

**A prática da curadoria de conteúdo em um projeto de extensão da  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)**

*The practice of content curation in an extension project at the  
Federal University of Rio Grande do Norte (UFRN)*

*La práctica de la curación de contenidos en un proyecto de  
extensión de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (UFRN)*

**Gabrielle Francinne Tanus**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Brasil

**Debora Crystina Reis**

Universidade Federal de Minas Gerais  
Brasil

**Emanuelle Geórgia Amaral Ferreira**

Universidade Federal de Minas Gerais  
Brasil

**Ilaydiany Cristina Oliveira da Silva**

Universidade Federal de Goiás  
Brasil

Submetido em: 03/02/2022

Aceito em: 11/12/2022

Publicado em: 31/12/2022

Licença:



**Autor para correspondência: Gabrielle Fracinne Tanus**

Email: [gfrancinne@gmail.com](mailto:gfrancinne@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2463-7914>

**Como citar este artigo:**

TANUS, Gabrielle Francinne; REIS, Debora Crystina; FERREIRA, Emanuelle Geórgia Amaral; SILVA, Ilaydiany Cristina Oliveira da. A prática da curadoria de conteúdo em um projeto de extensão da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). **REBECIN**, São Paulo, v. 9, p. 01-32, 2022. DOI: 10.24208/rebecin.v9.304

## RESUMO

As boas práticas são ações exitosas e reconhecidas por um determinado setor ou área do conhecimento, neste caso, a intenção é evidenciar a partir de um projeto de curadoria de conteúdo as boas práticas em torno do livro, da leitura, da literatura e das bibliotecas. Assim, discutimos o papel do bibliotecário enquanto mediador da informação e curador de conteúdo, o que implica, efetivamente, no trabalho com processos informacionais, como, por exemplo, busca, monitoramento, seleção, criação e divulgação de informações para um público específico. A pesquisa é classificada como exploratória e de abordagem quantitativa, em que se apresenta o processo da curadoria de conteúdo desenvolvido em oito fases, bem como são analisados os resultados quantitativos a partir da cibermetria e da webometria. Consideramos essencial tanto à divulgação quanto o acesso às informações positivas e diferenciadas, as quais podem colaborar para outras ações de boas práticas, podendo servir de inspiração para os bibliotecários e fortalecimento de uma Biblioteconomia mais engajada e atuante socialmente.

**Palavras-Chave:** Boas práticas. Mediação da informação. Curadoria de conteúdo. Cibermetria. Webometria. Projeto de extensão.

## ABSTRACT

Good practices are successful actions recognized by a given sector or area of knowledge, in this case, the intention is to highlight, from a content curation project, the good practices around books, reading, literature and libraries. Thus, we intend to discuss the role of the librarian as an information mediator and content curator, which effectively implies working with informational processes, such as, for example, searching, monitoring, selecting, creating and disseminating information for a specific audience. The research is classified as exploratory and with a quantitative and qualitative approach, in which the content curation process developed in eight phases is presented, as well as the quantitative results from cybermetrics and webometrics are analyzed. We consider essential both the dissemination and the access to positive and differentiated information, which can collaborate for other actions of good practices, being able to serve as inspiration for librarians and strengthening of a more engaged and socially active Librarianship.

**Keywords:** Good practices. Mediation of information. Content curation. Cybermetrics. Webometrics. Extension project.

## RESUMEN

Las buenas prácticas son acciones exitosas reconocidas por un determinado sector o área del conocimiento, en este caso, se pretende evidenciar a partir de un proyecto de curación de contenidos las buenas prácticas en torno al libro, la lectura, la literatura y las bibliotecas. Así, discutimos el papel del bibliotecario como mediador de información y curador de contenidos, lo que implica efectivamente en el trabajo con procesos informacionales, tales como la búsqueda, el monitoreo, la selección, la creación y la difusión de información a un público específico. La investigación se clasifica como exploratoria y de enfoque cuantitativo, en la que se presenta el proceso de curación de contenidos desarrollado en ocho fases, así como se analizan los resultados cuantitativos a partir de cibermetría y webometría. Consideramos esencial tanto la difusión como el acceso a información positiva y diferenciada, que pueda contribuir a otras acciones de buenas prácticas, y pueda servir de inspiración para los bibliotecarios y fortalecimiento de una Biblioteconomía más comprometida y activa socialmente.

**Palabras clave:** Buenas practices. Mediación de la información. Conservación de contenidos. Cibermetría. Webometría. Proyecto de extensión.

## 1 INTRODUÇÃO

A produção massiva de informações no ambiente digital assumiu uma proporção nunca antes vista, de modo que o volume de conteúdos produzidos ultrapassa a quantidade e a capacidade do ser humano em ler, acessar, apropriar de tudo que é disponibilizado atualmente na esfera global. Segundo a pesquisa “Os dados nunca morrem<sup>1</sup>”, de 2020, revela que:

---

<sup>1</sup>Os dados nunca morrem. Disponível em:  
<https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/08/o-que-acontece-a-cada-minuto-na-internet-estudo-traz-dados-surpreendentes.ghtml>

Na Internet, a cada minuto, 347 mil novos Stories são postados no Instagram, 147 mil fotos são publicadas no Facebook e 41 milhões de mensagens são trocadas no WhatsApp a cada minuto, o Spotify inclui 28 novas músicas ao seu catálogo, o YouTube ganha 500 novas horas de vídeo enviados pelos usuários e o Twitter recebe 319 novos usuários. Além disso, em apenas um minuto, 69.444 pessoas se candidatam à alguma vaga no LinkedIn, enquanto a Amazon envia 6.659 encomendas.

Diante de números extremamente elevados, os processos de avaliação e seleção das informações se tornaram ainda mais indispensáveis. Essa imensidão de informações entre falsas e verdadeiras nos coloca em um contexto marcado pela infoxicação<sup>2</sup> e infodemia<sup>3</sup>, situação que vem se agravando cada vez mais, sendo inclusive potencializada pelo uso das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDIC). Essa avalanche de informações nas mídias sociais foi agudizada também com a pandemia da COVID-19, que teve como uma das medidas sanitárias o confinamento total das pessoas em suas residências. O uso massivo e desigual devido às assimetrias de acesso e posse dos recursos tecnológicos também fora desvelado no que se convencionou ideologicamente chamar de sociedade da informação e do conhecimento. No tocante à esfera da Biblioteconomia e da Ciência da Informação foi possível no cenário brasileiro perceber a criação de perfis institucionais nas redes sociais e, em particular, canais no *YouTube*

---

<sup>2</sup> O termo infoxicação foi criado pelo espanhol, especialista em inovação, Alfons Cornella, em 1996, correspondendo ao excesso de informação não digerida totalmente, que, conseqüentemente, pode causar dispersão, ansiedade e estresse.

