



# XXI ENANCIB

Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

50 anos de Ciência da Informação no Brasil:  
diversidade, saberes e transformação social

Rio de Janeiro • 25 a 29 de outubro de 2021

## XXI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXI ENANCIB

### GT-3 – Mediação, circulação e apropriação da informação

#### PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO GRUPO “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II”

#### *INFORMATION PRACTICES IN THE GROUP “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II”*

**Sabrina Clavé Eufrásio** - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

**Rodrigo Silva Caxias de Sousa** - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

#### **Modalidade: Trabalho Completo**

**Resumo:** Práticas informacionais nas plataformas sociais apresentam diferentes características de acordo com a comunidade virtual analisada. Este estudo, de abordagem mista com caráter exploratório-descritivo, teve como objetivo apresentar as práticas informacionais, com foco na informação étnico-racial, no grupo do Facebook “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II” e sua relação com o empoderamento racial. Ao *corpus* de dados de noventa e cinco postagens foi aplicada a técnica de Análise de Conteúdo, sendo obtidas sete categorias, práticas informacionais, gênero, motivação, tipo de mensagem da postagem, fonte de origem da informação, tema e forma de composição da postagem, sendo apresentadas as cinco primeiras neste trabalho. As práticas informacionais desenvolvidas no grupo são pautadas predominantemente pelo gênero masculino, sendo produzidas diretamente no grupo ou utilizando-se de outras fontes informacionais na web, como sites e páginas públicas do Facebook para o compartilhamento da informação. Foi identificado como motivação para tais práticas o interesse pela comunidade e engajamento social, sendo compartilhadas e produzidas mensagens caracterizadas como opinião entre outros tipos, resultando na produção e compartilhamento da informação étnico-racial auxiliando seus membros na constituição do empoderamento racial. As práticas informacionais no grupo analisado são caracterizadas pelas peculiaridades das temáticas relacionadas à informação étnico-racial.

**Palavras-chave:** práticas informacionais; informação étnico-racial; empoderamento; aquilombamento digital.

**Abstract:** Information practices on social platforms have different characteristics according to the analyzed virtual community. This study, of the quali-quantitative mixed approach with an exploratory-descriptive character, aimed objective informational practices, with a focus on ethnic-racial information, in the Facebook group “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II” and its relationship to racial empowerment. The data corpus was ninety five posts, being applied the content analysis technique, seven categories, information practices, gender, motivation, type of post message, source of origin of information, theme and form of composition of the post, being presented the first five elections. The information practices developed in the group are predominantly male, being produced directly in the group or using other informational sources on the web, such as websites and public pages of Facebook for the sharing of information. Interest in the community and social engagement was identified as a motivation for such practices, with messages characterized as opinions among other types being shared and produced, resulting in the production and sharing of ethnic-racial information, helping its members in the constitution of racial

empowerment. The informational practices in the analyzed group are characterized by the peculiarities of the themes related to ethnic-racial information.

**Keywords:** information practices; ethnic-racial information; empowerment; digital aquilombamento.

## INTRODUÇÃO

Práticas informacionais que se constituam como alternativa de empoderamento de grupos excluídos, tem se edificado no âmbito das plataformas digitais. A atuação da comunidade negra nas redes sociais, implicou em práticas informacionais, fundamentadas em distintas fontes de informação, em virtude do aumento de denúncias e formas de organização para o fortalecimento de suas lutas. Nesse sentido, manifestações de aquilombamento digital, pautadas em informações étnico-raciais podem ser evidenciadas em distintas plataformas. Essas formas de composição do conteúdo potencializam-se como alternativas de empoderamento e aquilombamento digital reforçando características identitárias no grupo.

Dessarte definimos como objetivo geral da presente pesquisa apresentar as práticas informacionais, com foco na informação étnico-racial, no grupo do Facebook “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II” e sua relação com o empoderamento racial.

