

O uso do *Instagram* do Centro de Conservação da Memória da Universidade Federal de Juiz de Fora¹

Eliane Cristina de Freitas Rocha Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-4606-016X>
prof.lili.rocha@gmail.com

Felipe Lopes Gonçalves Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-1406-7033>
felipelgoncalves@gmail.com

Janinny Alves Ferreira Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-1447-3162>
janinny.af@gmail.com

Resumo As instituições arquivísticas podem lançar mão do uso das redes sociais para difundir seus acervos e se aproximar dos usuários cada vez mais presentes em canais digitais. Com vistas a explorar as possibilidades de uso do *Instagram*, este artigo apresenta um estudo exploratório das postagens realizadas nesta rede social pelo Centro de Conservação da Memória da Universidade Federal de Juiz de Fora (Cecom UFJF), selecionadas por amostragem probabilística e analisadas com o emprego de estatísticas descritivas. Também foi empreendida uma pesquisa qualitativa por meio da aplicação de entrevistas com usuários que interagem com o conteúdo publicado neste canal. Os seguidores do Cecom UFJF formam um público diverso que interage ainda de maneira tímida com a instituição. As publicações que geram mais engajamento com o público são as relacionadas à difusão de acervo e ao patrimônio de Juiz de Fora. Constatou-se que o *Instagram* pode ser uma ótima opção para as instituições arquivísticas e congêneres trabalharem com difusão de seus acervos, já que facilita o alcance de públicos quantitativa e qualitativamente diversificados.

Palavras-chave Cecom UFJF. *Instagram*. Usuários.

The use of Instagram by the Center for Memory Conservation of Federal University of Juiz de Fora

Abstract Archival institutions can use social media to disseminate their collections and get closer to users that are highly connected to digital channels. Aiming to explore Instagram potential use, this article presents an exploratory study on posts done by the Center for Memory Conservation of Federal University of Juiz de Fora (Cecom UFJF), selected by probabilistic sampling. Qualitative research by interview was also undertaken among users that interacted with that channel. Followers of Cecom UFJF constitute a diversified public that modestly interacts with that institution. Posts that originate more public engaging are the ones related to collection diffusion and to Juiz de Fora heritage. It was found that Instagram can be a great option for archival institutions and similar organizations to work on their collection diffusion, as it eases to reach more public either in quality or in quantity.

Keywords Cecom UFJF. Instagram. Users.



Licença de Atribuição BY do Creative Commons
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Submetido em 21/03/2022
Aprovado em 22/12/2022
Publicado em 24/03/2023

¹ Os autores agradecem a participação de Giuliano Guirlanda Ferrari e Vinícius Jonathan Nunes Coelho Teixeira Santos, graduandos do curso de Arquivologia da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, que, durante a atividade da disciplina de Estudos de Usuários de Arquivo, auxiliaram na coleta de dados da pesquisa quantitativa, em dezembro de 2021, que foi importante para a execução deste artigo.

1 INTRODUÇÃO

O Centro de Conservação da Memória (Cecom) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) é um órgão complementar daquela universidade e foi fundado em 2014 pelo Conselho Superior da UFJF e tem como objetivo principal "preservar a memória social local, regional e nacional a partir de políticas de custódia de acervos e ações no campo da pesquisa e extensão", sendo o guardião de dois arquivos - "do historiador Dormevilly Nóbrega, referência para os estudos sobre Juiz de Fora e região, e também o do Diretório Central dos Estudantes (DCE), que depois deu origem ao Centro de Estudos e Memória do Movimento Estudantil (Cemove)" (UFJF, 2021).

Trata-se de destacar que um centro de memória pode guardar documentos de arquivo, bibliográficos e objetos museais com a finalidade de preservar a memória de grupos, instituições ou organizações (ARAÚJO, 2015), não podendo se confundir com arquivo ou serviço de arquivo. Não se pretende problematizar, para fins desta comunicação, todo o potencial dos acervos do Cecom UFJF, nem compará-lo a arquivos ou serviços de arquivo. O que se objetiva é explorar o uso de suas redes sociais, particularmente do seu canal do *Instagram*, apostando que o valor heurístico deste uso possa servir de exemplos ou contraexemplos para outras instituições de memória e/ou arquivísticas na realização de atividades de difusão similares de seus acervos em ambiente digital.

O Cecom UFJF lança mão de canais digitais para interagir com seus públicos. O *website*² que apresenta conteúdo informativo sobre a instituição e três redes sociais para a divulgação de seus trabalhos: *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*.

De acordo com Piza (2012), o aplicativo *Instagram* foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, que desejavam resgatar o que as Polaroids, câmeras fotográficas de filme, faziam: valorizar o instantâneo com fotos reveladas no ato do disparo. Ele surgiu para o público no dia 6 de outubro de 2010, para funcionar na plataforma *iOS*, sistema operacional implementado nos celulares *iPhone*, tocadores de música *iPod Touch* e o *tablet Ipad*. Uma semana após o *Instagram* passar a estar igualmente disponível para dispositivos com *Android*, Mark Zuckerberg anunciou a compra do *Instagram* (AU-YONG-OLIVEIRA et al., 2020). A partir desse momento, o *Instagram* começou a exibir publicidade, através de anúncios que aparecem na *timeline* dos utilizadores.