<sup>3</sup> O jornalista americano David J. Rothkopf é o criador do termo, mencionando-o pela primeira vez na sua coluna sobre a epidemia da SARS (Síndrome Respiratória Aguda Grave) no jornal Washington Post, em 2003. Esse fenômeno da infodemia foi agravado com a pandemia da COVID-19 que afetou todos os continentes e provocou milhares de mortes.

vinculados aos cursos de graduação, de pós-graduação, de grupos de pesquisa e de extensão.

Dentre os canais criados está o WebConCIB<sup>4</sup>, que surgiu em março de 2020, o qual tinha como finalidade a realização de WebConferências com pesquisadores e profissionais direcionados às temáticas relacionadas aos campos da Biblioteconomia e da Ciência da Informação. Um ano após diversas palestras concretizadas mesmo em tempos difíceis e de distanciamento social, a WebConCib foi repaginada após surgir a ideia de utilizar sua infraestrutura como meio de divulgação de práticas e as ações de bibliotecários brasileiros e estrangeiros, emergindo, então, o Observatório de Boas Práticas em torno do Livro, da Leitura, da Literatura e das Bibliotecas, objeto deste trabalho.

O referido projeto de extensão vinculado ao departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, tem como objetivo, a partir do trabalho de curadoria de conteúdo,<sup>5</sup> divulgar nas redes sociais (Instagram<sup>6</sup>, Facebook<sup>7</sup> e Twitter<sup>8</sup>) ações exitosas, inovadoras e transformadoras de profissionais a fim de reforçar e valorizar as práticas desempenhadas dentro e/ou fora do país, como forma de incentivar os bibliotecários a realizarem atividades e projetos que fomentem a leitura, o livro, a literatura e as bibliotecas. O projeto

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/webconcib>

<sup>5</sup> Curadoria é um termo que aparece em diversas áreas como Artes, Museologia, Comunicação, Marketing e Direito. Assim, focalizamos nas produções oriundas da Biblioteconomia e Ciência da Informação, ademais optamos pelo uso de 'curadoria de conteúdo', tendo em vista que há também diversas outras designações associadas à curadoria, como, por exemplo, curadoria da informação, curadoria digital de informação, curadoria digital de conteúdo, curadoria de dados, curadoria digital. Dentre esses termos, é possível encontrar distinções significativas entre os termos.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/webconcib/>.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/webconcib>

<sup>8</sup> Disponível em: <https://twitter.com/BoasPraticasBCI>

Observatório possui também um *site* intitulado Informapédia<sup>9</sup>, hospedado de forma gratuita na plataforma *Github*<sup>10</sup>, que possibilita também a existência de um repositório público dos códigos utilizados para o *site*, dessa forma, outras pessoas podem contribuir nesse repositório (TANUS; REIS; FERREIRA, 2022).

Como já dito, uma das inquietações que circundaram a criação do projeto foi a necessidade de divulgação de ações realizadas por profissionais que visam melhorar a sociedade através da prática cultural, que envolve a leitura, o livro, a literatura e a biblioteca. O grande desafio, conforme pontua Almeida Júnior (2009), é a preocupação do profissional com sua própria rotina, e a fim de sair dessa zona de conforto, Tanus (2020) e Valls (2020) retomam essa discussão por meio de suas participações em *lives* no Canal do WebConCiB, onde as autoras reforçam, também, a necessidade de o profissional conseguir sair do “mais do mesmo” e transpor as barreiras de seu local de atuação e mostrar suas ações a partir de publicações sejam científicas (artigos, capítulos de livro, dissertação e teses) ou não, como, por exemplo, as reportagens e notícias que saem na mídia impressa ou eletrônica, sendo também uma importante forma de divulgação para a sociedade (TANUS; REIS; FERREIRA, 2022).

Expostas as primeiras questões deste texto, seu objetivo geral é apresentar o projeto de extensão, ora denominado “Observatório de Boas Práticas em torno do livro, da leitura, da literatura e das bibliotecas”, que tem como pilares conceituais as boas práticas; a mediação; a curadoria de conteúdo; a cibermetria como ferramenta de análise de engajamento

---

<sup>9</sup> Site em que o Observatório de Boas Práticas está hospedado: Disponível em: <https://informapedia.github.io/>.

<sup>10</sup> Plataforma que possibilita comentários de usuários de tecnologia para a melhoria do sistema.

informacional; e a webometria como indicador de análise dos *hiperlinks* do site. Assim sendo, os objetivos específicos consistem em: discutir os conceitos basilares que sustentam este projeto e apresentar as métricas associadas ao projeto.

Esta pesquisa pode ser caracterizada como exploratória, uma vez que pretende proporcionar uma visão geral sobre determinado acontecimento, bem como quanti-qualitativa (GIL, 1999). A pesquisa qualitativa, de cunho bibliográfico, visa destacar o conceito de mediação da informação e curadoria, embasando o referencial teórico desse estudo. A pesquisa se configura como quantitativa, pois utiliza a cibermetria para quantificar as interações existentes nas redes sociais e a webometria para análise do site, visando à identificação do engajamento dos usuários quanto à disseminação das informações do projeto.

Acreditamos que as ações de bibliotecários não deveriam ficar restritas à comunidade acadêmica, devendo os profissionais se atentarem para a importância de publicações em outros veículos de comunicação seja na mídia jornalística ou mesmo nas redes sociais. Assim, o projeto de extensão se constitui em mais um caminho de divulgação e diálogo com a sociedade das ações exitosas, diferenciadas, das boas práticas realizadas por profissionais dentro e/ou fora do país.

## **2 A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E O PROJETO OBSERVATÓRIO DE BOAS PRÁTICAS COMO ESPAÇO DE MEDIAÇÃO**

A mediação é um conceito presente em diversas áreas do conhecimento, inclusive na Biblioteconomia e na Ciência da Informação. Consideramos que a “A mediação é uma ação social permanente, nem sempre óbvia, que está presente nos mais variados níveis e processos



interativos” (VELHO; KUSCHINIR, 2001, p. 10). Assim sendo, a mediação da informação, conforme pontua Almeida Júnior (2009, p. 25), é entendida como toda ação de interferência “direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva” com a finalidade de cumprir com o processo de apropriação da informação pelos indivíduos. A partir da mediação podem ocorrer novos conflitos, demandas e necessidades de informação, num processo cíclico e dialógico. No conceito de mediação da informação há a presença de um terceiro ator, além do bibliotecário e o usuário ou membro da comunidade, podendo ser um produto e/ou serviço ofertado pelo profissional.

