



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CAMPUS DE LARANJEIRAS  
DEPARTAMENTO DE MUSEOLOGIA



## SEARCH ENGINE OPTIMIZATION: ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE BUSCAS DOS MUSEUS DE LARANJEIRAS (SE)

Geovanna Maria Dias Costa

Orientadora: Priscila Maria de Jesus

**Resumo:** O presente artigo busca entender a internet como um suporte na divulgação de informações e conhecimentos das práticas museais, tanto por meio das plataformas digitais, quanto das mídias sociais que podem ampliar as atividades dos museus a promoverem uma maior interatividade e aproximação com o público, devendo ser utilizadas como um instrumento no *marketing*. Com isso, esta pesquisa analisa, de forma qualitativa, os dados apresentados. Para alcançar o objetivo, utilizou-se por método a pesquisa exploratória analítica nos usos das plataformas digitais tais como o *TripAdvisor*, *Museusbr*, *Wikipedia* e o *Google* e as redes sociais o *Instagram* e o *Facebook*, na divulgação de informações dos cinco museus de Laranjeiras (SE), e como elas podem contribuir para atrair ou distanciar os visitantes. Com esta intenção, foi utilizada, propositalmente, a revisão de literatura que foi composta por informações sobre as instituições da cidade de Laranjeiras que se encontram apenas na internet, como uma forma de investigar quais as informações disponíveis e a sua quantidade nesse ambiente.

**Palavras-Chaves:** Museu; Internet; Plataforma Digital, Rede Social, SEO.

**Abstract:** This article seeks to understand the Internet as a support in the dissemination of information and knowledge about museum practices through digital platforms and social networks that can expand museum activities, promoting greater interactivity and approach to the public, which must be used as a tool in marketing. Therefore, the data in this research are presented qualitatively. The methodology used was the analytical exploratory study of the use of digital platforms such as *TripAdvisor*, *Museusbr*, *Wikipedia*, and *Google* and social media such as *Instagram* and *Facebook* in the dissemination of the five museums of Laranjeiras (SE) and how they can contribute to attracting or distancing visitors. For this purpose, a literature review of information about institutions from the city of Laranjeiras, which can only be found on the Internet, was made in order to study the available information and its quantity in this environment.

**Keywords:** Museum; Internet; Digital Platform; Social Network; SEO.

## 1 INTRODUÇÃO

A internet surgiu no ano de 1969, inicialmente pertencia ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América sendo usada somente pelos laboratórios de ciência e pelos militares; em 1982, iniciou a sua expansão para outros países, e sua funcionalidade foi cada vez mais direcionada ao âmbito acadêmico, e, por muito tempo, ficou restrita nesse meio, porém, em 1987 seu uso foi liberado comercialmente nos Estados Unidos, sendo que, a partir de 1992, começou a nascer o modelo de internet que é usada atualmente (SILVA, 2001).

O ciberespaço remodelou diversos setores e a comunicação foi um deles, pois, sabe-se que as novas tecnologias mudaram completamente a forma de se comunicar, uma vez que antes delas para falar um com o outro, era preciso ser pessoalmente, por telefone ou através de cartas, mas, a internet trouxe uma forma mais nova de comunicação muito mais ampliada, pois pode-se estar em qualquer lugar do mundo, falar em qualquer horário, interagindo de forma bem mais rápida, bastando somente ter um computador/celular e sinal de internet bom.

Não seria diferente nos espaços museológicos que absorveram essa influência na comunicação museal, já que, antes dela, se o visitante quisesse conhecer aquele museu para ter as informações acerca do seu acervo era preciso ir lá pessoalmente, entretanto, muitos museus já disponibilizam suas informações no meio virtual, inclusive até alguns deles já nascem nesse meio, os chamados museus virtuais.

O museu estar inserido na era digital e esta se tornou um suporte na divulgação de informações e conhecimentos, já que é a forma mais rápida e fácil de acessar conteúdos de todas as espécies; esse fenômeno é tão grande que o Conselho Internacional de Museus escolheu a hiperconectividade como temática para o “Dia dos Museus”, de 2018, e, em 2020, devido à pandemia em decorrência da COVID-19, atuar no meio digital foi um aliado para os museus conseguirem manter suas atividades, já que a visita presencial estava temporariamente indisponível.

