas que o perfil da pessoa esteja configurado como "público" (RASMUSSEN, 2021). Quanto a isto, o Instagram admite dois tipos de perfis: o público, acessível a todos sem a necessidade de seguir o usuário, e o fechado, que não permite qualquer acesso aos *posts*, sendo necessário solicitar permissão ao dono do perfil para segui-lo, podendo este aceitar ou não a solicitação (AGUIAR, 2018).

Em relação aos seguidores, tratam-se de pessoas que optaram por acompanhar as atualizações do perfil através de uma ferramenta que permite receber a atualização das postagens de alguém. Isso é feito clicando em "seguir" e passando a receber os *posts* em seu *feed* ou, em caso de perfis privados, a partir da resposta à solicitação enviada. Contudo, mesmo que passe a seguir outro perfil, o usuário pode escolher "silenciar" as publicações e os *stories* da conta, sem deixar de ser seu seguidor. Assim, os *posts* dessa conta em específico não aparecerão em seu *feed*<sup>5</sup>, porém ele continuará seguindo-a. Tal afirmação também se aplica aos *stories*, que não surgem para visualização, sendo possível acessá-los somente se visitar o perfil da pessoa e clicar em sua foto para vê-los (RASMUSSEN, 2021).

---

<sup>5</sup> De acordo com Instagram (2021), o *feed* é onde se "reúne todas as publicações do perfil e serve como um resumo do conteúdo que você produz."

Além dessas funcionalidades, há, ainda, a possibilidade de ignorar ou bloquear determinado usuário. A diferença entre uma e outra ação está na possibilidade de manter um determinado usuário como seguidor (não o impedindo de ver as suas publicações), ou seja, ignorar o usuário significa manter o seguidor sem interagir com ele (não recebe mais mensagens, comentários, menções ou mensagens da pessoa), ao passo que bloquear corresponde ao total corte de contato entre um e outro. Em nenhum dos casos, o Instagram avisará o usuário que sofreu a medida sobre o ocorrido. Contudo, se a pessoa for bloqueada, ela deixa de visualizar o perfil do usuário na rede e este surge como "usuário não encontrado" (RASMUSSEN, 2021).

Cumprido destacar a possibilidade de se elaborar, no Instagram, dois tipos de contas diferentes: a pessoal e a profissional/comercial (AGUIAR, 2018). A conta pessoal é normalmente aberta quando da criação de um perfil e contempla funcionalidades básicas da rede. Já a conta profissional/comercial abrange, além das funcionalidades básicas, outras relacionadas ao uso da rede e retorno dos usuários-seguidores em relação aos *posts* do perfil, o que é chamado de engajamento (RASMUSSEN, 2021). Por meio da conta profissional/comercial é possível ao dono do perfil acompanhar o alcance das publicações, isto é, como suas publicações estão sendo distribuídas e quem as acessa. Também é possível realizar ações de *marketing* digital, propaganda e disseminação de informação na própria rede social, impulsionando *posts* ou o perfil a partir de anúncios pagos, os quais são distribuídos para um público específico delimitado pelo usuário quando da criação do anúncio publicitário (RASMUSSEN, 2021).

Como parâmetros possíveis disponíveis para a escolha estão, entre outras, informações relativas à idade, local, sexo, interesses e *hashtags* que o público-alvo segue, de modo a proporcionar o maior alcance possível e certo para as publicações. Com isso, todas as pessoas que se encaixem nesse perfil, incluindo as que seguirem as *hashtags* selecionadas, irão receber em seu *feed* o *post* do anúncio que recebe um indicativo de "patrocinado" no canto superior à esquerda do *post*, onde normalmente fica a localização (AGUIAR, 2018).

As metas possíveis dentro do anúncio são: obter mais visitas ao perfil, para o caso de o perfil apresentar serviços, produtos, uma marca ou um portfólio; aumentar a quantidade de acessos ao *site*, caso a intenção seja fomentar a navegação em uma loja *on-line*, ou, ainda, que os usuários da rede saibam mais

sobre um evento ou possam se cadastrar para o recebimento de ofertas especiais, ou participarem de malas diretas; receber mais mensagens, para o caso de o usuário da conta ser um comerciante ou prestador de serviços que deseja incentivar seus clientes em potencial a fazer perguntas acerca de horários, solicitações ou consultas (AGUIAR, 2018).

Contudo, para que o usuário tenha acesso a uma conta comercial é preciso que ele crie um perfil no Facebook. Se não tiver, quando necessitar da criação de um anúncio publicitário, o próprio Instagram informará tal necessidade, dispondo-se, inclusive, a criar o perfil para o usuário<sup>6</sup> (RASMUSSEN, 2021).

A última e mais importante possibilidade do Instagram – visando o objetivo deste estudo – é a biografia. No perfil do usuário, logo abaixo do nome de usuário (aquele pelo qual os outros usuários procurarão determinado perfil no aplicativo), há a possibilidade de criar uma minibiografia, onde é possível descrever ou divulgar algum produto, serviço e *sites*, como mostrado abaixo na Figura 1:

No exemplo abaixo da Figura 1, foi utilizado um *print screen*<sup>7</sup> do perfil profissional no Instagram da autora deste estudo. Nele é possível identificar informações que a dona do perfil optou por colocar na própria biografia, como cidade, idade, profissão, faculdades, agência de modelo, perfil pessoal e *site*. Essas informações são importantes pois facilitam a identificação do perfil, ou seja, uma biografia bem-feita e completa auxilia a compreensão de quem lê sobre o que se trata esse perfil e se é do interesse do público segui-lo ou não. Além disso, é possível ter um alcance maior de pessoas utilizando palavras-chave para que o perfil apareça nas buscas relacionadas a determinado tema, como exemplificado nas Figuras 2 e 3.

---

<sup>6</sup> Isso ocorre em função do fato de que o Instagram foi comprado pelo Facebook, estabelecendo-se, assim, o vínculo entre as redes (G1, 2012).

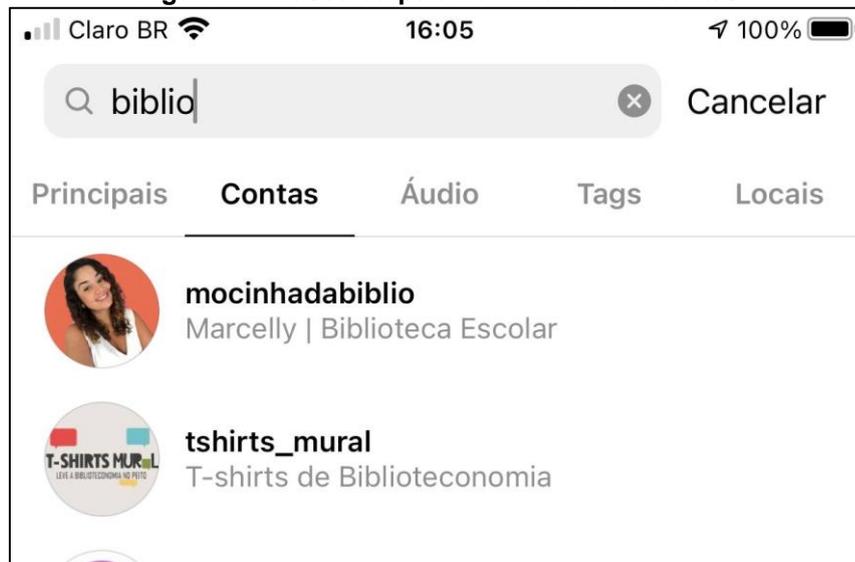
<sup>7</sup> Captura uma imagem de toda a tela e a copia para a área de transferência na memória do dispositivo (MICROSOFT, 2021).

Figura 1 – Perfil do Instagram



Fonte: Instagram – perfil @godsavethequeenb\_\_\_\_ (2021).

Figura 2 – Busca da palavra “Biblio” em contas



Fonte: Instagram – Busca de perfis (2021).

Ao buscar pela palavra “biblio” na aba “contas” no Instagram, alguns perfis são indicados de acordo com o algoritmo<sup>8</sup> do aplicativo. Ao clicar no segundo perfil da imagem, “tshirts\_mural”, é possível ver que a palavra buscada aparece completa: Biblioteconomia, apesar de ter sido buscada apenas como “biblio”.

<sup>8</sup> De acordo com o site Mlabs (2021), que é focado em marketing de redes sociais, o algoritmo do Instagram é “um conjunto de critérios e cálculos que são realizados automaticamente para determinar quais posts devem aparecer para cada usuário e em que ordem. O intuito da rede social é fazer com que os usuários aproveitem ao máximo o seu tempo na plataforma, com um feed personalizado”.

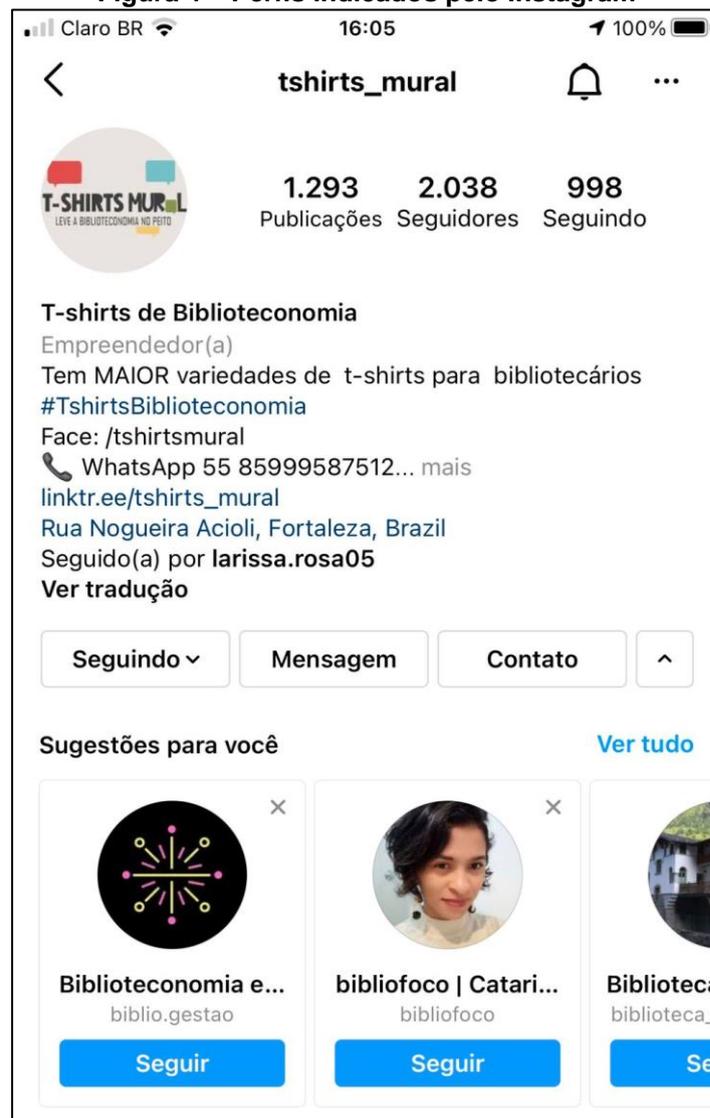
Figura 3 – Perfil “T-shirts de Biblioteconomia”



Fonte: Instagram – Perfil @tshirts\_mural (2021).

