

Métricas do *Instagram* dos arquivos públicos estaduais da Região Sudeste: um relato de experiência

Ronaldo Ferreira de Araújo Universidade Federal de Alagoas, AL, Brasil
<http://orcid.org/0000-0003-0778-9561>
ronaldfa@gmail.com

André Luiz Ogando Pereira Universidade Federal de Minas Gerais, MG, Brasil
<https://orcid.org/0000-0003-0548-1993>
andreogando@yahoo.com.br

Mara Magda Soares Universidade Federal de Minas Gerais, MG, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-9595-4207>
maramagda2026@gmail.com

Vinicius Correa Braga Universidade Federal de Minas Gerais, MG, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-0155-6786>
06correa@gmail.com

Resumo O presente artigo corresponde a um relato de experiência e tem por objetivo apresentar resultados da análise do *Instagram* dos Arquivos Públicos Estaduais da região Sudeste a partir da ferramenta *Fanpage Karma*. Metodologicamente, a pesquisa cobre um período de seis meses, de novembro de 2022 a abril de 2023, de análise dos perfis dos *Instagrams* mencionados, utilizando-se uma versão paga da ferramenta de *Analytics Fanpage Karma*. A partir deste instrumento, diferentes métricas são geradas, em forma de tabela e gráfica, entre elas: número de seguidores, taxa de crescimento, crescimento absoluto, interação e engajamento, entre outras. Como resultado, percebe-se primeiramente a quantidade de categorias e formatos de métricas que podem ser geradas (em formato de figura, gráficos, tabelas e outros). Em segundo lugar, ressalta-se que o estudo teve caráter de experiência e mais do que comparar os arquivos estudados, viu-se o potencial do *Fanpage Karma* para essas instituições analisarem suas mídias sociais, sendo importante a otimização de tais recursos.

Palavras-chave Mídias sociais. Arquivos públicos estaduais. Análise de mídias sociais.

Instagram metrics from state public archives in the Southeast Region: an experience report

Abstract This article corresponds to an experience report and aims to present results from the Instagram analysis of the State Public Archives of the Southeast region using the Fanpage Karma tool. Methodologically, the research covers a period of six months, from November 2022 to April 2023, of analyzing the profiles of the mentioned Instagrams, using a paid version of the Fanpage Karma Analytics tool. From this instrument, different metrics are generated, in table and graphic form, including: number of followers, growth rate, absolute growth, interaction and engagement, among others. As a result, we first notice the number of categories and metrics formats that can be generated (in figure format, graphs, tables and others). Secondly, it is noteworthy that the study had an experimental nature and more than comparing the files studied, the potential of Fanpage Karma was seen for these institutions to analyze their social media, with the optimization of such resources being important.

Keywords Social media. State public archives. Social media analysis.

Métricas de Instagram de archivos públicos estatales de la Región Sudeste: un relato de experiencia

Resumen Este artículo corresponde a un relato de experiencia y tiene como objetivo presentar resultados del

análisis de Instagram de los Archivos Públicos Estatales de la región Sudeste utilizando la herramienta Fanpage Karma. Metodológicamente, la investigación abarca un periodo de seis meses, de noviembre de 2022 a abril de 2023, de análisis de los perfiles de los Instagrams mencionados, utilizando una versión paga de la herramienta Fanpage Karma Analytics. A partir de este instrumento se generan diferentes métricas, en forma de tablas y gráficos, entre ellas: número de seguidores, tasa de crecimiento, crecimiento absoluto, interacción y engagement, entre otras. Como resultado, primero notamos la cantidad de categorías y formatos de métricas que se pueden generar (en formato de figuras, gráficos, tablas y otros). En segundo lugar, cabe destacar que el estudio tuvo un carácter experimental y más que comparar los archivos estudiados, se vio el potencial de Fanpage Karma para que estas instituciones analicen sus redes sociales, siendo importante la optimización de dichos recursos.

Palabras clave Redes sociales. Archivos públicos del estado. Análisis de redes sociales.



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

Submetido em 22/07/2023
Aprovado em 14/02/2024
Publicado em 21/05/2024

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, muitas instituições arquivísticas têm feito uso das mídias sociais como forma de difusão e de promoção do seu acervo e, entre essas entidades, é possível citar os arquivos públicos estaduais brasileiros (APEs). O uso dessas ferramentas, também chamadas de redes sociais *online* (RSO), visa aproximar os APEs do público, por meio de divulgação de informações e por meio da difusão dos conteúdos custodiados, como fotografias e vídeos. Nesse sentido, pensou-se na importância de avaliar alguma ferramenta de *analytics* que analise as mídias sociais em uso por algumas dessas organizações.

Dessa forma, o presente artigo tem por objetivo apresentar resultados da análise do *Instagram* dos Arquivos Públicos Estaduais (APE) da região Sudeste a partir da ferramenta *Fanpage Karma*, ou seja, utilizou-se uma ferramenta de extração de métricas de mídias sociais, tendo o propósito, como informado, de apresentar os resultados do uso dessa ferramenta. O recorte utilizado no trabalho é explicado no tópico 3 (Metodologia utilizada na pesquisa).

Em linhas gerais, a atividade de mensurar parâmetros das mídias sociais está relacionada à área de *Analytics*, que engloba operações estatísticas e matemáticas para a identificação de padrões dentro de um conjunto de registros e visa “lidar com enormes quantidades de dados que se encontram em uma ampla gama de produtos na internet, tais como redes sociais online, aplicativos de computação científica [...] entre outros”. (Cuzzocrea; Song; Davis, 2011 *apud* Albuquerque, 2019, p. 35). Além disso, conforme apontado por Araújo (2015, p. 54), a “análise de redes sociais propõe uma série de métricas para mapeamento das redes, que são observadas a partir de suas relações estruturais entre nós e conexões”. A essa investigação, geralmente, dá-se o

nome de *Social Media Analytics* ou *Social Analytics* e no caso dos APEs, e tal análise mostra-se relevante a medida em que permite verificar o quão assertivas têm sido as práticas *online* de divulgação do acervo, entre outras coisas.