Nessa direção, “[...] a mediação da informação se constitui como um processo de fluxo e refluxo dos processos culturais, de maneira a contribuir com a fixação do adquirido, bem como potencializando ações transformadoras” (SANCHES; RIO, 2010, p. 112-113). Desse modo, é possível distinguir a mediação em: mediação implícita, que consiste nas ações desenvolvidas sem a presença física e imediata do usuário; e mediação explícita que ocorre nos espaços em que a presença do usuário é inevitável, mesmo que não seja física (ALMEIDA JÚNIOR, 2009, p. 92-93).

Para refletir sobre a importância do projeto Observatório de Boas Práticas e sua atuação como espaço de mediação, em particular, de uma mediação implícita, evocamos a definição do termo “mediar”, de Sanches e Rio (2010), para situar a relevância desse espaço para promover o compromisso da classe bibliotecária ao divulgar as boas práticas desenvolvidas pelas pessoas. Assim,

mediar é construir em conjunto espaços que ative no profissional bibliotecário, agora não mais um profissional passivo, uma postura comprometida com sua classe



profissional e com a comunidade a qual atende culminando em um compromisso com a sociedade fazendo que seu ramo de atividade seja reconhecido socialmente por sua importância (SANCHES; RIO, 2010, p. 110).

Toda a discussão em torno do fim das bibliotecas, dos livros e do papel do mediador, com o crescimento do uso da internet, proporcionou o efeito inverso, conforme pontua Vaz (2001, p. 47), ao afirmar que, o que ocorreu se trata da “descoberta de um potencial de liberdade resultante da crise do mediador do interesse geral próprio da modernidade”. Ou seja, a internet possibilitou uma ampliação da atuação do mediador de informações e dos espaços de mediação, que se tornou mais complexo diante de um cenário mais dinâmico.

Conforme pontua Fachin (2013, p. 35), com a diversidade de informação disponível na web, a atuação do mediador tornou-se mais ampla, voltada para a função de intermediário, partindo do princípio de que as necessidades de informação dos indivíduos também se ampliaram. Nesse sentido, o projeto Boas Práticas vem cumprindo o seu papel como um espaço de mediação da informação, na medida em que atua como espaço especializado de boas práticas em torno do livro, da leitura e das bibliotecas para dar visibilidade as ações desenvolvidas por pessoas envolvidas na rede produtiva do livro, com ênfase na ação de bibliotecários.

### **3 CURADORIA DE CONTEÚDO**

O termo “curadoria de conteúdo” foi proposto em 2009, por Rohit Bhargava, na publicação “*The Manifesto for the Content Curator*”, em que se estabeleceu o seu conceito e propôs a criação de um cargo específico para a atuação profissional diante do contexto da crescente quantidade

de informações no ambiente da web. Para o autor, a “curadoria de conteúdo é um termo que descreve o ato de encontrar, agrupar, organizar ou compartilhar o melhor e mais relevante conteúdo sobre um assunto específico” (BHARGAVA, 2011, *online*, tradução nossa). Tal prática de curadoria de conteúdo no ambiente digital é uma questão emergente e urgente, tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico, entretanto, podemos pensar que os bibliotecários fazem isso há bastante tempo, a partir das ações de disseminação seletiva da informação (TANUS; SILVA, 2022).

Nessa direção, atividades como encontrar, selecionar, agrupar, organizar, compartilhar, agregar, também estão presentes nos processos da curadoria de conteúdo digital, tendo aqueles profissionais competências para criar serviços e produtos para as bibliotecas e empresas, por exemplo. Contudo, a prática da curadoria de conteúdo não é única e exclusivamente realizada pelo bibliotecário, sendo uma atividade desenvolvida por diversos outros profissionais com conhecimentos sobre redes sociais, tecnologias digitais, marketing, dentre outros.

O fato é que a curadoria de conteúdos novamente vem para potencializar a ação de disseminação seletiva da informação, que emergiu na Biblioteconomia dentro do que se convencionou chamar de “explosão bibliográfica”, sendo, então, um importante serviço realizado pelos bibliotecários para promover o encontro de informações específicas para os usuários específicos a partir das necessidades, demandas e desejos.

Dentro da curadoria de conteúdo diversos modelos podem ser encontrados, dentre eles, estão os: 4S’s, *Search* (busca); *Select* (seleção); *Sense Making* (caracterização); *Share* (difusão) (GUALLAR;

LEIVA-AGUILERA, 2014); 5 Cs: Coletar (preservar e revisitar), Categorizar (comparar e generalizar), Criticar (discriminar e avaliar), Conceituar (reorganizar e reaproveitar) e Circular (mostrar valor e tornar acessível) (DESCHAINE; SHARMA, 2015). Correia (2018) aponta, também, as seguintes ações: coleta, categorização, avaliação e circulação de conteúdos que são realizadas de modo intencional, estabelecendo:

Em suma, a curadoria de conteúdos digitais refere-se a encontrar e fornecer uma ligação (link) e reflexão sobre conteúdo digital já criado. O poder do conteúdo colaborativo emana do fato de ser filtrado e organizado por seres humanos que têm conhecimento sobre os tópicos curados e um interesse e paixão em contribuir para um corpus de conhecimento coletivo (CORREIA, 2017, p. 19).

Diante disso, a prática de curadoria de conteúdo requer aos profissionais habilidades e competências múltiplas. Carvalho (2020) estabelece, também, que “[...] é possível entender a curadoria de conteúdo como um processo de gestão de informação digital, realizada socialmente e em ambiente Web e que, portanto, insere-se no âmbito teórico-prático da gestão da informação e do conhecimento” (CARVALHO, 2020, p. 2013). Em síntese, diante do breve exposto buscamos apresentar as ações desenvolvidas e que envolvem o processo de curadoria de conteúdo do projeto “Observatório de boas práticas em torno do livro, leitura, literatura e biblioteca”, conforme figura 1.

**Figura 1** - Processo de curadoria de conteúdo



Fonte: Tanus e Silva (2022).