## 2 DESENVOLVIMENTO

A abordagem das práticas informacionais se consagra como alternativa crítica ao conceito de comportamento informacional, conforme Rocha, Duarte e Paula (2017). Enquanto nos estudos de comportamento informacional, existe uma atenção redobrada sobre os aspectos cognitivos do sujeito, nos estudos de práticas informacionais o foco se volta à aspectos da socialização de informações. Dessa maneira, é considerado o contexto social do (s) indivíduo(s) em relação à obtenção, busca, uso, compartilhamento e troca de informações. Nossa percepção acerca das práticas informacionais a compreendem como abordagem alternativa crítica dos estudos de usuários (SAVOLAINEN, 2007; ARAÚJO, 2016).

Práticas informacionais como forma de empoderamento da comunidade negra são estabelecidas em plataformas de redes sociais na conjuntura atual. Em relação ao Facebook tais práticas implicam na composição de conteúdos com características e recursos dos quais permitem a organização e recuperação da informação, além de permitir a produção de categorias temáticas, a partir de distintas fontes de informação, sejam elas formais ou

informais (RODRIGUES; BLATMANN, 2014).

O sujeito informacional ao se apropriar da informação, tem a possibilidade de transformar a sua realidade e construir sua identidade (RENDÓN-ROJAS; GARCÍA-CERVANTES, 2012). Desta maneira, na perspectiva de práticas informacionais o sujeito informacional e informação são analisados na mesma proporção, ocorrendo a mediação em ambos os sentidos, de tal forma que torna-se impossível analisar individualmente (DAY, 2011).

No tocante à população negra, a informação étnico-racial possui um papel importante enquanto constituição do sujeito em uma sociedade da qual informação é sinônimo de poder. A informação referente ao povo negro foi silenciada, mascarada e manipulada auxiliando na discriminação racial. Esta informação da qual resgata a história e cultura de um povo discriminado é recuperada a partir de pesquisas minuciosas. Desta forma, a informação étnico-racial na Ciência da Informação é conceituada como:

[...] todo elemento inscrito num suporte físico (tradicional ou digital), passivo de significação linguística por parte dos sujeitos que a usam, tendo o potencial de produzir conhecimento sobre os aspectos históricos e culturais de um grupo étnico na perspectiva de sua afirmação na diversidade humana. (OLIVEIRA; AQUINO, 2012, p. 487).

Nesta perspectiva é salutar considerar as plataformas digitais como um recurso do qual a partir de pesquisas em fontes de informação confiáveis, o sujeito informacional produza, reproduza e se aproprie da informação étnico-racial. Esta sociabilidade que ocorre nestes ambientes virtuais, transforma esta informação em conhecimento e consequentemente auxilia no empoderamento da comunidade negra.

O termo empoderamento (*empowerment*) está associado à acessibilidade da informação e na luta por igualdade (na segunda metade do século XX, nos EUA, utilizada nos movimentos sociais e emancipatórios) (BAQUERO, 2006). Na atualidade esse empoderamento se manifesta em formas de aquilombamento digital.

Tendo como elemento catalisador distintas motivações dos sujeitos informacionais para postagens no Facebook arroladas de estudos precedentes, (OH, 2012) optamos por compreender as motivações a partir de dez categorias propostas por Syn e Oh (2015), adaptando-as de acordo com a pesquisa empírica.

Ademais, ao considerarmos o quilombo como espaço de resistência, nos valem das

percepções de autores, tais como Souza (2008) e Conceição (2020), que reproduzem e ampliam o termo “aquilombamento digital” com os princípios do movimento quilombista no espaço virtual. Implicando em considerar que esses conteúdos são a materialidade em relação a formas de aquilombamento digital manifestadas no grupo. Tais materializações tem como indício aspectos como: gênero e motivações dos sujeitos informacionais, a diversidade de fontes de origem da informação utilizadas e tipos de mensagens, sejam elas opiniões, curiosidades, notícias, reflexões, citações, divulgação de trabalhos; consistindo em inusitadas práticas informacionais.

