

Divulgação científica sobre a pandemia por meio da arte do grafite e o uso do Instagram como ferramenta de disseminação dessas intervenções artísticas

Scientific dissemination of the pandemic through the art of graffiti and the use of Instagram as a tool for the dissemination of these artistic interventions

Maria Margareth Vieira Pacheco Rodrigues, Dempsey de Lima Bragante

Resumo. *Artistas grafiteiros ao redor do mundo se mobilizaram e criam intervenções urbanas com grafite sobre a pandemia de Coronavírus, desde o início de 2020. Essas intervenções foram capturadas por máquinas digitais e suas imagens circulam em vários domínios na internet. Associadas por nós à divulgação científica, essas intervenções nos levaram a refletir sobre a importância de criar uma página no Instagram para conhecer, reunir, descrever, preservar e disseminar projetos e /ou iniciativas que utilizem a arte do grafite na divulgação científica sobre a pandemia de Coronavírus, ao redor do mundo.*

Palavras-chave: *Arte, Coronavírus, Grafite*

Abstract. *Graffiti artists around the world have mobilized and created urban technologies with graffiti on the Coronavirus pandemic, since the beginning of 2020. These operations were captured by digital machines and their images circulate in several domains on the internet. Associated by us with scientific dissemination, these interventions led us to reflect on the importance of creating an Instagram page to know, gather, define, preserve and disseminate projects and / or initiatives that use a graffiti art in scientific dissemination about the pandemic of the Coronavirus, around the world.*

Keywords: *Art, Coronavirus, Graffiti*

1. Introdução

Este artigo apresenta uma discussão sobre a importância da divulgação científica, por meio da arte, adotando a mídia social Instagram como ferramenta de organização e disseminação desta produção.

O ano de 2020 surpreendeu o mundo globalizado com a pandemia de Coronavírus.

Artistas grafiteiros no mundo inteiro se mobilizaram e começaram a criar intervenções urbanas com grafite sobre esse tema, seja com o cunho de crítica às ações políticas, seja com o intuito de instruir e alertar a população sobre formas de prevenção ao contágio. Suas artes também ecoam em homenagens aos diversos profissionais, principalmente da área de saúde, que se arriscam no cuidado aos contaminados. Materializam a olho nú o aspecto do vírus em forma de grafite, para que os céticos entendam que o vilão circula mundo a fora. Focou-se o olhar sobre essas intervenções artísticas, associando-as à iniciativa de divulgação científica. Percebeu-se que seria interessante criar uma página no Instagram com o objetivo de conhecer, reunir, descrever, preservar e disseminar projetos e /ou iniciativas que utilizem o grafite urbano na divulgação científica sobre a pandemia de Coronavírus, ao redor do mundo. Nosso objeto são todos os projetos e/ou iniciativas que utilizem o grafite urbano na divulgação científica sobre a pandemia de Coronavírus no mundo. A problematização parte da necessidade de conhecer, reunir, descrever, preservar e disseminar esses registros. Discorre-se sobre a necessidade de representação da informação recolhida com a criação de *hashtags* dentro de temáticas definidas, com o uso da Folksonomia para categorizar essas imagens depois de analisadas com abordagem na metodologia de Análise Documentária de Imagens de Shatford (1986), Smit (1996) e Manini (2002). A Pesquisa justifica-se pela oportunidade de reunir, descrever, preservar e disseminar uma parte da memória digital sobre a pandemia da Covid19, frente a possibilidade de apagamento desse legado por estar disperso em vários domínios no meio virtual.

2. Metodologia e Fundamentação teórica

A pesquisa tem caráter exploratório e descritivo, de abordagem metodológica qualitativa (MINAYO, 2004). Adota procedimentos bibliográfico e documental, pois o corpus da pesquisa se constitui de várias fontes de informação que forneceram contributos para a

sua construção, além de documentos, os quais, consistem seu objeto, ou seja, imagens de intervenções urbanas com grafite sobre a pandemia do Coronavírus, disponíveis no Google Imagens (Vergara, 2009).

