



UM ANO DE DIREITO PARA TODOS: EXPERIÊNCIAS DA DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDO JURÍDICO EM UMA REDE SOCIAL

Daniel Vieira Gonçalves*
Waleska Malvina Piovan Martinazzo

DOI: <https://doi.org/10.23901/1679-4605.2022v18n1p459-468>

RESUMO

Em decorrência da necessidade de se viabilizar a manutenção de relações sociais, afetivas e institucionais, durante a pandemia, uma equipe de docentes e acadêmicos do curso de Direito institucionalizou o projeto de extensão “Erga Omnes - Falando de Direito para todos”, com o objetivo de assegurar não só a continuidade das atividades acadêmicas, como também a criação e a manutenção de relações patêmicas dos acadêmicos envolvidos para com o curso e a instituição universitária. Inicialmente concebido para alcançar 200 pessoas pelo *Instagram* @erga.omnes.unemat, com seis professores e dois acadêmicos, o projeto completou um ano de existência com 594 seguidores, equipe formada por sete docentes, dezenove discentes e uma membra externa. Com um ritmo diário de publicações, apresenta as seguintes métricas do *Instagram* entre 20 e 26 de abril: 389 contas alcançadas, 251 interações e 2533 impressões. Metodologicamente, além da publicação ordinária de conteúdo jurídico voltada para a comunidade externa e acadêmica, a multicitada proposta extensiva também possui atividades extraordinárias paralelas, como sorteios de obras jurídicas, transmissões síncronas (*lives*) e uma série no IGTV, que visa a apresentar diversas profissões jurídicas a bacharelados e bacharéis recém-formados (Direito & Profissões). A escolha de cada *post* é feita por todo o grupo ou em subequipe, a depender da sua natureza, e leva em consideração a experiência do estafe com os usuários, a existência dos meios e modos exequíveis para a implementação da proposta e a opinião do público-alvo — percebida pela equipe mediante recursos netnográficos. A adoção dessa técnica, conforme demonstram as métricas consultadas e as respostas colhidas em processo seletivo de admissão de acadêmicos, mostrou-se satisfatória para viabilizar uma efetiva consecução do objetivo pretendido de integrar as comunidades externa e acadêmica a partir da disseminação de temas pertinentes à seara jurídica. No presente relato, busca-se trazer os resultados quantitativos e qualitativos obtidos pelo projeto em seu primeiro ano de existência, apresentar uma síntese da experiência coletada dos seus participantes, divulgar o projeto e um resumo dos seus dados atuais à comunidade externa com o objetivo de fomentar mais ainda a difusão do conhecimento jurídico aos interessados.

Palavras-chave: Extensão universitária. Instagram. Netnografia. Barra do Bugres.

*Universidade do Estado de Mato Grosso. Contato: daniel@slsadvogados.com.br

ONE YEAR OF LAW FOR ALL: EXPERIENCES OF DISSEMINATING LEGAL CONTENT ON A SOCIAL NETWORK

ABSTRACT

Due to the need to maintain social, affective, and institutional relations during the pandemic, a team of teachers and academics from a Law course developed the extension project “Erga Omnes - Talking about Law for All”. The objective of this project was to ensure not only the continuity of academic activities, but also the creation and maintenance of relationships among the academics involved in the course and the university institution. Initially intended to reach 200 people via the Instagram account @erga.omnes.unemat, the project, with six lecturers and two other academics, completed one year of its existence with 594 followers, a team of seven teachers, nineteen students, and one external member. With a daily output of publications, the project presented the following Instagram metrics between April 20 th and April 26 th: 389 accounts reached, 251 interactions, and 2533 impressions. Methodologically, in addition to the normal publication of legal content aimed at the external and academic communities, the extension project also had parallel activities, such as lotteries of legal works, synchronous transmissions (lives), and a series on IGTV that aimed to present several legal professions to graduating students and recent graduates (Law & Professions). The choice of each post was made by the whole group or a sub-team, depending on its nature, and considered the experience of the staff with the users, the existence of feasible means and modes for implementation of the proposal, and the opinion of the target audience - as perceived by the project team, by means of netnographic resources. The adoption of this technique, as shown by the metrics consulted and the responses collected in the admission process of academics, proved to be satisfactory, enabling effective achievement of the intended objective of integrating the external and academic communities by means of the dissemination of topics relevant to the legal field. In this report, we present the quantitative and qualitative results obtained by the project in its first year of existence, providing a synthesis of the experience collected from the participants. The report provides the external community with information about the project and a summary of its current data, with the aim of furthering the dissemination of legal knowledge to interested parties.