² Página do Cecom UFJF na internet:

<https://www2.ufjf.br/procult/orgaos-executores/centro-de-conservacao-da-memoria-cecom/>. Acesso em: 01 dez. 2021

O *Instagram* consiste na partilha de fotos e vídeos entre os seus usuários, com a possibilidade de compartilhar o conteúdo em outras redes sociais, além de executar a comunicação direta entre os usuários, por *chat*, voz e vídeo. É uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil e, portanto, é um canal com ótimo potencial para o trabalho de difusão do acervo, valorização do trabalho da organização e disseminação de boas práticas das instituições arquivísticas. Diante do exposto, torna-se interessante investigar qual uso tem sido feito pelas redes sociais, em especial o *Instagram*, pelo Cecom UFJF?

A pergunta assim enunciada surgiu por meio de discussões ocorridas em sala de aula, na disciplina de Estudos de Usuários de Arquivo, sobre o desconhecimento do perfil dos usuários remotos das instituições arquivísticas no contexto contemporâneo, especialmente no cenário da pandemia de COVID-19. Tendo em vista tal desconhecimento, foi proposta uma prática investigativa que pudesse explorar a questão, em modo remoto, em uma instituição de memória ou em uma instituição arquivística. O canal do *Instagram* do Cecom UFJF reunia as condições de realização do estudo, que então foi empreendido com técnica quantitativa e qualitativa, e que será apresentado em suas etapas, a seguir, iniciando pelo referencial teórico e, em sequência pela apresentação do resultado dos estudos de campo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Não tem muito tempo que os meios de comunicação entre as instituições e os usuários costumavam ser estáticas e unilaterais. Agora, a chamada *web 2.0*, que tem como característica a colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais, como as redes sociais, possibilita aos usuários dialogar e trocar informações, desde opiniões a arquivos como textos, fotos, vídeos e músicas, incluindo inúmeras facilidades e recursos específicos das mídias sociais que motivam a participação dos usuários, a troca de experiências e opiniões (ARCHER; CIANCONI, 2010).

Um dos papéis das instituições arquivísticas é disponibilizar acesso eficiente às informações contidas em seus acervos e atender às demandas de usuários, e as mídias sociais vêm a contribuir consideravelmente para o cumprimento deste papel, uma vez que proporcionam uma gama de alternativas para disseminação da informação (ARCHER; CIANCONI, 2010).

Segundo Archer e Cianconi (2010), o acesso à informação e o relacionamento com os usuários são os mais atingidos pelos novos recursos de comunicação e colaboração, cabendo às instituições arquivísticas buscar o aperfeiçoamento de suas funções acompanhando as mudanças sociais e tecnológicas.

Melo e Parrela (2021), destacam a função arquivística de difusão, entendida como uma forma de divulgar informações sobre acervo documental, produtos e serviços de um Arquivo, que envolvem a realização de ações que aproximem o público com a instituição de uma maneira mais estreita. Para as autoras, difusão é uma função essencial para serviços de arquivo e instituições arquivísticas, visto que, por intermédio de suas ações, a sociedade toma conhecimento dos conjuntos documentais, promovendo o interesse à consulta deles. As autoras também destacam que na literatura, encontram-se algumas atividades que englobam a difusão arquivística, entre elas a produção editorial, instrumentos de pesquisa, visitas guiadas, eventos, sítios eletrônicos e também as redes sociais.

Pereira e Silva (2021) vão além da função difusão, e partem do pressuposto de que há uma emergência da utilização das redes sociais na realização de algumas das funções arquivísticas. Os autores chamam a atenção para o fato de o Conselho Internacional de Arquivos (CIA) ter lançado, em 2012, os Princípios de Acesso aos Arquivos, cujo um dos princípios é:

Os arquivistas têm a responsabilidade profissional de promover o acesso aos arquivos. Eles divulgam informação sobre os arquivos, utilizando vários meios, como a internet e publicações na web, documentos impressos, programas públicos, meios comerciais e outras atividades de alcance. Eles devem estar continuamente atentos a mudanças nas tecnologias de comunicação e usam aquelas que são disponíveis e práticas para promover a divulgação dos arquivos (CONSELHO ..., 2012, p. 14, apud PEREIRA; SILVA, 2021, p. 119).

Para os autores, isso mostra a relevância que tem a utilização das redes sociais pelas instituições arquivísticas, sendo esta uma poderosa ferramenta de uso político, econômico e social, o que evidencia a necessidade de uma “equipe específica para criar os conteúdos nas redes sociais” (PEREIRA; SILVA, 2021, p. 116).

Pereira e Silva (2021) observam ainda que não há nenhuma publicação pelo Conselho Nacional de Arquivo (CONARQ) sobre as normas para o uso das redes sociais virtuais pelas instituições arquivísticas, apesar de vários autores destacarem a importância das redes sociais na divulgação de acervos arquivísticos, sendo um meio que amplia o alcance dos Arquivos e mantém os usuários cientes da existência de tais acervos, o que de fato leva um crescimento da presença das instituições arquivísticas na *internet*.

Diante da carência de diretrizes e boas práticas de difusão nas redes sociais, procurar conhecer as experiências existentes pode servir de fonte de reflexão e abertura de novos caminhos da difusão.

3 METODOLOGIA

O trabalho foi realizado em duas etapas: um estudo quantitativo das publicações do Instagram, tomadas como fontes documentais para o estudo; um estudo qualitativo, em que usuários frequentes deste canal foram entrevistados. O detalhamento de cada uma das etapas, com seus resultados, será apresentado a seguir.

