

Mediação implícita da informação no Instagram: estudo de caso em um perfil vinculado a um Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

Italo Teixeira Chaves
italochaves55@hotmail.com

Flavio Sousa de Andrade Júnior
FlavioJ14@gmail.com

Jefferson Veras Nunes
jefferson.veras@ufc.br

Resumo

A possibilidade de mediação da informação tem se intensificado com as mídias sociais. Nesse contexto, esta investigação objetiva analisar o perfil do @ppgci.ufc no Instagram, observando a presença de aspectos relativos à mediação implícita da informação. Metodologicamente demarca-se como investigação descritiva, de abordagem qualitativa, por meio de um estudo de campo e documental, utilizando a análise de conteúdo. Os resultados indicam como possibilidade de mediação implícita no Instagram o planejamento, os compartilhamentos, os comentários e os *hashtags*. Conclui-se que instituições tem criado perfis em mídias sociais, como o Instagram, visando publicar, divulgar e comunicar informações importantes.

Palavras-chave: mediação da informação; mediação implícita da informação; redes sociais; Instagram.

Implicit mediation of information on Instagram: case study in a profile linked to a Postgraduate Program in Information Science

Abstract

The possibilities for mediating information have been intensified with social media. In this context, this objective investigation analyzes the @ppgci.ufc profile on Instagram, observing pragmatic aspects related to the implicit mediation of information. Methodologically, it is defined as a descriptive investigation, with a qualitative approach, through a field and documentary study, through content analysis. The results indicate planning, sharing, comments and hashtags as possibilities for implicit mediation on Instagram. It is concluded that institutions have created profiles on social media, such as Instagram, and are publishing, disseminating and communicating important information.

Keywords: information mediation; implicit mediation of information; social media; Instagram.

1 INTRODUÇÃO

O uso de mídias sociais com o intuito de divulgação de conteúdo, ações, eventos, notícias, comunicados e afins já é algo comum em diversos dispositivos informacionais. Há uma variedade de perfis que utilizam desses meios digitais para produção e circulação da informação

na *web*. Instituições públicas e privadas perceberam haver pertinência no uso desses espaços para disseminação e comunicação com seu público, oportunizando a existência de cenários emergentes para o desenvolvimento de ações envolvendo mediação da informação.

Mídias sociais como o *Instagram* ganharam destaque como um dos principais veículos para o tipo de divulgação mencionado anteriormente. Instituições do âmbito acadêmico têm se apropriado deste espaço como meio de comunicação mais rápida e direta com seu público, não dependendo exclusivamente dos canais tradicionais como sites institucionais e *e-mail*. Dessa forma, não apenas a informação é disponibilizada de forma mais eficiente e célere para o usuário, pois se utiliza de recursos imagéticos, textuais, figurinhas, *emojis*, enquetes, marcações, elementos comuns a este tipo de ambiente, como também ocorre em um ecossistema onde esses usuários estão constantemente conectados.

Este processo de comunicação que ocorre nas mídias sociais possibilita discussões no âmbito da Ciência da Informação (CI) por diversos enfoques teóricos-metodológicos. Assim sendo, esse estudo volta seu escopo para a mediação da informação, com foco nos processos de mediação implícita da informação, isto é, o processo mediacional sem a interferência direta dos usuários.

Mediação é um conceito presente em diversas áreas do conhecimento, de modo que existem definições variadas para o termo. Um exemplo disto está na área do direito, na qual a mediação é entendida como um processo de resolução de controvérsias entre duas ou mais partes, com o intuito de chegar ao fim de um conflito. Outras áreas envolvendo a mediação, bem como sua institucionalização na Ciência da Informação foram observados por Santos Neto (2014, 2019).

No campo da Ciência da Informação, Almeida Júnior (2015) postula que se trata de uma ação de interferência, direta (explícita) ou indireta (implícita), realizada por um profissional da informação e que tem como objetivo final a apropriação da informação por parte do usuário.

Almeida Júnior (2015) entende a mediação implícita da informação como um processo que ocorre em dispositivos informacionais, onde ações são desenvolvidas sem a presença física e direta dos usuários, mas sempre direcionados para suas necessidades informacionais. Santos Neto (2019) enfatiza que esta mediação pode ser também denominada como mediação técnica e mediação indireta.

Nesse sentido, surgiram inquietações sobre o uso de mídias sociais, como o *Instagram*, e suas potencialidades enquanto uma ferramenta que contribua e auxilie no âmbito da mediação implícita da informação. A partir disso, **questiona-se para esta pesquisa:** de que maneira o *Instagram* pode ser utilizado enquanto ferramenta de mediação implícita da informação no âmbito da pós-graduação em Ciência da Informação no Ceará? A fim de responder à questão apresentada e nortear os esforços da pesquisa, foi delineado como **objetivo geral** analisar o perfil @ppgci.ufc no *Instagram*, observando a presença de aspectos relativos à mediação implícita da informação.