Na busca das imagens foi utilizado o termo grafite mundo, associado ao termo pandemia, Coronavírus, covid19 e confinamento. De início foram selecionadas vinte e uma imagens, as quais, em cada uma, aplicou-se análise baseada na metodologia de Análise Documentária de Imagens de Shatford (1986), Smit (1996) e Manini (2002). Utilizou-se a Folksonomia para categorizar essas imagens depois de analisadas. A descrição nas etiquetas foi baseada no resultado da análise. Criou-se uma coleção inicialmente com as imagens disponíveis e postada em uma Página no Instagram. Smit (1996, p. 29) indica que a proposição de uma metodologia de análise da fotografia pressupõe um entendimento da essência desta, daquilo que a caracteriza, das razões pelas quais é produzida e, sobretudo, das condições em que será utilizada.

Manini (2002), esclarece que Shatford (1984) apresentou conceitos relacionados à descrição específica de imagens e as diferenças com relação a outros documentos. Ocasão em que o autor propõe o desenvolvimento de uma base teórica relacionada à imagem, de modo a fornecer aos usuários os seus meios de avaliação, adaptação e aplicação.

A Análise Documentária da imagem recupera as categorias informacionais QUEM, ONDE, QUANDO, COMO e O QUE, porém, adaptadas ao universo da imagem.

Quadro 1: Categorias para análise documentária de imagens

CATEGORIAS	REPRESENTAÇÃO DO CONTEÚDO DE IMAGENS
QUEM	Identificação do ‘objeto focado’: seres vivos, artefatos, construções, acidentes naturais etc.
ONDE	Localização da imagem no espaço: espaço geográfico ou espaço da imagem (p. ex.: São Paulo ou interior de danceteria)
QUANDO	Localização da imagem no tempo: tempo cronológico ou momento da imagem (p. ex.: junho de 1997 ou dia de verão)
COMO/O QUE	Descrição de atitudes ou detalhes relacionados ao ‘objeto

Fonte: Smit (1996)

Posteriormente, em 1986, Shatford propõe a identificação e classificação das temáticas que uma imagem pode conter através da utilização de princípios previamente

estabelecidos: traz as ideias do DE Genérico, DE Específico e SOBRE (uma imagem pode ser genericamente DE alguma coisa, especificamente DE alguma coisa e SOBRE alguma coisa), além das proposições Quem, O que, Onde, Como e Quando. Para representar o conteúdo informacional da imagem fotográfica reunindo as categorias informacionais (quem/o que, onde, quando, como) ao DE Genérico, ao DE Específico e ao SOBRE de Shatford, Smit completa a grade de análise com essas categorias, conforme abaixo:

Quadro 2: Categorias para análise documentária de imagens proposta por Smit

Categoria	DE		SOBRE
	Genérico	Específico	
<i>Quem/O Que</i>			
<i>Onde</i>			
<i>Quando</i>			
<i>Como</i>			

Fonte: Smit (1997)

Manini (2002) sistematiza esse conhecimento e inclui a categoria DIMENSÃO EXPRESSIVA (conjunto de fatores ligados à técnica) para análise documentária de imagens.

Quadro 3: Quadro de Manini para análise documentária de imagens fotográficas

Categoria	Conteúdo Informacional		Dimensão Expressiva
	DE		
	Genérico	Específico	
<i>Quem/O Que</i>			
<i>Onde</i>			
<i>Quando</i>			
<i>Como</i>			

Fonte: Quadro adaptado por Manini (2002, p.105).

2.1 Grafite urbano e ciência

O grafite urbano configura-se como intervenção urbana¹ que cresce historicamente na periferia do campo artístico, pois a necessidade de romper com espaços convencionais de arte resultam na busca de outros territórios para realizarem suas experiências artísticas. “Ao contrário da arte que sai do campo artístico em direção ao campo das intervenções urbanas, o grafite nasce enquanto intervenção urbana e vai sendo absorvido, paulatinamente, pelas instituições e autoridades artísticas”. (CURADO, 2017).