Palavras-chave: University extension. Instagram. Netnography. Barra do Bugres.

UN AÑO DE DERECHO PARA TODOS: EXPERIENCIAS DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDO LEGAL EN UNA RED SOCIAL

RESUMEN

Ante la necesidad de posibilitar el mantenimiento de las relaciones sociales, afectivas e institucionales durante la pandemia, un equipo de profesores y académicos de una carrera de Derecho institucionalizó el proyecto de extensión “Erga Omnes - Hablando de Derecho para todos”, con el objetivo de asegurar no solo la continuidad de las actividades académicas, sino también la creación y mantenimiento de relaciones de pathos de los académicos involucrados para con el curso y la institución universitaria. Diseñado inicialmente para llegar a 200 personas a través de @erga.omnes.unemat en Instagram,

con seis profesores y dos académicos, el proyecto cumplió un año de existencia con 594 seguidores, un equipo de siete profesores, diecinueve alumnos y una miembro externa. Com um ritmo diario de publicaciones presenta las siguientes métricas de Instagram entre el 20 y el 26 de abril: 389 cuentas alcanzadas, 251 interacciones y 2533 impresiones. Metodológicamente, además de la publicación ordinaria de contenido legal dirigido a la comunidad externa y académica, la ya citada propuesta de extensión también cuenta con actividades paralelas extraordinarias, como sorteos de obras legales, transmisiones sincrónicas (lives) y una serie en IGTV que tiene como objetivo presentar varias profesiones jurídicas a estudiantes de derecho y licenciados em derecho recién titulados (Derecho y Profesiones). La elección de cada publicación se efectúa por todo el grupo o por un subgrupo, dependiendo de su naturaleza, y tiene en cuenta la experiencia del personal con los usuarios, la existencia de los medios y modos viables para la implementación de la propuesta y la opinión del público objetivo - percibida por el equipo que compone el proyecto a través de recursos netnográficos. La adopción de esta técnica, como lo demuestran las métricas consultadas y las respuestas recolectadas en un procedimiento de admisión de académicos, resultó ser satisfactoria para permitir el logro efectivo del objetivo pretendido de integrar a las comunidades externas y académica a partir de la difusión de temas relevantes al campo jurídico. En este informe buscamos exponer los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos por el proyecto en su primer año de existencia, presentar una síntesis de la experiencia recopilada de sus participantes y difundir el proyecto y un resumen de sus datos actuales a la comunidad externa con el objetivo de promover aún más la difusión del conocimiento jurídico a las partes interesadas.

Palavras-chave: Extensión universitária. Instagram. Netnografia. Barra do Bugres.

INTRODUÇÃO

É inegável que o acesso à internet modificou grandemente o modo pelo qual as pessoas se relacionam — ou, para usar um termo do “internetês”, interagem — umas com as outras. Como apontam [Martins, Albuquerque e Neves \(2018\)](#), a realidade atual é marcada pela conexão em rede, pelo excesso de informação e pela influência dos meios de comunicação em massa na opinião das pessoas.

Não por outro motivo, a atuação na internet, há muito, tornou-se uma nova área de estudos. A partir do constructo teórico de [Kozinets \(2014, p. 31\)](#), por exemplo, é possível utilizar as redes sociais como um instrumental para obter informações acerca dos usuários-consumidores por meio da netnografia, que consiste na “etnografia de grupos eletrônicos” por meio da análise das interações interpessoais ambientadas nas redes sociais. Assim, torna-se possível antever e influir no consumo de informações pelos usuários com o fito de angariar engajamento, mediante a produção do conteúdo desejado.