4 PESQUISA QUANTITATIVA

As etapas de execução da pesquisa quantitativa, bem como o tratamento e análise dos dados coletados são apresentados nesta seção.

4.1 Planejamento e amostragem

Para se compreender o uso do canal digital do Instagram, pelo Cecom UFJF, considerou-se que o universo da pesquisa seria constituído de todas as reações dos usuários e de todas as 505 publicações do Cecom UFJF até o dia 01 de dezembro de 2021, conforme Figura 01, com os dados do *Instagram* da instituição.

Figura 01 - Dados do *Instagram* da Cecom UFJF em 01 dezembro 2021



Fonte: elaborado pelos autores à partir de <https://www.instagram.com/cecom.ufjf/>. (2021).

Considerando o universo amostral e as limitações dos recursos financeiros e humanos da pesquisa, além de seu prazo curto de execução, optou-se por realizar uma amostragem probabilística dos elementos da população. Deste universo, o número total de elementos

considerados para obtenção da amostra aleatória simples compreende as postagens realizadas na rede social no período de 18 de março de 2019 a 1 de dezembro de 2021, totalizando 505 postagens. O tamanho da amostra, tendo como parâmetro o total de 505 elementos, confiabilidade de 90% e margem de erro de 5%, foi de 177 elementos, gerado por uma calculadora *on-line* para tamanho de amostra³. As publicações no *Instagram* foram numeradas de 1 a 505 para fins de análise da amostra, sendo a primeira publicação a mais antiga e a última a mais recente. O sorteio também foi feito *on-line*⁴. As análises das postagens foram descritas em planilha eletrônica, identificando categorias de publicação, as datas das postagens, número de curtidas, quantidade e motivo de comentários.

Com relação aos aspectos éticos para condução do estudo das postagens, os pesquisadores consideram que, por terem sido utilizados dados explícitos e expostos no *Instagram* da instituição, que é um perfil público, não seria necessária a obtenção nem de anuência institucional para suas análises. Não obstante, existia o risco, apesar de não ser objetivo do trabalho, de se revelar práticas não muito boas do uso do *Instagram*, ou até mesmo de adotar algum juízo de valor para julgar os dados, mas de todo modo, tal possibilidade é equivalente ao risco cotidiano de se expor dados em rede. Também, por se tratar de uso de dados publicados, não se fez necessária a aplicação de registros de consentimento livre e esclarecido para uso do conteúdo das postagens e reações dos usuários. Ainda assim, com fins de evitar a exposição de dados pessoais, não foram identificados perfis de seguidores do *Instagram*.

Foi elaborada uma planilha eletrônica⁵ com a identificação do número do post sorteado, a forma de publicação, data, tipo de postagem, descrição, quantidade de comentários e os motivos destes, quantidade de curtidas e, quando necessárias, observações.

A coleta de dados foi registrada na planilha eletrônica elaborada pelos autores. Os dados foram classificados quanto à forma de publicação (se imagem, vídeo, etc.), tipo de publicação (se trata de difusão de acervo, propaganda, divulgação de alguma atividade, convite para eventos, etc.) e motivos dos comentários; a saber:

Forma de publicação: imagem e áudio, imagem e vídeo, imagem única, múltiplas imagens, múltiplos vídeos e vídeo único.

Motivo de comentários: agradecimento, apoio, divergência, dúvida, elogio, uso de *emojis*,

³ Calculadora on-line utilizada disponível em: <https://calcularconverter.com.br/calculo-amostal/>.

⁴ O resultado do sorteio pode ser conferido no link <https://resulta.do/n4AYbuBIFBfH>.

⁵ A planilha eletrônica pode ser acessada pelo link:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VMoNLNpD58pBPVeAslcm3WgQzs9_WE8N/edit?%20oid=%20116953515854480010214%20&%20trpof=%20true=true#gid=1145050570.

parabenização, reclamação, relato, sugestão.

Tipo de publicação: representado no Quadro 01.

Quadro 01 - Tipo de publicação

ACERVO	Publicações referentes aos documentos de guarda do Cecom UFJF.
ATIVIDADE	Publicações referentes às tarefas executadas na instituição.
CONVITE	Publicações referentes aos convites de cursos ou eventos promovidos pelo Cecom UFJF.
DATA COMEMORATIVA	Publicações referentes às datas comemorativas relacionadas aos objetivos da instituição.
DIVULGAÇÃO	Publicações referentes aos cursos, eventos ou atividades do Cecom UFJF e de outras instituições.
PUBLICIDADE	Publicações direcionadas à consolidação da marca da instituição.
QUADRO	Publicações seriadas e calendarizadas, como o quadro “Patrimônios de Juiz de Fora”.
REPORTAGEM	Publicações referentes a notícias.
REPOST	Publicações replicadas de outras instituições.

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Exemplos de postagens e como foram classificadas podem ser verificados nas Figuras 02 e 03.

Figura 02 – Exemplo de classificação de postagem: múltiplas imagens, acervo e sem comentários



Fonte: elaborado pelos autores à partir de <https://www.instagram.com/cecom.ufjf/> (2022).