Entende-se que por ser uma arte tão acessível e popular que os cientistas têm incorporado projetos de grafite urbano como linguagem de divulgação científica. Um exemplo é o Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas (CBPF, 2018) que expõe em seu muro uma manifestação de arte urbana dedicada exclusivamente à ciência, tecnologia e inovação². Outro exemplo é a Australian National University (ANU, 2016) que desenvolveu o projeto Co-Lab: Science Meets Street Art³, onde artistas de rua locais colaboraram individualmente com cientistas em início de carreira para criar obras de arte com base em suas pesquisas e descobertas. Esses são apenas dois exemplos entre inúmeros projetos pelo mundo.

Segundo Ziman (1981, p.105) a ciência, por sua própria natureza "constitui um conjunto de conhecimentos públicos". A comunicação da ciência faz parte do processo de investigação científica.

A comunicação situa-se no próprio coração da ciência. É para ela tão vital quanto a própria pesquisa, pois esta não cabe reivindicar com legitimidade este nome enquanto não houver sido analisada e aceita pelos pares. Isso exige, necessariamente, que seja comunicada. Ademais, o apoio às atividades científicas é dispendioso, e os recursos financeiros que lhes são alocados serão desperdiçados a menos que os resultados das pesquisas sejam mostrados aos públicos pertinentes. Qualquer que seja o ângulo pelo qual a examinemos, a comunicação eficiente e eficaz constitui parte essencial do processo de investigação científica. (MEADOWS, 1999,p.vii)

A comunidade científica busca na comunicação científica, se legitimar enquanto esfera de produção humana. Esse fluxo informacional não gira só internamente ou por meio das redes eletrônicas de informação e comunicação, mas também extramuros, pelos

1 Como prática artística no espaço urbano, a intervenção pode ser considerada uma vertente da arte urbana, ambiental ou pública, direcionada a interferir sobre uma dada situação para promover alguma transformação ou reação, no plano físico, intelectual ou sensorial. Trabalhos de intervenção podem ocorrer em áreas externas ou no interior de edifícios e podem ser manifestações de diversas modalidades, dentre as quais está a manifestações de arte de rua, como o graffiti Fonte: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo8882/intervencao>)

2 www.grafite-ciencia.cbpf.br

3 <http://scistreetart.com/>

indivíduos que estão distantes da cultura científica. A divulgação científica proporciona acesso à informação e a geração de novos conhecimentos, pois:

o papel da divulgação científica vem evoluindo ao longo do tempo, acompanhando o próprio desenvolvimento da ciência e tecnologia. Pode estar orientada para diferentes objetivos, tais como : - Educacional, [...]Cívico, [...]e Mobilização popular [...].

Esse conjunto de conceitos e definições, enfatizando ora aspectos educacionais, ora culturais, políticos e ideológicos, proporciona uma idéia das amplas possibilidades das atividades de divulgação científica. (ALBAGLI, 1996, 397),

Verifica-se que essas representações de grafite urbano sobre a pandemia de Coronavírus aqui assinaladas, correspondem à comunicações científicas divulgadas por cientistas que estudaram o Coronavírus, suas formas de contágio e prevenção. Essas informações primeiro circularam em acesso aberto entre a comunidade científica⁴, para depois serem veiculadas pela mídia à sociedade em geral.

“[...] a organização de pesquisa Wellcome Trust pediu que pesquisadores, periódicos e financiadores de todo o mundo compartilhassem dados e descobertas relevantes [sobre o] coronavírus de maneira rápida e aberta, para informar o público e ajudar a salvar vidas.” (COLABORA, 2020).

Entende-se que grafiteiros do mundo inteiro se apropriaram desse conhecimento e o disseminaram em forma de arte do grafite para as comunidades locais.

