

XXV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXV ENANCIB

GT 3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

MÍDIAS SOCIAIS E NÃO-PÚBLICO: ESTUDO NO INSTAGRAM DA BIBLIOTECA CENTRAL DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

SOCIAL MEDIA AND NON PUBLIC: STUDY ON CENTRAL LIBRARY OF THE UNIVERSITY OF BRASILIA INSTAGRAM

Gabriela Melo Rocha – Universidade de Brasília (UnB)

Rodrigo Rabello – Universidade de Brasília (UnB)

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo: a inclusão do chamado não-público, coletivo formado por não-usuários de informação, exige uma postura ativa das bibliotecas. O uso das mídias sociais pode favorecer esse processo, ao ampliar o alcance e promover o acolhimento. Este estudo analisa 121 publicações no Instagram da Biblioteca Central da Universidade de Brasília (BCE/UnB), referentes ao segundo semestre de 2024. Apenas sete apresentaram elementos inclusivos. Os resultados indicam a subutilização da plataforma como meio de inclusão, reforçando a necessidade de estratégias comunicacionais mais assertivas para ampliar o acesso e fortalecer a função social das bibliotecas universitárias.

Palavras-chave: bibliotecas universitárias; não-público; mídias sociais; Instagram.

Abstract: the inclusion of the so-called non-public, a group composed of non-users of information, requires an active stance from libraries. The use of social media can support this process by expanding reach and fostering a welcoming environment. This study analyzes 121 Instagram posts from the Central Library of the University of Brasília (BCE/UnB), published during the second semester of 2024. Only seven posts featured inclusive elements. The findings indicate underutilization of the platform for inclusion purposes, highlighting the need for more assertive communication strategies to broaden access and strengthen the social role of academic libraries.

Keywords: academic libraries; non-public; social media; Instagram.

1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas universitárias (BU) têm a responsabilidade social de apoiar o desenvolvimento das comunidades que as acolhem (Nureña, 2019). Para que esse papel seja exercido de forma democrática, é necessário que elas busquem ativamente incluir os sujeitos – aqui denominados de não-público – que costumam ser excluídos dos serviços e produtos culturais oferecidos, mesmo quando esses mantêm o perfil acadêmico esperado para os recursos disponibilizados nesses espaços.

Uma possível estratégia que as BU podem utilizar para alcançar e incluir essa parcela da população consiste na utilização de ferramentas da Internet, em especial, as mídias sociais. Apesar de o Brasil ser um país marcado por grande desigualdade social, os hábitos culturais da população foram perceptivelmente impactados pela inserção da Internet nas atividades cotidianas, principalmente devido à popularização dos dispositivos móveis e uso das mídias sociais (França; Carvalho, 2019).

Para Araújo (2021), as BU precisam desenvolver um papel ativo nos espaços digitais, ou seja, elas precisam acompanhar a evolução tecnológica e estar onde seus usuários estão para que sua missão social tenha efetividade. Portanto, as mídias sociais constituem espaços onde é possível estabelecer uma comunicação bidirecional, que possibilita ao usuário um espaço para a resposta, abrindo a oportunidade para a interação.

A partir dessas considerações, este estudo compreende que, frente à ubíqua transformação digital que atinge as diversas camadas da sociedade, as mídias sociais podem ser aliadas importantes para as BU alcançarem o seu não-público, um meio pelo qual pode afetar positivamente as comunidades interna e externa à universidade.

2 PARA QUEM SÃO AS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS?

De acordo com Nureña (2019), para afirmarem sua relevância junto às comunidades que as acolhem, as BU estão abertas ao uso dos cidadãos externos à comunidade acadêmica em países da Europa, América do Norte, grande parte da Ásia e América Latina. A autora ressalta que atender aos usuários externos reforça uma imagem positiva da biblioteca, dos bibliotecários e das universidades. Ademais, essa projeção social das BU é considerada uma obrigação ética dos bibliotecários. Ou seja, além da missão institucional, os bibliotecários são influenciados pela responsabilidade social, a qual está intrinsecamente ligada à sua profissão.