Ao clicar em “seguir”, o algoritmo do Instagram indica perfis que tenham relação com o perfil que foi seguido. Isso ocorre porque ele relaciona a busca feita com o perfil seguido, indicando um novo perfil com tema semelhante para seguir, como mostrado na Figura 4.

Figura 4 – Perfis indicados pelo Instagram



Fonte: Instagram – Perfil @tshirts\_mural (2021).

A *bio* tem limitação de até 150 caracteres e, por ser a única parte que permanece visível para as pessoas em geral, mesmo quando o perfil é fechado, deve-se utilizá-la de forma estratégica para estabelecer a comunicação com o público. Trata-se, pois, de um local em que se pode presumir muito sobre a identidade da pessoa, empresa ou negócio, servindo como uma apresentação para todos aqueles que acessarem o perfil, seja pelo aplicativo ou pela web, servindo como destaque no ambiente digital. É nela, pois, que constam os primeiros elementos que o cliente em potencial enxergará em uma empresa (INSTAGRAM, 2021).

Em outras palavras, uma *bio* serve como um cartão de visitas do perfil. Para torná-la mais atraente e eficaz, deve-se colocar informações de valor para o

público, devidamente resumidas, dada a quantidade de caracteres suportada, sendo possível publicar *links* que direcionem o usuário visitante para outros locais, que podem ser de seu interesse (INSTAGRAM, 2021), como no caso do exemplo incluído na Figura 1, em que consta um *link* para acesso ao espaço *OnlyFans*.

Outro fator importante é o uso de *emojis*,<sup>9</sup> pois eles, além de expressarem emoções, podem ser utilizados para tornar a *bio* mais visual – muito importante em uma rede social que tem na imagem a sua razão primeira de ser. É recomendável também utilizar palavras-chave na descrição da *bio*, considerando-se que os algoritmos de busca dos *sites* e do próprio Instagram irão considerar a sua presença ali (INSTAGRAM, 2021). Os termos devem ter afinidade com o propósito do perfil. Não é possível, contudo, mudar o alinhamento do texto, ou, ainda, usar quebras de linha (RASMUSSEN, 2021).

Além disso, na *bio*, ao utilizar o perfil profissional é possível atribuir uma categoria como forma de classificar o tipo de perfil existente, tornando-o mais fácil de ser encontrado em buscas no aplicativo. Apesar da função Conta Profissional ser voltada para profissionais, ela pode ser usada para perfis pessoais que gostam de usar as funcionalidades disponíveis. Contudo, ela foi elaborada para ser utilizada por contas que irão se utilizar das ferramentas disponíveis para criar estatísticas e propagandas para seus negócios.

O fato é que uma *bio* bem elaborada proporciona condições para se promover um melhor direcionamento da audiência para o conteúdo ali disponibilizado, incluindo-se a comercialização de produtos ou oferta de prestação de serviços. Por meio dela, é possível destacar os serviços prestados, produtos comercializados e meios de comunicação entre o usuário e o dono/administrador do perfil, impulsionando, assim, a audiência (INSTAGRAM, 2021).

### 2.3 DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES

No âmbito da Biblioteconomia, o termo disseminar significa semear, espalhar a informação, ou seja, o ato de levar ao conhecimento do usuário os documentos novos recebidos ou, em sentido mais amplo, divulgar, entre os leitores, as publicações que

---

9 Imagem que representa emoções, sentimentos, muito usada em aplicativos ou em conversas informais na Internet, embora tenha um significado particular, cada uma é interpretada de acordo com o contexto em que está inserida: alguns emojis são usados de modo muito irônico. (DICIO, 2020)

sejam relevantes e atualizadas para que possam, por seu intermédio, atualizar de forma constante e desenvolver pesquisas e projetos (SAMPAIO; MORESCHI, 1990).

Nesse sentido, disseminar é difundir uma informação selecionada que apresenta uma direção objetiva; trata-se do conhecimento que foi publicado recentemente e que será divulgado aos usuários tomando como base um perfil específico. O ato de espalhar as informações tem o sentido de canalizá-las, advindas de inúmeras fontes para que possam ser utilizadas em conexão com os desejos e interesses dos usuários.

Dessa forma, a disseminação de informações tem o intuito de servir um público específico, seja indivíduos ou grupos, fornecendo informações consideradas selecionadas de acordo com os perfis. Dessa maneira, uma das principais características dessa disseminação de informação é dar continuidade no fluxo de recebimento de informações.

Antes da existência de mídias sociais, essa disseminação ocorria de forma mais focada por outros meios de comunicação como, por exemplo, livros, jornais e televisão. Com o advento tecnológico, criou-se a necessidade de levar a disseminação também para os computadores e celulares e, com isso, gerou-se a demanda de profissionais, como já dito por Coelho Neto (1996, p. 5):

O papel do Bibliotecário na sociedade está se alterando devido às novas tecnologias de informação e comunicação. Novas formas de trabalhar surgiram porque novas ferramentas foram criadas para o controle, organização e disseminação da informação. O profissional não está mais limitado ao espaço físico da biblioteca; agora ele trabalha com vários suportes em que a informação está registrada, onde o usuário passa a ser o foco principal e não mais o acervo, ao mesmo tempo que a disseminação passa a ter mais importância que a preservação da informação.

Ainda sobre a necessidade de atualização dos profissionais de Ciência da Informação, Amaro (2018, p. 36) fala sobre como essa questão é significativa, tendo em vista os desafios relacionados a ela terem sido temas do *workshop* “Bibliotecário do século XXI”, ocorrido no final do mês de janeiro do ano de 2017, realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). No evento, entre os temas abordados, estão currículo acadêmico defasado, necessidade de formação continuada (sistemas), atendimento ao usuário (Google *versus* bibliotecário) e dificuldades no tratamento de novas tecnologias.

Sobre o problema do currículo acadêmico defasado, Valentim (2000, p. 20) afirma que “[...] os cursos formadores devem disponibilizar todo e qualquer tipo de tecnologias ao seu corpo docente e discente, buscando um ensino-aprendizagem que permita ao profissional atuar no mercado de trabalho de forma segura e competente [...]”. Além disso, Paiva *et al.* (2017) assegura que, tratando-se das competências e habilidades da área de Biblioteconomia, as diretrizes do Ministério da Educação estabelecem que o curso deve desenvolvê-las em níveis específicos e gerais. Nas competências gerais descritas pelo Ministério, está a previsão do desenvolvimento e uso de novas tecnologias. Apesar disso, nota-se justamente a falta de atualização do currículo em função de novas tecnologias, ou seja, “[...] a ausência de formação nas tecnologias [...] que dão suporte e complementam as técnicas do trabalho dos bibliotecários resultam em um despreparo do profissional no momento de assumir as suas funções em uma biblioteca.” (AMARO, 2018).

Quanto à necessidade de formação continuada, a autora cita que, por se tratar de uma profissão em que é necessária atualização constante, fica evidenciada a necessidade de formação complementar para conseguir exercer sua função de forma eficiente, como explicitado por Ferreira e Araújo (2016, p. 62), ao afirmarem que “[...] as bibliotecas atravessaram os séculos incorporando novas atribuições, novos serviços, lidando cada vez com mais suportes diversificados e, principalmente, acolhendo e dialogando com usuários.”

Tratando-se da problemática do atendimento ao usuário, Amaro (2018) explica que, com a evolução do uso da internet e recursos digitais, surgiu a necessidade da atualização dos bibliotecários, sendo imprescindível diante desse novo cenário compreender o funcionamento do ambiente digital poder proporcionar aos usuários uma mediação de qualidade, seja de forma presencial ou *on-line*. A discussão também falou sobre as dificuldades no tratamento de novas tecnologias, evidenciando a necessidade de uma atualização constante dos profissionais. Segundo Almeida (2014 *apud* FERREIRA; ARAÚJO, 2016, p. 62), “[...] as inovações tecnológicas sempre foram decisivas nas transformações ocorridas nas bibliotecas e em sua condição social [...]”. Pode-se citar que uma das maiores mudanças trazidas pela tecnologia foi a possibilidade de uma biblioteca sem livros físicos. Com isso, também surgiu a necessidade dos bibliotecários lidarem com tratamento de informação *on-line*, o que pode afastar alguns das tecnologias, visto que, segundo Amaro (2018) alguns

profissionais “[...] se esquivam das tecnologias, utilizando-as, com muita parcimônia, quando estritamente necessário.”.

Mesmo que os suportes e as necessidades estejam mudando, Mueller já ressaltava, em 1989, que os bibliotecários não podem “[...] abandonar as atividades tidas como tradicionais, tais como: a preservação do conhecimento humano; a organização da informação para sua posterior recuperação; [...] além do planejamento e da administração de recursos informacionais.” (MUELLER, 1989 *apud* ASSIS, 2018) É clara a necessidade de profissionais atualizados, que estejam preparados para o mundo tecnológico e para todas as oportunidades que ele oferece, como, por exemplo, maior contato com públicos por meio de mídias sociais a fim de disseminar informações e divulgar conteúdo próprio da área.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 QUANTO À NATUREZA, ABORDAGEM, OBJETIVO E PROCEDIMENTO

Quanto à natureza, pode-se classificar a presente pesquisa como aplicada, considerando que sua elaboração tem por objetivo gerar conhecimentos possíveis de serem direcionados para aplicações práticas, visando dar solução a problemas específicos (GIL, 2010). Em relação à abordagem, é quantitativa, já que o objeto da pesquisa contempla dados que necessitam quantificação, ensejando uma análise embasada em números (MINAYO, 2010) – no caso, análise simples de distribuição da categorização dos perfis analisados. Quanto ao objetivo, trata-se de uma pesquisa descritiva. Diante de tal objetivo, se vale normalmente de levantamentos bibliográficos e análise de exemplos, razão pela qual, em geral, assume a forma de estudo de caso (MINAYO, 2010).

Como pesquisa descritiva, busca descrever características da população sob análise (GIL, 2010). Em nosso caso, perfis na rede social Instagram ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação, indicados no *site* da Febab. Em geral, as pesquisas descritivas assumem a forma de levantamentos, abrangendo técnicas de coleta de dados padronizados, como observação e aplicação de questionários (MINAYO, 2010).

No que tange aos procedimentos adotados, a pesquisa pode ser classificada como estudo de caso. A classificação como estudo de caso se justifica por se tratar de um estudo mais aprofundado de um ou poucos objetos, com vistas a buscar um detalhamento do assunto (YIN, 2010). Nesta pesquisa, serão considerados como objeto de estudo perfis na rede social Instagram ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação, indicados no site da Febab, que somam, ao todo, 59 perfis no Instagram. As buscas serão realizadas nos bancos de dados da Capes e Scielo, por meio da informação das seguintes palavras-chave: mídias sociais, Instagram, disseminação de informações, comunicação via mídias sociais. A seleção abrangerá publicações entre 2011 e 2021, visando manter-se a atualidade das informações.