As instituições museológicas têm a missão de permitir e facilitar o acesso às informações e ao conhecimento que elas produzem, visto que estão à serviço da sociedade (ICOM, 2022). As plataformas digitais e as mídias sociais podem ser aliadas nesse quesito, pois essas tecnologias ampliam as atividades museais e

promovem uma maior interatividade e aproximação com o público, já que qualquer pessoa com interesse pode acessar a informação de onde estiver.

O museu precisa de público para existir, como uma forma de atrair e fidelizar o público ele pode utilizar algumas estratégias do *marketing* como as plataformas digitais e as mídias sociais, em razão de auxiliar na divulgação e promoção dos museus. Assim, a pesquisa teve como tema a difusão da informação a partir das redes sociais e plataformas digitais locais em que os museus de Laranjeiras/Sergipe aparecem. Como problema questionou-se: como as plataformas digitais e as mídias sociais podem contribuir com a divulgação dos museus e atrair mais visitantes?

## 2 OBJETIVO E METODOLOGIA

O presente artigo tem como objetivo geral analisar o uso das plataformas digitais e mídias digitais na divulgação de informações de instituições museológicas e na formação de identidade dos museus com base no estudo de caso dos museus de Laranjeiras (SE), tendo como objetivos específicos identificar quais e como as informações dos museus de Laranjeiras estão disponíveis nas plataformas digitais e mídias digitais, e observar como as informações disponíveis induzem o visitante a conhecer ou não esses museus.

No que tange ao processo metodológico utilizado para a pesquisa teve como foco analisar de forma qualitativa o uso das plataformas e mídias digitais nos museus, e, para essa finalidade, optou-se por um recorte geográfico que abrange os museus do município de Laranjeiras, localizado no estado de Sergipe; para isso apresenta uma abordagem qualitativa que:

Pode ser definida como a que se fundamenta principalmente em análises qualitativas, caracterizando-se, em princípio, pela não utilização de instrumental estatístico na análise dos dados. Esse tipo de análise tem por base conhecimentos teórico-empíricos que permitem atribuir-lhe cientificidade (VIEIRA, 1996, apud ZANELLA, 2013, p. 35).

Utilizou-se como método a pesquisa exploratória analítica que “[...] visa a uma primeira aproximação do pesquisador com o tema, para torná-lo mais familiarizado com os fatos e fenômenos relacionados ao problema a ser estudado” (FONTELLES et al., 2009, p. 06) associada à pesquisa analítica que é “[...] uma avaliação mais

aprofundada das informações coletadas em um determinado estudo, observacional ou experimental, na tentativa de explicar o contexto de um fenômeno no âmbito de um grupo, grupos ou população” (FONTELLES et al., 2009, p. 06).

Como ferramenta para o aporte metodológico foi empregada a pesquisa bibliográfica por meio do levantamento na plataforma do Periódico Capes empregando os termos “museu” and “redes sociais”; “museu” and “plataformas digitais” e do *Google Acadêmico* com os mesmos termos, percebeu-se que foram encontrados mais resultados ligados ao tema de estudo na segunda plataforma.

A pesquisa também se valeu da análise dos dados coletados na internet e do objeto de pesquisa, com a apuração de informações disponibilizadas por internautas através das notas e comentários no *TripAdvisor*, e nas redes sociais: *Instagram* e *Facebook* das instituições analisadas e, mediante tais informações, procurou-se entender as interações sociais; além dos meios mencionados, ressaltou-se que, ao digitar no Google termos como “Museus de Laranjeiras/SE”, “Museu Afro Brasileiro de Sergipe”, “Casa de Cultura João Ribeiro”, “Museu de Arte Sacra de Laranjeiras”, “Casa de Folclore Zé Candunga”, “Museu Comunitário Filhos de Obá” e o que aparece de dados na plataforma “MuseusBr” e na *Wikipédia*.

