

# Espaços de memória e difusão pelas redes sociais: o caso do memorial da Justiça de Pernambuco

*Mônica Maria de Pádua Souto da Cunha*<sup>1</sup>

Gerente do Memorial da Justiça do Tribunal de Justiça de Pernambuco

**Sumário:** 1. Introdução. 2. Contextualização e histórico da implantação do projeto. 3. Gestão do canal. 4. Dificuldades encontradas e soluções desenvolvidas. 5. projetos futuros e desafios. 6. Considerações finais. Referências.

## 1. Introdução

Trabalho em equipe tem sido a chave para o sucesso do Instagram do Memorial da Justiça do Tribunal de Justiça de Pernambuco (TJPE).

A conta foi criada em julho de 2020 e já conta com mais de 7 mil seguidores.

Inicialmente, a equipe do Memorial contou com a preciosa e imprescindível consultoria da Assessoria de Comunicação (Ascom) do Tribunal de Justiça de Pernambuco (TJPE), mas, hoje, já trabalha com autonomia.

Formada por seis servidores lotados no centro de memória, com formações diversas, como História, Engenharia e Direito, os integrantes do grupo se reúnem uma vez por semana para definir a pauta diária do Instagram. Cada um deles tem uma função determinada, que foi sendo definida de acordo com o talento individual. O envolvimento de todos tem sido essencial para o crescimento do perfil nas redes sociais, bem como da confiança dos seguidores.

Este trabalho traça o caminho percorrido pelo Memorial desde a criação da sua conta no Instagram até os dias atuais, a fim de compartilhar o conhecimento que foi apreendido pela equipe quanto à administração do uso dessa ferramenta pelo centro de Memória do Judiciário pernambucano para difusão de seu acervo.

## 2. Contextualização e histórico da implantação do projeto

Em plena pandemia da Covid-19, a equipe do Memorial da Justiça se viu distante de seus usuários, por ter sido obrigada a fechar a pesquisa ao arquivo histórico e as visitas ao museu. Há tempos já sentia necessidade de estar nas redes sociais, mas, por entendimento das gestões passadas, não foi possível concretizar esse objetivo, posto que o TJPE já possuía contas nas redes e, por isso, a Ascom indicou que o centro de memória usasse os canais já existentes para se comunicar com o seu público.

Todavia novos entendimentos chegaram sobre a necessidade de comunicação via internet e redes sociais com a pandemia supracitada. Esses canais se transformaram de

---

<sup>1</sup> Doutora em História (UFPE), é mestra em Ciência da Informação (UFPE), pós-graduada em Arquivo (UFPE) e em Direito Civil e Processual Civil (ESMAPE), graduada em História (UFPE) e Direito (AESO). E-mail: monica.paduasc@gmail.com

mais uma forma de acesso às informações para os únicos meios de comunicação, já que as instituições tiveram que fechar suas portas visitas ao atendimento presencial.

É indubitável que, no século XXI, a sociedade depende das tecnologias para facilitar o acesso à informação, com o propósito de auxiliarem o atendimento às necessidades informacionais com rapidez e habilidade em sua recuperação (PIRES, 2012). Entendendo que o incremento da visibilidade traz uma maior interação entre os sujeitos de uma rede virtual, aumentando as chances de disseminação das informações, com o que concorda Recuero (2011), o Memorial da Justiça precisava mais do que nunca, no período de pandemia, estar nas redes para continuar o seu trabalho de difusão da Memória.

O argumento mais forte que se teve para convencimento do setor de comunicação do TJPE sobre a criação de contas próprias para a área de Memória foi que o seu público é muito diferente daquele que segue o TJPE, já que ele é formado por pesquisadores de todas as áreas, especialmente das ciências humanas e sociais, estudantes e profissionais de História, Direito, Antropologia, Museologia, Arquivologia, entre outros interessados na gestão e preservação da Memória, e os seguidores do TJPE nas redes são normalmente advogados, partes de processos, entre outras pessoas de perfil muito diversificado, interessadas em questões relacionadas à prestação jurisdicional.