### 3 METODOLOGIA

Pesquisa exploratório-descritiva de abordagem mista, que analisa as práticas informacionais do grupo do Facebook “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II”. A comunidade “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II” é um grupo privado, ou seja, no qual o usuário depende de aprovação do moderador para nele ingressar, sendo necessário responder a algumas perguntas pré-definidas. Em fevereiro de 2021, era constituído de 12.400 membros, com publicações diárias, vindas dos membros e previamente analisada pelos administradores do grupo. Em sua descrição apresenta que sua finalidade é compartilhar informações do “mundo afro”. Criado em 30 de maio de 2020, com o nome “Negro do saber”, teve sua denominação alterada em 03 de junho de 2020.

O processo exploratório teve início com a observação espontânea no grupo. A partir da leitura flutuante das postagens foi realizada a coleta sistemática do *corpus* durante o mês de fevereiro de 2021, através da inserção dos dados em uma planilha Excel. Posteriormente foram realizadas releituras em relação ao *corpus* de dados, permitindo a composição de sete categorias emergidas da Análise de Conteúdo de Bardin (2016) relativas ao *corpus* de noventa e cinco postagens sendo elas: práticas informacionais, gênero, motivação, tipo de mensagem da postagem, fonte de origem da informação, tema e forma de composição da postagem. Em razão da extensão do estudo aqui proposto, optamos pela apresentação dos resultados das cinco primeiras categorias elencadas.

### 4 ANÁLISE DOS DADOS

Apresentamos aqui cinco das categorias emergidas das análises, quais sejam: práticas informacionais, gênero, motivação, tipo de mensagem da postagem e fonte de origem da informação, emergidas do *corpus* de noventa e cinco postagens.

Em **relação às práticas informacionais** encontradas no grupo de forma explícita identificamos produção (PR) e compartilhamento (CO) de informações étnico-raciais através das postagens. A maioria das publicações no grupo são provenientes do compartilhamento, ou seja, postagens oriundas de outras fontes informacionais. Desta maneira, 55 (57,9%) do total das publicações analisadas foram compartilhadas no grupo. Em relação às postagens produzidas pelos próprios membros do grupo, ou seja, de autoria própria, foram identificadas 40 (42,1%) do total do *corpus* analisado. Este dado demonstra que as informações étnico-raciais que circulam neste grupo são provenientes de outras fontes informacionais, práticas tradicionalmente identificadas na web sendo disseminadas neste espaço digital, com possibilidades de novas interpretações.

**Quanto ao gênero** dos sujeitos informacionais os dados estão assim distribuídos: 74 (77,9%), ou seja, a grande maioria, foram realizadas por sujeitos do gênero masculino, 14 (14,7%) identificadas do gênero feminino e 7 (7,4%) não informado. Apresentamos na (Figura 1) uma postagem produzida por um sujeito informacional do gênero masculino.

**Figura 1 - Postagem com autoria do gênero masculino.**



**Fonte: Dados da pesquisa (2021).**

A postagem foi composta pela fotografia de uma mulher negra, com o texto: "Você não pode ter orgulho da sua cor sem saber a sua história e origem. Por que o branco que te ensinou a odiar a sua cor ainda está em você! O branco que te ensinou a odiar o seu cabelo

ainda está em você.” Merece destaque que esta segunda parte da postagem correspondendo a fotografia e texto sobreposto se distancia da primeira interpretação do coletivo para constituição da identidade da mulher negra e homem negro, remetendo a mensagem somente para a mulher negra. Expressando que esta sofre influências da cultura branca em relação à cor e ao cabelo e ressalta a importância de conhecer a sua história e sua origem para ter orgulho do ser negro.