Embora as BU possuam uma tipologia consolidada, voltada para atender às necessidades informacionais de seu público-alvo, efetivo ou potencial¹, composto pela

¹ “O público é composto por sujeitos denominados usuários de informação. Estes podem ser pensados em ao menos duas dimensões interdependentes. A primeira tocante à definição constitutiva do usuário de informação e a segunda, como parte daquela, relativa à instituição onde se realizam práticas” (Rabello, 2021). Os usuários de informação podem ser reais ou potenciais. “Os usuários de informação reais (ou efetivos) são aqueles sujeitos que, depois de realizado algum trabalho de mediação em determinado contexto institucional, utilizam efetivamente espaços e produtos e serviços de informação lá disponibilizados. Já os usuários de informação potenciais correspondem àqueles sujeitos que, ao possuírem determinados atributos, podem vir a se tornar usuários reais ou efetivos. Se no primeiro caso há utilização do espaço ou de algum produto ou serviço a partir de alguma situação de necessidade de informação, no segundo, o uso pode vir a ocorrer potencialmente, ainda que dependente, dentre outros aspectos, de condições prévias dos sujeitos” (Rabello, 2021). “A acepção de

comunidade acadêmica, conceitos de mediação da informação, no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação, propõem uma atuação que vai além do simples uso da informação. Tais abordagens priorizam o uso crítico da informação, valorizando os processos de leitura, apropriação, diálogo, algo que culminaria na provocação e na criação de novas necessidades informacionais, com foco no estímulo ao protagonismo social (Almeida Junior, 2015; Gomes, 2020).

Ademais, o fortalecimento da extensão universitária, que busca expandir ensino e pesquisa para além dos muros da universidade, evidencia a necessidade de diálogo com a comunidade não acadêmica, ampliando a função social da instituição (Ferreira, 2012). Nesse contexto, o chamado “não-público” das BU pode incluir tanto membros da comunidade acadêmica quanto da sociedade em geral.

2.1 Não-público

O conceito de não-público amplia o debate sobre os não-usuários de bibliotecas, reconhecendo que o não-uso não se explica apenas por falta de tempo ou preferências individuais, como “prefiro comprar meus próprios livros” ou “não preciso da biblioteca”, mas envolve fatores sociais mais profundos e complexos.

Rabello e Almeida Júnior (2020) propõem que o não-público, formado por não-usuários, é constituído por indivíduos que não podem acessar os serviços e materiais das unidades de informação não por escolha própria, mas devido à ausência de atributos mínimos para tal. Esses atributos são aqueles comumente atribuídos a um perfil idealizado de usuário de informação, o qual ecoa padrões de comportamento associados às classes sociais mais privilegiadas, por exemplo: falar mais de uma língua, ter o hábito de leitura, fruição de alguma manifestação artística socialmente aceita, como cinema, poesia, música, entre outras.

Muito se diz que a biblioteca é feita para leitores, estudantes, pesquisadores, enfim, para aqueles direta ou indiretamente ligados às práticas de leitura e ao uso da informação, seja para fruição, seja para atender a demandas escolares, universitárias ou de pesquisa. No entanto, muitas vezes se esquece do potencial de incentivar também os trabalhadores, as donas de casa e os cidadãos em geral, que, por sua vez, acabam se sentindo desencorajados

usuário de informação, mormente abordada na área de informação, representa uma fração da comunidade, mesmo quando com pretensões totalizadoras e universalizantes” (Rabello; Almeida Júnior, 2022).

a utilizar esses espaços por presumirem não ter formação intelectual suficiente (Silva; Sampaio, 2013).

Flusser (1980) aponta a existência de um segmento da sociedade que nunca se tornará público das bibliotecas, a menos que essas instituições se voltem para ele. Nas palavras do autor: “A diferença entre público (mesmo em estado potencial) e não-público é fundamental. Se no nosso sistema cultural o público potencial pode vir a ser público efetivo, o não-público não o será jamais” (Flusser, 1980, p. 132).²

Para exemplificar, sem pretensão de abranger todos os casos, fazem parte do não-público segmentos como: a “ralé estrutural” (Souza, 2011), analfabetos, pessoas com deficiência física e/ou mental, abrangendo impedimentos intelectuais, sensoriais, etc., pessoas em situação de rua, pessoas trans, dentre outras (Rabello; Almeida Júnior, 2020).