Pode-se afirmar ainda que o contexto em que estava inserido o Memorial também colaborou sobremaneira para essa mudança de pensamento da Ascom do TJPE quanto à criação de uma conta própria para o centro de Memória. Nesse prisma, destaque-se que o órgão mudou de vinculação em 2020, ficando subordinado à Comissão de Gestão e Preservação da Memória, formada por três desembargadores da Corte, diretamente ligada à Presidência do Tribunal. A Comissão também entendeu que o Memorial precisava ter uma conta separada da do TJPE e fez a gestão para que isso acontecesse. Outro ponto que influenciou na decisão para a criação de um Instagram próprio foi que a área de Memória estava em evidência nesse período, devido às comemorações dos 200 anos do Tribunal. E a gestão maior soube valorizar a sua importância, dando mais autonomia e apostando nos projetos sugeridos pela equipe da instituição.

Inicialmente, a equipe do Memorial da Justiça planejou criar duas contas, em 2020: uma no Instagram e, depois, outra no YouTube. Entretanto decidiu-se que a criação da conta do YouTube seria suspensa até que o órgão tivesse condições de administrá-la com a autonomia e o profissionalismo necessários. Então, em julho de 2020, foi criada a conta do Instagram.

O Instagram nasceu em 6 de outubro de 2010, desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e Mike Krieger. Eles divulgaram que a ideia era dar vida à nostalgia do instantâneo, baseada nas antigas câmeras fotográficas modelo Polaroid, cujas fotos revelavam-se no ato do disparo. A partir da simplificação de outro aplicativo (App) chamado de Burbn, de maior complexidade, o Instagram veio para ser simples e oferecer uma das funções que consideravam mais atrativa daquele App, a fotografia (RIBEIRO et al, 2018).

Para ter acesso ao Instagram, bastaria apenas criar uma conta, pelo computador ou por meio dos smartphones, fazendo o download do aplicativo. Feito isso, o usuário passaria a ter acesso a todas as funcionalidades. Uma delas é o compartilhamento de fotos, por meio da qual os usuários podem compartilhar imagens que inseridas na galeria do instantaneamente, não só no Instagram, mas também de redes sociais associadas. A base de construção dos relacionamentos do Instagram é feita a partir da adição de

seguidores, ou seja, pessoas que também têm perfil na mesma rede, com o objetivo de acompanhar as atualizações, um do outro. O aplicativo oferece várias funcionalidades, entre elas a facilidade de encontrar determinado usuário por meio da barra de pesquisa, curtir fotos e comentá-las, quer seja em perfil público ou privado (caso seja autorizada a visualização) (RIBEIRO et al, 2018).

A criação de um Instagram para o Memorial da Justiça ficou, então, dependendo especialmente de um ponto principal, e isso ficou resolvido entre as áreas de Memória e da Assessoria de Comunicação do TJPE (Ascom). Ficou estabelecido que a equipe do centro de memória teria que administrar a conta sozinha em tudo que se referisse ao Instagram, pois a Assessoria não poderia se responsabilizar por ela.

Os primeiros passos eram criar o nome da conta e uma marca, bem como definir a descrição do perfil para inserir no link da bio. Para realizar esse serviço, a Ascom disponibilizou os integrantes da sua área de publicidade, principalmente no que diz respeito à criação da marca e do layout.

O Memorial já possuía uma marca, mas ela estava precisando ser atualizada. Não mais estava atendendo às novas demandas. Então, a Ascom, junto à sua equipe de designers, fez algumas propostas, que foram sendo ajustadas de acordo com sugestões da equipe do Memorial e da Comissão de Gestão e Preservação da Memória. Assim foi criada uma nova marca para a instituição, que foi usada para o Instagram.

Quanto ao nome, houve o entendimento de que deveria ser um nome curto e que remetesse ao Memorial, que já era reconhecido como centro de Memória pelos pesquisadores brasileiros e estrangeiros. Mas também era importante que fosse feita a vinculação com o TJPE, pois existem outros memoriais de justiça no Brasil. Dessa forma, o nome escolhido foi @memorialtjpe.