Uma mulher negra com turbante e pescoço e ombros com efeito oleoso se destaca entre o conteúdo do texto. A postagem, produzida por um homem de Angola, carrega em si múltiplas interpretações. Se por um lado, merece destaque que essa postagem traz em si uma perspectiva sensualizada da mulher negra, reforçando a um estereótipo, por outro o conjunto de aspectos relacionados a aproximação entre imagem e texto acena para a possibilidade interpretativa de que possa se tratar de uma mulher forte que conhece a sua história, sua origem e tem orgulho da sua cor. O texto da postagem, remete a influência do branco no apagamento da história do povo negro desde o período colonial. Ainda que o texto da postagem ressalte que enquanto o povo negro não conhecer sua história e sua origem não poderá ter orgulho da sua cor, o fato da postagem ser produzida por um homem que atrela seu conteúdo a uma mulher negra, sensualizada e que sua beleza se destaca em meio ao conteúdo é indicativo de uma série de contradições. As palavras utilizadas pelo homem são produtos de uma bricolagem com expressões literais do Malcom X, demonstrando que a prática informacional por ele efetivada se pauta na conjunção de informações vinculadas à citações e expressões relativas a ícones que fazem parte da história do povo negro. Ademais remete para uma perspectiva instrumental e caricaturada de sensualização da mulher negra, reforçada literalmente no texto por informações que trazem a suposta ideia de desconhecimento quanto a sua condição. Se por um lado a mensagem atenta para a necessidade de uma compreensão por parte da mulher negra, por outro esse homem se vale e ocupa o lugar de fala da mulher negra, do qual não tem a devida perspectiva e compreensão para produzir o conteúdo. O lugar de fala segundo Ribeiro (2019) é dedicado ao indivíduo que vivencia a discriminação, expondo as suas reflexões do seu ponto de vista.

Em contrapartida, a figura 2 nos mostra a postagem produzida por um sujeito informacional do gênero feminino.

Figura 2 - Postagem com autoria do gênero feminino.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A postagem (Figura 2), produzida por uma autora do gênero feminino, na qual é possível identificar a valorização da “preta”, utilizando-se do seu lugar de fala. A postagem inicia com a seguinte mensagem: “Recado para mulheres pretas. ‘Você tem que levantar-se da mesa quando o amor não estiver mais sendo servido’ Nina Simone”. A citação que é identificada como da cantora Nina Simone ressalta que a mulher tem a opção de encerrar uma relação da qual não há mais amor. Logo em seguida é apresentada a imagem de uma mulher negra com cabelos afro, braços cruzados, brincos e colar. Sobreposta a imagem, com letras brancas e sem fundo, se destaca a frase: “Se a coisa tá preta, a coisa tá boa!”. Enfim, imagem e texto se complementam, na qual uma mulher negra, a partir do seu olhar e linguagem corporal se mostra resistente, e, por conseguinte, empoderada. Reforça a ideia que a expressão “preto” pode representar algo bom, ao contrário do que é semeado na sociedade com caráter racista onde os termos “preto” e “negro” são associados a expressões

ruins, tais como: “a coisa tá preta”. Nesse caso o conteúdo das informações que compõem a analogia entre preto e bom demonstra uma alternativa de reforço e valorização da negritude, tendo a intencionalidade de empoderamento através da circulação discursiva. Isso porque as informações contidas nos discursos são elementos fulcrais no que tange à ressignificação de aspectos valorativos a grupos étnicos marginalizados, principalmente quando essas práticas informacionais são rearticuladas a partir de noções, termos, conceitos e seus respectivos usos.

A partir da análise das postagens publicadas por uma mulher negra e um homem negro foi possível identificar diferenças na forma como cada sujeito informacional compartilha informações relacionadas à temática no grupo. Neste sentido, as práticas informacionais recebem influências da percepção e ideologias do sujeito informacional (ARAÚJO, 2016), refletindo em suas escolhas informacionais. O fato de ser constatado no *corpus* analisado a maioria das postagens ser majoritariamente de autoria de pessoas do gênero masculino, talvez defina estas postagens ser majoritariamente com sentido de seus responsáveis.