### 3.2 PROCEDIMENTO, COLETA E ANÁLISE

Nas biografias dos perfis divulgados pela Febab, os usuários descreveram o conteúdo do seu Instagram. Essa descrição pode ser vista como uma espécie de indexação, uma vez que são utilizadas expressões (sejam palavras-chave soltas, indicativos, frases, etc.) que possibilitam apontar o conteúdo que o perfil trata. Por exemplo, se um perfil mantém em sua *bio* a expressão “biblioteca escolar”, além de assumir que o conteúdo produzido e disseminado pelo perfil tem relação com o tópico expresso, esse termo torna-se uma expressão indexada pelo Instagram, assim qualquer busca realizada dentro do aplicativo permite encontrar esse perfil e denota o conteúdo que será tratado ali.

Dentro da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, há uma tradição de trabalhos com o que se chamou de descritores, ou sejam unidades de texto que, para recuperar informação, seriam amparados em unidades de texto. Elas podem ser vistas a partir de sintagmas nominais, ou seja, “a menor parte do discurso que possui informação” (KURAMOTO, 2002). Michel Le Guern (1991), responsável pelo desenvolvimento conceitual dos sintagmas nominais como uma unidade de significado, distingue descritores de palavras. Para ele, os descritores usados para a recuperação da informação deveriam ser unidades de texto, como sintagmas nominais, ao invés de unidades linguísticas, como palavras (símbolos isolados sem significado definido). Como complemento a esse entendimento, Kuramoto (1995) aponta que as palavras têm valor de referência a partir do momento em que são descobertas no campo do discurso.

Apesar de ser evidente que os sintagmas nominais possuem estrutura sintática e são portadores de uma estrutura lógico-semântica, não cabe a este estudo o aprofundamento sobre a composição sintática dos sintagmas nominais. É importante compreender que um sintagma nominal pode ser “[...] tanto uma palavra isolada como também um conjunto de palavras que possuem sintaxe e semântica [...]” (NASCIMENTO; CORREA, 2019, p. 5). A fim de esclarecer e exemplificar os sintagmas nominais para que seja possível usá-los na recuperação de informação, seguem alguns exemplos:

“A Ciência da Informação”, onde se tem um determinante (A), um nome (Ciência) e um modificador (da Informação); “Um certo Bibliotecário”, onde se

tem um determinante (Um), seguido de outro determinante (certo), seguido de um nome (Bibliotecário) (NASCIMENTO; CORREA, 2019, p. 5).

Como dissemos, dentro da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, o olhar sobre sintagmas nominais é voltado para a indexação, porém, neste estudo, o uso deles será para coletar expressões (palavras-chave) que indicam os assuntos tratados pelos perfis em questão. Para fazer isso, foi necessária a identificação manual desses sintagmas nominais por meio das suas regras de formação, baseando-se nas classes gramaticais das palavras (substantivo, adjetivo, advérbio, etc.), percorrendo o trajeto que a Ciência da Informação tem investigado da extração automática de sintagmas nominais com vistas à indexação. Ou seja, nosso processo não ocorreu na extração de unidades de informação de textos propriamente ditos, mas, sim, do coletar esses sintagmas do que já foi proposto como unidade de informação pelos perfis selecionados e como constam em suas *bios*.

Para identificar esses sintagmas nominais e demais informações, inicialmente foi construída uma tabela no Excel com três colunas: “nome a quem pertence o perfil do Instagram”, “categoria” e “descrição na biografia”. Com essas informações, foi possível realizar uma análise inicial sobre as categorias, identificando se há um padrão.

Posteriormente, foi feita uma segunda tabela contendo as três colunas, mas substituindo a coluna “categoria” pela de “sintagmas nominais”, que serão extraídos da coluna “descrição na biografia”. A partir disso, foi possível observar as palavras-chave em comum nas biografias e determinar a existência ou não de padrões.

A coleta dos dados dos perfis ocorreu entre 10 e 12 de julho de 2021, considerando-se o seguinte em relação aos perfis:

- a) descrição na biografia;
- b) categoria em que está enquadrada pelo dono do perfil: o Instagram sugere as categorias: artista; musicista/banda; blogueiro(a); vestuário/marca; comunidade; criador(a) de conteúdo digital; educação; empreendedor(a); saúde/beleza; editor; escritor(a); *blog* pessoal; produto/serviços; *gamer*; restaurante; beleza, cosméticos e cuidados pessoais; mercearia; fotógrafo(a); compras e varejo; e criador de vídeo. No entanto, também é possível procurar outras categorias usando a barra de busca. Se não houver categoria, será determinado apenas que se trata de perfil pessoal ou institucional;

- c) número de publicações;
- d) número de seguidores;
- e) se há na descrição da biografia perfil em outras redes sociais;
- f) data da primeira postagem.

Como limitação para o estudo, a pesquisa teve de ser realizada por meio de um *smartphone*, já que o Instagram, em sua versão *web*, não apresenta alguns recursos necessários para consulta, como, por exemplo, a categorização das contas profissionais.

#### 4 SISTEMATIZAÇÃO DE CATEGORIAS

Após a mostra sobre os procedimentos de coleta e análise, passamos à identificação e sistematização do que efetivamente o trabalho se preocupa. Para realizar essa coleta, criamos um quadro para organizar e sistematizar os dados sobre os 59 perfis apontados pela Febab, identificando os tipos de categorias nas quais os autores os indexaram, como mostrado no Quadro 1.

Quadro 1 – Categorias indexadas pelos donos dos perfis e descrição da *bio*

INSTAGRAM	Categoria	Descrição na biografia
Associação Catarinense de Bibliotecários (ACB)	Comunidade	Associação Catarinense de Bibliotecários – ACB linktr.ee/acbibliotecarios
Baixada Literária	Não especificado	Atua em prol da literatura como um direito humano. forms.gle/SBrJy6BtjFpbSF9E6
Biblio Educador	Educação	Bibliotecário e <i>boardgamer</i> . Conteúdo sobre educação, jogos e gamificação.     linktr.ee/biblioeducador
Biblio Estudos	Não especificado	Biblioteconomia  Rotina de estudos, dicas e resumos   <i>Studygram</i> e o universo da Biblioteconomia  linktr.ee/Biblioestudos
Biblio Fora da Caixa	Site de sociedade e cultura	 Um canal que divulga pessoas e instituições que são fora de série, que são diferenciais no que fazem. Para apoiar o canal clique no link:linktr.ee/biblioforadacaixa
Biblio Indígena	Não especificado	Aline Franca  Questões indígenas em bibliotecas e espaços de leitura  Bibliotecária  Idealizadora da @livrariamaraca  Doutoranda PPGCI-USP   Mestre PPGB-UNIRIO www.academiauka.com.br
Biblio Inova	Criador(a) de conteúdo digital	 Minha trajetória  Novas possibilidades  Inovação & Empreendedorismo  Tudo sobre o mundo da Tecnologia  By: @lindaeve13 youtu.be/tJhXgHpM97U
Biblio Juris (o link no site da Febab estava quebrado, então as informações foram pesquisadas manualmente).	Site educacional	Vamos te ajudar a conquistar sua vaga.  Descomplicamos Biblioteconomia e Legislação.  Noticias, dicas, questões, macetes e mnemônicos.  linktr.ee/bibliojuris
Biblioteca Campus Sorocaba	Educação	Perfil oficial da Biblioteca Campus Sorocaba (B-So UFSCar).

		Temporariamente fechada <a href="http://linktr.ee/bsoufscar_sorocaba">linktr.ee/bsoufscar_sorocaba</a>
Biblioteca da Câmara	Biblioteca	Perfil dedicado à divulgação do acervo e outros serviços da Biblioteca da Câmara dos Deputados. <a href="http://bd.camara.gov.br/bd">bd.camara.gov.br/bd</a> <a href="http://linktr.ee/biblioteca.camara">linktr.ee/biblioteca.camara</a>
Biblioteca da FCA-UNICAMP	Não especificado	   BDJH - Biblioteca "Prof. Dr. Daniel J. Hogan"    Atendimento remoto durante a pandemia    Limeira/SP – <i>Campus II</i> <a href="http://linktr.ee/bibfcaunicamp">linktr.ee/bibfcaunicamp</a>
Biblioteca de Saúde UFBA	Educação	A Biblioteca Universitária de Saúde Prof. Álvaro Rubim de Pinho está vinculada ao SiBi UFBA. A Biblioteca vai até Você  Cursos e fontes de informação  <a href="http://linktr.ee/bibsaudeufba">linktr.ee/bibsaudeufba</a>
Biblioteca do Centro Universitário IESB	Biblioteca	Instagram da Biblioteca do Centro Universitário IESB <a href="http://linktr.ee/BibliotecalESB">linktr.ee/BibliotecalESB</a>
Biblioteca do CFCH/UFRJ	Biblioteca	A Biblioteca do CFCH/UFRJ atende aos cursos de Educação, Psicologia, Serviço Social, Comunicação e Políticas Públicas (NEPP-DH). <a href="http://linktr.ee/bibliotecacfchufrj">linktr.ee/bibliotecacfchufrj</a>
Biblioteca Feevale	Não especificado	Perfil oficial das bibliotecas da Universidade Feevale. Siga também: @feevale <a href="http://www.feevale.br/biblioteca">www.feevale.br/biblioteca</a>
Biblioteca PUCRS	Não especificado	Perfil Oficial da Biblioteca Central Irmão José Otão da @PUCRS. Atendimento: segunda a sexta das 8h às 17h Porto Alegre - RS <a href="http://linktr.ee/bibliotecapucrs">linktr.ee/bibliotecapucrs</a>
Biblioteca Taquarituba	Biblioteca	BPM Prof José Aparecido Castelucci  Segunda a Sexta-feira, das 7h às 11 e das 13h às 17h.  (14) 3762-2660 <a href="http://www.facebook.com/bibliotecataquarituba">www.facebook.com/bibliotecataquarituba</a>
Bibliotecária em Construção	Criador(a) de conteúdo digital	Disseminar a biblioteconomia, ciência da informação e afins. Espaço para todos que se interessam pelo assunto. Por @claudia.bs.souza <a href="http://linktr.ee/bibliotecariaemconstrucao">linktr.ee/bibliotecariaemconstrucao</a>
Bibliotecas Parque RJ	Biblioteca	 Novo perfil das Bibliotecas Parque RJ Agende a sua visita aqui  <a href="http://linktr.ee/bibliotecasparquerj">linktr.ee/bibliotecasparquerj</a>
Biblioteconomia e Mkt Digital	Criador(a) de conteúdo digital	 Ajudo BIBLIOTECAS e BIBLIOTECÁRIAS a se posicionarem no mundo digital!  CURSO GRATUITO Introdução ao Posicionamento Digital  SE INSCREVA AGORA  <a href="http://bibliomkt.com.br/curso-gratuito-posicionamento-digital">bibliomkt.com.br/curso-gratuito-posicionamento-digital</a>
Bibliothinking	Criador(a) de conteúdo digital	Gestão de Conteúdos e Informação Digital #biblioteconomia #ai #ux #uxwriting #gestãodeprojetos #inovação  <a href="http://linktr.ee/biblio_thinking">linktr.ee/biblio_thinking</a>