No tocante aos procedimentos metodológicos, o artigo é de abordagem qualitativa, de tipo descritivo. Uma revisão bibliográfica e documental foi realizada com o intuito de trazer maior embasamento para a discussão teórica, em seguida é realizado um estudo de caso direcionado para o perfil “ppgci.ufc”, no *Instagram*, gerenciado pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará. Após a análise das publicações do perfil em questão foram identificados elementos que se configuram no escopo da mediação implícita da informação, conforme abordado no referencial teórico.

2 METODOLOGIA

Quanto ao objetivo proposto, esta pesquisa se configura como **descritiva** na medida em que pretende analisar e descrever os aspectos envolvendo a mediação implícita da informação do ppgci.ufc a partir do perfil criado no *instagram*. Triviños (1987) explica que estudos descritivos de casos ou contextos específicos buscam aprofundar estudos de realidade

específica, sendo, neste caso, o perfil supracitado, o qual serve como fonte de mediação e de informação sobre as ações desenvolvidas pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará (PPGCI/UFC).

Parte também de uma abordagem **qualitativa**. Sampieri, Collado e Lúcio (2013) enfatizam que esse tipo de abordagem pode ser utilizado para compreender a perspectiva dos sujeitos, além de ser relevante para temas pouco abordados. Assim sendo, nota-se a relevância dessa escolha uma vez que a mediação implícita, todavia, é pouco abordada se comparada a mediação explícita. Ademais, o *Instagram* vem se mostrando como uma ferramenta contemporânea utilizada para além de fins de entretenimento, sendo também uma local potencial para mediar a informação, incluso no ambiente acadêmico, objeto de estudo desta investigação.

Para construir o referencial teórico empregou-se uma **pesquisa bibliográfica** com o intuito de explorar o conceito de mediação implícita da informação. Foram utilizadas a Base de dados em ciência da informação (BRAPCI) e a Biblioteca digital brasileira de teses e dissertações. Com base nos resultados destacam-se os estudos de João Arlindo dos Santos Neto, aparecendo com maior frequência nos artigos sobre mediação implícita da informação. Realizou-se a leitura e fichamento dos artigos recuperados, para então dar início à construção do referencial teórico da pesquisa com base no objeto de estudo.

Na busca por analisar a publicações do perfil “ppgci.ufc” no *Instagram*¹, entende-se que a pesquisa se constitui como um **estudo de caso**, levando em conta a descrição feita por Prodanov e Freitas (2013), consistindo na coleta e análise de informações sobre um determinado indivíduo, grupo ou comunidade, realizando um estudo de forma aprofundada do objeto em questão.

Configura-se também como uma pesquisa **documental**, sendo as postagens e demais conteúdos presentes no *feed* os documentos analisados. Salienta-se que "a pesquisa documental é um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos" (Sá-Silva; Almeida; Guindani, 2009, p. 4).

Por fim, a análise foi realizada observando quais aspectos das publicações podem ser percebidas dentro dos limites teóricos e práticos da mediação implícita da informação. Por exemplo, imagens, texto de apoio, *emojis*, o tipo de conteúdo, aspectos estéticos como fontes, cores, disposição dos elementos na publicação e uso de *hashtags*. A partir dessa análise foi possível inferir que o trabalho de mediação implícita da informação se faz presente em diversos aspectos dentro de um único perfil no *Instagram*.

3 O ESPAÇO DA MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS

A mediação da informação, no contexto das bibliotecas, pode ser entendida como uma ação de interferência do profissional da informação, com o intuito de possibilitar que o usuário se aproprie da informação que necessita (Almeida Júnior, 2015). Essa perspectiva considera a atuação do bibliotecário em unidades de informação, no entanto, a mediação ocorre em diversos espaços onde existam indivíduos que se comunicam mediante fala, gestos, sons, ou qualquer elemento que possua um significado naquele espaço. Diante disso, compreende-se que na contemporaneidade, com o auxílio das tecnologias de informação e comunicação, a mediação da informação ocorre em espaços virtuais como *sites*, *blogs*, *chats*, *fóruns* e redes sociais.

Redes sociais como *X* (antigo *Twitter*), *Instagram*, *Facebook* e *Tik tok* tem se constituído como ambientes não somente de interação e compartilhamento entre indivíduos, mas também de criação, divulgação e disseminação dos mais variados tipos de informação. Esta investigação não pretende realizar um juízo de valor sobre a qualidade do que é veiculado, mas reconhecer que isso ocorre em diversos perfis, sejam de instituições públicas, privadas, por iniciativas

¹Disponível em: <https://www.instagram.com/ppgci.ufc/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

individuais ou coletivas. Assim, por meio da publicação recorrente de vídeos, imagens e textos, é feita uma mediação da informação voltada para o público-alvo daquele perfil.