Para a verificação de parâmetros das RSO, são necessárias ferramentas, definidas por Laine e Fruhwirth (2010, p. 195) como “serviços de *software* oferecidos através da internet para filtrar e analisar o conteúdo textual produzido pela e na mídia social”. Além disso, essas “ferramentas incorporam múltiplas funcionalidades, como análise de volume, fonte, autor, palavra-chave, região e sentimento e então reporta estas análises convenientemente de modo gráfico”. Elas permitem a realização de revisão em diferentes níveis, desde os mais básicos, incluindo diagnósticos como tráfego e acesso, até níveis mais avançados, incluindo o engajamento, por exemplo. Como a proposta do artigo é fazer um relato de experiência, não foram abordados níveis mais complexos de pesquisa, mas sim alguns indicadores preliminares obtidos com o *Fanpage Karma*. Feita essa breve exposição, apresentaram-se, na sequência, alguns estudos correlatos ao tema.

2 TRABALHOS CORRELATOS

Em relação aos trabalhos correlatos, selecionaram-se alguns que guardam relação com a temática proposta, realizados em âmbito nacional, uma vez que as instituições arquivísticas pesquisadas são brasileiras.

Na monografia de graduação intitulada "Redes sociais: uma nova abordagem para disseminação do patrimônio arquivístico público", Aline Beatriz Assis Duarte, estudante do curso de Arquivologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em 2013, analisou e comparou as estratégias de difusão online utilizadas pelo Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul (APERS) e pelo Arquivo Público do Estado de São Paulo (APESP). Em sua pesquisa, ela abordou as práticas de difusão de dois importantes arquivos públicos estaduais. Embora não tenha referido métricas, é um estudo que mostra como, no ano de 2013, a temática das mídias sociais nos arquivos já estava despontando.

No trabalho de conclusão de curso intitulado "A difusão dos arquivos públicos estaduais brasileiros no Instagram", elaborado por Marcos Machado Paulo, em 2022, o autor examinou a forma como os arquivos públicos estaduais brasileiros utilizaram o *Instagram* para disseminar informações arquivísticas durante o período de 2017 a 2020. No entanto, devido à natureza do

trabalho, sua análise se concentrou em aspectos menos abrangentes, excluindo questões atualmente relevantes, como a análise das métricas de *analytics* das mídias sociais. Este último aspecto, que é uma vertente importante para a pesquisa proposta aqui, não foi considerado. Tal ponto é importante para mostrar como a temática tem sido explorada.

No artigo “Conversações entre a rede social *Twitter* e os arquivos permanentes: um estudo de curadoria digital”, de 2017, de Maria José Vicentini Jorente e Lucineia da Silva Batista, as autoras apresentam o estudo do *Twitter* enquanto ferramenta inovadora de Curadoria Digital para o compartilhamento de informações preservadas pelos Arquivos Públicos Permanentes (APP) e verificou-se, entre outras coisas, o potencial do *Twitter* como ferramenta difusora de acervos. Mais um trabalho que mostra o desapontamento das mídias sociais nos arquivos.

Em “Curtir, compartilhar e armazenar: os arquivos fotográficos nas redes sociais”, de 2018, Anna Carla Almeida Mariz e Marianna da Silva Dutra averiguaram as mídias sociais enquanto ferramentas de difusão de documentos arquivísticos fotográficos, constatando o papel das mídias sociais como ferramentas complementares ao acervo físico, no sentido dessas mídias cumprirem o papel de agentes comunicadores de registro e guarda de memória.

Finalmente, cabe mencionar o artigo “Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no *Facebook*”, de 2018, no qual Ronaldo Ferreira Araújo utilizou a ferramenta *Fanpage Karma* para avaliar a presença e a performance de 67 periódicos brasileiros no *Facebook*, apresentando diferentes parâmetros obtidos a partir da ferramenta, tendo sido esse, inclusive, o artigo que serviu de base para a pesquisa aqui proposta. Embora o artigo não aborde unidades de informação, ele discorre sobre repositórios informacionais, no caso, periódicos brasileiros, e foi importante, pois utilizou justamente o *Fanpage Karma* na análise dos periódicos.

Os trabalhos correlatos, direta ou indiretamente, mostram como a temática das mídias sociais é abordada no âmbito de unidades de informação, no caso os arquivos, ou no âmbito de repositórios informacionais, no caso de periódicos brasileiros. E embora o último artigo mencionado não aborde os arquivos públicos, ele foi especialmente importante, pois apresentou a temática das métricas das mídias sociais. A temática das mídias sociais nos arquivos públicos é relativamente nova e, quando relacionam-se mídias sociais, arquivos e métricas, há ainda mais terrenos a serem explorados, sendo essa uma das razões que justificam a importância desse relato no campo da Arquivologia.

3 METODOLOGIA UTILIZADA NA PESQUISA

Quanto ao tipo de pesquisa e à abordagem empregada, ela é de natureza qualitativa e quantitativa, por tratar não apenas de aspectos mensuráveis, mas também por trazer reflexões acerca dos resultados obtidos. Quanto ao objetivo proposto, ela é de caráter tipicamente exploratório, embora alguns estudos recentes já abordem o tema. A pesquisa consistiu na análise de mídias sociais por meio de uma plataforma específica voltada para esse fim, conforme especificado nos recortes abaixo descritos:

- Mídia social analisada: **Instagram**. Em uma pesquisa preliminar, percebeu-se que o *Instagram* é uma mídia social amplamente utilizada não apenas por arquivos brasileiros, como também por arquivos internacionais. Em nível nacional, ele é amplamente utilizado pelos APEs, tendo sido, dessa forma, a mídia social eleita para a realização da pesquisa. Além disso, para um relato de experiência, seria inviável uma pesquisa mais aprofundada, englobando muitas mídias sociais.
- Ferramenta utilizada para análise: o **Fanpage Karma** é um instrumento de gestão de mídias sociais [www.fanpagekarma.com]. Como já mencionado em trabalhos correlatos, tais como, o “Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no *Facebook*”, a utilização dessa ferramenta inspirou a presente pesquisa. Além da usabilidade e interatividade com interfaces convidativas ao uso, verificou-se que o *Fanpage karma* seria capaz de fornecer indicadores que contemplassem diferentes aspectos, permitindo aos autores fazer diferentes observações acerca das mídias analisadas.
- APEs pesquisados: a opção dos autores foi pesquisar os APEs da região Sudeste, pois acredita-se que são representativos em relação à realidades e à totalidade dos demais APEs brasileiros. Embora pesquisar todos os APEs permitisse coletar uma vasta quantidade de dados, seria uma atividade muito extensa para um curto espaço de tempo, de forma que optou-se por limitar a pesquisa aos APEs da região Sudeste. Dessa forma, os APEs analisados foram: Arquivo Público do Estado do Espírito Santo (APEES), <https://www.instagram.com/arquivopublicoes/>; Arquivo Público do Estado do Rio de Janeiro (APERJ), <https://www.instagram.com/arquivopublicorj/>; Arquivo Público do Estado de São Paulo (APESP), <https://www.instagram.com/arquivoestadosp/>; e Arquivo Público Mineiro (APM) <https://www.instagram.com/arquivopublicomg/>.