Figura 03 – Exemplo de classificação de postagem: imagem única, quadro “patrimônios de jf”, comentários de parabenização e uso de emojis

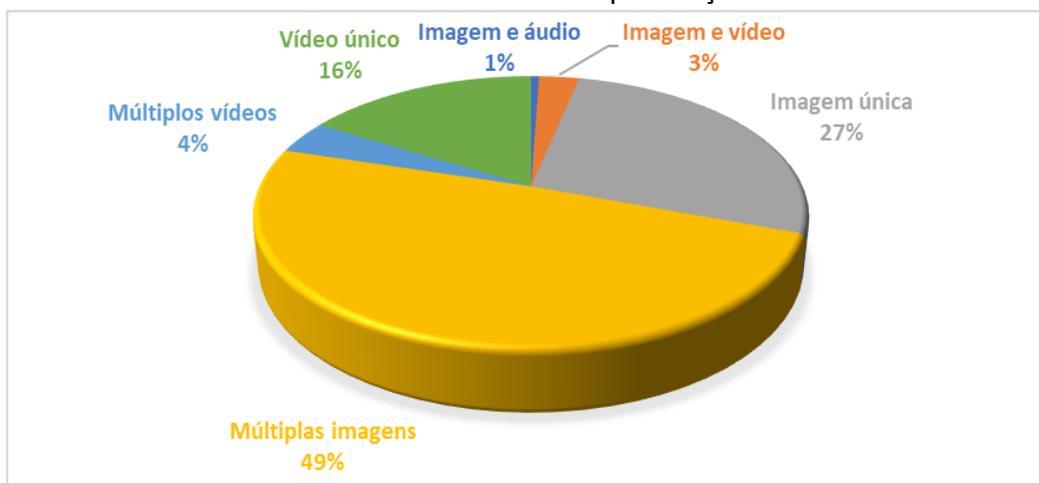


Fonte: elaborado pelos autores à partir de <https://www.instagram.com/cecom.ufjf/> (2022).

4.2 Tratamento e análise dos dados coletados

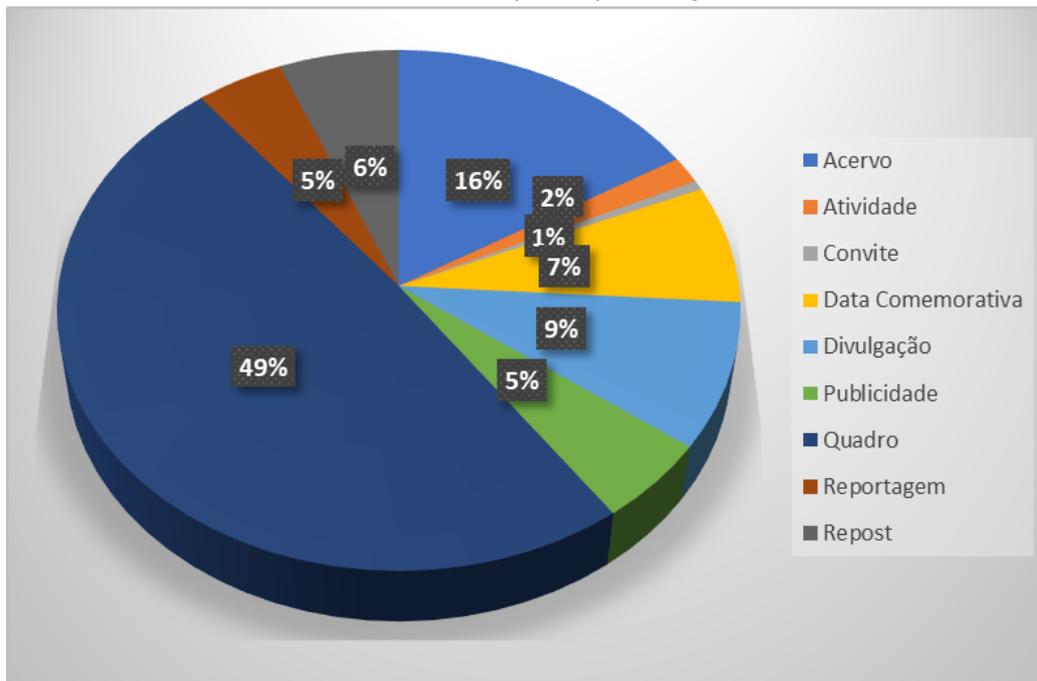
O Gráfico 01 apresenta os dados referentes à forma de publicação e o Gráfico 02 apresenta os tipos de publicação utilizados nas postagens da amostra.

Gráfico 01 – Forma de publicação



Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Gráfico 02 – Tipo de publicação



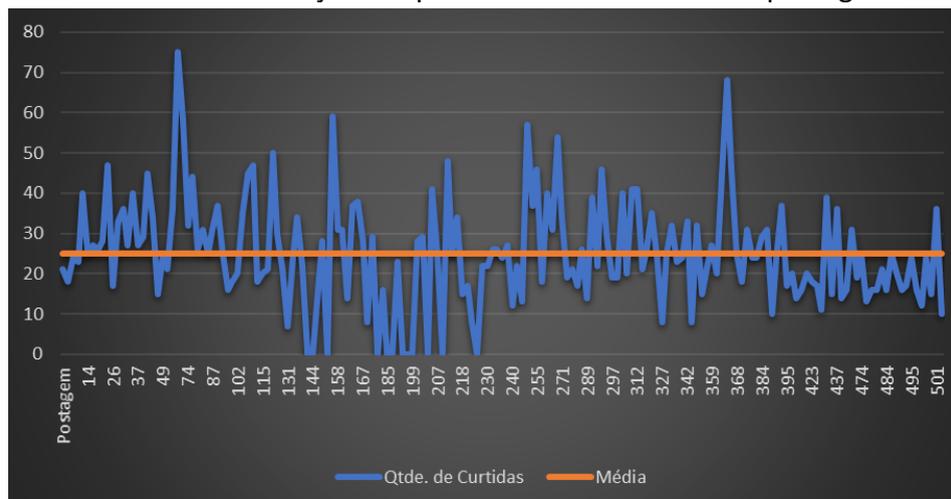
Fonte: elaborado pelos autores (2022).