É nesse contexto de uma maior presença digital que espaços culturais, como bibliotecas e museus se apropriaram das redes sociais para realizar mediação da informação e promover seus serviços por meio de um canal que tem o potencial de atingir uma comunidade muito maior, sem barreiras geográficas, por exemplo. Desse modo, essas unidades de informação não só se aproximam de seus usuários reais, mas também podem atingir seus usuários potenciais (Santos Neto; Barros, 2022).

Diversos estudos têm se dedicado a abordar a temática da mediação em redes sociais, Almeida e Batista (2023), por exemplo, realizaram um estudo de caso do Museu de Arte da Universidade Federal do Ceará (MAUC/UFC) e o uso do *Instagram* para mediação da informação durante a pandemia de COVID-19. Silva e Sousa (2023) abordam a mediação cultural, memória e representatividade por meio do *Instagram* da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal da Bahia (BIB/FAUFBA). Meyer, Santos, Machado e Albuquerque (2022) analisaram a mediação por meio da folksonomia e da indexação de conteúdo imagético no *Instagram* do Museu de Arte de São Paulo, indo para além do âmbito cultural. Barbosa e Moraes (2018) discutem o papel das redes sociais como ferramentas mediadoras da informação em ambientes organizacionais.

Portanto, nota-se que o uso de redes sociais como um meio para a mediação tem sido pesquisada dentro do campo da Biblioteconomia e da Ciência da Informação. Tanto profissionais da informação como instituições públicas e privadas estão se apropriando dos ambientes digitais, como redes sociais, para conseguir ter um maior alcance de suas ações. Assim, quando se fala do âmbito informacional, significa ressaltar o interesse e a responsabilidade sociais destes profissionais em disseminar um conteúdo fidedigno à sua comunidade de usuários.

Ao direcionar para a mediação da informação nas redes sociais é preciso compreender a complexidade nas possibilidades de como essa prática pode ocorrer, ou seja, seu caráter explícito (direto) ou implícito (indireto). Para este estudo, o olhar está direcionado a mediação implícita e sua possibilidade de aplicação no Instagram, temática discutida na seção seguinte.

4 MEDIAÇÃO IMPLÍCITA DA INFORMAÇÃO

Para discutir mediação implícita da informação enquanto um pressuposto epistemológico da CI, parte de antemão do conceito atualizado de Almeida Júnior (2015) o qual evidencia a possibilidade de uma ação mediadora direta (explícita) como também indireta (implícita), com vistas a sanar necessidades informacionais, e, além disso, gerar novos conflitos e necessidades. Ademais, destaca três características presentes na mediação da informação: caráter dinâmico e relacional; construção de conhecimento a partir da interação; e interferências promovidas (Silva, 2015).

Ao se considerar tanto a mediação explícita quanto implícita, Santos Neto (2014) enfatiza que esta última é uma temática pouco pesquisada se comparada aos estudos da mediação implícita. É notório que há consciência quanto à mediação explícita, isto é, aquela realizada diretamente com os usuários, mas no que tange ao que efeito na ausência, ainda é algo inconsciente a alguns profissionais da informação (Santos Neto, 2014).

Ainda que tenha se passado uma década desde a pesquisa mencionada anteriormente, nota-se que ainda há poucas discussões em torno dos aspectos implícitos da mediação da informação. Nesse contexto emerge a necessidade de se refletir sobre tais ações de interferências, realizadas cada vez mais de forma indireta, devido ao fortalecimento das tecnologias de informação e comunicação e da Inteligência Artificial nos dispositivos informacionais. Em estudos mais atuais sobre essa temática, Santos Neto (2022, p. 80) enfatiza que:

As ações na mediação implícita da informação, mesmo calcadas em metodologias, procedimentos biblioteconômicos e instrumentos

orientadores (manuais de trabalho, tabelas de classificação, códigos de catalogação, padrões de metadados, política de indexação etc.) devem interagir e atender necessidades individuais ou coletivas apresentadas em um determinado contexto. Nesse momento, o caráter implícito da MI alcança uma dimensão social cognitiva que ultrapassa a dimensão técnica.

É preciso considerar que no âmbito da mediação da informação as ações de interferência seguem vieses que não são neutros ou imparciais (Santos Neto, 2022). Isso posto, é importante a consciência dos profissionais envolvidos em tais ações para consolidar a informação como um fenômeno social capaz de fomentar inclusão informacional e cultural, além de oportunidades de protagonismo social (Gomes; Reis; Jesus, 2022). Ainda nesse contexto, enfatiza-se que

A informação social, desta forma evidenciada, envolve os sujeitos de maneira complexa, onde são levados em consideração diversos aspectos como econômicos, culturais, sociais, históricos e geográficos. Assim, a informação se constrói em um movimento da vida, da esperança e da democracia, em prol da cidadania, da autonomia e da garantia de direitos básicos e de justiça social. A informação social, portanto, tem o potencial de inovar e transformar a realidade (Chaves; Cavalcante, 2022, p. 5).