No que diz respeito à descrição do perfil do link da bio, optou-se por uma descrição mais oficial, que já está sendo revista e deve ser modificada. Em breve haverá uma descrição do perfil que faça uma ligação mais informativa e, ao mesmo tempo, mais afetiva com os seguidores. Devido ao espaço ser muito limitado, colocou-se somente que o Memorial é o centro de Memória da CGPM, museu e arquivo histórico, o telefone, e-mail e um endereço para o linktr.ee.

A Ascom também criou um layout e uma frase para o feed do Instagram, que foi fixada em seis cards, formando uma imagem nas cores derivadas da marca. A frase, criada pela Ascom e aprovada pela equipe do Memorial e da Comissão, foi: Memorial da Justiça - História, Justiça e Arte num só lugar, contando com várias imagens do prédio histórico ocupado pelo órgão de Memória, ao fundo.

A partir dessas definições preliminares, a equipe começou a gerenciar a conta, definindo atribuições, produzindo conteúdo e organizando os posts.

### **3. Gestão do canal**

Para administrar a conta do Instagram, era necessário definir estratégias e uma política para as publicações e, principalmente, quem seria o público principal a ser atingido. Pela experiência com o atendimento no museu e no arquivo histórico do Memorial, a maior parte dos usuários era da área de História e do Direito, como também professores do ensino fundamental e médio. Então, o conteúdo deveria, inicialmente, ser voltado

para eles, que já tinham sido captados, independentemente das redes sociais, mas que poderiam estar nelas também.

Importante lembrar que, “a partir da necessidade informacional do indivíduo, inicia-se um processo de mediação entre a informação existente recebida e o uso/aplicação da informação, para uma determinada finalidade, em um determinado contexto” (TAYLOR, 1986, p. 14-15 apud VALENTIM 2010, p. 17). Assim, a equipe do Memorial começou a criar conteúdos para informar sobre a existência do órgão e suas competências, bem como informativos sobre o acervo que tem sob sua responsabilidade, por entender que a sua principal missão é aproximar o Judiciário do cidadão. Essa função deve ser exercida com vistas a facilitar o acesso à documentação por meio da organização do arquivo histórico, bem como pela produção de exposições e publicações que incentivem a compreensão sobre o papel da Justiça pernambucana na história.

É de se observar que os usuários do Instagram buscam informações relacionadas ao ambiente social em que vivem e ao trabalho que realizam e, ainda, utilizam esse canal como fonte de informação para sanar dúvidas, inquietações e necessidades informacionais (SECO et al, 2016). Dessa forma, a equipe do Instagram começou a pesquisar sobre o usuário da rede social e a percebê-lo como uma pessoa que passa parte do seu dia em ambientes virtuais, buscando cada vez mais informação para satisfazer suas necessidades, procurando conteúdos em grande parte afetivos, como acredita Wilson (1981). E, a partir desse entendimento, a afetividade também passou a ser parte do conteúdo apresentado pelo Memorial. Para isso tem sido necessário buscar imagens atrativas e assuntos que toquem de alguma forma os seguidores da conta, bem como atraia outros que se quer conquistar.

Mas como saber quais são as necessidades dos usuários? Quais seriam os seus interesses? Como observado por Choo (2011), as necessidades cognitivas - “falhas ou deficiências de conhecimento ou compreensão que podem ser expressas em perguntas ou tópicos colocados perante um sistema ou fontes de informação” (CHOO, 2003) - estão presentes com maior frequência nas situações em que o sujeito está desenvolvendo atividades laborais. “Entretanto, como se busca e usa a informação em situações sociais, a informação tem de satisfazer não apenas necessidades cognitivas, mas também necessidades afetivas e emocionais” (CHOO, 2011, p. 96), corroborando o que disse Wilson (1991).