O Gráfico 03 apresenta a evolução da quantidade de comentários recebidos pelas postagens e o Gráfico 04 apresenta a evolução da quantidade de curtidas.

Gráfico 03 – Evolução da quantidade de comentários das postagens



Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Gráfico 04 – Evolução da quantidade de curtidas das postagens

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

A Figura 04 mostra a nuvem de palavras que apresenta os principais motivos dos comentários nas postagens da amostra.

Figura 04 – Principais motivos dos comentários

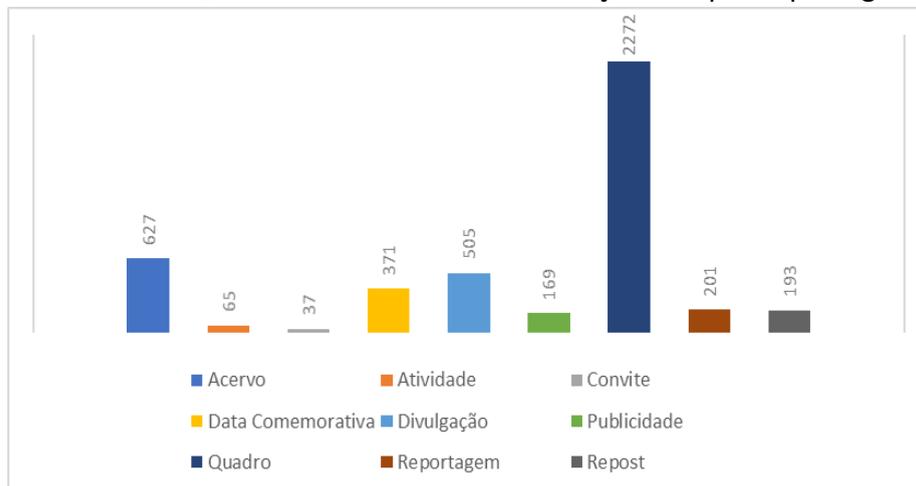
Fonte: elaborado pelos autores à partir de <https://wordart.com> (2022).

O uso de múltiplas imagens e de única imagem nas postagens são os mais recorrentes pela instituição, somando 76% do total da amostra. Já o uso de áudio e vídeo ainda é pouco explorado nas postagens do *Instagram*.

A amostra estudada apresentou um total de 363 comentários e 4440 curtidas. A média de curtidas das postagens é de 25,08 e a média de comentários 2,05. Considerando o total de seguidores do *Instagram* da instituição (911), percebe-se que essa média de curtidas representa apenas 2,75% dos usuários; o que é preocupante, pois é um indício de que o conteúdo publicado é apreciado por menos de 3% dos seguidores.

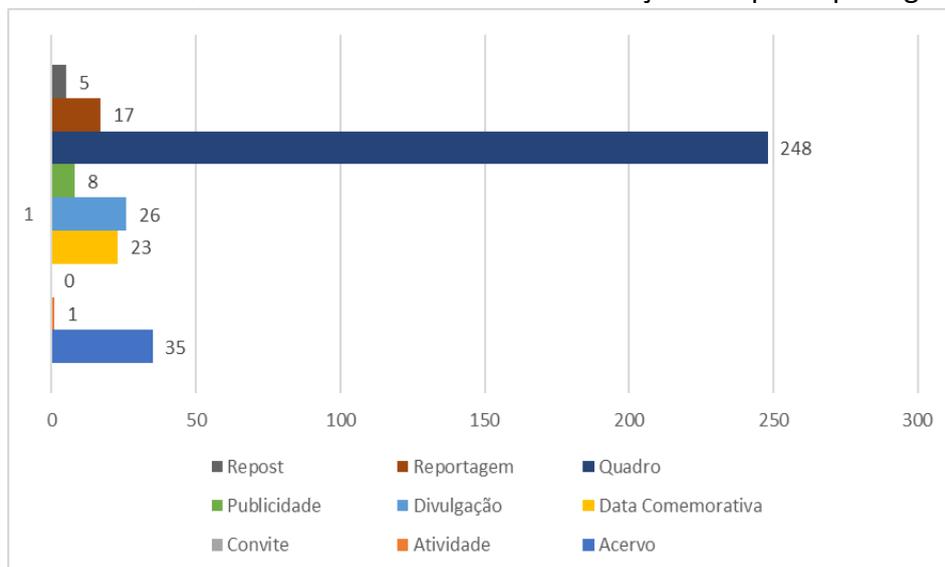
Os Gráficos 05 e 06 mostram que os usuários tendem a interagir mais com as postagens de difusão de acervo e dos quadros criados pela instituição (postagens aparentemente calendarizadas ou com frequência definida).