Propositamente, a revisão de literatura foi composta por informações sobre as instituições da cidade de Laranjeiras que se encontram apenas na internet, como uma forma de investigar quais as informações disponíveis e a sua quantidade nesse ambiente. Para além, utilizou-se, ainda, o caderno de campo, para o registro das impressões e informações ao se visitar os espaços museais da cidade de Laranjeiras/SE.

### **3 AS ERAS DA WEB E DOS MUSEUS**

A sociedade está em constante evolução e transformação no uso das suas tecnologias, se antes eram usados animais para locomoção, hoje usam-se os veículos por via terrestre, aérea ou aquáticas; no campo, algumas pessoas deixaram de usar as enxadas, para darem lugar às máquinas agrícolas, e a internet deixou de ser somente usada nas bases militares e no meio acadêmico, para ser, atualmente, indispensável na vida da maioria das pessoas. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da

Sociedade da Informação (Cetic.br) no ano de 2020 o uso da internet passou de 74% para 81% (Portal G1, 2021), o aumento ocorreu, porque ela possibilita realizar diversas atividades de forma *on-line* como: prestação de serviços, atividades educacionais, pagar conta de banco, pedir *delivery* de comida, conversar com amigos e até visitar um museu.

O mundo digital, da forma como é conhecido, passou por diversas mudanças para atender aos interesses dos usuários e do mundo como um todo, chamado também de *web*, ele se dividiu basicamente em quatro fases, a *Web 1.0*, a *Web 2.0* e a *Web 3.0* e está entrando na *Web 4.0*.

A *Web 1.0*, de acordo com Dreyer (2015), iniciou-se nos anos 1990, com o desenvolvimento do tão conhecido WWW (*World Wide Web*), a comunicação não era nada interativa entre quem produzia o conteúdo e os internautas que o consumiam, servindo apenas o site para leitura; desse modo, a comunicação era feita somente em um sentido de mão única, e foi nessa era que surgiu o e-mail e buscadores de informações, tais como *Google*, e isso muda a *Web*, passando para a fase 2.0.

A partir da era *Web 2.0* foi implementado o armazenamento de dados, a interação a começar pelo nascimento de plataformas como o *YouTube* (2005), a *Wikipédia* (2005) e as redes sociais como o *Orkut* (2004), o *Facebook* (2004), o *Twitter* (2006), que possibilitaram tornar o sistema uma via de mão dupla, com a possibilidade de produzir informações e compartilhá-las entre outros usuários da *web* (FERREIRA, 2019).

A *Web 3.0*, conhecida também como *Web Semântica* ou *Web Inteligente*, consiste na era da internet que usa recursos da inteligência artificial, promovendo uma interação entre os humanos e as máquinas, de forma organizada, inteligente e personalizada (FERREIRA, 2019).

No que tange a quarta fase, a *Web 4.0*, segundo informam Content (2018) e Ferreira (2019), ela se inicia com a expansão do uso da Inteligência Artificial (IA) definindo-a até como a *Web Simbiótica* devido à interação e uso constante entre máquinas e humanos, aqui há o uso cada vez mais de algoritmos e máquinas desenvolvendo tarefas que antes somente os seres humanos realizavam. Outros elementos que surgiram na referida era foram: tecnologia 3D, realidade virtual e internet das coisas (IoT) definida como “[...] o uso de um grande número de utensílios

conectados à internet que fazem tarefas sem nenhuma ação humana.” (USE MOBILE, 2019).

Observa-se que vários museus estão utilizando as ferramentas da *Web 2.0*, através do conceito de Museu 2.0 e da *Web 4.0*, por meio do Museu 4.0. Conhecido também como museu participativo, o Museu 2.0 “[...] entende o visitante como um usuário, consumidor e produtor dos seus conteúdos” (SIMON, 2010 apud BAUER, OLIVEIRA, SOHN, 2019), e busca tornar as experiências de seus visitantes mais participativas e interativas, recorrendo ao uso da internet com a utilização de sites institucionais próprios, redes sociais, vídeos, por meio do *Youtube*, entre outros.