Essas grafitagens sobre a pandemia de coronavírus foram capturadas por máquinas digitais, e, suas imagens estão disponibilizadas e dispersas em vários domínios na internet. O Google Imagens reúne diversas delas. Percebeu-se que seria interessante reunir uma coleção dessas imagens em uma Página a ser criada na mídia social Instagram para compartilhá-las.

2.2 Instagram e Ciência

De acordo com Cardon (2008, p.8-9 apud Marteleto, 2010, p. 32)

a Internet, chamada ‘rede das redes’, caracteriza-se por dois aspectos principais. Primeiro, é um grande acervo de dados e de informações aberto a múltiplas escritas, consultas, leituras, usos e apropriações. Segundo, é uma arena ampliada geograficamente e socialmente para interação, comunicação e sociabilidade. Portanto, atua como suporte de atividades cooperativas em

4 Elsevier, Springer Nature, Wiley Online Library, Emerald, Oxford University Press e Wanfang – também criaram páginas de pesquisas com acesso aberto. O banco de dados chinês CQVIP ofereceu acesso gratuito a todos os seus 14.000 periódicos durante o surto de coronavírus. Fonte: <https://projetcollabora.com.br/ods3/ciencia-aberta-contra-coronavirus/>

escala mundial, organizadas no âmbito de comunidades massivamente interativas ...

Gabriel (2010) explica que há uma diferença nos conceitos de rede social e mídia social: as redes sociais se relacionam diretamente com as pessoas, já as mídias sociais associam-se a conteúdos (texto, imagem, vídeo) gerados e compartilhados pelas pessoas.

Dentro do contexto da Ciência, Packer (2012) relata que as redes sociais vêm assumindo uma importância crescente na comunicação científica, pois contribuem disseminar resultados de pesquisas originais publicados nos periódicos. Na fala de Pack, “as redes sociais permitem a interação com outros pesquisadores, grupos de pesquisa e instituições, o que facilita o trabalho coletivo de acesso, avaliação e compartilhamento de conteúdo”. Ferramenta de filtragem e tradução dos resultados da pesquisa científica em linguagem acessível e aplicada aos problemas vivenciados pelo público, para Packer as Redes Sociais ampliam os meios de disseminação das pesquisas publicadas nos veículos de comunicação científica tradicional de modo muito mais eficiente, além do que ampliam a cobertura de público, agilizam a comunicação e são mais próximas das pessoas conectadas.

Bachelard (2005, p. 147) deixa claro que: “o espírito científico é essencialmente uma retificação do saber, um alargamento dos quadros do conhecimento.” A prática da comunicação científica proporciona à sociedade a oportunidade de acesso a novos conhecimentos.

Palestrante na reunião anual da American Association for the Advancement of Science (AAAS, 2013), Boston, Estados Unidos, Christie Wilcox, cientista do Departamento de Biologia Celular e Molecular da Universidade do Havaí, afirmou que: “Se os cientistas não estão utilizando as mídias sociais, eles simplesmente não estão se comunicando com a maioria da população. (2013)”.

Criado em outubro de 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom e pelo brasileiro

Mike Krieger, formados pela Universidade de Stanford (Palo Alto, Califórnia), o Instagram é uma rede que possibilita a configuração de um perfil do usuário para a publicação, sobretudo, de imagens. Rede social estabelecida por um site ou aplicativo para celular e smartphone que permite que o usuário veja e compartilhe fotos e vídeos com os outros usuários.

Nas afirmações de Gabriel (2016), por estarmos inundados de informação, com volume, variedade e velocidade enormes o

Conteúdo visual é rei... Mais de 80% da percepção humana é devido à visão, restando menos de 20% para os demais sentidos – audição, tato, paladar e olfato. Estudos mostram que a informação visual é processada 60 mil vezes mais rapidamente no cérebro do que o texto. Some-se a isso, que retemos 80% do que vemos, 20% do que lemos e apenas 10% do que ouvimos. Seres humanos são criaturas visuais. Por isso as plataformas digitais evoluem cada vez mais.