Gráfico 05 – Quantidade de curtidas em relação ao tipo de postagem



Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Gráfico 06 – Quantidade de comentários em relação ao tipo de postagem



Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Apenas 12 postagens da amostra não receberam curtidas (6,78%) e 66 delas não receberam nenhum tipo de comentário (37,29%). O que indica uma relação positiva com os usuários mais ativos no canal de comunicação estudado, mas com potencial enorme de aumento de interação com o público, já que a maior parte dos comentários se refere a elogios com uso de *emojis*.

É interessante entender se os esforços da instituição atendem às demandas de seus

usuários, se estes sentem falta de publicações com vídeos e/ou áudios, se confirmam a qualidade da informação das atividades de difusão de acervo da instituição e investigar os principais motivos da baixa interação nos comentários das postagens.

5 PESQUISA QUALITATIVA

As etapas de execução da pesquisa qualitativa, bem como o tratamento e análise dos dados coletados são apresentados nesta seção.

5.1 Definição da seleção de participantes

A população-alvo do estudo qualitativo foi intencionalmente definida como aquela de usuários frequentes do *Instagram* da instituição. Foi verificado, na pesquisa quantitativa, que a média é de 25 curtidas por postagem, portanto, foram selecionados para serem convidados a participar da pesquisa os 25 seguidores da página do Cecom UFJF no *Instagram*, com idade igual ou superior a 18 anos, que mais interagiram nas postagens. Esse critério teve como finalidade aumentar as chances de se alcançar indivíduos dispostos a participar da pesquisa e que seriam qualificados para oferecer uma visão mais de conjunto e crítica do canal da instituição. Tendo em vista o pequeno número de usuários assim identificados como frequentes, objetivou-se alcançar ao menos seis deles, porém, foi possível realizar entrevista com quatro usuários.

O instrumento de coleta de dados escolhido é a entrevista semiestruturada, que tem como vantagem a descoberta de informações numa conversa em que o entrevistado responde livremente, e que possibilita ainda o esclarecimento de alguma questão não compreendida. A entrevista foi gravada via plataforma *Zoom*, com a finalidade de registrar e preservar os comentários para análise posterior e consistiu em 9 perguntas com o tempo de duração de 10 minutos.

A pesquisa qualitativa com os entrevistados é de substancial importância para a compreensão do objeto de estudo. Esta pesquisa teve como benefício conhecer o usuário, entender suas dificuldades e promover mudanças que pudessem enriquecer sua relação com o Cecom UFJF de maneira fundamentada cientificamente.

Em observação aos princípios éticos, foi realizado o processo de consentimento livre e esclarecido do participante para que o mesmo pudesse ser informado dos objetivos e finalidades

do estudo, assim como os seus riscos e benefícios, dessa forma o participante pode exercer sua condição de liberdade de aceitar ou de recusar a participação.

Os riscos previstos, considerando o instrumento para coleta de dados escolhido, foram relacionados ao constrangimento e ao cansaço dos participantes, além da possibilidade da entrevista tomar tempo de trabalho do entrevistado. Para mitigar tais riscos foi garantido aos participantes o anonimato, a não obrigatoriedade de participação no estudo, o direito de não responder a qualquer pergunta que fizesse com que ele se sentisse desconfortável e de interromper a sua participação no estudo a qualquer momento. Além disso, buscou-se a elaboração de um roteiro para entrevista não muito longo, para reduzir o desconforto dos participantes.

O contato inicial com os selecionados foi por meio de mensagem enviada no próprio *Instagram*. Aos interessados em participar da pesquisa foi solicitado o preenchimento do formulário para envio do Registro de Consentimento Livre e Esclarecido⁶.

A primeira entrevista realizada serviu como pré-teste para o instrumento de coleta de dados. Como não foram realizadas modificações no roteiro, nem problemas na execução da entrevista, a mesma foi incorporada ao tratamento e análise de dados, que a seguir se apresenta.

5.2 Tratamento e análise dos dados coletados

O Quadro 02 mostra o perfil dos entrevistados. Uma das entrevistas (PESSOA C) aconteceu de maneira assíncrona, devido a questões particulares da pessoa entrevistada. O roteiro de entrevista foi adaptado e enviado para a pessoa por *e-mail*, que retornou aos autores uma gravação por áudio com suas respostas. As demais três entrevistas (PESSOA A, PESSOA B e PESSOA D) aconteceram de forma síncrona e foram gravadas, pelo aplicativo *Zoom*.

⁶ Formulário disponível em: <https://forms.gle/6BbMJqtXSo8LR8GH6>.