**Em relação à motivação do sujeito informacional** para o compartilhamento de informações utilizamos das categorias adaptadas conforme Syn e Oh (2015): **altruísmo (ALT)**, **aprendizagem (APR)**, **eficácia (EFI)**, **empatia (EMP)**, **engajamento social (ENS)**, **ganho pessoal (GAP)**, **interesse pela comunidade (INC)**, **prazer (PRA)**, **reciprocidade (REC)** e **reputação (REP)**.

A Tabela 1 elenca a distribuição das subcategorias relativas à motivação.

**Tabela 1 – distribuição das subcategorias relativas à motivação.**

<b>Motivação</b>	<b>Contagem das ocorrências</b>	<b>Porcentagem</b>
Interesse pela comunidade	26	27,4%
Engajamento social	19	19,9%
Aprendizagem	18	18,9%
Prazer	9	9,5%
Altruísmo	7	7,4%
Empatia	5	5,3%
Eficácia	5	5,3%
Reciprocidade	4	4,2%

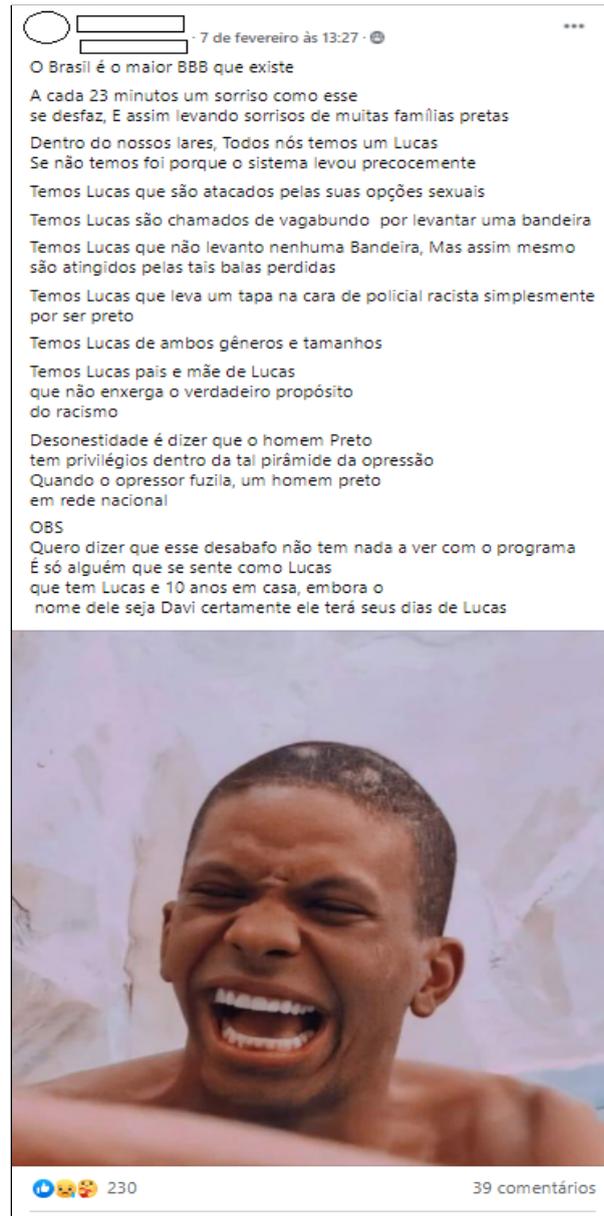
Ganho pessoal	2	2,1%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Identificamos a partir da análise do *corpus* que a motivação “interesse pela comunidade” 26 (27,4%) e “engajamento social” 19 (19,9%) são as principais motivações dos sujeitos informacionais a compartilharem e produzirem informações étnico-raciais no grupo analisado. Não identificamos postagens nas quais os sujeitos informacionais tenham compartilhado ou produzido informações fundamentadas na motivação para a obtenção de “reputação”, demonstrando que as práticas informacionais não são realizadas com o intuito aumento da popularidade ou fama, ainda que essa seja uma prática informacional amplamente utilizada na web (RODRIGUES; BLATMANN, 2014), e de forma mais incisiva, em redes sociais.