É importante ressaltar que as próprias bibliotecas, independentemente de questões de classe, podem ampliar seu não-público ao estabelecer barreiras que dificultam o acesso a seus espaços, produtos e serviços, como a proibição da entrada de crianças descalças ou restrições ao uso de banheiros por pessoas transexuais, quando ocorre alguma manifestação de preconceito, quando é utilizada alguma tecnologia de difícil acesso ou compreensão pelos usuários, dentre outras (Rabello, 2021, 2023). Além disso, ao direcionarem seus serviços exclusivamente a um perfil “ideal” de usuário, correm o risco de excluir até mesmo usuários potenciais, convertendo-os em não-público (Rabello; Almeida Júnior, 2020).

Portanto, para que as BU sejam verdadeiros espaços de inclusão e democracia, desempenhando efetivamente seu papel tanto dentro da instituição quanto com comunidades às quais servem, é necessário que haja uma “[...] transformação estrutural da

² “O caráter determinista dessa impossibilidade foi problematizado por Flusser (1980) quando defendeu o que chamou de ‘biblioteca ação-cultural’ ou ‘biblioteca verdadeiramente pública’, democrática e acolhedora também do não-público, a despeito do que denominou de ‘biblioteca tradicional’, direcionada para um público específico. Ao realizar um cotejo entre ambas, o autor observa que a biblioteca tradicional se configura como um espaço de informação e de herança cultural mediada *para* um público. Já a biblioteca ação-cultural medeia a informação *com* a população, fomentando uma leitura crítica. Na biblioteca tradicional os livros já estão escritos. Na biblioteca ação-cultural muitos livros estão por escrever pelo não-público. A biblioteca tradicional é uma instituição para a comunidade, implantada e sujeita a rejeição. A biblioteca ação-cultural não é *para* uma comunidade, mas é *da* comunidade. Na biblioteca tradicional, o bibliotecário está à disposição para auxiliar e mediar a informação e a cultura *para* um público. Na biblioteca ação cultural, o bibliotecário, ademais, está integrado e *pertence* à comunidade onde atua. Apesar de as duas vertentes apresentadas – a biblioteca tradicional e a biblioteca ação-cultural – serem diferentes e se valerem de concepções opostas, entende-se que, para a discussão sobre ambas, deve-se considerar mesclas e nuances intermediárias, desconsiderando entendimentos meramente maniqueístas. Um pretense equilíbrio – entre as mencionadas concepções de bibliotecas – não existe a partir de um olhar individualizado, pendendo para um ou outro lado” (Rabello; Almeida Júnior, 2022).

biblioteca tal como existente hoje, em uma que participe do processo de dar a palavra ao não-público” (Flusser, 1980, p. 133).

Nesse sentido, as questões relacionadas ao não-público das BU podem ser pensadas à luz das transformações sociais decorrentes do avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), em especial, as mídias sociais. Essas ferramentas favorecem a interação entre organizações e pessoas no ambiente digital e têm sido amplamente incorporadas pela população brasileira em função da ampliação do acesso à internet. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios (2024)³, entre 2005 e 2024 a proporção de lares urbanos conectados à internet passou de 13% para 85%. Atualmente, a conectividade atinge 100% dos domicílios da classe A e 68% nas classes D e E. Apesar das desigualdades, o acesso cresce de forma contínua, impulsionado sobretudo pela popularização dos *smartphones*.

2.2 Mídias sociais e bibliotecas universitárias

As inovações das TIC alteraram as maneiras como as pessoas interagem entre si e os processos pelos quais buscam informações. Houve uma mudança significativa no perfil cultural da sociedade contemporânea, onde a tecnologia desempenha um papel fundamental nos âmbitos econômico, político e social (Araújo, 2021).

Os novos formatos de comunicação e conexão em rede nas plataformas digitais acontecem sobremaneira por meio das mídias sociais, responsáveis por propiciar facilidade de publicação de informações, interatividade e colaboração via Internet (Anjos, 2016).