É bom lembrar que não se pode pensar só num indivíduo, mas sim numa comunidade. Como colocou Wellman (2001), comunidades virtuais são conjuntos de pessoas conectadas a uma rede por meio da internet, que talvez nunca tenham se encontrado pessoalmente e que compartilham informações e relações sociais. Lembrando que esse distanciamento se intensificou durante a pandemia e essa ideia de Wellman (2001) tornou-se mais próxima da realidade nesse período. O autor ainda pondera que o principal aspecto dessas comunidades é ser informativo, o que oferece também o Instagram aos seus usuários.

Definido, assim, o perfil dos seguidores que seriam buscados para o Instagram, a equipe do Memorial da Justiça partiu para o desenho da política da conta, dos conteúdos que iriam ser trabalhados, como também para o estabelecimento da frequência de posts semanais.

Buscando atender a um público politizado e leitor, seria impossível não levar em conta questões políticas, históricas e de direito nos conteúdos construídos e a serem difundidos via rede social. Para que isso fosse possível, era imprescindível ter na equipe historiadores e juristas, e esses foram e estão sendo os conteudistas das postagens.

Em relação à frequência semanal de posts, inicialmente se pensou em fazer dois por semana, mas percebeu-se que seria pouco para que houvesse um verdadeiro engajamento e crescimento do número de seguidores. Dessa forma, optou-se fazer três posts por semana, sendo pelo menos um deles vídeo. Em 2020, os vídeos já eram os queridinhos do Instagram, revelando um potencial enorme de engajamento. Muito mais do que os carrosséis e ainda maior do que os posts estáticos. Atualmente, já se sabe que o Instagram, principalmente com o lançamento do Reels, impulsiona muito mais os vídeos do que os posts estáticos. E isso veio a demandar mais trabalho da equipe, que está mais voltada para esse tipo de postagem depois de um ano de experiência.

Não basta ter um post com conteúdo atrativo. A imagem é muito importante para ter a atenção dos seguidores. No caso do Memorial, observou-se que uma imagem bem tratada de um documento pode ter um engajamento mais do que satisfatório, pois agrada demais os seguidores, muitos deles pesquisadores que têm no seu dia a dia contato com documentos históricos e se interessam em saber tudo sobre novos acervos e outras histórias.

Quanto aos vídeos, para começar, foi feito um trabalho junto aos profissionais que frequentavam o Memorial presencialmente para que gravassem vídeos falando da sua experiência no centro de Memória. Isso iria fazer com que o público conhecesse o Memorial a partir do olhar de seus mestres e que o órgão ganhasse credibilidade diante da comunidade do Instagram. Essa ideia partiu da experiência da Rede Memojus Brasil, que disponibilizou vídeos de seus integrantes no seu canal do YouTube e que muito interessou à sua comunidade.

Em relação ao conteúdo, além dos perfis e formação dos conteudistas, também se tornou muito importante observar as reações dos seguidores para o que estava sendo divulgado. Com essas informações, foi possível criar posts cada vez mais atrativos para a comunidade. Resumidamente, pode-se dizer que o engajamento dos seguidores da conta @memorialtjpe aumenta bastante quando são criados conteúdos com história sobre o acervo histórico do Memorial, como também qualquer assunto relacionado à pesquisa ou à instrumentalização dela, como paleografia, conservação de documentos, recolhimento de acervos, organização de arquivos históricos, bem como publicações de trabalhos científicos, entre outros.

Observou-se um baixo engajamento relacionado a efemérides. Por essa razão, atualmente, procura-se fazer posts sobre datas comemorativas relacionando-as ao acervo ou a história da Justiça, a fim de torná-la um diferencial no dia em que tantas outras contas apresentam o mesmo tipo de conteúdo.

Para ser possível produzir tanto conteúdo semanalmente, além da formação específica da equipe, como já foi comentado neste trabalho, é necessário ainda que se conheça a fundo o acervo e, para isso, ele tem que estar com o mínimo de organização. Além disso, deve haver uma dedicação diária dos integrantes da equipe para que tudo isso seja realizado.