BU UDESC	Biblioteca	Compartilhando livros e pensamentos! Tem dúvida? Chama no direct! .. Confira mais informações no link  <a href="http://linktr.ee/bu.udesc">linktr.ee/bu.udesc</a>
Caçadores de Bibliotecas	<i>Blog</i> pessoal	Espaços fotografados para o <i>blog</i> Caçadores de Bibliotecas. Fotos autorais, a maioria da bibliotecária @soraiamag_ e @peterbosco2017. Acesse: <a href="http://www.cazadoresdebibliotecas.com">www.cazadoresdebibliotecas.com</a>
Currículo Lattes	Criador(a) de conteúdo digital	Serviço para a criação, preenchimento, atualização e correção do CURRÍCULO LATTES.     ADM pelo Bibliotecário e Prof. Dr. @joaoarlindoneto da UEL <a href="http://linktr.ee/lattes.curriculo">linktr.ee/lattes.curriculo</a>
Dica de Bibliotecária	Criador(a) de conteúdo digital	Curadoria de livros infantis e juvenis & Formação de Famílias leitoras, desde 2019. Canal do YouTube e demais links: <a href="http://linktr.ee/dicadebibliotecaria">linktr.ee/dicadebibliotecaria</a>
Dito Efeito Literário	Artes literárias	Vídeos, Podcast e Oficinas literárias   Projeto de extensão UDESC Karin Vanelli Bibliotecária, Psicanalista, facilitadora de Biblioterapia <a href="http://linktr.ee/ditoefeitoliterario">linktr.ee/ditoefeitoliterario</a>
eCÓDICE	Produto/serviço	Eventos on-line em UM SÓ LUGAR! <a href="mailto:contato@ecodice.com.br">contato@ecodice.com.br</a> #cienciaainformacao #gestaoetecnologia #biblioteconomia #museologia #arquivologia <a href="http://linktr.ee/ecodice">linktr.ee/ecodice</a>
Encontros Bibli	Educação	25 anos dando voz à ciência <a href="http://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/index">periodicos.ufsc.br/index.php/eb/index</a>
Enrique Muriel	Não especificado	Ciência da Informação  <a href="http://youtube.com/enriquemuriel">youtube.com/enriquemuriel</a>  <a href="http://twitter.com/enriquemuriel">twitter.com/enriquemuriel</a> <a href="http://www.enriquemuriel.com">www.enriquemuriel.com</a>
Entenda de Gestão	Não especificado	TRABALHA COM ARQUIVO? Seu lugar é aqui! + de 900 mil pgs tratadas. 🔑 Tutora de Arqui. na Uniasselvi. Diretoria AAESC. Live toda seg 20h02  <a href="http://linktr.ee/entendadegestao">linktr.ee/entendadegestao</a>
FEBAB	Não especificado	Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições. "Bibliotecas por um mundo melhor." <a href="http://febab.org">febab.org</a>
Gabriela Bazan Pedrão	Não especificado	Livros, leitura & bibliotecas  Bibliotecária (USP) e Doutora em Ciência da Informação (UNESP)  Clube: @fundacaolivrorp  Canal É o último, juro! <a href="http://linktr.ee/gabrielabpedrao">linktr.ee/gabrielabpedrao</a>
GT ColInfo FEBAB	Comunidade	O GT ColInfo busca constituir ações e estratégias em prol da criação de uma rede colaborativa para a promoção da Competência em Informação no Brasil <a href="http://www.acoesfebab.com/competenciainfo">www.acoesfebab.com/competenciainfo</a>

Hey Librarian!	<i>Blog pessoal</i>	<p>biblioteconomia (+) tech BR  arquitetura da informação • inteligência artificial • UX •  taxonomia</p> <p>KR US FR current learning languages  @marianasmota  twitter.com/HeyLibrarian1</p>
Infoco na Biblio	<i>Blog pessoal</i>	<p>• Verifique, curta e compartilhe a informação  • contato@infoconabiblio.com.br  https://bit.ly/3IGmK6B  linktr.ee/infoconabiblio</p>
InfoCom UFRGS	Educação	<p>Grupo de Pesquisa em Comportamento e Competências  InfoComunicacionais (InfoCom), registrado no  @cnpq_oficial.  Sediado na @fabricoufrgs.  linklist.bio/infocomufrgs</p>
Informe CI	Educação	<p>Informes selecionados e diários para manter  bibliotecári@s, arquivistas e museólog@s bem  informados  @pedroisandretta  Assine a Newsletters no site!  linktr.ee/informeci</p>
Instituto Clio	Criador(a) de conteúdo digital	<p>O Instituto Clio atua nas áreas de preservação do  patrimônio e da memória, gestão e tecnologia da  informação.  Fone: 81-999670710  linktr.ee/Institutoclio</p>
ITI UFSCar	Educação	<p>União da Solidez Acadêmica com o Know How de  Mercado! 📊📈📌  👉 <b>Venha Inovar sua carreira</b>  www.iti.ufscar.br</p>
José Everson	Não especificado	<p>👉 Incentivando a prática de contação de histórias por  meio da literatura infantojuvenil! 📖  Por @eversonwho  Estudante de Biblioteconomia - UFSCar</p>
Mente Brava	Não especificado	<p>atitude de quem sabe • marque #mentebrava em suas  fotos  Moda+Conhecimento  » Enviamos para todo o Brasil  ▼ LOJA ONLINE ▼  mentebrava.com/categoria-produto/papelaria</p>
Mocinha da Biblio	Não especificado	<p>📖 Por Marcelly Chrisostimo  – Bibliotecária Escolar  💎 Gestão de Bibliotecas para Bibliotecários  👉 Estou Ao Vivo  www.youtube.com/watch?v=vaCpGtYz7qs</p>
MPGED	Produto/serviço	<p> Arquivologia e Biblioteconomia   Consultoria em Projetos de GDI , GED e digitalização   Cursos e oficinas online (GED, GDI BPM, UX , IA, AI e  GP)  mpgedstartup.com</p>
Mulheres Negras na Biblioteca	Causa	<p>projeto sociocultural, criador da primeira biblioteca  nacional de trocas de livros de autoras negras  👤👥📖📧  coletivomnb@gmail.cominstabio.cc/mulheresnegrasnab  lioteca</p>
Priscila Sena	Não especificado	<p>Pesquisadora em Ciência da Informação   Professora    Bibliotecária  linktr.ee/prisena</p>

Prof. Ana Patrícia	Não especificado	 Prof. de Biblioteconomia  Te ajudo a conquistar sua aprovação em concurso.  1° IPHAN  2° FAB - Biblio   Concursos   Aprovação <a href="http://linktr.ee/prof.anapatricia">linktr.ee/prof.anapatricia</a>
Rede de Bibliotecas pela Paz	Não especificado	Rede formada pelas bibliotecas públicas de Casa Amarela, Afogados e as dos COMPAZ Alto Sta. Terezinha, Cordeiro, Caxangá e Coque.
Revista AtoZ	Revista	Periódico científico interdisciplinar de acesso aberto do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação da UFPR. ISSN 2237-826X. <a href="https://dx.doi.org/10.5380/atoz.v10i1.76846">dx.doi.org/10.5380/atoz.v10i1.76846</a>
Santa Biblioteconomia	Comunidade	 Educação continuada + concursos públicos  Capacitações, cursos e apostilas  Entre na Lista de espera da Turma 3 "AaZ" <a href="http://linktr.ee/santabiblioteconomia">linktr.ee/santabiblioteconomia</a>
SBI PUC Campinas	Biblioteca	Apoio informacional para a comunidade PUC-Campinas. Uma variedade de recursos disponíveis para auxílio nos estudos.     <a href="http://linktr.ee/sbipuccampinas">linktr.ee/sbipuccampinas</a>
SIBI UFG	Não especificado	Comunicação Bibliotecas da UFG Perfil oficial do Sistema de Bibliotecas da UFG <a href="http://www.bc.ufg.br">www.bc.ufg.br</a>
SisEB	Produto/serviço	O SisEB somos nós! <a href="http://siseb.sp.gov.br/aceso">siseb.sp.gov.br/aceso</a>
Sistema Bibliotecas da Unicamp	Não especificado	Notícias sobre o SBU  <a href="http://lnk.bio/q0rg">lnk.bio/q0rg</a>
Sustentabilidade Informacional	Não especificado	A cada dia uma informação sustentável! Informe-se - Repense - Sustentabili-se  by @genilsoneraldo <a href="https://youtube.com/channel/UCrKLyZ5PgAbHlf4D5aOTE-A">youtube.com/channel/UCrKLyZ5PgAbHlf4D5aOTE-A</a>
Tathiane Amaral	Não especificado	 Guardadora profissional de livros  Professora de Português  Professora em formação pela UFF  Do Cachambi para o mundo!  <a href="http://linktr.ee/tathiane.amaral">linktr.ee/tathiane.amaral</a>
Tshirts Mural	Empreendedor	Tem MAIOR variedades de t-shirts para bibliotecários #TshirtsBiblioteconomia Face: /tshirtsmural WhatsApp 55 85999587512 De Fortaleza p/ Brasil <a href="http://linktr.ee/tshirts_mural">linktr.ee/tshirts_mural</a>
Uma Bibliotecária	Artista	 Uma bibliotecária contadora de histórias  Te mostro os caminhos para se fazer uma boa narração de histórias...  =  Cristo vive   Meu curso   <a href="http://conecta.bio/umabibliotecaria">conecta.bio/umabibliotecaria</a>
Vida de Bibliotecário	Não especificado	 Perfil que compartilha a conservação, preservação e restauração de acervos especiais e históricos  <a href="mailto:vidadebibliotecaria@gmail.com">vidadebibliotecaria@gmail.com</a> materiais 

		docs.google.com/document/d/1HQxxD2Ub-aA2AYH6c3jzm4lXHbAOJhH0jrvtsohl1sE
Web ConCIB	Não especificado	Web Conferência de Ciência da informação e Biblioteconomia www.youtube.com/c/webconcib

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados dos 59 perfis do Instagram da pesquisa.

Ao todo, foram identificadas 13 categorias indexadas pelos autores, sendo elas: artes literárias (um perfil), artista (um perfil), biblioteca (sete perfis), *blog* pessoal (três perfis), causa (um perfil), comunidade (três perfis), criador(a) de conteúdo digital (sete perfis), educação (sete perfis), empreendedor (um perfil), produto/serviço (três perfis), revista (um perfil), *site* de sociedade e cultura (um perfil) e *site* educacional (um perfil). Além dessas categorias identificadas, 22 perfis optaram por não especificar uma categoria. Pode-se afirmar que não existe um padrão explicitado nas categorias analisadas, visto que, se comparadas com a biografia e a pessoa ou instituição dona do perfil, não há concordância. Isso pode ser observado, por exemplo, nos 22 perfis que não adicionaram uma categoria, mesmo sendo possível relacionar uma ao perfil.