Mesmo sem a presença de usuários na catalogação, indexação e classificação, isso não implica dizer que essas atividades não são orientadas, nas bibliotecas e demais centros de informação, com base no perfil, características e necessidades informacionais dos reais e potenciais usuários. Portanto, atividades que ocorrem dentro do espectro da mediação implícita da informação apresentam um grau de complexidade, a medida em que levam em consideração indicadores sociais, contexto no qual os usuários estão inseridos, suas necessidades, entre outros fatores que terão impacto no tipo de informação que estão buscando, bem como na recuperação desta informação (Botelho; Gomes, 2022).

Santos Neto e Barros (2022) destacam que com o avanço tecnológico, a mediação da informação também passa a ocorrer em plataformas digitais, como em *websites*, *blogs*, mídias sociais. Considerando a delimitação desse estudo ao *Instagram*, a subseção a seguir discorre sobre aspectos envolvendo a mediação da informação nessa rede social. Busca-se compreender tanto o que as pesquisas estão evidenciando, quanto os potenciais recursos favoráveis ao desenvolvimento da mediação implícita da informação.

4.1. MEDIÇÃO IMPLÍCITA DA INFORMAÇÃO NO INSTAGRAM

O *Instagram* é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos, foi lançada em 2010 e, conforme recebia atualizações, essa rede social passou a permitir publicação de grupos de fotos, vídeos curtos (*reels*), transmissões ao vivo, envio de mensagens, aplicação de filtros, entre diversas outras funcionalidades. De acordo com dados fornecidos pela *Datareportal*², mais de 110 milhões de pessoas no Brasil utilizam o *Instagram*, sendo esta uma das redes sociais mais utilizadas no país, fator que seria uma das justificativas para sua grande adesão como um dos meios de comunicação utilizados por instituições de ensino superior.

De acordo com Oliveira (2014) grandes marcas que antes tinham uma preocupação em manter seu contato com clientes de maneira analógica, logo criaram a mesma estratégia para ambientes digitais, independente da plataforma em que estivessem. Portanto, é comum encontrarmos perfis de diversas empresas nas redes sociais como o *Instagram* e utilizando esse espaço para divulgar a marca, produtos e ter um contato mais próximo com os sujeitos. A mesma lógica é usada por Instituições públicas de ensino, que embora tenham um objetivo diferente de empresas privadas, ainda buscam estar em destaque e em contato próximo com seu público.

² Dados disponíveis em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 21 mar. 2025.

De modo geral, os usuários de uma rede social só tomam contato com as publicações prontas, mas é comum haver um planejamento detalhado sobre o conteúdo escrito, imagens, adequação da linguagem utilizada, para o usuário conseguir compreender a informação que está sendo compartilhada. Esse trabalho de “bastidores” é onde ocorre a mediação implícita da informação.

Em uma perspectiva semelhante, Santos Neto (2014), ao abordarem o papel do bibliotecário na mediação da informação, apontam que é errôneo pensar que apenas as atividades finais deste profissional constituem uma ação de mediação. Na verdade, ela está presente nas atividades desempenhadas por diversos setores de uma biblioteca, o processamento técnico, formação e desenvolvimento de coleções, conservação e restauração e biblioteca digital (Santo Neto; Almeida Júnior, 2017). Em uma análise semelhante, Gomes, Reis e Jesus (2022) entendem que as principais atividades de mediação implícita no espaço da biblioteca são as de organização e representação da informação, preparação física do acervo e do ambiente e atividades de gestão.

Portanto, da mesma forma que em uma biblioteca são efetuadas diversas atividades que não requerem a presença, nem são vistas pelos usuários, mas são extremamente necessárias para o bom desempenho de suas atividades, perfis institucionais no *Instagram* também realizam ações de planejamento, preparação e construção de seu conteúdo para poder ser publicado e disponibilizado para o público.

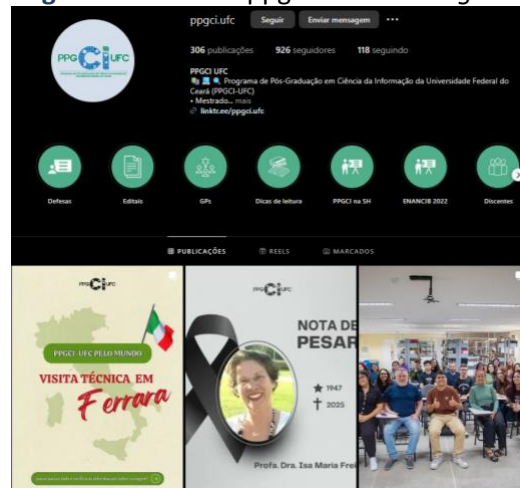
Essas etapas se configuram enquanto mediação implícita da informação, pois não contam com a participação ou interação direta dos usuários, mas são realizadas tendo em vista a circulação de um conteúdo que seja compreensível, atrativo e crie engajamento com o público. É a partir dessa perspectiva que consideramos pertinente realização de uma análise do “@ppgci.ufc” para averiguarmos aspectos práticos relacionados à mediação implícita da informação.