No caso do *Instagram*, plataforma social adotada pelo projeto para implementar suas atividades, há diversos estudos acerca do seu potencial disseminador de conteúdo educacional. Em pesquisa sobre o uso da referida rede social para disseminar informações acadêmicas sobre histologia, [Essig et al. \(2020\)](#) concluíram que três quartos dos estudantes entrevistados sentiram menos estresse enquanto estudavam após terem acompanhado o conteúdo pelo *Instagram* — ao passo que 95% deles disseram sentir um aumento na autoconfiança acerca do tema após interagirem com a página.

Sob esse prisma, a escolha dessa rede social para a implementação da proposta extensiva não foi aleatória. Conforme o último relatório quadrimestral de 2019 da gigante global [Socialbakers \(2020a\)](#), que presta serviços de *marketing* digital para empresas como McDonald's e L'Oreal, o *Instagram* conseguiu ultrapassar a audiência do *Facebook*, obtendo quase vinte vezes mais interações, mesmo com menor quantidade de *posts*.

Em 2020, o cenário se manteve favorável ao *Instagram*. Segundo o relatório Q1 2020 [\(SOCIALBAKERS, 2020b\)](#), a audiência do *Instagram* foi quase 28% maior do que a do *Facebook*, que manteve maior número de *posts* mesmo com cerca de 16 vezes menos interações. Utilizar o *Instagram* assegura, portanto, maior espaço de fala ao projeto *Erga Omnes — Falando de Direito para todos*, propiciando um ambiente mais amplo para debates, discussões e apontamentos jurídicos não só para a comunidade acadêmica, seu principal público-alvo bem como para a comunidade externa.

Não obstante a maior visibilidade, a utilização do *Instagram* permite que se atinjam bacharéis recém-graduados e bacharelandos em Direito de modo mais efetivo — afinal, consoante o relatório Q4 2019 [\(SOCIALBAKERS, 2020a\)](#), os usuários do *Instagram* são mais jovens do que os usuários do *Facebook*.

A divulgação de informações jurídicas de relevância social e acadêmica busca, nesses termos, auxiliar na supressão da lacuna decorrente da falta de interação social física em virtude do atual cenário pandêmico. Desse modo, permite-se não apenas a continuidade das atividades acadêmicas, como também a criação e a manutenção de relações patêmicas dos acadêmicos envolvidos no projeto para com o curso e a instituição.

METODOLOGIA DO PROJETO

No que concerne ao desenvolvimento metodológico do projeto *Erga Omnes*, é possível verificar duas estratégias adotadas: uma para as atividades ordinárias e outra para as atividades extraordinárias.

A primeira delas, referente às atividades ordinárias de publicação de conteúdo (alimentação do *feed*), é realizada por uma subequipe composta por um docente-orientador e de dois a quatro alunos, encontrando-se em estágio de implantação a função discente de gestor de página, conforme se comentará mais à frente.

Cada subequipe possui seu período de atuação definido em um cronograma previamente planejado e aprovado em sessão conjunta dos membros — que acontecia pelo *WhatsApp* ou em reunião pela plataforma *Google Meet* — e a temática das publicações corresponde à área de interesse do professor que a chefia, sendo que a janela temporal dos *posts*, ordinariamente um por dia, se inicia em uma sexta-feira e vai até a quinta-feira seguinte, sendo facultativa a publicação de conteúdo aos domingos.