Na explicação de Robbert-Jan (2020, tradução nossa), por ser uma plataforma de compartilhamento de imagens⁵, o Instagram utiliza vários modos semióticos (por exemplo, imagens estáticas e em movimento, sons, hashtags, emojis, texto escrito) ao mesmo tempo e de forma inter-relacionada. As possibilidades de narração textual são limitadas à seção de legenda e comentários. As legendas também são utilizadas para postar hashtags, que compõem a principal ferramenta de navegação na plataforma, pois o Instagram não oferece a função de busca de texto completo.

Patel (2020), fala que as hashtags funcionam como localizadoras de conteúdos permitindo que seus posts, fotos ou vídeos possam ser encontrados por qualquer usuário, basta um clique sobre a hashtag para qualquer pessoa ter acesso a uma postagem. Por isso as hashtags devem facilitar a descoberta dos seus posts e devem estar relacionadas ao assunto abordado. Nas redes sociais, cada hashtag é formada pelo símbolo de jogo da velha # seguido por uma frase curta ou palavra-chave. Não é aconselhável incluir várias hashtags ao mesmo tempo para não gerar confusão nos seguidores. No Instagram as hashtags são limitadas a 30 por post, Essa limitação na quantidade de hashtags ajuda a prevenir possíveis spams na rede social e a aumentar o número de conteúdos relevantes. Toda vez que se insere uma # seguida por uma palavra ou pelas primeiras letras dela, terá acesso a várias possibilidades no campo de busca. É aconselhável incluir hashtags em inglês com hashtags na língua oficial do responsável pela Página, para atingir maior alcance no compartilhamento.

Cientes da importância do Grafite Urbano e da mídia social Instagram na comunicação científica, para criar a coleção de imagens digitais dessas intervenções em grafite sobre a pandemia do Coronavírus, adotamos métodos e técnicas de organização e gestão do

⁵ Para Flusser, as imagens técnicas consistem em imagens produzidas por aparelhos (aparelhos são produtos da técnica). O autor chama atenção ao universo das imagens técnicas que revoluciona a atualidade: “Um dos sintomas dessa revolução é a emergência das imagens técnicas em nosso torno. Fotografias, filmes, imagens de TV, de vídeo e dos terminais de computador assumem o papel de portadores de informação outrora desempenhado por textos lineares” (2008, p. 11).

conhecimento, a fim de representar as informações disponíveis de modo a facilitar sua organização, preservação e recuperação.

2.3 Folksonomia: um conceito de de Thomas Vander Wal

Na Ciência da Informação (CI) as imagens são tratadas como recursos informacionais sujeito à análise documentária e aos processos de organização e gestão do conhecimento. Costa (2008, p. 161) afirma que: “a análise de conteúdo das imagens possibilita a elaboração textual, que contenha as descrições de paisagens, de personagens, pessoas, animais, plantas e tantos outros distintos e inusitados elementos.” Sempre focada nos estudos dos fenômenos que envolvem seu objeto, independente do meio, suporte ou fluxo, a Ciência da Informação (CI) dedicar-se a conhecer e compreender e gerir as peculiaridades da informação também no ambiente virtual. Com o advento da Web 2.0 foi necessário inovar nas técnicas de organização e gestão do conhecimento produzido, reunido e compartilhado neste ambiente tão dinâmico. Um dos caminhos encontrados para organizar e recuperar o conteúdo digital é a Folksonomia. Thomas Vander Wal (2004)⁶, explica o conceito Folksonomia como o resultado da marcação livre e pessoal de informações e objetos (qualquer coisa com uma URL) para o próprio retorno. A marcação é feita em um ambiente social (compartilhado e aberto a outras pessoas). O ato de etiquetar é feito pela pessoa que consome as informações. O valor nesta marcação externa é derivado de pessoas usando seu próprio vocabulário e adicionando significado explícito, que pode vir da compreensão inferida da informação/objeto também. Indivíduos e grupos criam, gerenciam e compartilham tags (termos, nomes etc.) para anotar e categorizar recursos digitais em um ambiente social on-line.