5 ENTRE CURTIDAS E COMPARTILHAMENTOS: ANÁLISE DO PERFIL @PPGCI.UFC NO INSTAGRAM

O perfil “ppgci.ufc” é um dos canais de comunicação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará, criado no *Instagram* há aproximadamente 2 anos. Até o período dessa análise (março de 2025) havia 306 publicações no *feed* e 926 seguidores no perfil. A Figura 1 representa a página inicial do referido perfil.

Enquanto postagens, é possível identificar determinado padrão na criação e desenvolvimento do conteúdo, tais como: apresentação do programa, apresentação dos docentes e suas respectivas linhas de pesquisa, apresentação de grupos de pesquisa, adicionando marcações nos grupos que também possuem perfis no *Instagram*, apresentação dos discentes, divulgação de artigos publicados em periódicos e em eventos, divulgação das dissertações defendidas, destacando disponibilidade dos estudos no repositório institucional, entre outros tipos de postagens. Além disso, ocorrem publicações por meio de *stories*, com duração de 24 horas e há destaques no perfil com informações sobre editais, grupos de pesquisa, dicas de leitura, eventos, docentes, entre outros, além de um *link* que direciona o visitante para outras páginas, como o *site* oficial do programa.

Compreendendo melhor o tipo de publicação existente no perfil é possível começar a delinear as possibilidades de mediação implícita da informação potencialmente desenvolvida pelos administradores desta página. Destaca-se o uso da palavra potencialidade por entender que a mediação está no âmbito do possível e não da certeza de sua efetivação. Considera-se, para tanto, os apontamentos de Feitosa (2016) ao mencionar complexidades e incertezas intrínsecas à mediação da informação.

Figura 1 - Perfil do ppgci.ufc no *instagram*

Fonte: *Instagram* (2025)

Um primeiro aspecto analisado pelo prisma da mediação implícita da informação ocorre na perspectiva do **planejamento e elaboração** de uma postagem. Isto é, é necessário pensar no conteúdo, na linguagem utilizada, em um layout para sintetizar a informação e, nesse entremeio, prima-se pela circulação do que está sendo elaborado e sua respectiva apropriação pelo usuário do perfil, assim como por um público potencial. Está presente nesse complexo processo as dimensões estética e ética da mediação da informação (Gomes, 2020), a primeira na medida que se pensa no outro para elaborar o conteúdo, e o segundo, ao primar por uma informação fidedigna, sobretudo no âmbito da informação científica e com compromisso pela verdade, sendo assim uma informação com possibilidades no âmbito social ao contrastar com fenômenos como desinformação e *fake news*, também presente nessas mídias.

Nesta perspectiva, Rosales-Ayala, Guallar e Váñez (2024) oferecem subsídios sobre como realizar curadoria de conteúdo no âmbito do *Instagram*. Os referidos autores chamam atenção para serem observados aspectos como o tipo de conteúdo (um conteúdo ou múltiplos conteúdos), sua temporalidade (informação passada, recente, atual ou em tempo real), procedência (própria ou externa), técnicas de *sense making* (extração, retitulação, resumo, compartilhar, comentar e *Storyboarding*). Todas essas características se relacionam com o planejamento e desenvolvimento de publicações, e se ligam com a mediação implícita a medida que em que o processo comunicativo considera o seu usuário final e, para isso, utiliza os recursos interativos disponíveis no *Instagram*.

Ao analisar as postagens no *feed*, é possível perceber alguns padrões tanto nas imagens quanto no texto que as acompanha. A grande maioria das publicações são de divulgação de eventos, palestras, aulas, resultados de processos seletivos, defesas de dissertação, sempre apresentando elementos similares como a logomarca do PPGCI, e quando necessário, da Universidade Federal do Ceará, do curso de biblioteconomia ou de outras instituições. As cores, fontes, disposição dos elementos também apresentam um padrão, o que torna essas publicações facilmente reconhecíveis pelos usuários quando estão passando pelo *feed* do *Instagram* (Figura 2).