O projeto em questão se desenvolve a partir de oito processos que se desdobram em diferentes ações. A primeira etapa diz respeito à **busca**, que é o monitoramento eletrônico de notícias e reportagens em jornais, revistas, sites, redes sociais. O *google alerta* é uma ferramenta importante de monitoramento, busca e pesquisa de notícias. A segunda etapa é a **seleção** do material encontrado dentro do escopo do projeto (boas práticas em torno do livro, leitura, literatura e biblioteca), nesse momento, também é verificado se a notícia não foi publicada no projeto, em caso de duplicidade é descartada. A terceira etapa, da **organização**, envolve o armazenamento da seleção das notícias no aplicativo de organização *Notion* que permite a guarda sistematizada do conteúdo que será publicado e do que foi publicado, conforme figura 2. Nessa

plataforma todos têm acesso ao cronograma das publicações e controle do processo com as definições dos responsáveis.

**Figura 2 – Uso do Notion**

Título	Mês	Postar em	Status	Resumido por	Países	Arte Divulgação	Hashtags
Boas práticas para divulgarmos e vermos	Março	01/03/2021	Publicado	Amanda Fonseca	Espanha Peru		
Mais exemplos de boas práticas! Divulga	Março	25/03/2021	Publicado	MIRIAM VITOR	EUA Portugal		
Mais exemplos de motivação às Boas P	Abril	05/04/2021	Publicado	MIRIAM VITOR	Suécia Espanha		
Projeto, Associação e Criação	Abril	15/04/2021	Publicado	MATEUS SILVA	Brasil		
Mais projetos de leitura, empréstimo d	Abril	25/04/2021	Publicado	MATEUS SILVA	EUA Brasil		#boaspraticas #
A ampliação dos serviços oferecidos pe	Maior	05/05/2021	Publicado	MIRIAM VITOR	EUA Brasil		#boaspraticas #
Projetos de boas práticas pelo mundo!	Maior	10/05/2021	Publicado	MATEUS SILVA	Turquia Brasil		#boaspraticas #
Conheça mais sobre ações de bibliotec	Maior	15/05/2021	Publicado	MIRIAM VITOR	EUA Brasil		#boaspraticasb
Boas práticas em torno da COVID-19 e	Maior	25/05/2021	Publicado	Amanda Fonseca	EUA Brasil		#boaspraticasb
Mais boas práticas, sementi	Junho	05/06/2021	Publicado	Amanda Fonseca	EUA		#boaspraticasb
A importância do acolhimento, do afet	Junho	10/06/2021	Publicado	MATEUS SILVA	Brasil EUA		#boaspraticasb
Conheça mais sobre ações de bibliotec	Junho	15/06/2021	Publicado	MATEUS SILVA	Brasil EUA		#boaspraticasb

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

A quarta etapa envolve a **agregação**, que é a elaboração de um resumo da notícia selecionada com o respectivo *link* de acesso que fica armazenado no *notion*, figura 3. Tal resumo é disponibilizado na íntegra no site Informapédia.

**Figura 3 – Demonstração do resumo armazenado no Notion**

Livros aos céus! Ou quase isso. A cidade de Canoas (RS) idealiza projeto inédito de Aviãoteca, nada mais que uma biblioteca no interior de um avião, com direito a simulação de voo e tudo. O projeto parece ir além do espaço de livros, almejando ser um verdadeiro complexo cultural com outras atrações, destacando-se por toda a responsabilidade ambiental necessária.

<https://www.canoas.rs.gov.br/noticias/canoas-prepara-se-para-ter-a-primeira-aviaoteca-do-pai...>

Problemas com Hardware e conexões enfrentadas pelos alunos fazem a biblioteca do Condado de Maricopa (EUA) adquirirem e promoverem acesso à pontos de wifi e laptops para a comunidade, tendo como requisito possuir o cartão da biblioteca. A ação foi possível graças a um projeto de assistência econômica aprovado no país.

<maricopa-county-libraries-to-offer-wifi-hotspots-laptops-for-checkout>

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

A quinta etapa é a **edição**, que diz respeito à elaboração da arte visual da notícia no site *Canvas*; criação de *hashtags*; e alteração do resumo quando necessário, ou seja, poderá ser produzida, ainda, uma síntese do resumo elaborado na fase de agregação, para que a arte final seja compatível com o resumo. Para a compreensão das artes criadas individualmente para cada notícia e armazenadas no *notion*, ver a figura 4.

**Figura 4 – Edição das artes**



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2022)

A sexta etapa é a **divulgação**, que consiste na publicação da notícia no site Informapédia e das artes produzidas para as redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter). Um chamamento é realizado antes de cada postagem, com vistas a chamar atenção dos usuários/leitores. É utilizado também recursos visuais como os *emojicons*, no exemplo abaixo o recurso utilizado foi o desenho de um barco e a bandeira da Argentina, tema e país vinculado a reportagem, conforme a figura 5:

**Figura 5** – Postagem da arte no Facebook



**Fonte:** elaborado pelas autoras, (2022).

A sétima etapa compreende o **monitoramento e a interação**, que envolve o acompanhamento do engajamento das postagens nas redes sociais e no site; marcação de pessoas vinculadas à postagem ou de interesse, que são marcadas a fim de promover a interação das pessoas. Por fim, a última e oitava etapa é a **avaliação**, que diz respeito ao desenvolvimento de relatórios a partir dos estudos métricos da cibermetria e webometria, que será mais detalhada na próxima seção.

Como é possível perceber, o processo de curadoria de conteúdo envolve diversas etapas que se interconectam dentro de um processo cíclico que concretizam o objetivo geral do projeto que é a disseminação qualificada de informações em torno do livro, da leitura, da literatura e da biblioteca. Posto isto, antes da concretização dessas ações, o **planejamento** do projeto é fundamental, o que envolve definir o foco temático, o público-alvo, a periodicidade, a equipe envolvida, sendo a partir das definições que se desdobram as ações ora apresentadas.



Por fim, a curadoria de conteúdos é um dos profícuos caminhos para o desenvolvimento de serviços, produtos, projetos, que mobilizam diversas habilidades e competências das pessoas envolvidas. Decerto, a atividade de curadoria de conteúdo envolve a mediação qualificada da informação, e, por sua vez, a figura do curador pode ser associada à de um mediador social, da informação e da cultura inserido em uma sociedade que requer cada vez mais agregação de valor à informação oriunda da ação humana.