- Período analisado: as mídias sociais dos mencionados APEs foram analisadas no período compreendido entre o mês de novembro de 2022 e abril de 2023, ou seja, por um período de 06 meses.

A Figura 1 permite uma visão geral da página inicial do *Fanpage Karma*.

Figura 1 - Página inicial do *Fanpage Karma*



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

Ao acessar a página inicial da ferramenta, é feita uma apresentação do *Fanpage Karma*, descrevendo-se qual o seu propósito principal e destacando-se quatro funcionalidades da ferramenta (quatro quadros brancos na figura anterior), como descrito a seguir. Na página inicial, ela apresenta-se com o seguinte texto: “A solução completa para gerenciamento excepcional de mídia social” (Fanpage Karma, 2023). E complementa: “Analise um número ilimitado de perfis. Apresente os resultados com o seu próprio design. Comunica e analisa em tempo real. Planeja, cria e publica os seus *posts*. Descubra os principais influenciadores e tendências. (Fanpage Karma, 2023).

As quatro funcionalidades apresentadas nos quatro quadros são: análise e relatórios; gerenciamento de comunidade; planejamento de conteúdo e pesquisa de conteúdo e influenciadores.

O *Fanpage Karma* apresenta uma versão gratuita, que possibilita a análise das mídias sociais por um período de até 28 dias, e quatro versões pagas: *bronze*, *silver*, *gold* e *platinum*. Para a

experiência aqui relatada utilizou-se uma versão paga, tendo sido analisado um período de seis meses. A versão utilizada permitiu a extração e análise de diferentes indicadores, tais como: número de seguidores, taxa de crescimento, interação por *post*, engajamento, melhor hora para postagem, crescimento absoluto, *posts* com mais curtidas e *hashtags* e palavras mais utilizadas. Esses resultados serão apresentados na seção seguinte, em forma de figura, tabela, quadro e gráfico.

4 RESULTADOS

Como já informado, os resultados são frutos de uma experiência feita com a ferramenta *Fanpage Karma*, voltada à análise de mídias sociais. Analisou-se, como mencionado na parte metodológica, o *Instagram* dos arquivos públicos estaduais da Região Sudeste, do período de novembro de 2022 a abril de 2023, ou seja, por um período de seis meses.

A seguir, serão apresentadas as métricas obtidas, as quais correspondem aos indicadores propriamente ditos apontados, a partir da análise feita. Esses resultados serão seguidos por uma breve explicação do que foi observado.

Tabela 1 - Visão geral de métricas (tabela numérica)

Visão geral das métricas Nov 1, 2022 - Apr 27, 2023						
Abril 28, 2023						
Profile	Network	Performance Ind	Fans	Lower Growth (in %)	Post interaction	Posts per day
APERJ	INSTAGRAM	66,0%	2260	8,65%	2,35%	0,3483146067416
Arquivo Público do Estado SP	INSTAGRAM	61,0%	22471	5,28%	0,61%	1,2022471910112
Arquivo Público do Estado do	INSTAGRAM	52,0%	3895	12,22%	3,16%	0,1629213483146
Arquivo Público Mineiro	INSTAGRAM	56,0%	5385	9,23%	1,93%	0,3089887640449
Average		58,75%	8502,75	8,84%	2,01%	0,5056179775281

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A Tabela 1 mostra uma visão geral das métricas (*metrics overview*), apresentando quatro indicadores: performance, seguidores, crescimento e taxa de interação por *post*. Pode-se observar que, apesar do APESP apresentar o maior número de seguidores (22.471), foi o APERJ quem apresentou a maior performance, enquanto o APEES apresentou a maior taxa percentual de crescimento e de interação por *post*, o que leva a percepção de que o maior número de seguidores por si só não garante maior efetividade nos outros índices observados. Sobre isso, conforme apontam Santos *et. al.* (2021, p. 174), o maior “número de seguidores não significa,

necessariamente, que mais usuários estão interessados nas publicações”. Abaixo é notificada a informação sobre o número de seguidores, em outro formato.

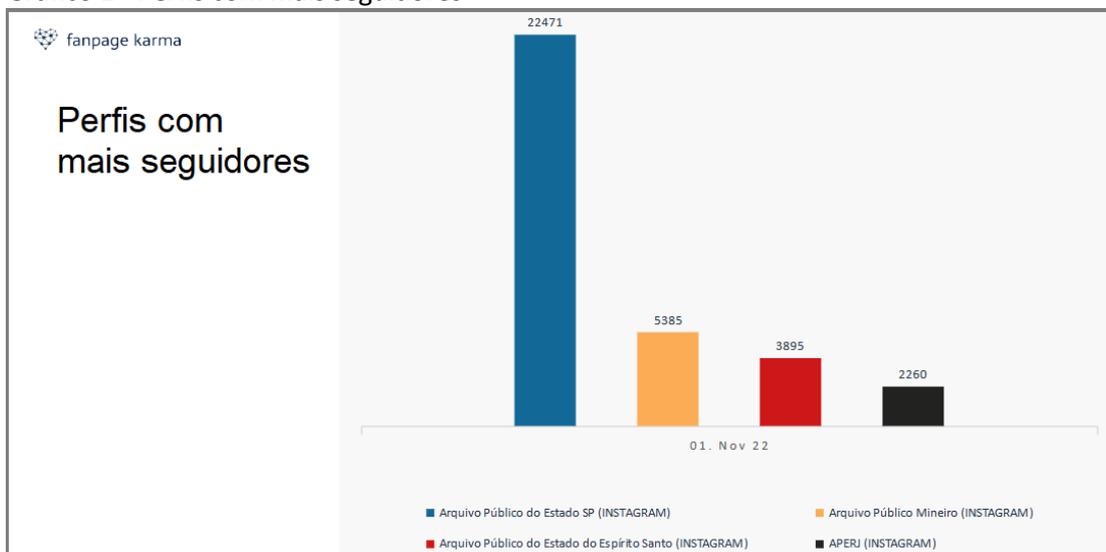
Tabela 2 - Visão geral: tabela ilustrada