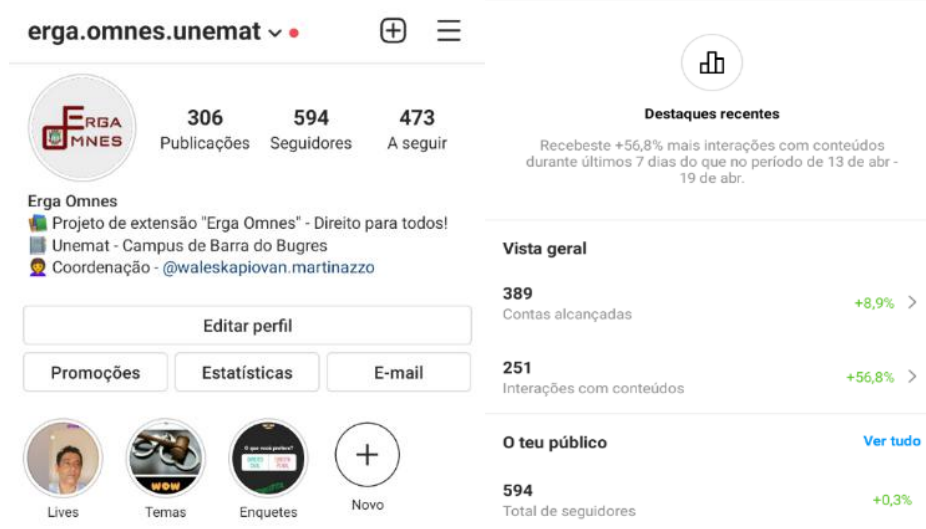
Ademais, a segunda estratégia diz respeito às atividades realizadas de modo extraordinário, como transmissões síncronas (*lives*), eventos e sorteios. Nesses casos, a ideia proposta é discutida por todos e seu planejamento é elaborado em conjunto. Aprovado o plano, cabe a cada membro cumprir com aquilo de que se incumbira.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente, estimou-se que cerca de duzentas pessoas seriam alcançadas pelo projeto a ser executado por uma equipe de seis docentes e dois acadêmicos. Atualmente, o estafe composto por sete professores, dezenove estudantes (dos cursos de Barra do

Bugres, de Brasnorte e de Diamantino) e uma aluna egressa é responsável pela manutenção da conta oficial do projeto, a qual possui 594 seguidores e 306 *posts*, e, de acordo com os dados extraídos em 27 de abril de 2021, alcançou 389 usuários entre 20 e 26 de abril daquele ano — 8,9% a mais do que nos sete dias anteriores — como comprova a figura 1 disposta a seguir.

Figura 1. Capturas de tela da conta do *Instagram* do projeto Erga Omnes referentes às métricas de número de publicações, número de seguidores e alcance das publicações do projeto.



Fonte: Autores, 2021.

Atribui-se o alcance¹ exitoso da página em grande parte à estratégia de engajamento levada a cabo, principalmente, pelas atividades extraordinárias realizadas, das quais se falará mais à frente, escolhidas conforme a percepção da equipe acerca daquilo que o público deseja, mediante métodos netnográficos.

No tocante ao público do projeto, percebe-se que é formado, em sua grande maioria, por acadêmicos e egressos do curso de bacharelado em Direito da Unemat em Barra do Bugres e de acadêmicos do curso de bacharelado em Direito fora de sede, situado em Brasnorte e vinculado ao câmpus de Barra, como se infere dos dados sobre faixa etária e localizações apresentados na Figura 2.

Figura 2. Capturas de tela da conta do *Instagram* do projeto Erga Omnes contendo estatísticas referentes à geolocalização e à faixa etária dos usuários que interagem direta ou indiretamente com a conta do projeto.

¹ Alcance, ou *Reach*, é definido pela [Socialbakers \(2020b, p. 45\)](#), em tradução livre, como “[o] número de pessoas que tiveram em suas telas qualquer conteúdo da sua página ou sobre ela. Isso inclui publicações, *check-ins*, anúncios, informações sociais de pessoas que interagiram com a sua página e mais. (*Unique Users* [unidade de medida que contabiliza o número de visitantes individuais a uma página ou conteúdo, independentemente da quantidade de visitas que eles façam])”.



Fonte: Autores, 2021.