Quanto às biografias, foi possível identificar que todos os perfis se encaixavam em alguma categoria (seja proposta pelo Instagram, seja através de uma busca na barra de pesquisa, sendo possível procurar uma categoria que não estava nas sugestões), mas alguns optaram por não indexar o próprio perfil. Apesar de 22 perfis optarem por não fazer uso da indexação do Instagram, seja por não saberem utilizar o aplicativo ou qualquer outro motivo que não cabe a este estudo investigar, é possível determinar os sintagmas nominais das biografias, identificando-se o assunto principal dos perfis e determinando se há um padrão em seus assuntos. A identificação desses sintagmas encontra-se no Quadro 2.

**Quadro 2 – Biografia e sintagmas nominais**

<b>Instagram</b>	<b>Descrição na biografia</b>	<b>Sintagmas nominais</b>
Associação Catarinense de Bibliotecários (ACB)	Associação Catarinense de Bibliotecários – ACB linktr.ee/acbibliotecarios	Associação Catarinense de Bibliotecários
Baixada Literária	Atua em prol da literatura como um direito humano. forms.gle/SBrJy6BtjFpbSF9E6	Literatura como um direito
Biblio Educador	Bibliotecário e <i>boardgamer</i> Conteúdo sobre educação, jogos e gamificação.  linktr.ee/biblioeducador	Bibliotecário; educação; jogos e gamificação.
Biblio Estudos	Biblioteconomia  Rotina de estudos, dicas e resumos	Biblioteconomia; rotina de estudos; dicas e resumos; <i>studygram</i> .

	  Studygram e o universo da Biblioteconomia   <a href="http://linktr.ee/Biblioestudos">linktr.ee/Biblioestudos</a>	
Biblio Fora da Caixa	 Um canal que divulga pessoas e instituições que são fora de série, que são diferenciais no que fazem. Para apoiar o canal clique no link: <a href="http://linktr.ee/biblioforadacaixa">linktr.ee/biblioforadacaixa</a>	Canal que divulga pessoas e instituições.
Biblio Indígena	Aline Franca  Questões indígenas em bibliotecas e espaços de leitura  Bibliotecária  Idealizadora da @livrariamaraca  Doutoranda PPGCI-USP   Mestre PPGB-UNIRIO <a href="http://www.academiauka.com.br">www.academiauka.com.br</a>	Questões indígenas em bibliotecas e espaços de leitura.
Biblio Inova	 Minha trajetória  Novas possibilidades  Inovação & Empreendedorismo  Tudo sobre o mundo da Tecnologia  By: @lindaeve13 <a href="https://youtu.be/tJhXgHpM97U">youtu.be/tJhXgHpM97U</a>	Inovação e empreendedorismo; tudo sobre o mundo da tecnologia.
Biblio Juris (o link no site da Febab estava quebrado, então as informações foram pesquisadas manualmente)	Vamos te ajudar a conquistar sua vaga.  Descomplicamos Biblioteconomia e Legislação.  Notícias, dicas, questões, macetes e mnemônicos.  <a href="http://linktr.ee/bibliojuris">linktr.ee/bibliojuris</a>	Biblioteconomia e legislação; notícias, dicas, questões, macetes e mnemônicos.
Biblioteca Campus Sorocaba	Perfil oficial da Biblioteca <i>Campus</i> Sorocaba (B-So UFSCar). Temporariamente fechada <a href="http://linktr.ee/bsoufscar_sorocaba">linktr.ee/bsoufscar_sorocaba</a>	Biblioteca <i>Campus</i> Sorocaba
Biblioteca da Câmara	Perfil dedicado à divulgação do acervo e outros serviços da Biblioteca da Câmara dos Deputados. <a href="http://bd.camara.gov.br/bd">bd.camara.gov.br/bd</a> <a href="http://linktr.ee/biblioteca.camara">linktr.ee/biblioteca.camara</a>	Biblioteca da Câmara dos Deputados
Biblioteca da FCA-UNICAMP	   BDJH - Biblioteca "Prof. Dr. Daniel J. Hogan"    Atendimento remoto durante a pandemia    Limeira/SP – <i>Campus</i> II <a href="http://linktr.ee/bibfcaunicamp">linktr.ee/bibfcaunicamp</a>	Biblioteca Prof. Dr. Daniel J. Hogan
Biblioteca de Saúde UFBA	A Biblioteca Universitária de Saúde Prof. Álvaro Rubim de Pinho está vinculada ao SiBi UFBA. A Biblioteca vai até Você  Cursos e fontes de informação  <a href="http://linktr.ee/bibsaudeufba">linktr.ee/bibsaudeufba</a>	Biblioteca Universitária de Saúde Prof. Álvaro Rubim de Pinho; cursos e fontes de informação.
Biblioteca do Centro Universitário IESB	Instagram da Biblioteca do Centro Universitário IESB <a href="http://linktr.ee/BibliotecalIESB">linktr.ee/BibliotecalIESB</a>	Biblioteca do Centro Universitário
Biblioteca do CFCH/UFRJ	A Biblioteca do CFCH/UFRJ atende aos cursos de Educação, Psicologia, Serviço Social, Comunicação e Políticas Públicas (NEPP-DH). <a href="http://linktr.ee/bibliotecacfchufrj">linktr.ee/bibliotecacfchufrj</a>	Biblioteca do CFCH/UFRJ; cursos de Educação, Psicologia, Serviço Social,

		Comunicação e Políticas Públicas.
Biblioteca Feevale	Perfil oficial das bibliotecas da Universidade Feevale. Siga também: @feevale <a href="http://www.feevale.br/biblioteca">www.feevale.br/biblioteca</a>	Bibliotecas da Universidade Feevale
Biblioteca PUCRS	Perfil Oficial da Biblioteca Central Irmão José Otão da @PUCRS. Atendimento: segunda a sexta das 8h às 17h Porto Alegre - RS <a href="http://linktr.ee/bibliotecapucrs">linktr.ee/bibliotecapucrs</a>	Biblioteca Central Irmão José Otão da PUCRS
Biblioteca Taquarituba	BPM Prof. José Aparecido Castelucci 📅 Segunda a Sexta-feira, das 7h às 11 e das 13h às 17h. ☎ (14) 3762-2660 <a href="http://www.facebook.com/bibliotecataquarituba">www.facebook.com/bibliotecataquarituba</a>	BPM Prof. José Aparecido Castelucci
Bibliotecária em Construção	Disseminar a biblioteconomia, ciência da informação e afins. Espaço para todos que se interessam pelo assunto. Por @claudia.bs.souza <a href="http://linktr.ee/bibliotecariaemconstrucao">linktr.ee/bibliotecariaemconstrucao</a>	Biblioteconomia; Ciência da Informação.
Bibliotecas Parque RJ	📖 Novo perfil das Bibliotecas Parque RJ Agende a sua visita aqui 📍 <a href="http://linktr.ee/bibliotecasparquerj">linktr.ee/bibliotecasparquerj</a>	Bibliotecas Parque RJ
Biblioteconomia e Mkt Digital	💡 Ajudo BIBLIOTECAS e BIBLIOTECÁRIAS a se posicionarem no mundo digital! 🚀 CURSO GRATUITO Introdução ao Posicionamento Digital 🎯 SE INSCREVA AGORA 📍 <a href="http://bibliomkt.com.br/curso-gratuito-posicionamento-digital">bibliomkt.com.br/curso-gratuito-posicionamento-digital</a>	Curso gratuito; introdução ao posicionamento digital.
Bibliothinking	Gestão de Conteúdos e Informação Digital #biblioteconomia #ai #ux #uxwriting #gestãodeprojetos #inovação 📍 <a href="http://linktr.ee/biblio_thinking">linktr.ee/biblio_thinking</a>	Gestão de conteúdos e informação digital.
BU UDESC	Compartilhando livros e pensamentos! Tem dúvida? Chama no direct! Confira mais informações no link 📍 <a href="http://linktr.ee/bu.udesc">linktr.ee/bu.udesc</a>	Compartilhando livros e pensamentos.
Caçadores de Bibliotecas	Espaços fotografados para o <i>blog</i> Caçadores de Bibliotecas. Fotos autorais, a maioria da bibliotecária @soraiamag_ e @peterbosco2017. Acesse: <a href="http://www.cazadoresdebibliotecas.com">www.cazadoresdebibliotecas.com</a>	Blog Caçadores de Bibliotecas
Currículo Lattes	Serviço para a criação, preenchimento, atualização e correção do CURRÍCULO LATTES. 📖📄🔍 ADM pelo Bibliotecário e Prof. Dr. @joaoarlondoneto da UEL <a href="http://linktr.ee/lattes.curriculo">linktr.ee/lattes.curriculo</a>	Serviço para a criação, preenchimento, atualização e correção do currículo Lattes.

Dica de Bibliotecária	Curadoria de livros infantis e juvenis & Formação de Famílias leitoras, desde 2019. Canal do YouTube e demais links: <a href="http://linktr.ee/dicadebibliotecaria">linktr.ee/dicadebibliotecaria</a>	Curadoria de livros infantis e juvenis; formação de famílias leitoras.
Dito Efeito Literário	Vídeos, Podcast e Oficinas literárias   Projeto de extensão UDESC Karin Vanelli Bibliotecária, Psicanalista, facilitadora de Biblioterapia <a href="http://linktr.ee/ditoefeitoliterario">linktr.ee/ditoefeitoliterario</a>	Vídeos, <i>podcast</i> e oficinas literárias; projeto de extensão UDESC.
eCÓDICE	Eventos on-line em UM SÓ LUGAR! <a href="mailto:contato@ecodice.com.br">contato@ecodice.com.br</a> #cienciaainformacao #gestaoetecnologia #biblioteconomia #museologia #arquivologia <a href="http://linktr.ee/ecodice">linktr.ee/ecodice</a>	Ciência da Informação; gestão e tecnologia; Biblioteconomia; Museologia; Arquivologia
Encontros Bibli	25 anos dando voz à ciência. <a href="http://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/index">periodicos.ufsc.br/index.php/eb/index</a>	Ciência
Enrique Muriel	Ciência da Informação  <a href="http://youtube.com/enriquemuriel">youtube.com/enriquemuriel</a>  <a href="https://twitter.com/enriquemuriel">twitter.com/enriquemuriel</a> <a href="http://www.enriquemuriel.com">www.enriquemuriel.com</a>	Ciência da Informação
Entenda de Gestão	TRABALHA COM ARQUIVO? Seu lugar é aqui! + de 900 mil pgs tratadas. 👤 Tutora de Arqui. na Uniasselvi. Diretoria AAESC. Live toda seg 20h02  <a href="http://linktr.ee/entendadegestao">linktr.ee/entendadegestao</a>	Tutora de Arquivologia na Uniasselvi.
FEBAB	Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições. "Bibliotecas por um mundo melhor." <a href="http://febab.org">febab.org</a>	Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições.
Gabriela Bazan Pedrão	Livros, leitura & bibliotecas  Bibliotecária (USP) e Doutora em Ciência da Informação (UNESP)  Clube: @fundacaolivrorp  Canal É o último, juro! <a href="http://linktr.ee/gabrielabpedrao">linktr.ee/gabrielabpedrao</a>	Livros, leitura e bibliotecas; bibliotecária e doutora em Ciência da Informação.
GT ColInfo FEBAB	O GT ColInfo busca constituir ações e estratégias em prol da criação de uma rede colaborativa para a promoção da Competência em Informação no Brasil. <a href="http://www.acoesfebab.com/competenciainfo">www.acoesfebab.com/competenciainfo</a>	Competência em informação no Brasil.
Hey Librarian!	biblioteconomia (+) tech BR arquitetura da informação • inteligência artificial • UX • taxonomia KR US FR current learning languages @marianasmota <a href="https://twitter.com/HeyLibrarian1">twitter.com/HeyLibrarian1</a>	Biblioteconomia; arquitetura da informação; inteligência artificial; UX; taxonomia.
Infoco na Biblio	• Verifique, curta e compartilhe a informação • <a href="mailto:contato@infoconabiblio.com.br">contato@infoconabiblio.com.br</a> <a href="https://bit.ly/3IGmK6B">https://bit.ly/3IGmK6B</a> <a href="http://linktr.ee/infoconabiblio">linktr.ee/infoconabiblio</a>	Informação
InfoCom UFRGS	Grupo de Pesquisa em Comportamento e Competências InfoComunicacionais (InfoCom), registrado no @cnpq_oficial.	Grupo de pesquisa em comportamento e competências.