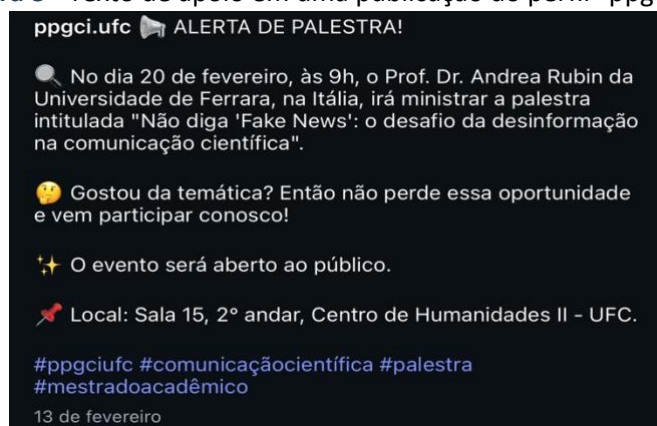
Figura 2 - Feed do perfil “ppgci.ufc”



Fonte: Instagram (2025)

Em relação aos textos que acompanham as publicações, nota-se que são escritos como uma forma de complementar a informação que está na imagem da publicação, dando mais detalhes sobre o assunto. Em geral, esses textos são marcados por uma linguagem coloquial, informativa, descritiva e pelo uso de *emojis* para marcar parágrafos e deixar o conteúdo mais condizente com o meio das redes sociais, uma prática que vai ao encontro das dimensões estéticas de Gomes (2020). Quando necessário, são destacados outros perfis, sejam de instituições ou de pessoas ligadas ao programa, facilitando a busca dos usuários por outras informações relacionadas ao conteúdo publicado (figura 3).

Figura 3 - Texto de apoio em uma publicação do perfil “ppgci.ufc”



Fonte: Instagram (2025)

O conteúdo uma vez publicado no *feed* passa a ser possibilidade para mediação implícita da informação a partir do **compartilhamento** da postagem no perfil dos usuários e seguidores. Sobre isso, Almeida Júnior (2015, p. 3, grifo nosso) pontua que "nosso conhecimento se constrói mediado e, da mesma forma, **somos mediadores** na construção do conhecimento dos outros". Assim sendo, uma vez que o conteúdo está disponível, automaticamente as formas de compartilhamento são múltiplas e torna-se um desafio, seja de forma quantitativa ou qualitativa, dimensionar de que maneira a informação compartilhada afetará o sujeito que receberá o conteúdo compartilhado. Nesse mote, é basilar que a mediação implícita seja realizada conscientemente, pautando sempre os sujeitos, pois nota-se que "a efetividade da ação mediadora está associada à mediação consciente" (Gomes, 2020, p. 2).

Outra possibilidade para a ocorrência da mediação da informação no *Instagram* se desenrola a partir de **comentários** nas postagens e a possibilidade de interação entre o perfil e os seguidores ou mesmo entre os próprios seguidores que podem interagir entre si. Santos Neto e Barros (2022, p. 13) salientam que "de todas as formas de interação, os comentários surgem como um dos mais importantes no processo interativo das redes sociais", embora seja pontuado como algo importante, percebeu-se que não é um hábito do perfil responder os comentários dos usuários, sendo, portanto, uma prática a ser aperfeiçoada no tocante a potencializar a mediação da informação.

Gomes (2020) assevera que é no compartilhamento do conhecimento que se constrói a informação, nas interações sociais e na articulação das linguagens, logo, essa interação por meio dos comentários no *Instagram* evoca novos aspectos sociais da mediação da informação, intermediados pelas tecnologias e capazes de atuar numa construção do conhecimento em rede. Percebe-se nessas ações a presença da dimensão dialógica e sua articulação com o protagonismo social, a medida que pode proporcionar reflexões nos sujeitos por meio da interação, gerando uma consciência e desenvolvendo nos sujeitos o papel de protagonismo social, o que também evidencia a dimensão política inerente ao perfil, sobretudo aquele que circula informação científica, por considerar seu caráter transformador.

Outra possibilidade para mediar a informação é a utilização de **hashtags**. No *Instagram* as *hashtags* funcionam como etiquetas, que, ao serem clicadas, o usuário é direcionado para uma página contendo outros conteúdos na mesma temática. A respeito disso, Fideles e Gomes (2022) frisam que a utilização desses recursos perpassa por uma tríade que envolve o aspecto técnico, semiótico e social. Ademais,

No âmbito da representação temática da informação, a escolha dos termos ou assuntos mais representativos de um registro do conhecimento, por exemplo, diz muito sobre o(a) profissional e a instituição. A representação da informação e do conhecimento quando levam em consideração aspectos éticos, que promovem a inclusão e o respeito a diversidade, por exemplo, devem-se pela intencionalidade do mediador e do caráter implícito da MI (Santos Neto, 2022, p. 80).

Fica evidente o contexto social a respeito da utilização de *hashtags* com base nos estudos citados, entretanto, esse aspecto se mostrou como uma fragilidade no perfil analisado, uma vez que a maioria das postagens não utiliza tal recurso. Foi percebido a maior incidência, quando utilizada, as seguintes *hashtags*: #posgraduacao, #mestrado, #ppgci, #ppgciufc. Com exceção das últimas, as demais seguem uma linha generalista. De toda maneira, é válido considerar que "a mediação implícita também contribui de forma indireta na busca, no compartilhamento e na representação da informação" (Fideles; Gomes, 2022, p. 10), logo utilizá-la potencializa o alcance da informação produzida.