#### **4. Dificuldades encontradas e soluções desenvolvidas**

Enumerar as dificuldades para executar certa atividade é tarefa simples. Muito mais complexo é, na verdade, encontrar soluções às limitações que a realidade traz.

Pode-se dizer, de forma resumida, que os principais entraves encontrados pela equipe do Memorial para iniciar e dar continuidade aos serviços para criar e manter a conta do Instagram não só funcionando, mas, principalmente, crescendo, foram as seguintes:

- 1) Falta de profissionais da área de comunicação e de designer na equipe;
- 2) Falta de conhecimento sobre o Instagram;
- 3) Limitações do TJPE quanto à estrutura para administração e gestão da conta;
- 4) Necessidade de tempo de trabalho diário no Instagram;
- 5) Pandemia - Memorial fechado, dificultando a captura de imagens de conteúdo de processos históricos no primeiro ano de conta.

Diante da falta de designers e de profissional da área de comunicação na equipe do Memorial, para criar e preparar o layout dos posts e vídeos, tanto quanto para estudar a mídia e orientar a equipe quanto às tendências e à melhor forma de comunicar os conteúdos, bem como para atuar na revisão dos textos publicados, os servidores responsáveis pela atividade tiveram que encontrar caminhos para suprir essa lacuna.

Logo de início, recorreu-se à Ascom do TJPE com mais frequência em busca de orientação. Não somente quanto ao tipo de post que deveria ser feito, mas também em relação aos softwares que seriam utilizados pelo Memorial para produzir esses posts. A equipe do Memorial também pesquisou e testou vários softwares para auxiliar no design das postagens, como também para legendar os vídeos<sup>2</sup>. Essa busca se deu por meio da internet, bem como na observação de dicas encontradas em outras contas do próprio Instagram.

De tudo isso se conclui que é necessário um envolvimento diário e um mergulho efetivo nos estudos sobre as ferramentas, a fim de encontrar um bom resultado para a execução do trabalho. Isso também se aplica ao segundo entrave supracitado: falta de conhecimento sobre a rede social. A maioria da equipe não usava o Instagram ou mal conhecia. A partir do momento em que foi criada a conta para o Memorial, todos tiveram que ter sua conta particular e começar a usá-la para saber com o que estavam trabalhando. E, mais do que isso, tiveram que buscar conhecimentos sobre a matéria. Alguns integrantes da equipe, mais do que outros, começaram a estimular os membros do grupo compartilhando experiências de diversos canais sobre o assunto, por meio do grupo de WhatsApp criado para comunicação entre eles, bem como pelas reuniões semanais que acontecem desde a criação da conta. Esse estudo e atualização não pararam de acontecer, inclusive porque a rede social também muda o seu perfil constantemente, o que obriga ainda mais os administradores de conta de estarem acompanhando de perto essas atualizações.

Para realizar lives e todos os serviços relacionados ao Instagram, a equipe do Memorial vem usando seus recursos particulares, ou seja, aparelhos celulares, computadores e internet. Desde o início da pandemia, com o trabalho remoto, essa é a realidade da maioria dos servidores públicos que têm trabalhado em casa. Para mudar esse sistema, a gerência do Memorial solicitou a aquisição de um aparelho celular com 4G para o TJPE, que ainda não foi disponibilizado por estar em processo licitatório, mas já foi autorizado.

---

<sup>2</sup> Importante destacar que a legendagem dos vídeos são importantes ferramentas para a acessibilidade comunicacional, e que a inclusão é um compromisso dos projetos que o Memorial da Justiça cria e está em busca de colocar em prática todos os dias.

Também está sendo providenciada a compra de fones de ouvido com microfone para produção de vídeos e lives. Com a volta gradativa para o trabalho presencial, ainda foi solicitado à Setic a instalação do Instagram em alguns computadores do TJPE, a fim de que a equipe responsável possa trabalhar na construção de conteúdos e postagens usando os recursos do Tribunal.