O aumento da visibilidade regional da conta oficial do projeto, bem como o seu público-alvo, já foram objetos de interesse para parcerias, como os brindes de alguns sorteios realizados e a divulgação do seletivo para contratação de assessor voluntário da segunda vara cível da comarca de Barra do Bugres.

Em uma visão prospectiva, acredita-se que o alcance territorial poderá se expandir nas próximas semanas, uma vez que, no último processo seletivo para ingresso de acadêmicos, realizado em abril de 2021, três discentes do curso de Direito de Diamantino passaram a compor a equipe do projeto.

Em virtude desse interesse no aumento do impacto social do projeto, a equipe gestora procurou levantar algumas estratégias para se auferir um melhor gerenciamento da página. Como resultado, encontra-se em processo de execução a implantação da figura do gestor de página, a ser exercida por discente pertencente ao ideário, cuja responsabilidade será a de administrar *stories*, o que inclui a criação de conteúdos mais dinâmicos, como enquetes e caixas de perguntas, e responder aos comentários — atividades que, antes, eram realizadas pela subequipe responsável pela semana.

Com relação às atividades extraordinárias, até o momento já foram realizados, conforme a tabela 1, quatro *lives* sobre assuntos de relevância jurídica, alguns escolhidos pelo público, cinco sorteios de livros obtidos mediante parceria com empresas e profissionais do Direito e onze episódios de uma série do IGTV intitulada Direito e Profissões — voltada para a apresentação de profissões jurídicas.

Tabela 1. Atividades extraordinárias já realizadas por data.

Atividade realizada	Data
Sorteio Vade Mecum Saraiva 2020	05/06/2020
Live Direito Penal do Inimigo	25/06/2020
Direito e Profissões — Magistratura do Trabalho	06/07/2020
Live Covid e seus impactos nas eleições municipais de 2020	09/07/2020
Sorteio do livro “As Principais Modificações do novo CPC e os seus impactos no Processo do Trabalho”, de João Humberto Cesário	10/07/2020
Direito e Profissões — Magistratura Federal	13/07/2020

Direito e Profissões — Defensoria Pública Estadual	20/07/2020
Direito e Profissões — Procuradoria Federal	27/07/2020
Live Os princípios da advocacia	29/07/2020
Sorteio do livro “Provas no Processo do Trabalho — De acordo com o Novo Código de Processo Civil”, de João Humberto Cesário	31/07/2020
Direito e Profissões — Docência Universitária	05/08/2020
Live Controle interno como garantia de implementação das políticas públicas	06/08/2020
Direito e Profissões — Docência Universitária	24/08/2020
Direito e Profissões — Auditoria-Fiscal do Trabalho	31/08/2020
Sorteio do livro “A sujeição classificatória dos criminosos: Uma pesquisa em métodos mistos”, de Evelin Mara Cáceres Dan.	03/09/2020
Direito e Profissões — Advocacia Contratualista	14/09/2020
Direito e Profissões — Magistratura Estadual	28/09/2020
Direito e Profissões — Assessoria de Gabinete	06/10/2020
Sorteio do livro “Processo Civil”, de Marcelo Ribeiro	08/10/2020
Direito e Profissões — Polícia Judiciária Civil (Delegado)	25/01/2021

Fonte: Autores, 2021.

Além das atividades elencadas, foram realizados dois eventos pela equipe do projeto, quais sejam, “Setembro Amarelo: uma discussão importante para todos” e “I Jornada de Direitos dos Cidadãos”, ambos em ambiente totalmente virtual.

O primeiro encontro, ocorrido entre 21 e 24 de setembro de 2020, visava a contribuir para o desenvolvimento científico e socioemocional dos seus participantes, mediante a discussão de temas que entrelaçam vida social e psicologia, tendo como pano de fundo a campanha “Setembro Amarelo”, criada pelo Centro de Valorização da Vida (CVV).