Ainda no conceito do Museu 2.0 apresentado por Maria Piacente (1996, apud LIMA, SANTOS, 2014) há três tipologias de análise para museus no ambiente virtual. A primeira é o museu folheto eletrônico usado mais comumente pelos museus e consiste em apresentar a instituição; a segunda é o museu no mundo virtual, que apresenta informações mais detalhadas do seu acervo, proporciona visitas virtuais, divulgam exposições que não estejam mais no ambiente físico; e a última é a de museus realmente interativos, este último tipo corresponde à presença de elementos de interatividade que envolvem os visitantes, ou seja, é algo totalmente diferente do que os indivíduos veriam fisicamente em um museu sendo que o museu virtual pode até ser um complemento do museu físico.

O Museu 4.0 não descarta as funcionalidades existentes nas *Web 1.0*, *Web 2.0* *Web 3.0*, mas amplia suas competências, pois foram essas que a configurou. Com a *Web* sendo desenvolvida cada vez mais, os museus podem se beneficiar de tecnologias como

[...] base de dados, redes de dados, engenharia de *software*, sistemas de informação geográfica, modelagem 3D, sistemas de posicionamento, entre outros [...] podendo ser utilizadas de modo individual ou colaborativo no desenvolvimento de atividades da gestão, desenvolvimento e promoção de produtos museológicos (POON, 1993; SHELDON, 1997; INKPEN, 1998, apud BAUER, OLIVEIRA, SOHN, 2019).

Desta forma, pensar as novas tecnologias que estão a serviço dos museus, fundamentadas em seus conteúdos *web* disponibilizados, passa pelos novos recursos que estão sendo incorporados e desenvolvidos. Embora o uso desses recursos ainda não seja aberto e viável para todas as instituições, por falta de profissionais

especializados para gerenciá-los, ainda assim é uma forma de potencializar a comunicação dos museus, valendo-se daquilo que está disponível e que, muitas vezes, tem um baixo custo.

Para aferição de informações básicas que foram levantadas nas plataformas, constantes sobretudo nos Quadros 02 e 03, realizou-se uma visita aos espaços, para saber seus horários de funcionamento e demais informações.

#### **4 A CIDADE DE LARANJEIRAS E SEUS MUSEUS**

Ao utilizar os museus da cidade de Laranjeiras como objeto de estudo da presente pesquisa, é necessário entender e analisar como ocorre a sua inserção no ambiente *web*. Fundamentado em plataformas e redes que não cobram pelos seus serviços, os museus podem potencializar a sua comunicação com o usuário da *web* e, conseqüentemente, conquistar um futuro visitante do seu espaço físico.

A cidade de Laranjeiras localizada no estado de Sergipe, a 18 km de distância da capital Aracaju, tem por primeiros registros de formações de agrupamentos não nativos por volta de 1590 quando as tropas de Cristóvão de Barros destruíram os povos indígenas ali residentes, os colonos tiveram que encontrar um lugar para se fixarem e se estabelecerem, assim, escolheram a região do Vale do Cotinguiba que pertencia à freguesia de Socorro, logo depois construíram um porto o qual possuía laranjeiras perto dele, e, com o tempo, a população começou a dar esse nome à região, que passou a ser oficialmente o nome do município (FEITOSA, 2012).

O porto foi uns dos fatores principais para o desenvolvimento econômico da localidade, pois o comércio ali era intenso ao ponto de aquela zona tornar-se parada obrigatória entre os comerciantes. O povoado de Laranjeiras, ainda no ano de 1824, pertencia ao Município de Nossa Senhora do Socorro e, em 07 de agosto de 1832, foi emancipada e adquiriu o status de vila. Apenas no ano de 1848 passou a ser considerada cidade (COSTA, 2017), (INFONET, 2002).