Apresentamos na Figura 3 uma postagem da qual a motivação para produzir/compartilhar no grupo foi categorizado por Interesse pela comunidade (INC).

**Figura 3 - Motivação (INC).**



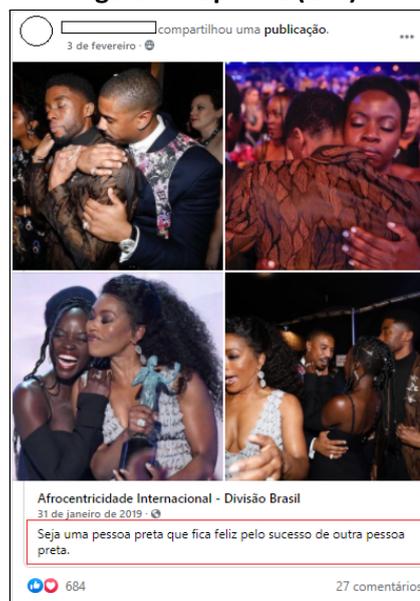
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Na Figura 3, a motivação categorizada como “Interesse pela comunidade (INC)”, da qual compreende que o sujeito informacional motivado pelos objetivos e valores do grupo virtual participa ativamente, interagindo em virtude do bem comum. A postagem inicia com um texto longo, sob o título “O Brasil é o maior BBB que existe”. A fotografia apresentada na postagem se relaciona com o texto, na qual Lucas, um homem negro com popularidade muito expressiva, está sorrindo em uma piscina. Este sorriso remete a refletir sobre o trecho: “A cada 23 minutos um sorriso como este se desfaz. E assim levando sorrisos de muitas famílias pretas.” Esta postagem tem o propósito de denunciar e gerar reflexões acerca do genocídio da população negra, enfatizando o tratamento dado a homens negros que são

exterminados e oprimidos diariamente, incitando a reflexão por parte de toda a comunidade.

No que se refere ao **tipo de mensagem da postagem**, obtivemos as seguintes subcategorias: opinião (OPI), notícia(NOT), curiosidade(CUR), reflexão(REF), citação(CIT), divulgação de trabalho(DIT) e entretenimento(ENT). A partir da análise do *corpus*, percebemos que notícias e opinião são as formas de explicitação mais utilizadas nas postagens, sendo opinião 39 (41,1%) e notícia 23 (24,2%). Outros tipos de mensagem da postagem identificados em ordem decrescente foram: curiosidade 14 (14,7%), reflexão 8 (8,4%), citação 7 (7,4%), divulgação de trabalho 2 (2,1%) e entretenimento 2 (2,1%). A seguir apresentamos a postagem representativa desta categoria (Figura 4).

**Figura 4 - Opinião (OPI).**



**Fonte: Dados da pesquisa (2021).**

O exemplo com maior número de interações dessas subcategorias está representado na Figura 4, da qual identificamos como tipo de mensagem - Opinião (OPI). Compartilhada de uma página pública do Facebook com o nome “Afrocentricidade Internacional - Divisão Brasil”, a postagem apresenta quatro fotografias com atores e atrizes negros (as) se abraçam na premiação pela atuação no filme “Panteras negras”. Esta imagem é completada com a frase: “Seja uma pessoa preta que fica feliz pelo sucesso de outra pessoa preta.” Ao identificar as postagens da subcategoria “opinião” identificamos que os sujeitos

informativos utilizam do seu conhecimento prévio em relação a informação étnico-racial como base para produzir opiniões aos membros do grupo.