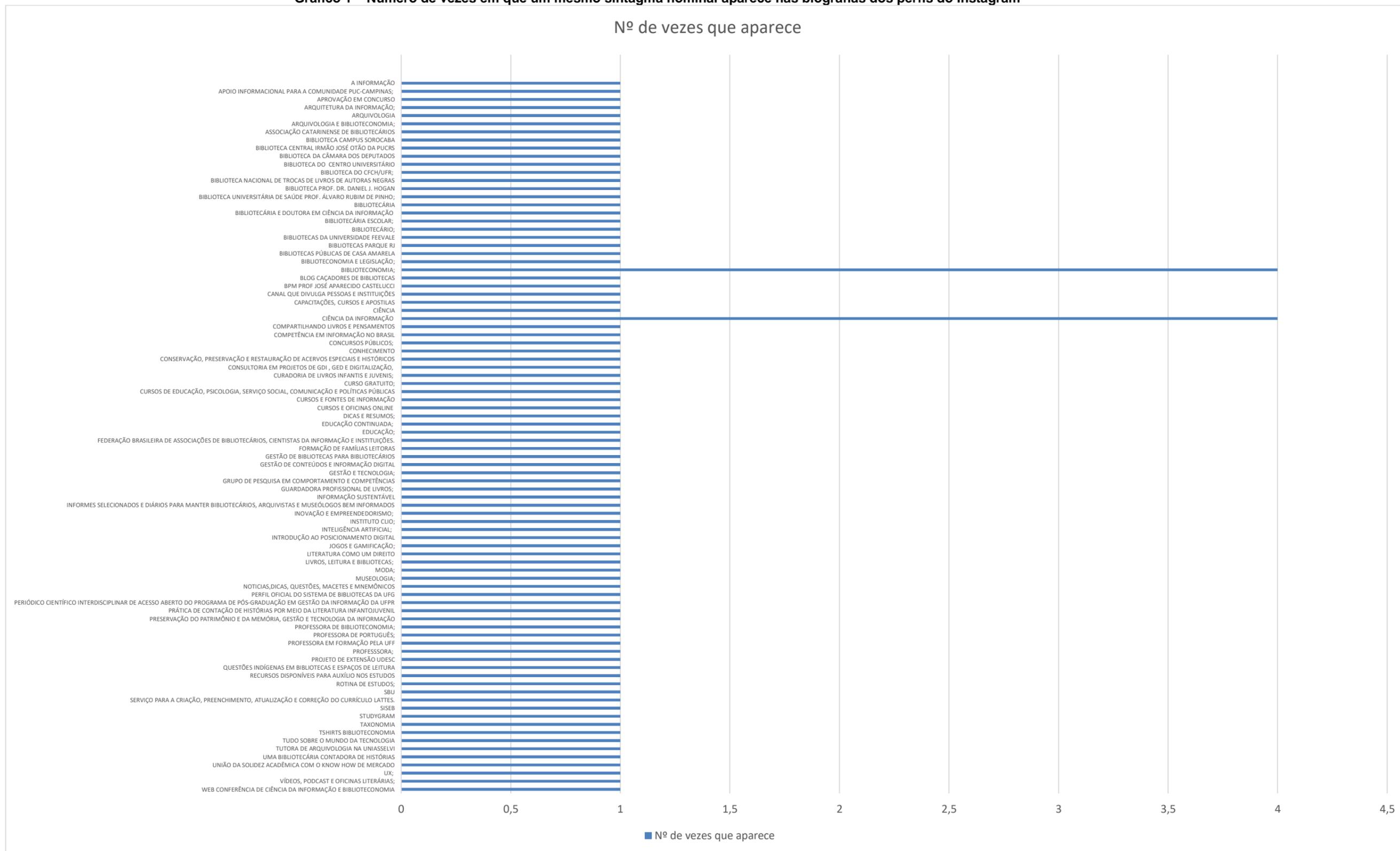
	Sediado na @fabricoufrgs. linklist.bio/infocomufrgs	
Informe CI	Informes selecionados e diários para manter bibliotecári@s, arquivistas e museólog@s bem informados. @pedroisandretta Assine a Newsletters no site! linktr.ee/informeci	Informes selecionados e diários para manter bibliotecários, arquivistas e museólogos bem informados.
Instituto Clio	O Instituto Clio atua nas áreas de preservação do patrimônio e da memória, gestão e tecnologia da informação. Fone: 81-999670710 linktr.ee/Institutoclio	Instituto Clio; preservação do patrimônio e da memória, gestão e tecnologia da informação.
ITI UFSCar	União da Solidez Acadêmica com o Know How de Mercado! 🎯📝🚀 👉 <b>Venha Inovar sua carreira</b> www.iti.ufscar.br	União da solidez acadêmica com o <i>know how</i> de mercado.
José Everson	📖 Incentivando a prática de contação de histórias por meio da literatura infantojuvenil! 📖 Por @eversonwho Estudante de Biblioteconomia – UFSCar	Prática de contação de histórias por meio da literatura infantojuvenil.
Mente Brava	Atitude de quem sabe • marque #mentebrava em suas fotos Moda+Conhecimento » Enviamos para todo o Brasil ▼ LOJA ONLINE ▼ mentebrava.com/categoria-produto/papelaria	Moda; conhecimento.
Mocinha da Biblio	📖 Por Marcelly Chrisostimo - Bibliotecária Escolar 💎 Gestão de Bibliotecas para Bibliotecários 👉 Estou Ao Vivo www.youtube.com/watch?v=vaCpGtYz7qs	Bibliotecária escolar; gestão de bibliotecas para bibliotecários.
MPGED	Arquivologia e Biblioteconomia  Consultoria em Projetos de GDI , GED e digitalização  Cursos e oficinas online (GED, GDI BPM, UX, IA, AI e GP) mpgedstartup.com	Arquivologia e Biblioteconomia; consultoria em projetos de GDI, GED e digitalização, cursos e oficinas <i>on-line</i> .
Mulheres Negras na Biblioteca	Projeto sociocultural, criador da primeira biblioteca nacional de trocas de livros de autoras negras 📖👩📖📧 coletivomnb@gmail.cominstabio.cc/mulheresnegrasbiblioteca	Biblioteca nacional de trocas de livros de autoras negras.
Priscila Sena	Pesquisadora em Ciência da Informação   Professora   Bibliotecária linktr.ee/prisena	Ciência da Informação; professora; bibliotecária.
Prof. Ana Patrícia	📖 Prof. de Biblioteconomia 🎯 Te ajudo a conquistar sua aprovação em concurso. 🏆 1° IPHAN 🏆 2° FAB - Biblio   Concursos   Aprovação linktr.ee/prof.anapatricia	Professora de Biblioteconomia; aprovação em concurso.
Rede de Bibliotecas pela Paz	Rede formada pelas bibliotecas públicas de Casa Amarela, Afogados e as dos COMPAZ Alto Sta. Terezinha, Cordeiro, Caxangá e Coque.	Bibliotecas públicas de Casa Amarela

Revista AtoZ	Periódico científico interdisciplinar de acesso aberto do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação da UFPR. ISSN 2237-826X. <a href="https://dx.doi.org/10.5380/atoz.v10i1.76846">dx.doi.org/10.5380/atoz.v10i1.76846</a>	Periódico científico interdisciplinar de acesso aberto do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação da UFPR.
Santa Biblioteconomia	Educação continuada + concursos públicos Capacitações, cursos e apostilas Entre na Lista de espera da Turma 3 "AaZ" <a href="https://linktr.ee/santabiblioteconomia">linktr.ee/santabiblioteconomia</a>	Educação continuada; concursos públicos; capacitações, cursos e apostilas.
SBI PUC Campinas	Apoio informacional para a comunidade PUC-Campinas. Uma variedade de recursos disponíveis para auxílio nos estudos. <a href="https://linktr.ee/sbipuccampinas">linktr.ee/sbipuccampinas</a>	Apoio informacional para a comunidade PUC-Campinas; recursos disponíveis para auxílio nos estudos.
SIBI UFG	Comunicação Bibliotecas da UFG Perfil oficial do Sistema de Bibliotecas da UFG <a href="http://www.bc.ufg.br">www.bc.ufg.br</a>	Perfil oficial do Sistema de Bibliotecas da UFG
SisEB	O SisEB somos nós! <a href="http://siseb.sp.gov.br/ acesso">siseb.sp.gov.br/ acesso</a>	SisEB
Sistema Bibliotecas da Unicamp	Notícias sobre o SBU <a href="https://lnk.bio/q0rg">lnk.bio/q0rg</a>	SBU
Sustentabilidade Informacional	A cada dia uma informação sustentável! Informe-se - Repense - Sustentabili-se by @genilsongeraldo <a href="https://youtube.com/channel/UCrKLyZ5PgAbHlf4D5aOTE-A">youtube.com/channel/UCrKLyZ5PgAbHlf4D5aOTE-A</a>	Informação sustentável
Tathiane Amaral	Guardadora profissional de livros Professora de Português Professora em formação pela UFF Do Cachambi para o mundo! <a href="https://linktr.ee/tathiane.amaral">linktr.ee/tathiane.amaral</a>	Guardadora profissional de livros; professora de português; professora em formação pela UFF.
Tshirts Mural	Tem MAIOR variedades de t-shirts para bibliotecários #TshirtsBiblioteconomia Face: /tshirts mural WhatsApp 55 85999587512 De Fortaleza p/ Brasil <a href="https://linktr.ee/tshirts_mural">linktr.ee/tshirts_mural</a>	<i>T-shirts</i> Biblioteconomia
Uma Bibliotecária	Uma bibliotecária contadora de histórias Te mostro os caminhos para se fazer uma boa narração de histórias... =  Cristo vive Meu curso <a href="https://conecta.bio/umabibliotecaria">conecta.bio/umabibliotecaria</a>	Uma bibliotecária contadora de histórias.
Vida de Bibliotecário	Perfil que compartilha a conservação, preservação e restauração de acervos especiais e históricos <a href="mailto:vidadebibliotecaria@gmail.com">vidadebibliotecaria@gmail.com</a> materiais <a href="https://docs.google.com/document/d/1HQxxD2Ub-aA2AYH6c3jzm4IXHbAOJhH0jrvtsohl1sE">docs.google.com/document/d/1HQxxD2Ub-aA2AYH6c3jzm4IXHbAOJhH0jrvtsohl1sE</a>	Conservação, preservação e restauração de acervos especiais e históricos.
Web ConCIB	Web Conferência de Ciência da informação e Biblioteconomia <a href="https://www.youtube.com/c/webconceb">www.youtube.com/c/webconceb</a>	Web Conferência de Ciência da informação e Biblioteconomia

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados dos 59 perfis do Instagram da pesquisa.