fanpage karma		11/1/22 - 4/27/23				
Visão Geral						
Name		Page Performance Index	Fans	Follower Growth (in %)	Post interaction	Posts per day
 APERJ @arquivopublicorj		66%	2.3k	8.7%	2.4%	0.3
 Arquivo Público do Estado SP @arquivoestadosp		61%	22k	5.3%	0.61%	1.2
 Arquivo Público do Estado do Espírito Santo @arquivopublicoes		52%	3.9k	12%	3.2%	0.2
 Arquivo Público Mineiro @arquivopublicomg		56%	5.4k	9.2%	1.9%	0.3
Average		59%	8.5k	8.8%	2.0%	0.5

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A Tabela 2 corresponde aos mesmos dados apresentados na Tabela 1, apresentados visualmente de forma mais ilustrada. É importante fazer uma observação nesse ponto. Embora o APEES tenha se destacado nas métricas interação por post e taxa de crescimento, por outro lado, foi possível observar que ele apresentou a menor média (0,2) de posts por dia em relação aos outros três APEs, o que pode parecer contraditório, ou seja, como o arquivo que menos publica é o que mais se destaca e cresce nas mídias sociais? A resposta poderia envolver *posts* patrocinados, compra de seguidores, entre outras questões, entretanto, são meras especulações, uma vez que fogem ao escopo da pesquisa e necessitariam de um estudo mais aprofundado.

Gráfico 1 - Perfis com mais seguidores



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

Embora sejam os mesmos dados apresentados nas representações anteriores, apresentou-se o Gráfico 1 como forma de ilustração das ferramentas gráficas apresentadas pelo *Fanpage Karma*. Enquanto o APESP, como já mencionado, lidera com o maior número de seguidores, o APERJ ficou em última colocação, com 2.260 seguidores.

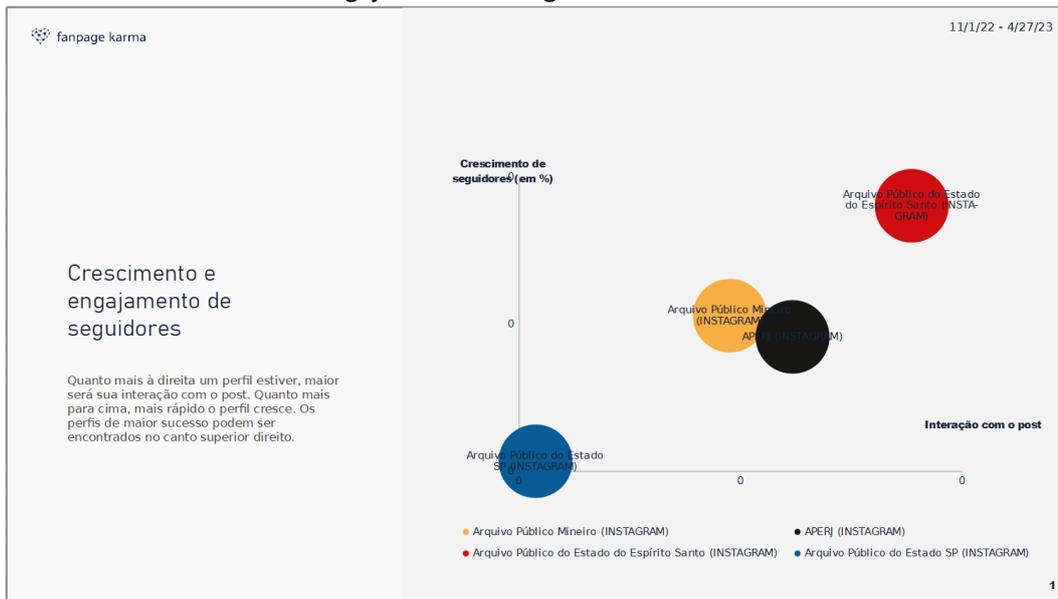
Tabela 3 - Taxa de crescimento e taxa de interação por *post*

Taxa de crescimento e taxa de interação por post		Nov 1, 2022 - Apr 27, 2023		April 28, 2023	
Profile	Network	Post interaction	Lower Growth (in %)		Profile-ID
Arquivo Público do Estado do RJ	INSTAGRAM	3,16%	12,22%	1	2013019741
APERJ	INSTAGRAM	2,35%	8,65%	1	39538314940
Arquivo Público do Estado de SP	SPINSTAGRAM	0,61%	5,28%	1	1532575005
Arquivo Público Mineiro	INSTAGRAM	1,93%	9,23%	1	13951868765

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

Embora tais dados já tenham sido apresentados anteriormente, foram novamente apresentados nessa nova tabela (Tabela 3), para ilustrar que as ferramentas de *analytics* fazem diferentes formas de extração de dados, sob diferentes formatos. Em *metrics overview*, por exemplo, são apresentados conjuntamente diversos dados e parâmetros extraídos pela ferramenta. Porém, esses mesmos dados podem ser extraídos e apresentados à parte, como no exemplo acima, em que apresentaram-se apenas a taxa de crescimento e a taxa de interação por *post*. Importante destacar que a interação por postagem mostra o quanto os seguidores se envolvem com as postagens de uma página. Essa métrica mostra a quantidade média de todas as interações (reações: curtidas, amei, uau, haha, etc), comentários e compartilhamentos por seguidor, por *post*. Como pode ser observado, apesar do APEES ser o APE com o segunda menor número de seguidores do Sudeste, ele se destacou por apresentar a maior taxa de crescimento percentual (12,22%) e a maior taxa de interação por post (3,16%), o que mostra, mais uma vez, que um maior número de seguidores não significa, necessariamente, uma maior destaque nas mídias sociais.