No século XIX, Laranjeiras teve seu auge nas manifestações artísticas, culturais e intelectuais, o que continuou no século seguinte, nas décadas de 1960 e 1970, quando o município de Laranjeiras passou por uma potencialização da criação de instituições museológicas, isso aconteceu após a cidade se tornar monumento histórico e, assim, aumentou as ações no sentido de preservar os patrimônios

tangíveis e intangíveis do município, o que fez surgir, ao longo do tempo, os museus: Casa de Cultura João Ribeiro, Museu Afro-brasileiro de Sergipe, Museu de Arte Sacra de Laranjeiras, Casa do Folclore Zé Candunga e Museu Comunitário Filhos de Obá (REIS, 2016), (LARANJEIRAS, c2022).

A Casa de Cultura João Ribeiro, foi tombada em 27 de novembro de 1973 mediante o Decreto nº 2.726, e foi inaugurada como instituição cultural em 09 de agosto de 1974, sendo regida pela Secretária de Cultura. Localiza-se na antiga propriedade que era a residência de João Ribeiro (1860-1934) a qual é seu patrono. Seu acervo foi fruto de doações ao Estado pelos seus filhos e sua esposa, sendo composto por objetos pessoais do personagem, bem como fotografias, pinturas, livros e documentos. A casa datada do século XIX possui estilo eclético com traços neogóticos e o museu tem como objetivo preservar e difundir o acervo documental, bibliográfico e artístico desse sergipano a ser um local de pesquisa e estudo, lazer e informação à comunidade (REIS, 2016; ISTO É SERGIPE, 2015).

O Museu Afro Brasileiro de Sergipe é considerado o primeiro museu afro-brasileiro do país, criado em janeiro de 1976 e oficializado em fevereiro do mesmo ano, pelo Decreto nº 3.339; está situado na Rua José do Prado Franco, nº 30, tendo como missão institucional “[...] narrar, através das atividades de pesquisa, preservação e comunicação, fragmentos da monocultura canavieira de Sergipe, enfatizando a participação do negro enquanto protagonista de todo o processo.” (REIS, 2016). Sua sede, arquitetonicamente, é um sobrado do século XIX com estilo neoclássico que pertenceu à Família Brandão. Seu acervo é composto por “[...] acessórios utilizados para a moenda da cana, instrumentos de tortura, indumentárias, dentre outros objetos que remetem a cultura da produção canavieira” (REIS, 2016), bem como mobiliário e utensílios domésticos da casa grande no pavimento térreo e no superior peças da religiosidade afro-brasileira.

Outro museu localizado na cidade de Laranjeiras é o Museu de Arte Sacra de Laranjeiras, criado em 1978, através do Convênio nº 003 de 23 de março de 1978 entre a Arquidiocese de Aracaju, a Prefeitura Municipal e a Secretária de Estado da Cultura de Laranjeiras. A instituição tem por objetivo salvaguardar os objetos sacros da religião católica do século XVII, XVIII, XIX e XX das igrejas localizadas no Vale do Cotinguiba. Sua sede atual está em um casarão do século XX, um edifício com estilo arquitetônico eclético que inicialmente pertencia e era a residência do Senhor de

Engenho Lafayette de Barros Pimentel Franco (SANTOS, 2019), localizado na Praça Heráclito Diniz Gonçalves, nº 39, ao lado da Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, porém devido a uma reforma, o museu encontra-se temporariamente na mesma rua, na casa nº 01. Antes disso sua primeira sede foi nas dependências da Igreja Nossa Senhora da Conceição dos Homens Pardos e Livres. No ano de 2021, seguindo uma política de retorno dos bens existentes no museu às suas igrejas, algumas obras voltaram ao seu local de origem.

A Casa de Folclore Zé Candunga ganhou este nome em homenagem ao brincante e rezador José Borges Lacerda, o qual era conhecido como Zé Candunga. Oficialmente inaugurada em 2005, localiza-se na Travessa Coronel de Freitas, nº 49 e tem como missão institucional representar grupos folclóricos sergipanos, especialmente do município de Laranjeiras, através das indumentárias, dos instrumentos e objetos em geral que outrora foram utilizados nos grupos folclóricos laranjeirenses (MATOS, SILVA, 2016).