Já o segundo evento, realizado entre 03 de novembro e 15 de dezembro de 2020, buscou divulgar as prerrogativas cidadãs que brasileiros, estrangeiros e apátridas detêm, por força do texto constitucional, pelo fato de existirem enquanto seres humanos.

Quantitativamente, foi possível mensurar o resultado de se realizar o planejamento e a execução de atividades em consonância com o interesse do público-alvo, por intermédio das métricas do *Instagram* (foram 2533 impressões² e 251 interações³ entre 20 e 26 de abril de 2021).

Além das estatísticas, há também meios qualitativos de se estimar o impacto do projeto na comunidade discente. Como exemplo, é possível citar as respostas dadas no primeiro processo seletivo elaborado para a admissão de novos acadêmicos ao projeto, com o fito de suprir o aumento da demanda de trabalho, realizado entre 16 e 31 de julho de 2020, pela plataforma *Google Forms*.

Indagados sobre por que se deveria escolhê-los para compor o projeto, os acadêmicos manifestaram “interesse [...] pelo papel social que ele [o projeto] exerce ao divulgar em suas postagens informações relevantes para toda a sociedade”. De modo geral,

² Impressão, ou *Impression*, é definida pela [Socialbakers \(2020a, p. 51\)](#) como a quantia total de vezes que um determinado conteúdo é visualizado.

³ Interação, ou *Interaction*, é definida pela [Socialbakers \(2020b, p. 43\)](#), em tradução livre, como “a soma de Curtidas e Comentários em publicações feitas por um perfil”.

as respostas demonstravam a crença de que o “projeto será uma grande oportunidade de aprendizado” e o “desejo em participar do projeto de extensão que impactou minha vida” após perceber “pelos posts do Instagram [...] que aprendi muito nos últimos dias”, dentre outros apontamentos pessoais.

Qualitativamente, outro modo de se aferir o engajamento dos seguidores da página do projeto dá-se por meio de uma análise de conteúdo temática dos comentários feitos nas publicações, nos termos propostos por [Bardin \(2016\)](#), em que se realiza primeiro uma pré-análise e, por fim, a exploração do material para, tratados os resultados, fazer-se a inferência e a interpretação dos dados analisados.

Nesse sentido, foi possível observar que, dos poucos comentários existentes nas publicações da conta oficial do projeto, a sua maioria corresponde a interações feitas por acadêmicos, egressos e docentes dos cursos vinculados ao projeto, o que permite inferir tanto um baixo engajamento nas publicações quanto uma pequena capilaridade na comunidade externa.

No entanto, como a maior parte dessas participações correspondem a sugestões de conteúdo e temáticas para publicação, percebe-se um certo interesse da comunidade acadêmica em agir e interagir com o projeto. Ademais, houve também ao menos uma participação da comunidade externa com uma dúvida jurídica sobre uma das publicações que, por questões legais, foi dirimida em resposta ao comentário por um professor, advogado, com orientações gerais e a recomendação de que ela procurasse por ajuda profissional.

A pouca participação nos comentários, todavia, não espelha uma redução do(??) potencial efetivo do projeto. Na verdade, consoante se pode inferir de estudo de análise do discurso dialógica (ADD) realizado por [Silva Júnior e Santana \(2021\)](#) em uma publicação do governo do Estado do Paraná, no *Instagram*, sobre a campanha de vacinação contra o Sars-CoV-2, um elevado número de comentários só estar vinculado a “divergências entre posicionamentos” ([SILVA JÚNIOR; SANTANA, 2021, p. 73](#)), o que é reforçado por [Leal e Cal \(2021\)](#) em estudo com abordagem similar no *Instagram*.

Assim, uma vez que o interesse do projeto não é polemizar, sem fugir de temas sensíveis, mas, sim, adotar uma postura de imparcialidade ao apresentá-los no *feed*, deixando discussões maiores para projetos paralelos, como as semanas jurídicas e outros eventos, crê-se que o número reduzido de comentários decorre da conduta aqui delineada.