Quadro 02 - Perfil dos entrevistados

ENTREVISTADO	PESSOA A	PESSOA B	PESSOA C	PESSOA D
IDADE	23	44	31	19
FORMAÇÃO/CAMPUS DE ATUAÇÃO	Estudante/Arquitetura	Servidora pública /Arquivologia; Biblioteconomia	História; Doutorando em Ciência da Religião	Estudante/História
INSTITUIÇÃO DE ORIGEM	UFJF	UniRio	UFJF	UFJF
MOTIVAÇÃO	Bolsista de extensão; produção de arte, criação da identidade visual para o Cecom UFJF	Sempre segue instituições arquivísticas para saber o que estão produzindo, até para repostar. O Cecom compartilha conteúdos muitos bons, além do próprio acervo, dão dicas de conservação	Participa do laboratório de Patrimônios Culturais, estava presente no início do Cecom UFJF e continua acompanhando o trabalho da instituição, pois conhece muitas pessoas que trabalham lá.	A partir da disciplina de patrimônio histórico conheceu um pouco sobre Cecom UFJF, e questão do patrimônio tem uma ligação forte com a graduação, desenvolve projeto no Arquivo Central da UFJF.
OUTRAS INTERAÇÕES			Quando lida com algum assunto patrimonial recorre ao Cecom UFJF	
QUANDO CONHECEU OUTRAS INSTITUIÇÕES DE ARQUIVO QUE SEGUE NO INSTAGRAM	2020 Arquivo Central UFJF	2021 Várias	Desde o início Arquivo Central UFJF e o Arquivo Nacional	2021 Arquivo Central UFJF
PREFERÊNCIA DE FORMATO	Fotos com legenda. Alega que os <i>posts</i> com vídeos apresentam baixa qualidade	Sem preferências	Imagens, fotos ou vídeos curtos	Foto única com legenda
PREFERÊNCIA DE PUBLICAÇÃO		Dicas de conservação	Gosta do quadro Patrimônios de Juiz de Fora e breves históricos. Gosta das publicações	Acervo

			em parceria com o Arquivo Central sobre dicas de conservação	
SUGESTÕES	Mais informações sobre onde está localizado o Cecom UFJF, mostrar onde está o Arquivo, como visitar.	Em vista da situação pandêmica, porque não tem acesso ao acervo, falar mais sobre o patrimônio, não só de Juiz de Fora como também de Minas de Gerais para atrair mais usuários. Explorar mais dicas de conservação.	Publicações sobre a história da UFJF. Aumentar as publicações que são quadros.	Um porta-voz que pudesse falar com público nos <i>stories</i> por exemplo, para aumentar o contato humano.

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Para a análise, o método dedutivo foi utilizado para entender as impressões das pessoas entrevistadas com relação ao formato e conteúdo das publicações do Cecom UFJF e o método indutivo foi utilizado para a compreensão de outras informações que surgiram durante as entrevistas, observando aquelas relevantes para o problema de pesquisa de forma a identificar padrões para análise.

Por meio das entrevistas, foi percebida que a principal motivação para acompanhar o *Instagram* estudado foi ter a experiência de estudar na UFJF e participar de ações desenvolvidas no próprio Cecom UFJF, como em projetos de extensão. Já a PESSOA B, fala sobre o interesse de seguir várias instituições arquivísticas e ter um panorama das contribuições nas áreas correlatas à Arquivologia.

O formato de publicação que é mais acompanhado pelas pessoas entrevistadas é o de imagem única. A maioria das pessoas entrevistadas relatou que não gosta de conteúdos com vídeo, porém são as que apresentam mais curtidas e comentários de acordo com a pesquisa quantitativa. Uma dica da PESSOA A sobre as publicações com vídeo se torna importante aqui: ela considera a maioria dos vídeos postados amadores, o que indica a importância de se trabalhar com profissionais qualificados da área de audiovisual, ou de realização de treinamento nesta mídia dos profissionais da difusão arquivística. A PESSOA C relata também que acompanha publicações com

vídeos, desde que eles sejam curtos.

Todas as pessoas entrevistadas relataram em algum momento sobre a qualidade das publicações sobre o acervo da entidade e dos quadros referentes ao patrimônio de Juiz de Fora que são produzidos, o que comprova o maior engajamento dos seguidores com esses tipos de publicação.

Pelas entrevistas, foi possível perceber a diversidade do público que segue o Cecom UFJF: pessoas não só de Juiz de Fora; estudantes de diversas áreas do conhecimento e graus de instrução; além de variedade da faixa etária. Uma sugestão relatada pela PESSOA B foi que a entidade poderia trabalhar com conteúdos do patrimônio de Juiz de Fora de forma mais contextualizada com Minas Gerais. Além disso, a PESSOA C relata que sente falta da entidade contar mais sobre a universidade que pertence, e a PESSOA D revela que ainda seria interessante o Cecom UFJF ter uma porta-voz que pudesse falar mais com o público, substituindo um pouco os textos que são colocados nas publicações.

Foi identificada também a forte relação entre o Cecom UFJF e o Arquivo Central da UFJF, que produzem conteúdos para suas redes sociais em parceria e que são bem vistos pelo público, principalmente os relacionados a tratamento e conservação de acervo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde 2020, principalmente após o início da pandemia mundial causada pelo coronavírus, as instituições arquivísticas se viram obrigadas a se especializarem e a trabalharem no meio digital e a realizar suas atividades de forma *on-line*. O Cecom UFJF, que já utilizava o *Instagram* em 2019, apresentou uma intensificação do uso desta e de outras redes sociais.

O *Instagram* é uma ótima opção para as instituições trabalharem com difusão de seus acervos, já que possui grande alcance de público no Brasil. Os seguidores do *Instagram* do Cecom UFJF formam um público diverso que interage ainda de maneira tímida com a instituição, principalmente com suas curtidas e poucos comentários nas publicações.