#### 4 AVALIAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE BOAS PRÁTICAS

O Observatório de Boas Práticas tem utilizado o site Informapédia, que possibilita na íntegra a publicação dos resumos elaborados pelos bolsistas do projeto, além de ser mais uma importante fonte de pesquisa e organização do que foi publicado nas redes sociais. O site começou a divulgar as informações no dia 05 de maio de 2020 e continua publicando mensalmente, conforme a figura 6:

**Figura 6** – Quantidade de postagens por mês

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
2021		1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2020					1	1	3	1	1	2	2	1

**Fonte:** Dados da pesquisa (2022).

Dentro de cada postagem organizada por mês é possível encontrar a divulgação de cinco reportagens, de modo que a imagem mostra a

agregação das postagens e não a quantidade total de reportagens. Para capturar os dados acerca de acessos, visitas e informações sobre os usuários no site, utilizamos o *Google Analytics*. Desde a primeira publicação, **em 05 de maio de 2020, até dezembro de 2021** (recorte de análise deste texto) o site apresentou visitas de 10 países diferentes.

Na imagem a seguir é apresentado o *ranking* dos países com mais usuários visitantes nesse período. Além desses países expostos na figura, registramos as visitas da Índia, Paquistão, Noruega, Alemanha, Itália, Uruguai e Indonésia, todos eles com pelo menos um usuário, como demonstra a figura 7:

**Figura 7 – Países visitantes no site**

1.	 Brazil	<b>824</b> (65,61%)
2.	 United States	<b>299</b> (23,81%)
3.	 Ireland	<b>60</b> (4,78%)
4.	 Sweden	<b>34</b> (2,71%)
5.	 China	<b>18</b> (1,43%)
6.	 Portugal	<b>7</b> (0,56%)
7.	 Argentina	<b>2</b> (0,16%)
8.	 Angola	<b>1</b> (0,08%)
9.	 Australia	<b>1</b> (0,08%)
10.	 Canada	<b>1</b> (0,08%)

**Fonte:** Dados da pesquisa (2022).

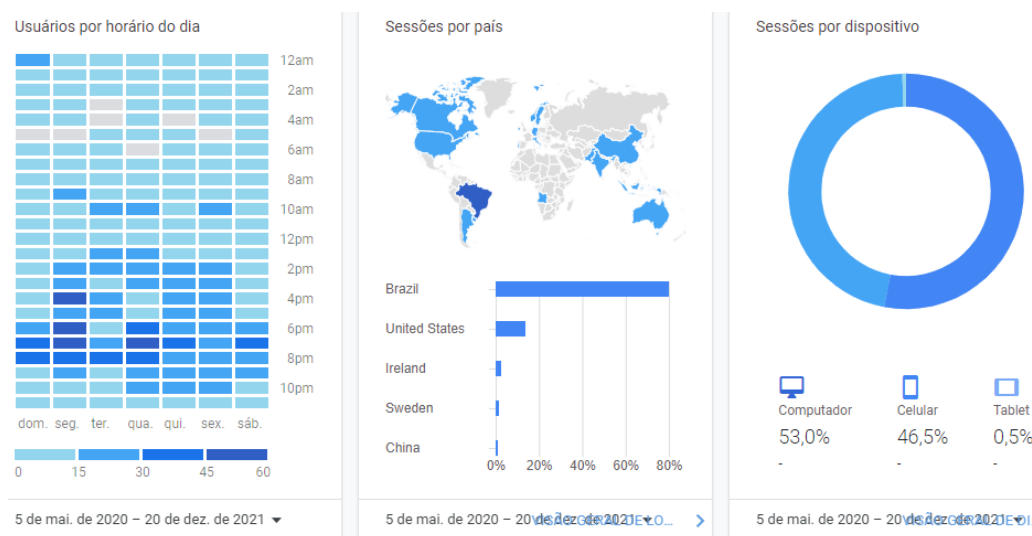
Durante todo o tempo, Brasil e Estados Unidos estiveram na mesma posição, primeira e segunda, respectivamente. Já em uma dimensão secundária e mais específica, os estados e cidades brasileiras que mais visitaram o site foram o estado de Minas Gerais com 175 usuários; Rio Grande do Norte com 124; São Paulo com 114; e, Rio de Janeiro com

110, estados como Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Bahia, Distrito Federal e Amazonas contam em média com 30 usuários. Enquanto as cidades foram Belo Horizonte 118 usuários; Natal com 74; São Paulo 54; e, Rio de Janeiro com 72 usuários, além dessas, Brasília, Porto Alegre, Manaus, Salvador e Florianópolis contam com uma média de 20 usuários. Alguns usuários não foram identificados, mais especificamente, 52 e isso pode acontecer por diversos motivos, como o uso de bloqueadores ou a localização incorreta.

Em relação aos acessos dos Estados Unidos, a maioria são de usuários não identificados nas regiões, 83 usuários, seguido por Oregon (71) e Virgínia (35), Iowa (34), Carolina do Norte (26), Texas (18), Califórnia (17), Kansas (9), Arizona e Massachusetts, ambos com 1 usuário. Em relação às cidades estadunidenses, a maioria também não é identificada (91), Prineville tem 71 usuários, Ashburn (34), Altoona (27), Forest City (26), Fort Worth (15), Coffeyville (9), Fort Madison (5), Mountain View e San Jose, com 4 usuários cada uma. Em relação à Irlanda, no *ranking* de acesso, o terceiro, os acessos foram todos realizados de Dublin (60).

Outro dado interessante são os horários de mais acessos, sendo os apontados como os de maior fluxo entre 16h (horário de Brasília) até às 19h (horário de Brasília), entre segunda-feira e quarta-feira, mesmo com postagens nas redes sociais acontecendo todos os dias, inclusive no final de semana. São 46 usuários no horário de 16h, em média, na segunda-feira e 47 usuários no horário de 19h na quarta-feira. Para efeito de informação, os maiores acessos são realizados de computadores 53%, celulares com 46,5% e tablet 0,5%, como sinalizado na figura 8:

**Figura 8 – Dados gerais de acesso ao Informapédia**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2022).

O Projeto tem a perspectiva de aplicar anualmente o estudo métrico da informação conhecido como webometria, que analisa o “conteúdo e a estrutura das homepages na Web” (VANTI, 2002, p. 156). Para tanto, dentre os diversos indicadores webométricos existentes, utilizamos 05 (cinco) indicadores para a avaliação do projeto, são eles:

- Tamanho do site: Quantifica a quantidade de páginas existentes dentro do domínio;
- Visibilidade: Identifica quais sites disponibilizam *links* para a URL analisada;
- Luminosidade: Aponta para quais sites a URL analisada disponibiliza *links*;
- Fator de Impacto Web: Analisa a proporção da quantidade de páginas que o site possui e quantidade de *links* de outros sites que remetem para as páginas da URL pesquisada (SILVA, 2011).