3. Resultados e discussão

Os métodos escolhidos são adequados para a proposta, pois alcançaram os objetivos propostos. A temática é relevante por ser de interesse da sociedade, principalmente por vivermos na era da sociedade da informação.

A análise das imagens selecionadas foi feita de forma resumida e objetiva, já que se trata de uma coleção com temática específica. O foco é descrever informações nas

6 <https://www.vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1750>

imagens que auxiliem no agrupamento, na identificação e recuperação de informações específicas com termos pré-definidos. Foram analisadas vinte e uma imagens de acordo com a grade sugerida por Manini.

Quadro 4: Quadro de Manini para análise documental de imagens fotográficas utilizado para análise nesta pesquisa.

	Conteúdo Informacional		Dimensão Expressiva
	DE	SOBRE	
Categoria	Genérico	Específico	Imagens de intervenções urbanas (ilustrações) feitas em grafite. Faz parte do perfil da coleção.
<i>Quem/O</i>		Fotografo/grafiteiro/Fonte	
<i>Que</i>			
<i>Onde</i>		Continente/País	
<i>Quando</i>		Data	
<i>Como</i>	Medidas de alerta sobre contágio e prevenção		Grafite, Pandemia, Coronavírus, Covid. Tema contextual da coleção.

Fonte: Quadro adaptado por Manini (2002, p.105).

A Página no Instagram recebeu o nome de: [@grafitedivulgaciencia](https://www.instagram.com/grafitedivulgaciencia/)⁷. Seguindo as recomendações dos autores citados, priorizou-se as seguintes descrições: marcar o local do grafite na localização da postagem, marcar o artista, fotógrafo e a fonte na foto e na legenda (caso não tenha essas informações registramos com o termo “desconhecido”). Optou-se em criar uma hashtag para descrição do Continente e outra para o país onde o grafite foi feito, tanto em inglês, quanto em português. O DE genérico, o SOBRE e a Dimensão expressivas são partes do perfil e tema da coleção. A data fica registrada no ato da postagem da imagem.

Inclui-se também, as seguintes hashtags pré-definidas por outras Páginas que reúnem coleções com a mesma temática sobre a pandemia do Coronavírus, associada ao grafite urbano (com o critério da coleção ter acima de trezentas imagens):

✓ #coronastreetart

⁷ <https://www.instagram.com/grafitedivulgaciencia/>

- ✓ #coronagraffiti
- ✓ #streetart
- ✓ #covidgraffiti
- ✓ #streetartcovid_19
- ✓ #covid19streetart
- ✓ #instagraffiti
- ✓ #instagrafite

Observou-se as recomendações de Patel (2020), quanto a quantidade de hastegs, adoção de hastegs em inglês e inclusão de hastegs mais populares.

Figura 1: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 2: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 3: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 4: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 5: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 6: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 7: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

Figura 8: Hastegs criadas após análise



Fonte: Instagram@grafitedivulgaciencia

4. Considerações finais

Concluiu-se que, tanto o Instagram, quanto o Grafite Urbano, são linguagens e ferramentas que auxiliam na comunicação da ciência. Aplicar técnicas e recursos para mediar este conhecimento em suportes digitais, mostra o perfil dinâmico e multifacetado do profissional que atua na Ciência da Informação. Com a mesma possibilidade que Informações são geradas no meio virtual, também podem ser apagadas. Frente a possibilidade de apagamento da memória digital sobre a pandemia da Covid19, ter a oportunidade de preservar e compartilhar esse legado é uma alternativa para contribuir com a Sociedade da Informação no Século XXI.