A disponibilidade de tempo para trabalhar para o Instagram é um grande desafio para a gestão da conta. Quando se pensa em quantidade de horas para executar os serviços, deve se levar em consideração que os seguidores não têm momento certo para fazer perguntas e que eles desejam a devolutiva rapidamente. E esse é só um dos pontos a serem pensados. É imprescindível uma grande dedicação à gestão do Instagram para que a conta continue crescendo. Faz-se necessária uma observação diária das respostas às postagens, analisando o que agradou os seguidores, saber o que eles estão buscando e criar novas formas de atraí-los, além do trabalho para mantê-los. Além disso, é importante entender o algoritmo do Instagram, para que ele trabalhe a seu favor. Para isso, é preciso buscar tais informações na internet, acompanhar perfis que lhe deem pistas sobre o assunto e realizar uma observação diária dos insights das suas postagens. Melhor dizendo, é uma atividade que demanda uma dedicação cotidiana. Para que o Instagram cresça, não basta postar. Há mesmo uma necessidade de mais do que isso, como já explicitado neste texto.

A pandemia nos trouxe como uma das consequências a criação da conta do Instagram, como foi dito no início deste texto, mas, em contrapartida, limitou a ida da equipe às instalações do Memorial, já que por muito tempo era proibido sair de casa. Sendo assim, para suprir a necessidade de imagens para postagens, alguns membros da equipe que tinham em seus arquivos de casa, ou nas contas de e-mails, foram cedendo material para os posts e, assim, foram sendo compostos os conteúdos para o canal. No momento atual, como já há a possibilidade de trabalhar no presencial, mesmo em regime de revezamento, essa limitação está diminuindo sobremaneira.

## **5. Projetos futuros e desafios**

Os gestores do Memorial e da Comissão de Gestão e Preservação da Memória têm consciência da importância de ter na equipe profissionais com formação específica para cada área. Todavia há uma grande distância entre saber e conseguir implementar a lotação de servidores com a graduação necessária para executar todos os serviços do órgão. Por essa razão é que se inclui como um desafio não só lotar, como também encontrar profissionais da área de comunicação e designer para trabalhar no Memorial, já que esses funcionários normalmente são poucos e trabalham na Ascom da instituição. E estes, sempre assoberbados de trabalho, não têm condições de absorver mais a demanda diária do Memorial, eles terminam sim prestando uma consultoria pontual à equipe, no que concerne ao Instagram, mas somente isso, o que foi parte do acordo que foi feito quando a conta foi aberta. A gestão está sempre em busca de servidores com a formação adequada. Enquanto isso não acontece, a equipe do Memorial continua executando todas as atividades e, pontualmente, contrata, por meio de licitação, empresa para prestar alguns serviços específicos, como criar postagens e vinhetas para determinada campanha, como foi o caso da exposição sobre os 200 anos do TJPE.

Tornar o Instagram mais atrativo com a produção de mais vídeos por semana é mais uma das metas atuais para manter o crescimento da conta, visto que a rede social é muito



mais visual do que textual e que os vídeos são o foco do momento. Não é simples fazer vídeos. Partindo do pressuposto de que nem todo mundo tem o talento de produzi-los, além da ideia, deve-se ter o cuidado de fazer a ligação com o nosso conteúdo e perfil, sempre pensando que a nossa missão maior é aproximar o Judiciário do cidadão. Dessa forma, aos poucos a equipe está voltando as postagens para o Reels e os Stories, como criação de vídeos curtos, bem como para os carrosséis, que reconhecidamente são os posts do feed preferidos dos seguidores, depois dos vídeos.

Antigamente, apesar de não fazer tanto tempo assim, chegar a 10 mil seguidores era o objetivo de todo mundo que tinha conta no Instagram, pelos benefícios que isso trazia. Nos dias de hoje, com as mudanças implementadas pelo Instagram, é mais importante conseguir manter os seus seguidores, bem como continuar crescendo, a fim de conquistar novos perfis de usuários. Então, a equipe do Memorial tem como meta chegar ao número de dez mil seguidores sim, entretanto o objetivo maior é continuar conquistando novos perfis de usuários, sempre, para dar seguimento à divulgação da história da Justiça a mais pessoas, compartilhando conteúdos informativos sobre a Memória da Justiça pernambucana.