Objetivamos, com a aplicação destes indicadores, identificar o alcance das informações que estão sendo disponibilizadas no site, além de retirar os *links* inativos, possibilitando o redirecionamento eficiente das publicações e seu fácil acesso.

E para a avaliação métrica das publicações do Observatório de Boas Práticas nas redes sociais utilizamos o estudo métrico denominado, cibermetria que é conceituado como “O estudo dos aspectos quantitativos da construção e uso dos recursos de informação, estruturas e tecnologias da Internet com um todo a partir de abordagens informétricas e bibliométricas” (BJÖRNEBORN, 2004, p.12, tradução nossa).

A cibermetria vem sendo utilizada nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter do Observatório, onde, por meio das ferramentas, *FacePager*<sup>11</sup> e *Netlytic*<sup>12</sup>, extraem-se os dados acerca das *affordances*, Curtidas (*likes*), Comentários (*comments*) e Compartilhamentos (*shares*), também conhecidos por 3C's, além das reações (*reactions*), que existem exclusivamente no Facebook.

Por meio da análise desses dados é possível aplicar a fórmula de engajamento informacional proposta por Silva e Gouveia (2021) que possibilita a construção de um *ranking* com as publicações que mais se destacam no tocante às interações. Assim, é possível compreender quais temas e publicações estão repercutindo mais nas redes sociais do Observatório de Boas Práticas, possibilitando, dessa forma, traçar estratégias para ampliar o alcance ao público e gerar mais engajamento informacional. Segundo Terra e Carvalho (2014), o engajamento informacional é um termo oriundo do ato de interagir, compartilhar informações entre usuários conectados à web e, para tanto, se utiliza a análise dos 3C's.

Em termos quantitativos, constatamos que até meados de 05 de dezembro de 2021, o Observatório de Boas Práticas publicou em suas redes sociais 145 postagens, com uma média de 18 publicações por mês,

---

<sup>11</sup> <https://facepager.software.informer.com/3.6/>

<sup>12</sup> <https://netlytic.org/index.php>





as quais foram disponibilizadas no Instagram e no Facebook, já o Twitter, ainda está em fase de aprimoramento e criação de conteúdo, por isso não integrou os estudos métricos aqui apresentados como resultados.

A rede social Instagram possui, até a data mencionada, acima 4.325 seguidores, enquanto o Facebook apresenta 1.016 usuários. No tocante às interações, o Instagram já contabilizou um total de 4.615 interações, sendo 4.118 curtidas, 281 comentários e 216 compartilhamentos em todas as suas publicações, enquanto o Facebook apresenta 1.233 interações, das quais são 350 curtidas, 11 comentários e 872 compartilhamentos.

Ao se aplicar a fórmula de engajamento na rede social Instagram, constatamos o *Ranking* de engajamento das 10 publicações que mais se destacaram até o momento nas duas redes sociais do Observatório, conforme é apresentado na Tabela 1 abaixo:

**Tabela 1 – *Ranking* do engajamento informacional das redes sociais do Observatório de Boas Práticas**

RANK	INSTAGRAM					FACEBOOK				
	TÍTULO	C1	C2	C3	E	TÍTULO	C1	C2	C3	E
1º	Gente, cês tem gostado no conteúdo do Projeto Boas Práticas? 🤗	57	21	8	1739	A Bibliomóvel idealizada e mantida pelo bibliotecário Nuno Marçal é uma forma de levar livros, jornais e notícias para quem não frequenta a Biblioteca.	6	2	5	757
2º	E hoje, o Projeto de Boas Práticas, traz algumas para vocês	120	2	15	1463	O projeto de Boas Práticas está de volta!	17	1	12	567

	se inspirarem e compartilhem!					E agora conta com uma equipe pra lá de especial para seleção, tratamento e divulgação das boas práticas pelo nosso Brasil! 				
3º	O projeto de Boas Práticas está de volta! E agora conta com uma equipe pra lá de especial para seleção, tratamento e divulgação das boas práticas pelo nosso Brasil! 	147	11	6	1421	Estamos divulgando mais boas práticas, nacionais e internacionais!	7	1	6	436
4º	No nosso projeto, sempre recebemos uma pergunta "O que afinal são boas práticas?" 	104	3	14	1395	E hoje, vamos divulgar mais boas práticas que estão acontecendo no Brasil e no Mundo.	6	1	5	421
5º	Desde o início da Pandemia, Bibliotecários e cientistas da Informação se perguntam: O que eu posso fazer para ajudar no combate ao COVID? 	53	5	10	1066	Estamos divulgando mais boas práticas, nacionais e internacionais!	5	1	3	402
6º	Estamos divulgando mais boas práticas,	161	4	5	1059	Será que vejo novos	5	1	3	402



	nacionais e internacionais!					conteúdos no ar?? 😊😊				
7º	E no dia Mundial do Meio Ambiente 🌱🌱 não podia faltar uma boa prática né?	64	5	9	1038	Você sabia que nos Estados Unidos, as bibliotecas estão recebendo fundos de estímulo?	2	1	6	383
8º	E trazendo mais projetos de Boas Práticas, desta vez internacional 🌍✈️	68	6	6	909	E trazendo mais projetos de Boas Práticas, desta vez internacional 🌍✈️	3	1	3	381
9º	Hoje a boa prática que vamos divulgar é da nossa @febab.federacao que escreveu uma carta aberta 😊 para reforçar o compromisso ético e humanístico do profissional da informação.	39	4	9	905	Hoje a boa prática vem lá da parte Norte das Américas, dos Estados Unidos ✈️🌍✈️	2	1	4	374
10º	Estamos divulgando mais boas práticas, nacionais e internacionais!	109	3	5	835	Gente, que trem curioso esse 😊😊	1	1	4	364

**Legenda:** C1 – Curtidas; C2 – Comentários; C3 – Compartilhamentos; E – Engajamento.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2022).