A interatividade é uma palavra-chave no contexto dessas plataformas, que permitem a produção de conteúdo descentralizado. Na definição de Deodato (2017, p. 2), as mídias sociais são “[...] um conjunto de aplicativos baseados na internet que promovem a interação social e permitem que as pessoas criem, discutam e compartilhem conteúdo na web com facilidade”. Nessa direção, as mídias sociais oferecem às BU oportunidades para construir relacionamentos mais fortes com os usuários e com a comunidade ao seu redor (Deodato, 2017), auxiliando em ações de mediação informacional (Nunes, 2023) e no cumprimento de sua missão social (Anjos, 2016). Ademais, conforme Anjos (2016), seu uso no âmbito biblioteconômico interessa porque são ferramentas que já fazem parte do cotidiano dos

³ Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/em-duas-decadas-proporcao-de-lares-urbanos-brasileiros-com-internet-passou-de-13-para-85-aponta-tic-domicilios-2024/> Acesso em: 30 abr. 2025.

usuários, facilitam a interação ou o contato direto e permitem alcançar usuários reais e potenciais.

É interessante observar que Anjos (2016) associa não-usuários a usuários potenciais, algo comumente observado na literatura das ciências da informação e da documentação (Rabello, 2023), ainda que existam aspectos conceituais (ver seção 2.1) que os diferenciam.

No contexto brasileiro, dentre as mídias disponíveis, tais quais *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *X*, etc., Silva (2023) identificou o Instagram como a plataforma mais utilizada pelas bibliotecas das 67 Instituições de Ensino Superior (IES) públicas federais (77,6%). Os principais conteúdos compartilhados nos perfis dessas instituições consistem em divulgação de seus serviços, formas de contato, *link* para o site das unidades e comunicados diversos, elaborados preferencialmente no formato de texto, imagem ou vídeo (Silva, 2023).

O Instagram pode ser utilizado para aumentar o senso de comunidade entre bibliotecários e usuários, especialmente por ser um espaço adequado para o *marketing* de serviços e obtenção de *feedbacks* e interações (Doney; Wikle; Martinez, 2020). Permite também compartilhar informações pertinentes à comunidade, promover webinars e servir como uma ferramenta de aproximação entre esses espaços e o público que busca informação e cultura (Nunes, 2023).

Diante do exposto, as mídias sociais, em especial, o Instagram, configuram-se como uma ferramenta valiosa para aproximar bibliotecas de seus usuários – reais, potenciais e do chamado não-público. Para que essa interação se efetive, é essencial que a instituição assuma uma postura ativa na promoção da inclusão social, integrando indivíduos por meio do contato com diferentes realidades.

3 ANÁLISE DO INSTAGRAM DA BIBLIOTECA CENTRAL DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Com o objetivo de refletir sobre o uso inclusivo das mídias sociais, em especial do Instagram, por BU, foi realizado um estudo de caso no perfil da Biblioteca Central da Universidade de Brasília (BCE/UnB)(@bceunb)⁴. A coleta de dados foi realizada em 28 de abril de 2024, por meio da organização de uma planilha contendo a data de publicação, a URL e as legendas de cada uma no *feed* do perfil. Foram excluídas da análise as publicações originadas por outros perfis em colaboração. O recorte temporal corresponde ao segundo semestre

⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/bceunb/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

letivo de 2024, de 24 de setembro de 2024 a 22 de fevereiro de 2025, totalizando 121 publicações.

A etapa seguinte consistiu na aplicação da análise de conteúdo, com inspiração na proposta de Bardin (2011), e, sobretudo, com base em um modelo conceitual adaptado de Doney, Wickle e Martinez (2020), apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Categorias de análise de publicações no Instagram de bibliotecas universitárias

Categoria	Palavra-chave	Descrição
Orientação	Informar	Orientar o público sobre o uso da biblioteca, como horários de funcionamento, localização de espaços, normas e instruções para acesso a serviços.
Humanização	Aproximar	Destacar o lado humano, acolhedor, divertido ou cotidiano da biblioteca, por meio de pessoas, histórias, humor, datas comemorativas ou bastidores.
Interação	Engajar	Mostrar ou incentivar trocas presenciais ou digitais com o público, como eventos, rodas de conversa ou situações de convivência.
Valorização do espaço	Pertencer	Associar a biblioteca a valores simbólicos, históricos ou sociais, reforçando sua identidade como espaço de convivência, memória ou resistência.
Exposição	Divulgar	Divulgar serviços, ações, eventos ou acervos.
Colaboração coletiva	Co-criar	Incentivar a participação ativa dos usuários, como responder a enquetes, marcar pessoas, sugerir conteúdos ou contribuir com ideias e opiniões.