Gráfico 2 - Crescimento e engajamento de seguidores

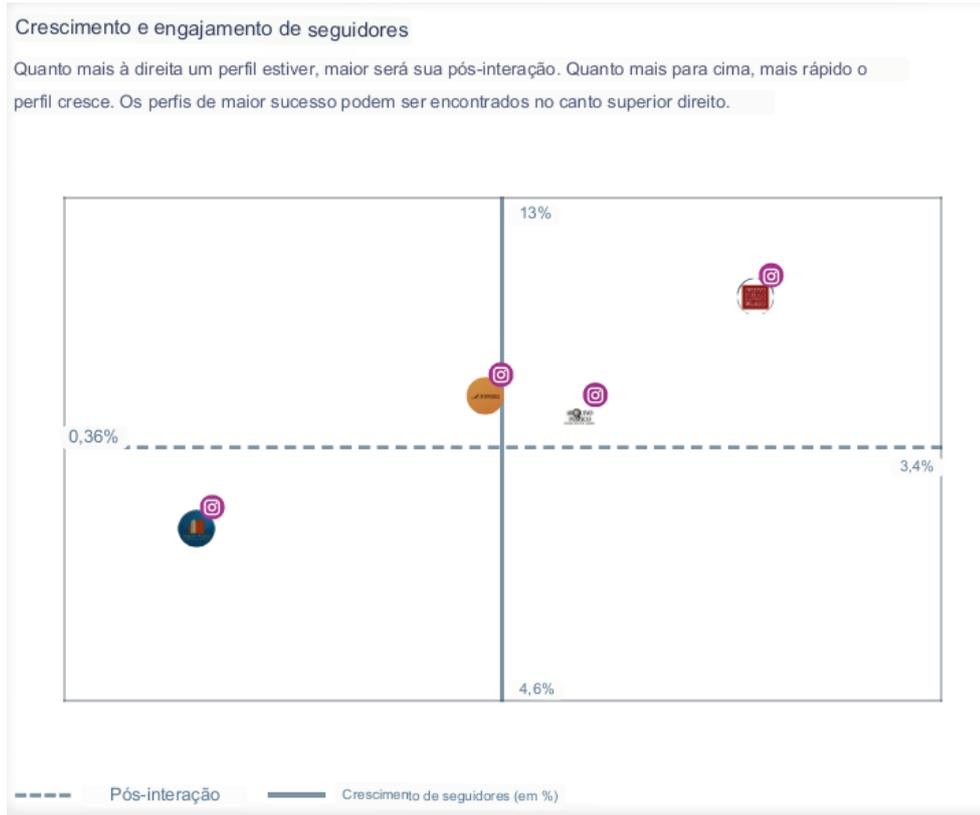


Fonte: Fanpage Karma, 2023.

O Gráfico 2 mostra o crescimento e o engajamento de seguidores e o próprio gráfico destaca que “quanto mais à direita um perfil estiver, maior será a sua interação com o post. Quanto mais para cima, mais rápido o perfil cresce. Os perfis de maior sucesso podem ser encontrados no canto superior direito”. Ou seja, são as mesmas informações da Tabela 3, porém observadas de forma gráfica. Mais uma vez, pode-se observar o destaque do APEES, em vermelho, enquanto o APESP, que possui o maior número de seguidores, ficou mais abaixo no gráfico (cor azul). Fala-se muito, no contexto das mídias sociais, em engajamento, e o próprio *Fanpage Karma* o define, em linhas gerais, como “a quantidade média de vezes com que um seguidor interage com as postagens de uma página. É calculado dividindo-se a quantidade diária de reações (curtidas, amei, uau, haha, etc), comentários e compartilhamentos pelo número de seguidores (Fanpage Karma, 2023). E talvez tenha-se tocado, nesse ponto, numa questão muito importante no contexto das mídias sociais e dos arquivos públicos.

Como afirmado na Introdução, um dos propósitos dos arquivos, com o uso das mídias sociais, é promover o acervo e ganhar visibilidade junto ao público e, para tanto, diversos recursos são disponíveis, como as mídias sociais. Mas, para que elas cumpram suas funções, é preciso que as mídias sociais adotadas tenham visibilidade, daí a importância do engajamento. Conforme aponta Araújo (2018, p. 10), essa métrica “mede o quanto o conteúdo gerado obtém de entrosamento e interação do público e com o público. Pode ser visto como uma audiência com qualidade uma vez que indica uma ‘reação’ do usuário frente ao conteúdo”. Por isso ela se faz tão importante no contexto da comunicação dos arquivos com os seus seguidores.

Gráfico 3 - Crescimento e engajamento de seguidores



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

O Gráfico 3 apresenta as mesmas informações da Tabela 3, mas visualmente de uma forma distinta. E a apresentação dessas duas representações tem o propósito de, mais uma vez, ilustrar as diferentes possibilidades de extração de dados das ferramentas de *analytics*, podendo os dados serem apresentados de diferentes formas gráficas.

Gráfico 4 - Melhor horário para postar



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

O Gráfico 4 apresenta os melhores horários para postagens. No eixo X estão os dias da semana, de segunda a domingo, e no eixo Y as horas do dia, começando com 0h no alto do eixo Y e terminando com 24h no início no eixo Y (perto do eixo X). Quanto maior o ponto, indica-se que mais postagens houve naquele momento. Portanto, vê-se poucas postagens nas extremidades, com a maioria das postagens concentrando-se ao longo do dia, a partir das 08h, até por volta das 18h ou 20h. E quanto mais verde o círculo, mais interações as postagens tiveram. Portanto, esse tipo de métrica é uma ótima ferramenta para direcionar os APEs a fazerem postagens em horários que otimizem as interações com os seus usuários.