Abrir uma conta no YouTube é outro desafio para a equipe do Memorial. Para isso, precisa estar com as atividades do Instagram mais organizadas e com servidores que tenham conhecimento mais aprofundado sobre o canal e sua administração. Gerenciar essas mídias pode parecer um trabalho simples, mas demanda conhecimento específico, com consequente domínio sobre a matéria, bem como dedicação exclusiva a esse trabalho. Atualmente os membros da equipe do Instagram do Memorial não se dedicam somente a esse trabalho, mas também a outras atividades da instituição, o que termina por fazer com que a gestão adie a criação de mais uma conta para administrar, sob pena de não se ter o resultado esperado ou até atrapalhar o crescimento do Instagram, pela divisão da atenção a duas mídias, sem se ter a estrutura para isso.

## **6. Considerações finais**

É importante salientar que a criação da conta no Instagram para o Memorial da Justiça aconteceu e se mantém no intuito de realizar o serviço de difusão da Memória do Judiciário pernambucano, uma das competências da instituição, bem como para cumprir com a função maior, que é aproximar o Judiciário do cidadão.

Seja de forma presencial, pela internet ou por meio das redes sociais, o centro de Memória do TJPE deve estar sempre em contato com os usuários de seus serviços, divulgando seu acervo, a fim de estimular a pesquisa e dar acesso ao maior número de pessoas possível, contribuindo para que a história da Justiça seja contada por quem estuda o assunto e cada vez mais aprofundada pela produção de trabalhos sobre a matéria.

É sabido que o processo de construção do conhecimento se estabelece individualmente, no momento que as pessoas interagem entre elas mesmas e com as informações, processando-as, apropriando-se do seu conteúdo a partir de sua forma pessoal de análise, considerando sua capacidade de aprendizado. Esse processo ainda depende da interação do indivíduo com as informações, que são comunicadas nos ambientes que preservam e disseminam os conteúdos informacionais, e impulsionam o desenvolvimento de novos conhecimentos (GOMES, 2008). Pode-se afirmar que o Instagram é um ambiente propício para a disseminação de informações que beneficiam a aquisição de outras que, se interiorizadas, transformam-se em conhecimento (SECO et al., 2016).



Sendo assim, é certo que essa mídia a cada dia amplia o conhecimento sobre o Memorial da Justiça no Brasil e no mundo, considerando-se que ela é utilizada por diversas pessoas em muitos países, tendo o potencial de atingir cada vez mais usuários que irão conhecer um pouco sobre a história da Justiça, apresentando-se como um diferencial para a difusão da Memória do Judiciário de Pernambuco.

## Referências

CHOO, C. W. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Editora Senac, 2003.

GOMES, Henriette Ferreira. A mediação da informação, comunicação e educação na construção do conhecimento. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação*, Salvador, v. 9, n. 1, fev. 2008. Disponível em: <https://bit.ly/3s9Eo8W>. Acesso em: 30 ago. 2021.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RIBEIRO, Michelle Porto; MOSCON, Daniela. *Reflexões sobre o uso do Instagram na contemporaneidade*. [S. l.]: UNIFACS, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/31L48hr>. Acesso em: 31 ago. 2021.

SECO, Layara Feifer Calixto; SANTOS, Zineide Pereira dos; BARTALO, Linete. Comportamento informacional e compartilhamento da informação no Instagram. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis*, v. 21, n. 1, p. 46-60, dez./mar., 2016.

VALENTIM, Marta Lúcia Pomin (org.). *Ambientes e fluxos de informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

WELLMAN, Barry. Computer networks as social networks. *Science*, New York, v. 293. Sept. 2001.

WILSON, Thomas Daniel. On user studies and information needs. *Journal of Librarianship and Information Science*, [s. l.], v. 37, n. 1, p. 3-15, 1981. Disponível em: <https://bit.ly/3dRhcny>. Acesso em: 30 ago. 2021.