**No tocante às fontes de origem da informação**, a partir do corpus, identificamos e categorizamos as seguintes fontes: Fonte de informação pessoal (FIP), site (SIT), página pública Facebook (PPF), conta pessoal Facebook (CPF), blog (BLO), twitter(TWI).

Das 95 postagens analisadas, 34 (35,8%) são elaboradas pelos sujeitos informativos membros do grupo. Outras fontes de origem encontradas e suas incidências são: sites 22 (23,2%), página pública do Facebook 16 (16,85), conta pessoal do Facebook 21 (22%), blog 1 (1,1%) e twitter 1(1,1%). Merece destaque que nessas ocorrências foram identificados 20 (19%) formais e 75 (71%) informais.

Esses dados evidenciam a preponderância de que as informações étnico-raciais que circulam no grupo são originárias fundamentalmente da web, demonstrando o quanto a socialização de conteúdos reforça circuitos de produtividade de informações na rede. Depreendemos que tais práticas informativas são compostas no âmbito da própria comunidade, privilegiando o uso de conteúdos produzidos a partir de fontes de informações formais e informais. Em relação a fontes informais Rodrigues e Blattmann (2014, p. 10) estabelecem:

[...] fontes de informação como tudo o que gera ou veicula informação. Pode ser descrita como qualquer meio que responda a uma necessidade de informação por parte de quem necessita, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, sites e portais. (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014, p. 10)

Apresentamos na Figura 5 uma postagem na qual a origem da fonte de informação é Página Pública do Facebook (PPF). Segue uma breve descrição da postagem, bem como observações que auxiliam a elucidar aspectos das práticas informativas realizadas no grupo.

Figura 5 - Fonte de origem (PPF).



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Figura 6 - Página Pública do Facebook.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Na Figura 5, identificamos a fonte da origem da informação como sendo oriunda de uma Página Pública do Facebook (PPF), neste caso a página (Tribo Banto Afrika) conforme explicitado na Figura 6. A imagem e o texto completo são apresentados ao visualizar a postagem, permitindo que dessa maneira o sujeito informacional não necessite clicar no texto ou imagem para ler o texto na íntegra.

A postagem apresenta a imagem de um homem negro e sua produção de tênis com estampas africanas e na parte inferior um texto explicativo. O título do texto “VAMOS APOIAR O NOSSO TALENTOSO SENEGAL” e as fotos nas quais visualizamos o senegalês apresentando suas obras, podem gerar uma confusão na interpretação da postagem, podendo interpretar no primeiro momento que se trata de venda. Porém ao ler o texto, o sujeito informacional depara-se com informações tais como: termos na língua Wolof e a sua

trajetória enquanto “empresário e inovador senegalês” e a descoberta que “o que fazia era valioso”. A partir destas observações identificamos que as práticas informacionais se fundamentam em informações étnico-raciais compartilhadas no grupo do Facebook, sendo reflexo da interação dos sujeitos informacionais em outras plataformas de redes sociais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como referência a compreensão do Facebook como espaço de aquilombamento digital. Tal empreendimento se fundamentou no paradigma social da Ciência da Informação à luz do conceito da informação étnico racial, concebendo as práticas realizadas pelos sujeitos informacionais concluindo que a informação se constitui como elemento de empoderamento da comunidade negra. Como forma de interpretar tal pressuposto, analisamos 95 postagens disponíveis no grupo do Facebook “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II”. Trata-se de um estudo preliminar proposto como exercício inferencial apresentado no exame de qualificação ao mestrado do Programa de Pós graduação em Ciência da Informação na instituição da qual os autores são vinculados.

Dessarte, a partir do *corpus* analisado identificamos que as informações socializadas no grupo são provenientes de outras fontes informacionais, tais como sites com publicações referente ao povo negro e páginas públicas ou privadas do Facebook. Estas informações compartilhadas e produzidas no grupo são reflexos de conhecimento prévio, além do posicionamento em relação à temas relacionados à informação étnico-racial, tendo o tipo de mensagem opinião encontrada em número expressivo no *corpus* analisado.