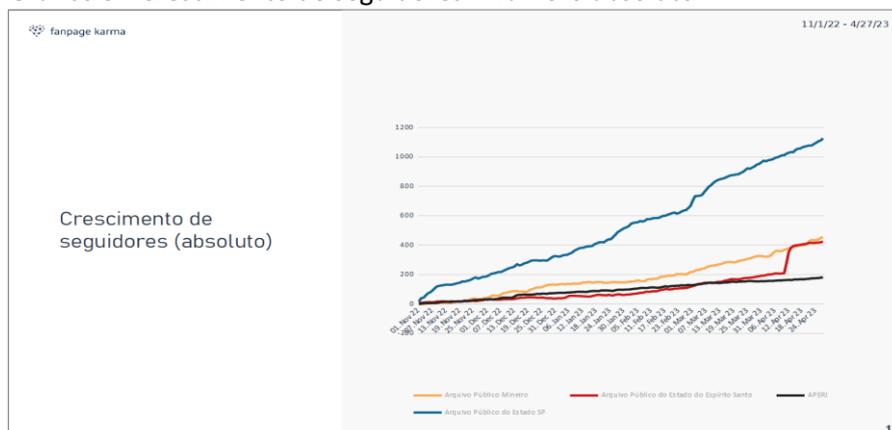
Tabela 4 - Melhores horários para postar - Forma numérica

Melhores horários para postar				Nov 1, 2022 - Apr 27, 2023				April 28, 2023			
Profile	Network	Number of posts	Post interaction	Profile	Network	Number of posts	Post interaction	Profile	Network	Number of posts	Post interaction
2_15		27	112,33%	3_18		7	135,07%				
6_18		1	71,73%	2_9		17	113,07%				
4_18		10	113,13%	3_9		14	76,11%				
2_18		16	120,45%	6_6		1	16,23%				
5_21		2	65,95%	4_9		19	101,84%				
6_12		2	96,65%	5_9		15	81,92%				
6_15		2	57,73%	6_9		25	95,21%				
4_12		17	82,73%	6_21		2	29,35%				
4_15		20	108,65%	7_9		20	107,67%				
2_12		8	79,36%	5_12		16	49,54%				
1_21		3	95,63%	4_21		2	105,75%				
7_21		2	58,34%	7_12		3	147,21%				
1_18		7	108,2%	3_12		6	100,11%				
1_15		17	71,75%	7_15		2	93,36%				
5_18		6	79,75%	5_15		23	97,18%				
1_6		3	65,2%	1_12		10	91,52%				
3_15		16	83,33%								
7_0		1	37,6%								
3_6		1	29,32%								
1_9		17	77,88%								

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A Tabela 4 apresenta as mesmas informações do gráfico anterior, porém de forma numérica, o que permite visualizar com mais especificidade e detalhes os horários em que as postagens podem ser otimizadas.

Gráfico 5 - Crescimento de seguidores - Número absoluto



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

O Gráfico 5 é interessante de ser observado, pois ele pode ser equivocadamente interpretado. Nele, o APESP apresenta o maior crescimento em relação aos demais APES, porém, nesse caso, deve-se observar que o crescimento é em número absoluto e não em taxa e força de crescimento, como mostrado nas representações iniciais, nas quais o APEES foi destaque.

Tabela 5 - Número de postagens

Nº de postagens por tipo	Nov 1, 2022 - Apr 27, 2023	April 28, 2023
--------------------------	----------------------------	----------------

Profile	Network	Number of posts	Profile-ID	Link
Pictures		177	PHOTO	
Carousels		161	CAROUSEL	
Reels		22	REEL	

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A Tabela 5 apresenta o número total de postagens, por categorias, no período analisado. Foram publicadas 177 imagens, 167 do tipo carrossel (são espécies de álbuns, nos quais uma postagem pode incluir duas ou mais fotos) e 22 *reels*, que são publicações incluindo vídeos.

Tabela 6 - Número de interações

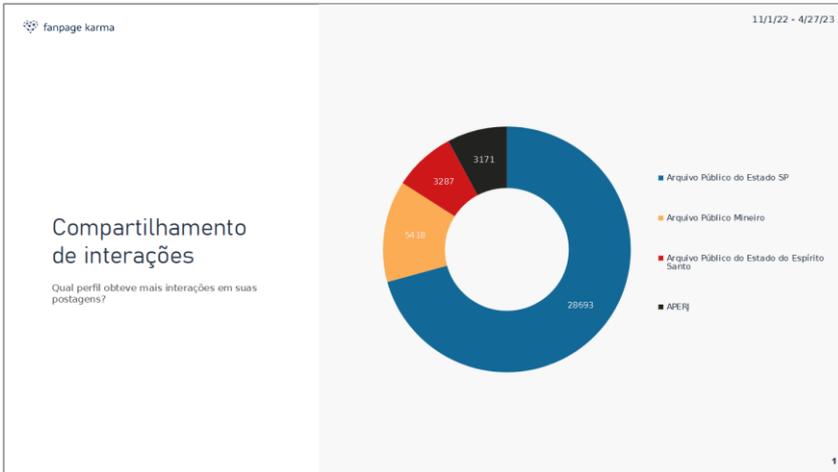
Interações	Nov 1, 2022 - Apr 27, 2023	April 28, 2023
------------	----------------------------	----------------

Profile	Network	Total Reactions, Comments, Shares	Profile-ID
Arquivo Público do Estado SP	INSTAGRAM	28693	1532575005
Arquivo Público Mineiro	INSTAGRAM	5418	13951868765
Arquivo Público do Estado do RJ	INSTAGRAM	3287	2013019741
APERJ	INSTAGRAM	3171	39538314940

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A Tabela 6 mostra o número total de interações de cada APE, que no caso pode envolver curtidas, comentários e compartilhamentos. Em números absolutos, destaca-se o APESP, tendo o APERJ tido menos interações.

Gráfico 6 - Número de interações



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

O Gráfico 6 apresenta os mesmos dados da representação anterior, porém em forma gráfica (gráfico redondo ou de rosca), de maneira a tornar os números visualmente mais explicativos.