Por fim, há como meio para medição implícita da informação os **stories**. Nesse tipo de publicação há, em linhas gerais, uma limitação temporal, visto que cada *stories* postado fica disponível por 24 horas e, após isso, é arquivado e seu acesso fica limitado apenas ao

administrador do perfil. Todavia, mesmo com essa limitação, é uma ferramenta importante para a disseminação da informação e, em alguns casos, o perfil utiliza a ferramenta destaque, fazendo com que essas informações fiquem salvas para acessos futuros. Alguns dos conteúdos salvos envolvem defesas dos discentes, grupos de pesquisa, editais e participação em eventos, como pode ser observado na Figura 4.

Figura 4 - destaques do perfil “ppgci.ufc”



Fonte: Instagram (2025)

Essa ferramenta, além de auxiliar na mediação implícita da informação, contribui para a memória institucional do programa, uma vez que conserva eventos passados, como as defesas dos mestrandos. Além disso, há outras potencialidades para os *stories* e destaque, como ação de informação, estratégias de humanização, para aproximação com o público e intencionalidade (Valerim; Sousa, 2021).

Embora a consciência do mediador seja um fator relevante, é preciso também considerar alguns desafios presentes nas redes sociais, incluindo *Instagram* e outras, seja para mediar a informação de forma implícita ou explícita. Rosa e Loureiro (2022, p. 14) chamam atenção para a gestão algorítmica que ocorre nas redes sociais, e as constantes vigilâncias do que está sendo consumido e produzido por usuários e perfis. Conforme os autores, “as plataformas que praticam essa vigilância enaltecem os benefícios gerados para os usuários, como a gratuidade ou o aprimoramento dos serviços e produtos oferecidos, na tentativa de minimizar o outro lado que é a coleta de dados quase que ininterrupta”. Nesse contexto, efetivar que a informação ao menos chegue ao usuário torna-se um desafio constante, visto que não é possível ter controle dos algoritmos e, mesmo seguindo determinados perfis, não há garantia de entrega do conteúdo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A popularização de mídias sociais como o *Facebook*, *X* e *Instagram* é um dos principais motivos pelo qual instituições de ensino, como a UFC, e seus diversos setores, têm criado perfis com o principal intuito de publicar, divulgar e comunicar informações importantes. Posto isso, este artigo buscou abordar as implicações práticas do conceito de mediação implícita da informação que ocorre nas publicações do perfil do *Instagram* “ppgci.ufc”. Como visto na análise do perfil, foram apontados cinco aspectos identificadores da mediação implícita da informação. Os comentários e *hashtags* são pontos que podem ser melhor trabalhados pelo perfil, pois como foi destacado na análise, o “ppgci.ufc”, não tem a prática de responder os comentários feitos em suas publicações, bem como faz um uso genérico de *hashtags* para marcar suas publicações. Ademais, salienta-se a possibilidade de desenvolver um estudo de usuários para consolidar as práticas a serem aperfeiçoadas.

Além das potencialidades, é importante ressaltar desafios presentes nas redes sociais, como a gestão algorítmica e as questões relativas ao uso dos dados pessoais, que fogem do controle dos perfis, mas devem ser consideradas por estes. Isto é, reconhece-se a rede social como um ambiente interativo e de trocas informacionais, mas também que tal ambiente está envolto em um contexto de vigilância das práticas dos sujeitos, muitas vezes sem a consciência destes. Assim, sugere-se buscar, sempre que possível, mais de um meio para mediar e compartilhar as informações.

Por fim, é importante deixar claro que há espaço para futuros aprofundamentos a partir do presente estudo, explorando outros aspectos do perfil, como, por exemplo, o diálogo com a

equipe que realiza a gerência e execução das atividades, possibilitando a identificação de novos pontos de mediação implícita da informação que não tenham sido identificados apenas com a análise do perfil.

FINANCIAMENTO

Agradecemos a Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP), Ceará, Brasil.

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Ceará, Brasil.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação: um conceito atualizado. *In*: BORTOLIN, S.; SANTOS NETO, J. A.; SILVA, R. J. (org.). **Mediação oral da informação e da leitura**. Abecin, 2015. p. 9-32.

ALMEIDA, M. G. C. S.; BATISTA, A. P. UFC art museum in the covid-19 pandemic: the use of instagram as a tool for mediating information. **AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento**, Curitiba, v. 12, n. 1, p. 1-11, 2023. DOI: <https://doi.org/10.5380/atoz.v12i0.87306>.

BARBOSA, E. H. S.; MORAES, C. R. B. As redes sociais como mediadora da informação no âmbito organizacional. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. **Anais [...]**. Londrina: UEL, 2018. Disponível em: http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xixenancib/paper/view/1097. Acesso em: 14 ago. 2025.