Fonte: Adaptado de Doney, Wickle e Martinez (2020).

Conforme outrora mencionado, o presente estudo objetivou compreender os tipos de conteúdos compartilhados no perfil da BCE/UnB no Instagram, com ênfase no problema da inclusão dos grupos tradicionalmente considerados como não-público. Para isso, a análise abrangeu os elementos visuais, sonoros e textuais das publicações, imagens, áudios e legendas, com o intuito de identificar indícios de ações inclusivas voltadas a esses grupos.

Durante o período analisado, foram identificadas 58 publicações do tipo exposição (47,9%), 28 de humanização (23,1%), 12 de valorização do espaço (9,9%), 11 de colaboração coletiva (9,1%) e 4 de interação (3,3%). Tais resultados corroboram os achados de Doney, Wickle e Martinez (2020), pois, segundo as autoras, é compreensível que essas categorias predominem, já que a promoção de recursos, eventos e coleções constitui uma das principais razões para as bibliotecas manterem perfis nas mídias sociais.

No que se refere especificamente às publicações com potencial inclusivo, identificaram-se 7 enquadradas nessa categoria (ver Quadro 2), o que corresponde a 5,79% do total no período estabelecido.

Quadro 2 - Publicações da BCE/UnB que promovem a inclusão da comunidade e/ou do não-público

ID	Data de publicação	URL	Categoria
A	01/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAmIzptSNIQ/	Valorização do espaço
B	28/10/2024	https://www.instagram.com/p/DBrrdVjvs-p/?img_index=1	Exposição
C	01/11/2024	https://www.instagram.com/p/DB035I0paAs/	Exposição
D	21/01/2025	https://www.instagram.com/p/DFfpXy-xZSz/?img_index=1	Exposição
E	29/01/2025	https://www.instagram.com/p/DFa66xKx5B4/?img_index=1	Exposição
F	10/02/2025	https://www.instagram.com/p/DF5Y0UvzZQr/	Valorização do espaço
G	13/02/2025	https://www.instagram.com/p/DGBrl9ERGZ2/?img_index=1	Exposição

Fonte: Dados de pesquisa, 2025.

Observa-se que os conteúdos com elementos de inclusão identificados pertencem, predominantemente, às categorias exposição (5) publicações e valorização do espaço (2 publicações). Nos exemplos A e F, destaca-se a sala de amamentação, evidenciando o acolhimento a mães no ambiente da biblioteca; B e E promovem a visibilidade e o respeito à população Queer e Trans; C convida a comunidade externa a participar de um evento promovido pela BCE/UnB; D valoriza a diversidade religiosa; e G evidencia a inclusão de pessoas com deficiência, por meio de parceria com um projeto da APAE.

Esses dados revelam que, embora o perfil da BCE/UnB supostamente seja um perfil de sucesso em termos de alcance, com 36,9 mil seguidores e frequência quase diária de postagens ($f = 0,80$), o potencial das mídias sociais para promover a inclusão de não-público/não-usuários ainda é subutilizado. Além disso, apesar de a biblioteca oferecer serviços e recursos voltados à acessibilidade⁵, tais iniciativas não são suficientemente comunicadas no Instagram.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados revelam que, embora a BCE/UnB demonstre presença digital robusta no Instagram, a inclusão social por meio dos conteúdos ainda é tímida. Para que a biblioteca atue,