Quadro 1 - Posts de destaque

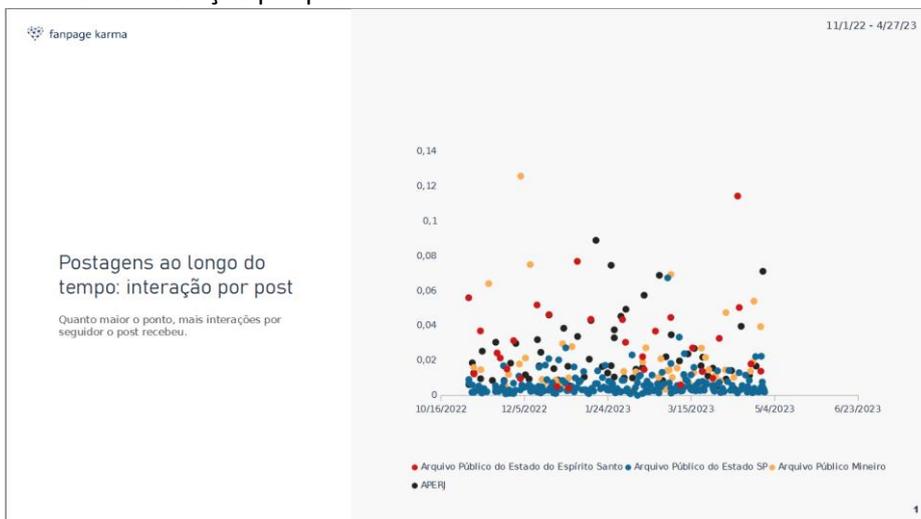
25 posts de destaque							Nov 1, 2022 - Apr 27, 2023	April 28, 2023
Date	Message	Profile	Number of Likes	Number of Comments	Number of Actions	Comments	Post Interaction	
28 Feb 2023	O link está na bio.	Arquivo Público do Estado SP	1374	112	1486		6,75%	
07 Mar 2023	Porém, o superintendente de Ordem Política e Social não aca	Arquivo Público do Estado SP	726	14	740		3,34%	
02 Dec 2022	No primeiro parágrafo do documento o Rei diz:	Arquivo Público Mineiro	615	12	627		12,6%	
29 Dec 2022	"Eu El Rei Faço saber aos que este meu Alvará virem que tenc	Arquivo Público do Estado SP	585	7	592		2,73%	
10 Mar 2023	Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, conhecido como o Rei	Arquivo Público do Estado SP	476	56	532		2,4%	
07 Feb 2023	O Arquivo Público do Estado guarda história. A nossa história	Arquivo Público do Estado SP	476	56	532		2,4%	
07 Feb 2023	Para esta data, recuperamos a fotografia de Wolfgang Jesco \	Arquivo Público do Estado SP	502	7	509		2,32%	
25 Apr 2023	São retratos significativos de um processo de transformação i	Arquivo Público do Estado SP	469	36	505		2,25%	
22 Apr 2023	Para acessar as Tabelas de Temporalidade, acessem o link na	Arquivo Público do Estado SP	486	14	500		2,23%	
19 Dec 2022	Inês Etienne Romeu nasceu em em 22 de agosto de 1942, na	Arquivo Público do Estado SP	436	20	456		2,11%	
25 Dec 2022	A estudiosa observou aspectos de conteúdo material, formal,	Arquivo Público do Estado SP	434	7	441		2,04%	
11 Apr 2023	Irata-se de importante e fundamental temática, uma vez que	Arquivo Público do Estado do Espírito	416	13	429		11,45%	
02 Mar 2023	Para este dossiê, contamos com a participação de pesquisad	Arquivo Público do Estado SP	395	10	405		1,83%	
22 Jan 2023	A profª Heloisa foi parceira do Arquivo Público do Estado de	Arquivo Público do Estado SP	374	2	376		1,73%	
08 Dec 2022	Se você se interessa pela Memória da Hanseníase em São Pau	Arquivo Público do Estado SP	374	2	376		1,73%	
17 Dec 2022	Planejada para ocupar apenas a área envolta pela Avenida do	Arquivo Público Mineiro	372	4	376		7,52%	
17 Dec 2022	Não basta apenas tirar os documentos da lata e colocar nas n	Arquivo Público do Estado SP	356	20	376		1,74%	
22 Nov 2022	conte e compartilhar:	Arquivo Público do Estado SP	361	5	366		1,7%	
02 Mar 2023	Se você está procurando por livros na cidade de Arquivo P	Arquivo Público Mineiro	352	6	358		6,94%	
16 Mar 2023	Autora de diversos livros e artigos que se tornaram leituras o	Arquivo Público do Estado SP	341	17	358		1,61%	
08 Jan 2023	?????Ministrante: Vivian Fonseca, Pesquisadora da FGV-CPL	Arquivo Público do Estado SP	352	3	355		1,64%	
13 Dec 2022	Arquivo Público do Estado do Ceará	Arquivo Público do Estado SP	342	9	351		1,62%	
06 Apr 2023	Arquivo Público do Distrito Federal arpdf	Arquivo Público do Estado SP	311	9	320		1,43%	
13 Nov 2022	O Arquivo Público do Estado de São Paulo acaba de disponibi	Arquivo Público do Estado SP	311	9	320		1,43%	
30 Mar 2023	viva imilton bituca nascimento!	Arquivo Público Mineiro	315	2	317		6,42%	
17 Jan 2023	Tanto a OIR quanto o CIME estabeleceram uma política migre	Arquivo Público do Estado SP	305	10	315		1,41%	
21 Mar 2023	Saiba mais sobre os planos de conservação, técnica e sobre a u	Arquivo Público do Estado SP	304	3	307		1,41%	
21 Mar 2023	Saiba mais sobre os planos de conservação, técnica e sobre a u	Arquivo Público do Estado SP	299	8	307		1,38%	

Fonte: Fanpage Karma, 2023.

O Quadro 1 elenca os 25 posts que tiveram mais destaque, informando a data, a legenda do conteúdo, o APE de origem, o número de curtidas, o número de comentários, o número de

interações e o percentual de interações. Essas métricas são interessantes de serem analisadas não apenas comparando instituições arquivísticas diferentes, mas também analisando-se um mesmo arquivo isoladamente. Caso um determinado APE queira investir em publicações de maior destaque, ele pode focar, em determinado período, por exemplo, em publicações com temáticas que tenham despertado maior interesse dos usuários. Se extrapolarmos ainda mais, pode-se pensar na conjugação de dois fatores: temática e horário de postagem (Gráfico 4). Se a instituição combinar postagens de temas relevantes com horários adequados, provavelmente ela terá uma maior taxa de interação dos seus usuários.

Gráfico 7 - Interação por post



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

No Gráfico 7, quanto mais acima o ponto, mais interação teve aquele APE. Mais uma vez, percebe-se que o APEES teve destaque, apesar de não ter tido maiores números absolutos em algumas métricas.