O Museu Afro Comunitário Filhos de Obá funciona na Rua Jackson de Figueiredo, s/n, na entrada de Laranjeiras, o museu é vinculado ao Terreiro Filhos de Obá, considerado um dos terreiros mais antigos do país e foi tombado pelo Governo de Sergipe. O acervo do museu é constituído por peças históricas religiosas advindas da comunidade tais como: os primeiros instrumentos usados nos rituais, as guias, os adornos, vestimentas e instrumentos musicais (OLIVEIRA, 2018).

## 5 SEO E AS PLATAFORMAS DIGITAIS

Ao pensar nos museus de uma determinada região ou cidade, no que tange ao seu público e parâmetros de busca, destaca-se o uso do *Search Engine Optimization* (Otimização de Mecanismo de Busca), a qual consiste em um mecanismo válido para identificar os parâmetros de buscas a partir de determinados indexadores, como será realizado ao longo da pesquisa:

It is a kind of method that uses data observation and marketing research to identify the most suitable "keyword" for the site, which is also called "keyword advertisement" (Malaga, 2007), but which implies a lot of knowledge, such as how to choose keywords, how to use keywords to make our website to be quickly found by search engines

such as Google and Yahoo, and enhance the website's ranking in search engines. (MALAGA, 2007 apud CHEN et al., 2010, p. 4546)<sup>1</sup>.

Ou seja, o trabalho do SEO garante que, ao digitar determinada palavra-chave ou indexador, o algoritmo filtre as pesquisas para aquele assunto. Quanto melhor for o posicionamento do SEO, maiores serão as chances de que uma página apareça nos primeiros resultados, o que, conseqüentemente, induz o internauta a clicar e acessar os links, trazendo para a realidade dos museus uma página que contém mais informações; se ela estiver bem posicionada nos algoritmos dos buscadores, mais acessos terá e, conseqüentemente, pode atrair mais visitantes para aquele museu.

A sociedade, depois da criação da internet, requer que os museus tenham algo sobre eles na rede, seja de forma direta, como sites e/ou redes sociais próprias, como *Instagram* e/ou *Facebook*; ou, indiretamente, nos sites de terceiros, os quais, para este trabalho, se valerem da análise e da observação direta de como as informações sobre os museus estão dispostas usando como referência o *TripAdvisor*, o *Wikipédia*, o *MuseusBr* e o *Google*, como demonstra o Quadro 01, cuja informação foi obtida no período de julho a outubro de 2022.

**Quadro 01** - Presença dos museus nas plataformas digitais.

Museus	Google	MuseusBr	Wikipedia	TripAdvisor	Instagram	Facebook
Museu Afro Brasileiro de Sergipe	X	X	X	X	X	X
Casa de Cultura João Ribeiro	X	X	X	X	X	-
Museu de Arte Sacra de Laranjeiras	X	X	X	X	X	-

<sup>1</sup> É um tipo de método que utiliza observação de dados e pesquisa de marketing para identificar a “palavra-chave” mais adequada para o site, também chamada de “palavra-chave de propaganda” (Malaga, 2007), mas que implica muito conhecimento, como para escolher palavras-chave, como usar palavras-chave para fazer com que nosso site seja encontrado rapidamente pelos mecanismos de pesquisa, como Google e Yahoo e melhorar a classificação do site nos mecanismos de pesquisa. (Tradução da autora).

Casa de Folclore Zé Candunga	X	X	-	X	-	-
Museu Comunitário Filhos de Obá	X	-	-	-	-	X

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No que tange à busca de acesso à informação dos museus nos buscadores, destaca-se o *Google*, gerenciado por uma empresa privada norte-americana, que se especializou em oferecer serviços *on-line* e de *softwares*, tendo por criadores Larry Page e Sergey Brin em 4 de setembro de 1998, sua missão consiste em “[...] organizar as informações disponíveis no mundo e torná-las acessíveis e úteis para todas as pessoas” (GOOGLE, c2022).

Um estudo realizado pela agência *Sherlock* analisou as seis maiores economias da América Latina, incluindo o Brasil, e concluiu - diante do levantamento - que mais de 41% das pessoas de todos os países entrevistados conformam-se com os primeiros resultados que aparecem ao realizarem uma pesquisa e que a principal ferramenta usada com 97,52% de aceitação é o Google (ORÉFICE, 2021).