⁵ Conforme apresentado no *site* da instituição: <https://bce.unb.br/servicos/acessibilidade/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

de fato, como espaço democrático e de transformação social, é necessário integrar elementos de acessibilidade e inclusão de forma sistemática e ativa às publicações, ultrapassando o viés institucional e acolhendo a diversidade em suas múltiplas formas. A comunicação deve ser intencional e orientada por valores democráticos, de modo a alcançar tanto o público tradicional quanto aqueles historicamente invisibilizados. Este estudo contempla um universo pequeno de análise que pode ser ampliado em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação: um conceito atualizado. *In*: BORTOLIN, S.; SANTOS NETO, J. A.; SILVA, R. J. **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: ABECIN, 2015. p. 9-32.
- ANJOS, C. R. **Mídias sociais nas bibliotecas da UFRJ**: adoção e monitoramento. 2016. 162f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) – Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/1246>. Acesso em: 30 abr. 2025.
- ARAÚJO, C. R. **A dimensão comunicativa da gestão da informação no contexto das mídias sociais de bibliotecas universitárias**. 2021. 165f. Tese (Doutorado em Ciência da informação) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/20414>. Acesso em: 30 abr. 2025.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- DEODATO, J. Overhyped fad or missed opportunity? A history of academic libraries and the Social Web. **Journal of Web Librarianship**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 1-27, 2017.
- FERREIRA, R. S. Transpondo muros, construindo relações: uma reflexão sobre bibliotecas universitárias e extensão no Brasil. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 75-88, 2012.
- FLUSSER, V. Uma biblioteca verdadeiramente pública. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 131–138, 1980.
- FRANÇA, M. N.; CARVALHO, A. M. G. Análise da produção científica sobre mídias sociais e bibliotecas nos periódicos da Ciência da Informação no Brasil. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 296-320, 2019.
- 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**, [S. l.], v. 30, p. 1-23, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/57047>. Acesso em: 02 maio 2025.

NUNES, R. M. **O uso das mídias sociais para mediação da informação e mediação cultural pelas bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro**. 2023. 196f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38689>. Acesso em: 30 abr. 2025.

NUREÑA, C. R. Bibliotecas universitarias y proyección social: diferencias y extremos en América Latina. **Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información**, Ciudad de México, v. 33, n. 80, p. 117–132, 2019.

RABELLO, R.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Não-usuário de informação como implicado (r): desafios praxiológicos para pesquisa, formação e prática profissional. **Revista EDICIC, [S. l.]**, n. 2, p. 1-13, 2022. Disponível em: <https://ojs.edicic.org/index.php/revistaedicic/article/view/176/133>. Acesso em: 1 maio 2025.

RABELLO, R.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Usuário de informação e ralé estrutural como não-público: reflexões sobre desigualdade e invisibilidade social em unidades de informação. **Informação & Sociedade: Estudos, [S. l.]**, v. 30, n. 4, p. 1–24, 2020. DOI: 10.22478/ufpb.1809-4783.2020v30n4.57350. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/57350>. Acesso em: 11 maio 2025.

RABELLO, R. Práticas informacionais, usuário e ralé estrutural como não-público: praxiologias restritiva ou receptiva. *In*: TANUS, G. F. S. C.; ROCHA, J. A. P.; BERTI, I. C. L. **Práticas informacionais em diálogo com as ciências sociais e humanas**. Florianópolis: Rocha Gráfica e Ed., 2021. p. 83-96.

RABELLO, R. Studies on information users and non-users: an alternative proposal. **Open Information Science, [S. l.]**, v. 7, n. 1, p. 20220153, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1515/opis-2022-0153>.

SILVA, J. L. C.; SAMPAIO, D. A. Reflexões sobre usuários e não-usuários de bibliotecas: limitações e perspectivas. **PontodeAcesso**, Salvador, v. 7, n. 2, p. 132–157, 2013.

SILVA, R. I. **Gestão de redes sociais para a biblioteca UFTM como ferramenta de promoção dos serviços e interação com a comunidade acadêmica**. 2023. 81 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica) — Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, 2023. Disponível em: <http://btdt.uftm.edu.br/handle/123456789/1517>. Acesso em 30 abr. 2025.

SOUZA, J. **A ralé brasileira: quem é e como vive**. Belo Horizonte: UFMG, 2011.