Referências

- ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? Ci. Inf., Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez. 1996.
- BACHELARD, G. A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. 1. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- CARDON, D. Présentation. Réseaux – Communication – Technologie – Société, Paris, v. 26, n. 152, p. 7-15, 2008. Edição especial: Réseaux Sociaux de l'Internet.
- COLABORA. Busca por uma cura para novo vírus COVID-19 está mostrando como a ciência pode mudar para melhor. 2020. Disponível em: <https://projetocolabora.com.br/ods3/ciencia-aberta-contra-coronavirus/> Acesso em: 20 jan. 2021
- COLABORA. Busca por uma cura para novo vírus COVID-19 está mostrando como a ciência pode mudar para melhor. 2020. Disponível em: <https://projetocolabora.com.br/ods3/ciencia-aberta-contra-coronavirus/> Acesso em: 20 jan. 2021
- COSTA, L. S. F. Uma contribuição da teoria literária para a análise de conteúdo de imagens publicitárias do fim do século XIX e primeira metade do século XX, contemplando aspectos da natureza brasileira [Tese Doutorado em Ciência da Informação, Universidade Estadual Paulista]. 2008.

- CURADO, R. D. F. *Intervenções Urbanas No DF: As Mensagens do Pixo, do Grafite e das Intervenções Ativistas* [Monografia Departamento de Sociologia Universidade de Brasília]. 2017.
- FLUSSER, V. *O Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Annablume. 2008.
- GABRIEL, M. *Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. Novatec. 2010.
- Marketing de Conteúdo: orquestrando e programando no Instagram*. 2016. Disponível em: <https://www.martha.com.br/marketing-de-conteudo-orquestrandoe-programando-no-instagram/> Acesso em: 20 jan. 2021.
- INTERVENÇÃO. In: *Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras*. Itaú Cultural. 2020 Recuperado em 4 de janeiro de 2021, de <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo8882/intervencao>.
- MANINI, M. P. *Análise documentária de fotografias: um referencial de leitura de imagens fotográficas para fins documentários* [Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo)]. 2002.
- MARTELETO, R. *Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação*. *Pesq. Bras. Ci. Inf.*, Brasília, v. 3, n° 1, p. 27-46, 2010.
- MEADOWS, A. J. *A comunicação científica*. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza, *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 23.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- PACKER, A. L. *Redes sociais apontam novos rumos para Comunicação Científica*. 2012. Disponível em: <https://www.icict.fiocruz.br/content/redes-sociais-apontamnovos-rumos-para-comunicacao-cientifica> Acesso em: 20 jan. 2021.
- ROBBERT-JAN A. *Picturing Auschwitz. Multimodality and the attribution of historical significance on Instagram*. 2020. (Imaginando Auschwitz. La multimodalidad y la atribución de significado histórico en Instagram), *Journal for the Study of Education and Development*, 43:3, 652-681, DOI: 10.1080/02103702.2020.1771963.

- PATEL, N. Melhores Hashtags para Instagram: Como Escolher as suas em 2020. 2020. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/hashtags-para-instagram/> Acesso em: 20 jan. 2021.
- SHATFORD, S. Describing a picture: a thowsand words are seldom cost effective. *Cataloging and Classification Quarterly*, New York, v. 4, n. 4, p. 13-29, 1984.
- Analyzing the subject of a picture: a theoretical approach. *Cataloging & Classification Quaterly*, v. 6, n. 3, p. 39-62, 1986.
- SMIT, J. W. Análise documentária: a análise da síntese. *IBICT*, 1987.
- A representação da imagem. *Informare*, v. 2, n. 2, p. 28-36, jul./dez. 1996.
- Propostas para a indexação de informação iconográfica. 1997. (Mimeo).
- VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. Atlas. 2009.
- WAL, T. V. Folksonomy definition and wikipedia. 2005. Disponível em: <https://www.vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1750>. Acesso em: 20 jan. 2021.
- WILCOX, C. Uso de mídias sociais na ciência. 2013 Disponível em: <https://agencia.fapesp.br/uso-das-midias-sociais-na-ciencia/16850/> Acesso em: 20 jan. 2021.
- ZIMAN, J. M. A força do conhecimento. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo. 1981.