A análise de conteúdo dos comentários também corrobora a tese proposta tendo em vista que, como se afirmou, verifica-se uma participação mais relacionada à sugestão de temas para publicações do que a uma postura dialógica ativa centrada em expor a própria opinião nas mídias sociais — fato reforçado pelo montante atual de membros do projeto: quarenta e cinco colaboradores — de modo que se vê atingido o objetivo secundário de fomentar o desenvolvimento de relações patêmicas entre a comunidade acadêmica e a instituição universitária, naquele período de pandemia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em que pese a proposta inicial prever um alcance local ao *Erga Omnes*, a qual se limitaria a Barra do Bugres e alguns municípios limítrofes, atualmente é possível constatar que o projeto possui uma abrangência regional que se aproxima do contorno atribuído pelo [IBGE \(2017\)](#) à região geográfica intermediária de Cuiabá.

Outrossim, em que pese as comunidades acadêmica e externa constituírem o público-alvo, é certo que a interação se verifica muito mais com os membros da comunidade acadêmica, em especial o corpo discente. Tal fato, no entanto, não se mostra necessariamente negativo, visto que cresce mais e mais a cada dia o interesse por participar ativamente do projeto no papel de membro da equipe produtora de conteúdo, como demonstra o atual número de participantes do projeto e as análises qualitativas e quantitativas realizadas.

Assim, como se pode perceber a partir dos resultados apresentados após um ano de desenvolvimento do projeto (a vigência do projeto se iniciou em 28 de abril de 2020, conforme a portaria 665, de 14 de maio daquele ano), a implementação do projeto de extensão Erga Omnes apresenta índices avaliativos satisfatórios tanto quantitativa quanto qualitativamente no que concerne ao seu principal objetivo, qual seja, integrar as comunidades externa e acadêmica a partir da disseminação de temas pertinentes à seara jurídica.

SUBMETIDO EM: 01/05/2021.

ACEITO EM: 08/02/2023.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. reimp. São Paulo: Edições 70, 2016.

ESSIG, J.; WATTS, M.; DALLAGHAN, G. L. B.; GILLILAND, K.O. InstaHisto: Utilizing Instagram as a Medium for Disseminating Visual Education Resources. **Medical Science Educator**, Heidelberg, v. 30, n. 3, p. 1035-1042, set. 2020. DOI: doi.org/10.1007/s40670-020-01010-2. Acesso em: 02 set. 2020.

IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica *online*. Porto Alegre: Penso, 2014. *E-book*. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7938683/mod_folder/content/0/Kozinets%2C%20Robert.%20Netnografia.pdf. Acesso em: 02 set. 2020.

LEAL, C. F.; CAL, D. Trabalho doméstico como essencial no lockdown do Pará: análise de comentários no *Instagram*. **Gênero na Amazônia**, Belém, n. 19, jan./jun. 2021. Disponível em: bit.ly/3WwN31l. Acesso em: 10 out. 2022.

MARTINS, B. I.; ALBUQUERQUE, L. C. E. de; NEVES, M. Instagram insights: ferramenta de análise de resultados como nova estratégia de marketing digital. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 20., 2018, Juazeiro. **Anais** [...]. Juazeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018. Disponível em: bit.ly/3nugxN0. Acesso em: 02 set. 2020.

[SILVA JÚNIOR, S. N.; SANTANA, W. K. F.](#) Análise dialógica de comentários sobre a vacina contra a Covid-19 no Instagram: sentidos em construção. **Verbum**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 64–81, maio 2021. Disponível em: bit.ly/3VgjCzJ. Acesso em: 10 out. 2022.

[SOCIALBAKERS.](#) **Social media trends report.** Q4 2019. Fev., 2020a. 57 p. Disponível em: bit.ly/31X9ovF. Acesso em: 02 set. 2020.

[SOCIALBAKERS.](#) **Social Media Trends Report.** Q1 2020. Maio, 2020b. 46 p. Disponível em: bit.ly/3bnDzPI. Acesso em: 02 set. 2020.