Os dados apresentados refletem uma parte do comportamento informacional dos usuários dessas redes sociais. Os seguidores do

Instagram tendem a interagir mais quando comparado ao Facebook. Destacamos que, no Instagram, as publicações explicativas sobre algumas temáticas geram mais engajamento, e os usuários do Facebook interagem mais com informações sobre boas práticas que ocorrem internacionalmente.

É pertinente destacar que, conforme Recuero (2014) ressalta em seus estudos, os tipos de interações mostram o nível de engajamento dos usuários, visto que o botão “curtir” não requer muito engajamento, pois pode ser utilizado sem necessitar a elaboração de uma resposta ou compreensão acerca do que foi curtido, necessitando de uma interação mínima com o conteúdo. Já a ferramenta “compartilhar” possibilita a visibilidade da publicação e ampliação do alcance na rede, e, para tanto, exige do usuário que ele ao menos compreenda o que está sendo compartilhado, exigindo uma interação mediana. No tocante aos “comentários” ressaltamos que exige uma maior interação com o conteúdo, envolvendo um maior engajamento, pois a participação do usuário se torna mais visível (RECUERO, 2014). Porém, aqui não se pode confundir “comentário” com “chamamento”, sendo este apenas a marcação de outros perfis no campo de comentários da postagem, mas sem a inserção de palavras ou frases.

Nesse sentido, os dados também nos revelam que o comportamento acerca de acesso e disseminação das informações pelos usuários são bem distintos, variando de acordo com a rede social em que é publicada a informação, pois mesmo o Facebook possuindo um número menor de seguidores, constatamos que as interações no tocante ao compartilhamento equiparam-se com o Instagram. Outro comportamento que se deve levar em conta é que o número de comentários é inferior às outras *affordances*, curtidas e compartilhamentos. Isso pode estar

relacionado com o tipo de publicação do perfil em questão, visto que é mais comum ocorrer o “chamamento” do que comentários sobre opiniões, sugestões e ideias sobre o conteúdo postado.

Nas próximas pesquisas serão utilizadas, em complemento ao engajamento informacional, mais três indicadores, são eles: visibilidade, influência e reputação. O indicador de visibilidade diz respeito à capacidade de alcance do conteúdo exposto, e pode ser medido pelo número de seguidores que o perfil possui (SOUZA, 2009). O indicador de influência relaciona-se com a autoridade de quem publica, e é relacionado com o crescimento do número de seguidores (MACEDO, 2014). Já o índice de reputação é construído e percebido na comunicação digital a partir da combinação dos indicadores anteriores uma vez que a reputação é um valor atribuído na percepção combinada de impressões. Trata-se de um atributo de confiança adquirida a partir da performance associada a uma boa visibilidade, reconhecimento, capacidade de influência e de engajamento (ARAÚJO, 2015).

Ao aplicar esses indicadores, buscaremos o detalhamento de características do comportamento informacional do público que consome as informações do Observatório de Boas práticas, permitindo, assim, um aperfeiçoamento das plataformas para atingir um número maior das informações que compõem esse processo de curadoria.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O projeto de extensão denominado Observatório de Boas Práticas em torno do livro, leitura, literatura e biblioteca tem o objetivo de dar visibilidade às informações sobre essas temáticas a partir das postagens no site e nas redes sociais. O escopo do projeto perpassa, ainda, pela

discussão dos conceitos de curadoria de conteúdo e de mediação da informação. Acreditamos que o acesso à informação é fundamental para o (re)conhecimento das boas práticas, na verdade, a partir do trabalho de curadoria realizado, as notícias coletadas são mais uma vez oportunizadas de serem vistas. A possibilidade de inspiração dos bibliotecários e de outras pessoas vinculadas à rede do livro é aberta com o conhecimento das boas práticas. Desse modo, esperamos que os profissionais também possam divulgar suas ações nas mídias sociais, contribuindo para a disseminação de informações e para a concretização de uma Biblioteconomia mais engajada, mais atuante, mais responsável (FERREIRA, 2019).

No projeto os integrantes lidam com o processo de curadoria marcado por oito etapas (busca, seleção, organização, agregação, edição, divulgação, monitoramento e interação e avaliação), de modo que o público tenha acesso à informação com valor agregado. Por vezes, é também creditada a construção de notícias a partir da identificação de uma boa prática, nesse caso partindo não de algo pronto, mas da construção de um conteúdo dentro do escopo do projeto. Desse modo, o projeto desenvolve competências profissionais cada vez mais indispensáveis aos profissionais do século XXI, que envolvem as tecnologias digitais da informação e comunicação, alfabetização midiática, gestão da informação (SLA, 2003).

Os estudos métricos da informação, mais especificamente a cibermetria e a webometria, que vêm sendo aplicados, têm contribuído com a melhor compreensão acerca do comportamento informacional do público que consome as informações disponibilizadas pelo Projeto. E que, através de estratégias definidas por meio das análises realizadas pela webometria, é possível verificar a visibilidade do site do Observatório,

bem como o seu impacto informacional perante os sites de instituições que desenvolvem as ações de boas práticas e que são divulgadas através do Projeto por meio do processo de curadoria de conteúdo.

Esperamos que as ações desenvolvidas e divulgadas por este projeto fomentem mais divulgação dos profissionais, bem como eles possam se inspirar a partir do conhecimento das boas práticas já realizadas. Decerto, vale destacar que a própria curadoria de conteúdo utilizada neste projeto como caminho teórico-metodológico, poderá ser realizada pelas bibliotecas para a criação de serviços, sendo inclusive vista como uma ação de boa prática (GUALLAR; TRAVER, 2021; TANUS; SILVA, 2022). Dentro das limitações encontradas no projeto destacamos certa carência de notícias em jornais de circulação sobre as matérias que envolvem livro, leitura, literatura e biblioteca, cenário que poderia ser alterado com maior envolvimento dos bibliotecários e dos jornalistas.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 89-103, jan./dez. 2009.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. Mídias sociais e comunicação científica: análise altmétrica em artigos de periódicos da ciência da informação. **Em Questão**, v. 21, n. 1, p. 96-109, 2015. Disponível em: DOI: 10.19132/1808-5245211.96-109 Acesso em: 20 dez. 2021.

BHARGAVA, Rohit. **Manifesto for the content curator**: the next big social media job of the future? 2009. Disponível em: <http://www.rohitbhargava.com/2009/09/manifesto-for-the-contentcurator-the-next-big-social-media-job-of-the-future.html>. Acesso em: 27 nov. 2021.