A princípio, foram identificados 94 sintagmas nominais, incluindo os repetidos, divididos em 59 bios, como mostrado no Quadro 2. Em um panorama inicial, se fôssemos analisar a ocorrência de uma mesma palavra isolada, é possível identificar 34 palavras nas quais a raiz é “biblio”, como, por exemplo, em: biblioteca, bibliotecas, bibliotecária, bibliotecário e Biblioteconomia. Visualizando o Quadro 2 como um todo e identificando os sintagmas nominais, é possível afirmar que os sintagmas mais ocorrentes são: Biblioteconomia (com quatro ocorrências) e Ciência da Informação (também com quatro ocorrências), como mostrado no Gráfico 1 a seguir.

Gráfico 1 – Número de vezes em que um mesmo sintagma nominal aparece nas biografias dos perfis do Instagram

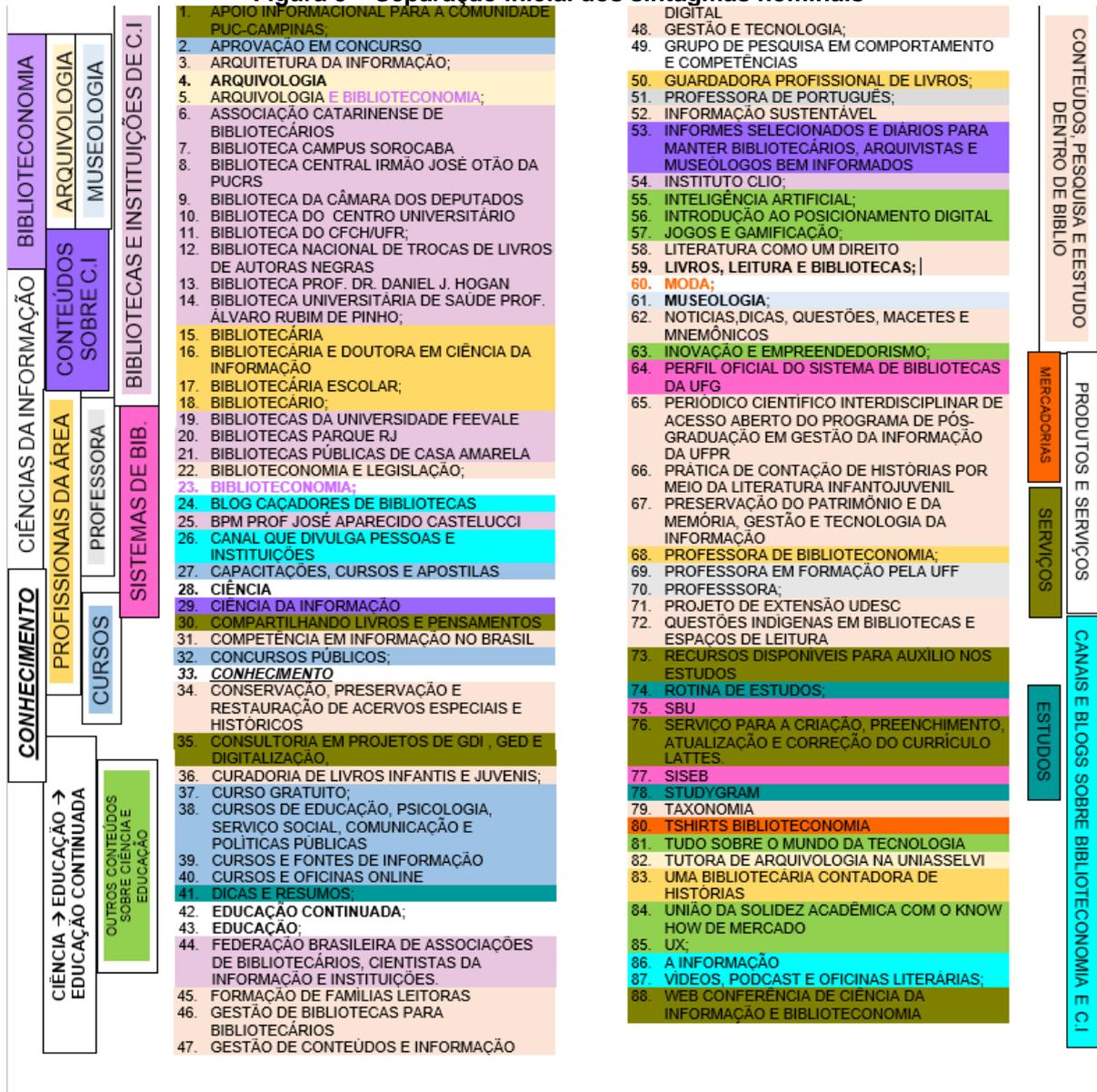


Fonte: Elaborado pela autora.

No Gráfico 1, é possível ter uma visão panorâmica dos sintagmas encontrados nas biografias dos perfis. Ao serem vistos de forma isolada, nota-se a presença de duas palavras-chave com maior ocorrência: “Ciência da Informação” e “Biblioteconomia”, tornando-se inicialmente os temas principais dos perfis. Contudo, ao excluir sintagmas repetidos e reuni-los em assuntos semelhantes, é possível identificar categorias em que os 88 sintagmas se encaixam.

Para que isso seja possível, primeiramente foram separados todos os sintagmas nominais sem tomar, em um primeiro momento, a classificação de sinônimos, como em bibliotecária e bibliotecário, mas apenas a exclusão de sintagmas repetidos, como é o caso da palavra “Biblioteconomia”, que aparece quatro vezes, e “Ciência da Informação”, com quatro ocorrências também, mantendo apenas uma de cada. Após fazer essa exclusão, os sintagmas foram listados em ordem alfabética e, manualmente, começamos uma tentativa de reunir os sintagmas em categorias, procurando alguma semelhança temática entre eles, como, por exemplo: BIBLIOTECA *CAMPUS* SOROCABA + BIBLIOTECA CÂMARA DOS DEPUTADOS + BIBLIOTECAS PÚBLICAS + ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DE BIBLIOTECÁRIOS, que foram agrupados como BIBLIOTECAS E INSTITUIÇÕES DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO por serem pertencentes a esse tópico, como exemplificado na Figura 5 a seguir.

Figura 5 – Separação inicial dos sintagmas nominais



Fonte: Elaborada pela autora.

Esse processo inicial criou categorias para todos os sintagmas, mas essas categorias iniciais continuavam muito específicas. Então, a fim de expandir mais os temas abordados e identificar uma palavra-chave que encaixasse em todas as outras, as categoriais iniciais foram inseridas dentro de uma categoria maior. Para conseguir determinar as categorias apresentadas na Figura 5, foi feita uma lista com todas as palavras-chave, e, em seguida, aquelas que iniciavam com a mesma palavra foram reunidas, como mostrado Figura 6 a seguir.

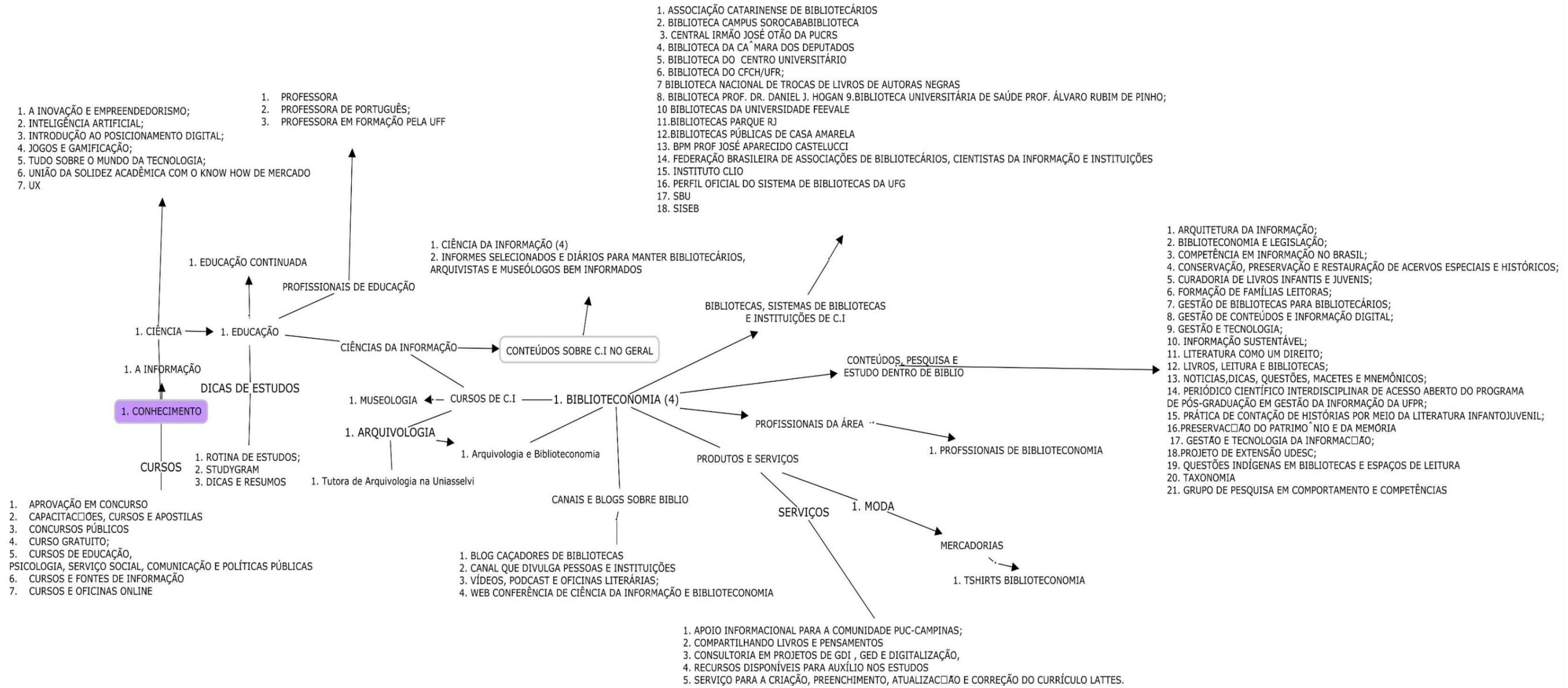
Figura 6 – Exemplo de palavras-chave semelhantes

BIBLIOTECA	6. Associação Catarinense de Bibliotecários 7. Biblioteca Campus Sorocaba 8. Biblioteca Central Irmão José Otão da PUCRS 9. Biblioteca da Câmara dos Deputados 10. Biblioteca do Centro Universitário 11. Biblioteca do CFCH/UFR; 12. biblioteca nacional de trocas de livros de autoras negras 13. Biblioteca Prof. Dr. Daniel J. Hogan 14. Biblioteca Universitária de Saúde Prof. Álvaro Rubim de Pinho;
BIBLIOTECÁRIOS	15. bibliotecária 16. Bibliotecária e Doutora em Ciência da Informação 17. Bibliotecária Escolar; 18. Bibliotecário;
	19. Bibliotecas da Universidade Feevale 20. Bibliotecas Parque RJ 21. bibliotecas públicas de Casa Amarela 22. Biblioteconomia e Legislação; 23. Biblioteconomia; 24. Biblioteconomia; 25. biblioteconomia; 26. Biblioteconomia:

Fonte: Elaborada pelo autora.