Práticas informacionais viabilizam formas de empoderamento racial, permitindo resistência à opressão e ao preconceito vivenciado por grupos aos quais o racismo incide. Além disso, ao considerar o grupo do Facebook “VOCÊ É PRETO? ENTÃO DEVE SABER! II”, como espaço virtual do qual as postagens são elaboradas pelos sujeitos informacionais negros, tendo a maioria identificadas como opinião e notícia, percebe-se o comprometimento, entre os membros, em relação a possibilidade de dirimir relações de opressão direcionadas ao povo negro. Desta maneira, o grupo pode ser identificado como um aquilombamento digital tendo como característica manifestações da luta por seus direitos tanto no espaço virtual, quanto em outros espaços da sociedade; pautadas no conhecimento, na valorização de sua história e na construção de uma identidade coletiva.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. Á. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Informação em pauta**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 61–78, 2016. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/2970/2694>. Acesso em: 19 dez. 2020.

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

CONCEIÇÃO, K. S. **Aquilombamento digital**: mulheres negras, comunicação e trabalho em uma rede de afetos. 2020. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Mídia, Informação e Cultura) - Centro de Estudos Latino-Americanos sobre cultura e comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <http://celacc.eca.usp.br/?q=es/celacc-tcc/1928/detalhe>. Acesso em: 02 maio 2021.

DAY, R. E. Death of the user: Reconceptualizing subjects, objects, and their relations. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, [s. l.], v. 62, n. 1, p. 78-88, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.21422>. Acesso em: 28 dez. 2020.

OH, S. The characteristics and motivations of health answers for sharing information, knowledge, and experiences in online environments. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, [s. l.], v. 63, n. 3, p. 543-557, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.21676>. Acesso em: 31 jan. 2021.

OLIVEIRA, H. P. C.; AQUINO, M. A. O conceito de informação etnicorracial na Ciência da Informação. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 466-492, 2012. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/90559>. Acesso em: 15 nov. 2020.

RENDÓN-ROJAS, M. A.; GARCÍA-CERVANTES, A. El sujeto informacional en el contexto contemporáneo. Un análisis desde la epistemología de la identidad comunitaria-informacional. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v. 17, n. 33, p. 30-45, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2012v17n33p30>. Acesso em: 21 dez. 2020.

RIBEIRO, D. **Lugar de fala**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

ROCHA, J. A. P.; DUARTE, A. B. S.; PAULA, C. P. A. Modelos de práticas informacionais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 23, n. 1, p. 36, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1808-5245231.36-61>. Acesso em: 16 jan. 2021.

RODRIGUES, C. BLATTMANN, U. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 4-29, jul./set. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/RMwpcd5QyLSBnTxkM3YHtDw/?format=pdf>. Acesso em: 02 maio 2021

SAVOLAINEN, R. Information Behavior and Information Practice: Reviewing the “Umbrella Concepts” of Information-Seeking Studies. **The Library Quarterly**, Chicago, v. 77, n. 2, p.

109-132, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/517840>. Acesso em: 21 dez. 2020.

SAVOLAINEN, R. Dialogue processes in online information seeking and sharing: a study of an asynchronous discussion group. **Information research**, [s. l.], v. 25, n. 3, 2020. Disponível em: [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/123237/dialogue\\_processes\\_in\\_online\\_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/123237/dialogue_processes_in_online_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y). Acesso em: 21 dez. 2020.

SOUZA, B. O. **Aquilombar-se**: panorama histórico, identitário e político do Movimento Quilombola Brasileiro. 2008. Dissertação (mestrado) — Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Antropologia, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, 2008.

SYN, S. Y.; OH, S. Why do social network site users share information on Facebook and Twitter? **Journal of Information Science**, [s. l.], v. 41, n. 5, p. 553–569, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0165551515585717>. Acesso em: 31 jan. 2021.