BOTELHO, M. F. C.; GOMES, H. F. Representação da informação e mediação implícita da informação: abordagens nos estudos de pesquisadores brasileiros entre 2012 e 2017. **Informação & Informação**, Londrina, v. 27, n. 4, p. 372-399, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2022v27n4p372>.

CHAVES, I. T.; CAVALCANTE, L. E. Informação social, mediação da informação e museus virtuais: uma análise da exposição virtual aedes: que mosquito é esse? **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-20, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1816>. Acesso em: 14 ago. 2025.

FEITOSA, L. T. Complexas mediações: transdisciplinaridade e incertezas nas recepções informacionais. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 98-117, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/3064>. Acesso em: 14 ago. 2025.

FIDELES, L. S. O.; GOMES, H. F. Hashtag #vidasnegrasimportam como dispositivo de mediação implícita da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-12, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1850>. Acesso em: 14 ago. 2025.

GOMES, H. F. Mediação da informação e suas dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política: um fundamento da Ciência da Informação em favor do protagonismo social.

Informação & Sociedade: Estudos, João Pessoa, v. 30, n. 4, p. 1-23, 2020. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2020v30n4.57047>.

GOMES, H. F.; REIS, D. P. S.; JESUS, J. N. Mediação explícita e implícita: atividades, atributos e zonas de interseção para o alcance das dimensões da mediação da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-23, 2022.

Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1841>. Acesso em: 14 ago. 2025.

MEYER, P. S.; SANTOS, F. R.; MACHADO, G.; ALBUQUERQUE, A. N. Mediação da informação em folksonomia: um estudo de caso nas postagens imagéticas do Museu de Arte de São Paulo no Instagram. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-23, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1815>. Acesso em: 14 ago. 2025.

OLIVEIRA, Y. R. O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16., 2014, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: UFPB, 2014. Disponível em:

https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/30633/1/2014_eve_yoliveira.pdf. Acesso em: 14 ago. 2025.

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

<https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2025.

ROSA, A. C.; LOUREIRO, M. D. O uso de hashtags e a gestão algorítmica de dados no Instagram. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 1-17, 2022. DOI:

<https://doi.org/10.18617/liinc.v18i2.6054>.

ROSALÉS-AYALA, L.; GUALLAR, J.; VÁLLEZ, M. Cómo curan contenido los medios en Instagram. Taxonomía y ejemplos. **Infonomy**, v. 2, n. 2, p. 1-16, 2024. DOI:

<https://doi.org/10.3145/infonomy.24.023>.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS NETO, J. A. **Mediação implícita da informação no discurso dos bibliotecários da Biblioteca Central da Universidade Estadual de Londrina (UEL)**. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual Paulista, Marília, 2014. Disponível em:

<https://repositorio.unesp.br/entities/publication/ef464f0e-47f1-40ac-ade2-9e1951df5d08>.

Acesso em: 14 ago. 2025.

SANTOS NETO, J. A. **O estado da arte da mediação da informação:** uma análise histórica da constituição e desenvolvimento dos conceitos. 2019. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual Paulista, Marília, 2019. Disponível em:

<https://repositorio.unesp.br/entities/publication/c44c0313-6750-4148-a142-a8dc7682b532>.

Acesso em: 14 ago. 2025.

SANTOS NETO, J. A.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. O caráter implícito da mediação da informação. **Informação & Sociedade:** Estudos, João Pessoa, v. 27, n. 2, p. 253-263, 2017. Disponível em:

<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/29249>. Acesso em: 14 ago. 2025.

SANTOS NETO, J. A. Mediação implícita da informação no âmbito da Organização e Representação da Informação e do Conhecimento: relações conceituais e tendências de pesquisa. **Informação@Profissões**, Londrina, v. 11, n. 2, p. 73-95, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5433/2317-4390.2022v11n2p73>.

SANTOS NETO, J. A.; BARROS, D. B. S. Mediação da informação no Instagram da Biblioteca Central da UFPA: um estudo de caso do perfil @BCUFPA. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-22, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/182>. Acesso em: 14 ago. 2025.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, Pelotas, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351>. Acesso em: 14 ago. 2025.

SILVA, J. L. C. Percepções conceituais sobre mediação da informação. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 6, n. 1, p. 93-108, 2015. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v6i1p93-108>.

SILVA, T. B.; SOUSA, A. C. M. Perfil de mídia social de biblioteca como dispositivo de mediação cultural, de memória e de representatividade. **Biblionline**, João Pessoa, v. 19, n. 1, p. 130-145, 2023. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4775.2023v19n1.66145>.

VALERIM, P.; SOUSA, R. S. C. @instagram científico? práticas informacionais a partir da análise dos *stories*. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 21., 2021, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2021. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxienancib/paper/view/438>. Acesso em: 14 ago. 2025.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.