A entidade possui uma frequência de postagem consolidada e um acervo muito rico, explorando assuntos interessantes e fatos curiosos, principalmente da cidade de Juiz de Fora. As publicações que geram mais engajamento com o público são as relacionadas à difusão de acervo e ao quadro sobre o patrimônio de Juiz de Fora. Além disso, foi percebido um interesse maior em publicações com imagem única, apesar daquelas com vídeo gerarem um bom engajamento.

É interessante que o Cecom UFJF produza conteúdos com vídeos curtos para o *Instagram* de maneira mais profissional e estratégica. A entidade poderia contextualizar os seus quadros e atividades com Minas Gerais e não apenas com a cidade de Juiz de Fora, além de continuar a explorar os conteúdos realizados em parceria com o Arquivo Central da UFJF sobre tratamento e preservação de acervos. Assim, as chances de aumentar o engajamento com os seus usuários são promissoras.

Aspectos tanto positivos quanto negativos, quantitativos, qualitativos, do uso do *Instagram* pelo Cecom UFJF podem ser observados por instituições similares: o *Instagram* é um canal promissor para a difusão arquivística dos acervos e de conteúdos educativos que pode atrair usuários tanto diletantes quando pesquisadores especializados, mas que, para ser explorado em sua magnitude e qualidade, requer cuidados profissionais com a linguagem audiovisual de que lança mão. Por fim, por se tratar de um estudo exploratório, ainda há muitos trabalhos acadêmicos sobre o uso destes canais a serem feitos, inclusive comparativos, com instituições similares.

REFERÊNCIAS

MELO, Suellen Alves de; PARRELA, Ivana Denise. Difusão de documentos fotográficos: análise de experiências de três instituições arquivísticas brasileiras no Facebook. **Ágora: Arquivologia em debate**, Florianópolis, v.31, n.63, p.01-22, jul./dez., 2021. Disponível em: <https://agora.emnuvens.com.br/ra/article/view/1020>. Acesso em: 30 nov. 2021.

ARAÚJO, Fernanda da Costa Monteiro. A relação conceitual entre arquivos e centros de memória. **Ágora: Arquivologia em debate**, Florianópolis, v. 25, n. 50, p. 5-18, jan./jun., 2015. Disponível em: https://agora.emnuvens.com.br/ra/article/download/538/pdf_82/2448. Acesso em: 8 mar. 2022.

ARCHER, Lyvia; CIANCONI, Regina de Barros. Websites dos Arquivos Públicos: funções exercidas e recursos de colaboração e interação com os usuários. **Informação & Informação**, Londrina, v.15, n.2, p.60-76, jul./dez., 2010. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/5752>. Acesso em: 30 nov. 2021.

AU-YONG-OLIVEIRA, Manuel *et al.* Instagram, Facebook e YouTube: quem é mais eficaz na sua publicidade? In: **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**. Lousada, n. E34, p.1-12. set. 2020. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/8c97c289da79d53f70e8c63487d09641/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>. Acesso em: 01 dez. 2021.

MARIZ, Ana Clara Almeida. Arquivos Públicos Brasileiros: Análise da evolução da transferência da informação arquivística na internet. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, n. esp., p.106-125, 1º sem. 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2011v16nesp1p106>. Acesso em: 1 dez. 2021.

PEREIRA, Diogo Batista; SILVA, Eliezer Pires da. Diretrizes para o uso das redes sociais pelas instituições arquivísticas brasileiras. **Acervo**: Revista do Arquivo Nacional. Rio de Janeiro, v.33, n.3, p.116-135. set./dez. 2020. Disponível em: <http://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/1544/1542>. Acesso em: 06 dez. 2021.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. Brasília, 2012. 48 f. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/3243>. Acesso em: 01 dez. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA. **Centro de Conservação da Memória - CECOM**. UFJZ: Juiz de Fora, 2021. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/procult/orgaos-executores/centro-de-conservacao-da-memoria-cecom/>. Acesso em: 01 dez. 2021.

NOTAS DE AUTORIA

Eliane Cristina de Freitas Rocha

Professora da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Doutora em Ciência da Informação, Mestre em Comunicação Social, Graduada em Ciência da Computação, Comunicação Social (Habilitação Radialismo) e Psicologia. Atua no ensino e pesquisa em Usuários da Informação para os cursos de graduação em Sistemas de Informação, Arquivologia e Biblioteconomia. Realiza pesquisa e extensão sobre centros de memória populares. Já publicou mais de três trabalhos em estudos de usuários de arquivo em revistas da área de Arquivologia e/ou Ciência da Informação.

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/9700724855197079>

Felipe Lopes Gonçalves

Iniciou sua segunda graduação em Arquivologia na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em 2020. Atualmente é estagiário de Arquivologia no Memória FDC, foi membro fundador e Diretor Presidente da Arquivistas Jr., empresa júnior de Arquivologia da ECI/UFMG. É especialista em Gerenciamento de Projetos e em Metodologia do Ensino de Física e Matemática pela Faculdade Batista de Minas Gerais (2020). Possui graduação em Engenharia Mecânica pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2012) e curso técnico em Administração pela ETFG - SEBRAE - Nova Lima (2007). Tem experiência nas áreas gestão, educação e engenharia (manufatura, programação e controle da manutenção).

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/8267690734230607>

Janinny Alves Ferreira

Iniciou sua graduação em Arquivologia na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em 2020. Foi Consultora de Projetos da Arquivistas Jr., empresa júnior de Arquivologia da ECI/UFMG.

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/1072915253386204>