Depois de identificarmos os sintagmas semelhantes, dividimo-los em assuntos parecidos, como, por exemplo: CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO → CONTEÚDOS SOBRE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO → BIBLIOTECONOMIA → BIBLIOTECAS. Esse processo foi feito com todas as palavras-chave em forma de mapa mental, excluindo aquelas que possuíam o mesmo significado e substituindo por uma palavra que contemple o todo, como, por exemplo, em: BIBLIOTECÁRIO, BIBLIOTECÁRIA e PROFESSORA DE BIBLIOTECONOMIA por PROFISSIONAIS DE BIBLIOTECONOMIA, até que fosse encontrada a palavra principal que conseguia ter relação com todos os sintagmas, sendo ela a palavra-chave CONHECIMENTO, como mostrado na Figura 7 a seguir.

Figura 7 – Mapa mental dos sintagmas nominais



Fonte: Elaborado pela autora.

Na Figura 7, ao repetir o processo descrito anteriormente, isto é, excluir palavras-chave iguais e substituir aquelas com o mesmo significado por uma com significado semelhante e agrupá-las em temáticas similares, houve redução de 94 para 82 sintagmas nominais. Os sintagmas foram numerados para uma melhor visualização de quantas palavras de uma determinada categoria foram encontradas, com a exceção das palavras “Biblioteconomia” e “Ciência da Informação”, que aparecem ao lado de “(4)” por ambas aparecem quatro vezes e não apenas uma como as demais. Alguns sintagmas acabaram sendo utilizados também como categoria, visto que eram muito abrangentes, como o caso da própria palavra “conhecimento”, que é utilizada em um dos perfis e acabou sendo a categoria geral que se relacionou com todas as outras palavras-chave.

A categoria “conteúdo, pesquisa e estudo dentro de Biblioteconomia” teve o maior número de palavras-chave categorizadas, mostrando ser a temática mais ocorrente nos perfis divulgados pela Febab, se forem levados em consideração apenas os sintagmas nominais presentes nas biografias dos 59 perfis listados.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, tratou-se da relevância de mídias sociais para divulgação de conteúdos sobre Biblioteconomia e Ciências da Informação em função da existência de desafios relacionados à atualização dos profissionais de Ciências da Informação propostos pelo tópico de disseminação de informações. Esses casos chamaram a atenção, e indaga-se, aqui, como antes se afirmou, sobre a necessidade de haver profissionais de mídias sociais para orientar profissionais de Biblioteconomia e Ciências da Informação sobre o uso correto do Instagram, ajudando-os a categorizar corretamente seus perfis e auxiliando-os com biografias condizentes com o conteúdo e atrativas para o público num geral.

Finaliza-se este trabalho de conclusão de curso apontando a atenção chamada para os casos das categorias e as descrições das biografias no Instagram, observou-se o fato de que muitos perfis não apresentam categorias gerais bem estabelecidas, aplicando categorizações que não parecem condizer com o conteúdo descrito em suas biografias ou, ainda, com a categoria limitada e não específica ou sem nenhuma categoria.

Por fim, recomenda-se um trabalho mais aprofundado e específico sobre o tema, pois poderia mostrar de forma mais expressiva como esses perfis poderiam ser categorizados corretamente, e, assim, seria tão mais evidente a presença de perfis ligados à Biblioteconomia e Ciências da Informação, levando-se em consideração, talvez, não apenas as biografias dos perfis, mas o conteúdo das publicações como um todo e, assim, não se limitando a analisar apenas os sintagmas nominais presentes nas biografias. Seria interessante aplicar uma outra análise dos sintagmas nominais no Instagram, mas com um método diferente, como, por exemplo, analisando-se sintagmas presentes em publicações, legendas e *stories*.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, A. **Instagram**: saiba tudo sobre esta rede social! 17 ago. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>. Acesso em: 5 jul. 2021.

AMARO, Bianca. O bibliotecário e o seu relacionamento com a tecnologia. In: **Bibliotecário do século XXI**: pensando o seu papel na contemporaneidade. Orgs: Anna Carolina Mendonça Lemos Ribeiro, Pedro Cavalcanti Gonçalves Ferreira. Brasília, DF: Ipea, 2018.

ASSIS, Tainá Batista de. Perfil profissional do bibliotecário: atual e desejado. In: **Bibliotecário do século XXI**: pensando o seu papel na contemporaneidade. Orgs: Anna Carolina Mendonça Lemos Ribeiro, Pedro Cavalcanti Gonçalves Ferreira. Brasília, DF: Ipea, 2018.

BAREFOOT, Darren; SZABO, Julie. Manual de marketing em mídias sociais. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da Pós-Modernidade**. São Paulo: Vozes, 1999.

CÓDIGO de catalogação anglo-americano. São Paulo: FEBAB; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

COELHO NETO, J. T. Do paradigma do acervo para o paradigma da informação. In: SIMPÓSIO BRASIL-SUL DE INFORMAÇÃO, 1., 1996, Londrina. Anais... Londrina: UEL, 1996.

EIRÃO, T. G. **A disseminação seletiva da informação e a tecnologia RSS nas bibliotecas de Tribunais em Brasília**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Brasília/UNB, 2011.

FEBAB **Missão e histórico**. Online, 2021. Disponível em: <https://febab.org/sobre/missao/>. Acesso em: 09 nov. 2021.

FERREIRA, E. G. A.; ARAÚJO, C. A. Á. A biblioteca contemporânea a partir da concepção dos bibliotecários e professores de Biblioteconomia. **Biblionline**, João Pessoa, v. 12, n. 3, p. 61-78, jul./set. 2016. Disponível em: . Acesso em: 16 out. 2021.

FISCHER, G. D. **As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos**: um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2008.

FREIRE, G. H. de A. Ciência da Informação: temática, histórias e fundamentos. **Perspect. ciênc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 11, n. 1, p. 6-19, jan-abr. 2006.

GABRIEL, M. **Marketing na era digital**. São Paulo: Novatec, 2010.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GLEICK, J. **A informação: uma história, uma teoria, uma exurrada**. Trad. Augusto Calil. São Paulo: Companhia das letras, 2013.

GROSSI, M. G. R.; et al. Geração Internet, quem são e para que vieram. Um estudo de caso. **Revista Iberoamericana de Ciência, Tecnologia e Sociedade**, v. 9, n. 26, p. 39-54, 2014.

INSTAGRAM. **Quem somos**. 2021. Disponível em: <<https://www.instagram.com/quemsomosnos.oficial/?hl=pt-br>>. Acesso em: 12 nov. 2021.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO ESTADO DO ESPÍRITO. **Mídias sociais: saiba como usá-las a seu favor**. Disponível em: [https://prodest.es.gov.br/Media/prodestnovo/Documentos/22\\_10\\_2018\\_EBook\\_Rede\\_s%20Sociais\\_Saiba%20como%20usa-las%20a%20seu%20favor.pdf](https://prodest.es.gov.br/Media/prodestnovo/Documentos/22_10_2018_EBook_Rede_s%20Sociais_Saiba%20como%20usa-las%20a%20seu%20favor.pdf) . Acesso em: 11 fev. 2018.

João Pessoa, v. 12, n. 3, p. 61-78, jul./set. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/view/29788>>. Acesso em: 16 out. 2021.

JUE, L. A.; MARR, J. A.; KASSOTAKIS, M. E. **Mídias sociais nas empresas**. São Paulo: Évora, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2000.

LOPES, L. C. S. A comunicação e o desenvolvimento da sociedade. **Liinc em Revista**, v. 2, n. 2, p. 164-167, set. 2006.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. Mexico: Gustavo Gilli, 1987.

MLABS. **Algoritmo do Instagram: como funciona, qual o seu impacto e como usá-lo a seu favor**. 2021. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/algoritmo-instagram/>>. Acesso em: 01 nov. 2021.

MUELLER, S. P. M. Perfil do bibliotecário: serviços e responsabilidades na área da informação e formação profissional. **Revista Biblioteconomia e Documentação**, Brasília, v. 17, n. 1, p. 63-70, jan./jun. 1989. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/17684>. Acesso em: 16 out. 2021.

NASCIMENTO, Gustavo Diniz; CORREA, Renato Fernandes. Seleção de sintagmas nominais na indexação automática. **Encontros Bibli Revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 24, n. 55, p. 1-19, 2019.

PAIVA, A. H. V.; et al. Biblioteconomia: aspectos da formação bibliotecária no contexto brasileiro. **Revista Informação na Sociedade Contemporânea**, v. 1, n. 2,

p. 1-20, abr. 2017. Disponível em: < <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/66092>>. Acesso em: 16 out. 2021.

PERINOTTO, A. R. C. *et al.* O espaço turístico de Parnaíba-PI nas fotografias online, por meio das hashtags #parnaiba e #deltadoparnaiba: Uma análise na rede social Instagram. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 14, n. 1, p. 1-22, 2020.

RASMUSSEN, B. **O que é Instagram?** Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>>. Acesso em: 5 jul. 2021.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão.** Porto Alegre: UFRGS, 2010.

SAMPAIO, M. I. C.; MORESCHI, E. B. P. DSI – Disseminação Seletiva da informação: uma abordagem teórica. **Revista brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 23, n. 4, p. 38-57, jan-dez. 1990.

TAKAHASHI, T. **A sociedade da informação.** In: TAKAHASHI, T. (Org.). Sociedade da informação no Brasil: livro verde. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

TAVARAYAMA, R.; SILVA, R. C. M. F.; MARTINS, J. R. A sociedade da informação: possibilidades e desafios. **Núcleos**, v. 9, n. 1, abr. 2012.

TELLES, A. **A revolução das Mídias Sociais: estratégias de marketing digital pra você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais.** São Paulo: Editora M. Books do Brasil. 2010.

TORRES, C. **A Bíblia do Marketing Digital: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar.** São Paulo. Editora Novatec, 2009.

VALENTIM, M. L. P. O moderno profissional da informação: formação e perspectiva profissional. **Encontros Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. 9, p. 16-28, 2000. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2000v5n9p16>>. Acesso em: 16 out. 2021.

VERMELHO, S. C.; VELHO, A. P. M.; BERTONCELLO, V. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. **Educ. Pesqui.**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 863-881, out-dez. 2015.