BHARGAVA, Rohit. **The 5 Models of content curation**. 2011.  
Disponível em: <http://www.rohitbhargava.com/2011/03/the-5-models-of-content-curation.html>. Acesso em: 27 nov. 2021.

BJÖRNEBORN, Lennart. **Small-world structures across an academic web space: a library and information science approach**. 2004. 399f.  
Dissertação (PhD em Ciência da Informação)- Department of Informations Studies, Royal School of Library and Information Science, Copenhagen, Denmark, 2004.

CARVALHO, Andréa Vasconcelos. Curadoria de conteúdo: entre os desafios e as perspectivas da gestão da informação digital. *In*: CARVALHO, Andréa Vasconcelos; BARBOSA NETO, Pedro Alves. **Desafios e perspectivas em gestão da informação e do conhecimento**. Natal: EDUFRRN, 2020.

CORREIA, Ana-Paula. As múltiplas facetas da curadoria de conteúdos digitais. **Revista docência e ciberespaço**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 14-32, set./dez. 2018.

DESCHAIINE, Mark E.; SHARMA, Sue Ann. The Five Cs of Digital Curation: Supporting Twenty-First-Century Teaching and Learning. **InSight: A Journal of Scholarly Teaching**, Parkville, Missouri, USA, v. 10, p. 19-24, 2015.

FACHIN, Juliana. Mediação da informação na sociedade do conhecimento. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 27, n. 1, p. 25-41, jan./jun. 2013.

FERREIRA, Emanuelle Geórgia Amaral. Uma nova Biblioteconomia para a sociedade contemporânea. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 24, n. 1, 2019.

GUALLAR, Javier; LEIVA-AGUILERA, J. **El content curator: guía básica para el nuevo profesional de internet**. Barcelona: UOC, 2014.

GUALLAR, Javier; TRAVER, Paula. Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas. **Anuario ThinkEPI**, v. 15, e15d02, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2021.e15d02> Acesso em: 27 nov. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MACEDO, Thiarlei. **Métricas de marketing digital sua aplicação nas ações de marketing das organizações**: estudo de caso múltiplos. 2014 (Dissertação de mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no facebook. **Verso e reverso**, v. 28, n. 68, p. 117-127, 2014.

RECUERO, Raquel. **Engajamento Social**: o fim dos likes do Instagram e a necessidade de novas métricas. 2019. Disponível em: [encurtador.com.br/kmtJ8](http://encurtador.com.br/kmtJ8). Acesso em: 25 maio 2021.

SANCHES, Gisele A. Ribeiro; RIO, Sinomar Ferreira do. Mediação da informação no fazer do bibliotecário e seu processo em bibliotecas universitárias no âmbito das ações culturais. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 1, n. 2, p. 103-121, jul./dez. 2010.

SPECIAL LIBRARY ASSOCIATION (SLA). **Competencies for Special Librarians of the 21st Century**. 2003. Disponível em: [encurtador.com.br/ivwA1](http://encurtador.com.br/ivwA1). Acesso em: 26 maio 2021.

SILVA, Ilaydiany Cristina Oliveira da. **Aplicação de indicadores webométricos em Programas de Pós-graduação em engenharia recomendado pela CAPES**. 2011. 13 f. Dissertação (Mestrado em Estratégia; Qualidade; Gestão Ambiental; Gestão da Produção e Operações) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2011.

SOUZA, Claudia (org.). **Atuação dos profissionais da Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia em época de pandemia**. Florianópolis, SC: Rocha Gráfica e Editora; Selo Nyota, 2020. p. 187-206. Disponível em: <http://biblio.eci.ufmg.br/ebooks/2021010004.pdf>. Acesso em: 25 maio 2021.



SILVA, Ilaydiany Oliveira da; GOUVEIA, Fabio Castro. Engajamento informacional nas redes sociais: como calcular?. **AtoZ**: novas práticas em informação e conhecimento, v. 10, n. 1, p. 94-102, jan./abr. 2021.

SOUZA, E. Métricas em Mídias Sociais: pólvora comunicação, 2009. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/interney/mtricas-em-mdiassociais>. Acesso em: 20 dez. 2021.

TANUS, Gabrielle Francinne de Souza Carvalho. Live sobre "As bibliotecas (contemporâneas ou mais do mesmo?) Diante da pandemia do Covid-19". **Canal WebConCIB**, [S.I.], 2020. (106 minutos). Disponível em: <https://youtu.be/0k26QJ3knJE>. Acesso em: 26 maio 2021.

TANUS, Gabrielle Francinne; REIS, Debora Crystina; FERREIRA, Emanuelle Geórgia Amaral. Observatório de boas práticas em torno do livro, leitura, literatura e bibliotecas: espaço de mediação da informação. **Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação**, São Paulo, v. 9, n. número especial, p. 1–13, 2022. DOI: 10.24208/rebecin.v9.337. Disponível em: <https://portal.abecin.org.br/rebecin/article/view/337>. Acesso em: 13 dez. 2022.

TANUS, Gabrielle Francinne de Souza Carvalho; SILVA, Ilaydiany Cristina Oliveira da. **Cartilha**: curadoria de conteúdo para bibliotecários/as. Natal: [s.n], 2022. [E-book]. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/47577>. Acesso em: 13 dez. 2022.

TERRA, Carolina Frazon; Carvalho, Eric. Street art: das margens da sociedade para a comunicação organizacional: o grafite no ambiente digital como técnica de branding para relacionamento com o público consumidor metropolitano. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO, 14., Salvador, **Anais** [...]. 2014. Disponível em: [https://www.rpbahia.com/\\_files/ugd/8595da\\_44e0aa737d2d459ab8703db988807666.pdf](https://www.rpbahia.com/_files/ugd/8595da_44e0aa737d2d459ab8703db988807666.pdf). Acesso em: 13 dez. 2022.

VALLS, Valéria Martin. A resignificação do fazer biblioteconômico frente a “nova” sociedade. **Canal WebConCIB**, [S.I.], 27 jun. 2020.

VANTI, Nádía. Da bibliometria à Webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p.152-162, maio/ago., 2002.

VAZ, Paulo. Mediação e tecnologia. **Famecos**, Porto Alegre, n. 16, dez. 2001.

VELHO, Gilberto; KUSCHINIR, Karina. Apresentação. *In*: VELHO, Gilberto; KUSCHINIR, Karina (org.). **Mediação, cultura a política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001. p. 9-11.