Figura 2 - HASHTAGS



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A última figura apresentada mostra as 50 *hashtags* mais utilizadas pelos APEs em suas publicações. Quanto maior o tamanho da *hashtag*, mais ela foi utilizada, e quanto mais a cor se aproximou do verde, mais interação houve com a mesma.

Essas foram as métricas extraídas do *Fanpage Karma*, o que permitiu um contato inicial com os recursos da ferramenta. Essas são, entretanto, apenas algumas das métricas possíveis de serem extraídas, uma vez que o propósito mostra algumas potencialidades em relação à extração de métricas.

CONCLUSÃO

Como anteriormente informado, diferentes foram as métricas extraídas a partir do *Fanpage Karma*, tendo sido possível verificar diferentes recursos da ferramenta. Algumas observações podem ser feitas sobre esse relato de experiência.

Em primeiro lugar, percebeu-se que as possibilidades de extração de dados a partir do *Fanpage Karma* é vasta. Diferentes métricas podem ser coletadas, em variadas formas de apresentação (numéricas e gráficas), o que é de grande valia para que pessoas e instituições usem tais informações em favor do direcionamento de suas publicações e de engajamento em suas mídias sociais. Como o foco desse estudo foram os arquivos, avalia-se que tal ferramenta pode ter potencial importância para tais instituições como ferramenta de difusão arquivística.

Em segundo lugar, ressalta-se que o estudo teve caráter experiencial, com o intuito de conhecer as potencialidades da ferramenta. Mais do que estabelecer *scores*, pontuações ou comparar os arquivos estudados, o grupo de autores que efetivou essa pesquisa percebeu a potencialidade dessa ferramenta de *analytics* e o quanto ela tem a contribuir com as unidades de informação, como nesse exemplo, os arquivos, que tem feito cada vez mais uso das mídias sociais como forma de divulgação arquivística, sendo importante saber utilizar e otimizar o uso de tais recursos.

Em terceiro lugar, a limitação do estudo está no fato de que analisou-se uma única mídia social de apenas quatro APEs, o que delimita a realidade pesquisada apenas a esse universo, sendo que um desdobramento dessa pesquisa para novas mídias sociais e outros arquivos permitirá verificar com maior amplitude as características das mídias sociais que vêm sendo utilizadas por essas Instituições.

Por último, cabe mencionar que, apesar dos resultados obtidos, não se pode afirmar que os APEs estudados têm políticas e estratégias específicas de manutenção e alimentação das mídias sociais, uma vez que, para tanto, seriam necessários estudos detalhados a campo.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, J. P. S. **Memória local em redes sociais online**: uma análise a partir da Social Media Analytics. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/33497/1/DISSERTA%3%87%3%83O%20Jo%3%a3o%20Pedro%20Silva%20de%20Albuquerque.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2022.
- ARAÚJO, R. F. Estudos métricos da informação na web e o papel dos profissionais da informação. **Bibliotecas Universitárias: pesquisas, experiências e perspectivas**, v. 2, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/17094>. Acesso em: 08 jul. 2022.
- Araújo, R. F. Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no Facebook. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 28, n.1, p. 7-22, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/22063>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- FANPAGE KARMA. Disponível em: <https://www.fanpagekarma.com/>. Acesso em: 06 jun. 2023.
- LAINÉ, M. O.; FRÜHWIRTH, C. Monitoring social media: tools, characteristics and implications. *In: International Conference of Software Business*. Springer Berlin Heidelberg, 2010. p. 193-198.
- SANTOS, A. J. R. W. A. *et al.* Modificações na estética narrativa e visual como adaptações necessárias ao ambiente virtual. *In: MARTINS, Ernane Rosa (org.). Tecnologia da Informação e Comunicação: pesquisas em inovações tecnológicas*. Guararujá: Científica Digital. 2021.

NOTAS DE AUTORIA

Ronaldo Ferreira de Araujo

Doutor em Ciência da Informação (2015) e Mestre em Ciência da Informação (2009) pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Possui graduação em Ciência da Informação (2006) pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Foi professor visitante no Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação da Universidade do Porto (2012). É Professor Adjunto do Curso de Biblioteconomia do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA), Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Professor e Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI/UFAL) e Professor do Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGGOC/UFMG). Líder do Laboratório de Estudos Métricos da Informação na Web (Lab-iMetrics) e do Grupo de Pesquisa em Política e Tecnologia da Informação e Comunicação (GPOLITICS). Pesquisador do Instituto

Nacional de Ciência & Tecnologia em Democracia Digital (INCT-DD). Editor do periódico científico *Ciência da Informação em Revista*. Consultor Ad Hoc da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL). Áreas de interesse: Estudos métricos da informação na web; Cibernetria; Almetria; Mediação da informação em ambientes digitais; Internet e Política; Regime de informação em contextos digitais.

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/3328212638040851>

André Luiz Ogando Pereira

Doutorando em Gestão e Organização do Conhecimento pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG/2021). Mestrado em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento pela Universidade FUMEC (FUMEC/2019). Especialização em Gestão de Documentos e Informações - Teoria e Prática Arquivística pela AVM Faculdade Integrada (AVM/2014). Graduação em Arquivologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG/2012). Atualmente é Arquivista do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG).

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/2000277594240240>

Mara Magda Soares

Bolsista do Programa de Demanda Social (DM) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) do Ministério da Educação (ME). Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento (PPGGOC) da Escola de Ciência da Informação (ECI) na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestra em Ciências Jurídicas e Sociais do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Direito (PPGSD) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Bacharel em Biblioteconomia pela ECI-UFMG. Têm interesse interdisciplinar nos seguintes temas: sociologia; direito; arquitetura e organização do conhecimento (catalogação em bibliotecas e repositórios digitais; instrumentos de representação descritiva; processos e produtos de representação descritiva, modelagem conceitual FRBR, FRAD, FRASD e padrões de metadados para representação descritiva).

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/5493761694078799>

Vinicius Correa Braga

Mestrando em Gestão e Organização do Conhecimento pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento (PPGGOC) da Escola de Ciência da Informação (ECI) na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Especialização em Engenharia de Software (PUC-Minas).

Link Currículo Lattes - <http://lattes.cnpq.br/0037148114767656>