O estudo retromencionado limitou-se a analisar quais informações somente da primeira página aparecem no Google, a partir da lógica da SEO, ao digitar o indexador “Museus de Laranjeiras”. O quadro, na linha vertical apresenta os principais dados que espera que apareçam, pois são aqueles que informam basicamente o usuário sobre esses museus, na linha horizontal apresenta-se os nomes dos museus da cidade e, identifica-se com o “X” aquelas informações básicas que foram encontradas na primeira busca, como mostra o Quadro 02.

**Quadro 02** - Busca realizada a partir do Indexador “Museus de Laranjeiras (SE)” no Google.

Campos de Informações	Museus de Laranjeiras/Sergipe				
	Museu Afro Brasileiro de Sergipe	Casa de Cultura João Ribeiro	Museu de Arte Sacra de Laranjeiras	Casa de Folclore Zé Candunga	Museu Comunitário Filhos de Obá
Endereço	X	X	X	X	-

Horário de Funcionamento	-	-	X	-	-
Contatos	-	-	X	-	-
Valor da entrada	-	-	X	-	-
Acessibilidade	-	-	-	-	-
Tipologia do Acervo	X	-	X	-	-
Breve Histórico do Museu	X	-	X	-	-
Divulgação de Eventos	X	-	-	-	-
Fotos	X	X	X	X	-
Informações Atualizadas	-	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria a partir do Google, 2022.

A partir do refinamento da busca, apresentando como indexadores os nomes dos museus “Museus de Laranjeiras/SE”, “Museu Afro Brasileiro de Sergipe”, “Casa de Cultura João Ribeiro”, “Museu de Arte Sacra de Laranjeiras”, “Casa de Folclore Zé Candunga” e “Museu Comunitário Filhos de Obá”, percebe-se que a busca individualizada cobriu um leque maior de informações básicas (coluna à esquerda do quadro) que foram recuperadas nas buscas, ao se utilizar o Google, como mostra o Quadro 03.

**Quadro 03** - Busca realizada a partir do indexador com o nome do museu no Google

Campos de informações	Museu Afro Brasileiro de Sergipe	Casa de Cultura João Ribeiro	Museu de Arte Sacra de Laranjeiras	Casa de Folclore Zé Candunga	Museu Comunitário Filhos de Obá
Endereço	X	X	X	X	-
Horário de Funcionamento	X	X	X	X	-
Contatos	X	X	X	X	X

Entrada	X	X	X	-	-
Acessibilidade	-	-	-	-	X
Tipologia do Acervo	X	X	X	X	X
Breve Histórico do Museu	X	X	X	X	X
Divulgação de Eventos	X	X	-	-	-
Fotos	X	X	X	X	X
Informações Atualizadas	-	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria a partir do Google, 2022.

Os Quadros 02 e 03 apresentam as informações básicas das instituições fundamentado tanto em uma busca geral como individualizada dos museus segundo seus nomes.

Observando o Quadro 02, como ele é mais abrangente, nota-se uma maior escassez de informações em relação ao Quadro 03, informações essas que são primordiais para estimular a visita do público, principalmente para aquele que não conhece os museus da cidade, pois se o visitante fosse uma pessoa com deficiência nem poderia sequer ir até o local, já que não constam informações se aquele lugar é adaptado.

No Quadro 03, como os resultados foram obtidos por buscas individuais de cada museu há uma maior quantidade de informações obtidas, o que, de certa forma, limita seu conhecimento, uma vez que para obter mais informações sobre determinada instituição ao buscar no Google há a necessidade de busca pelo seu nome; assim, o usuário que não conhece a existência de algum desses museus possivelmente irá pesquisar o todo, mas se no todo não constarem alguns desses museus, ele não saberá que o museu existe.

Na pesquisa tanto no Quadro 02 como no 03 verificou-se que apesar de ter vários dados, muitos deles não estão atualizados, comprovado pelo fato de que ao fazer uma visita *in loco* nos espaços, verificou-se uma divergência no que consta na

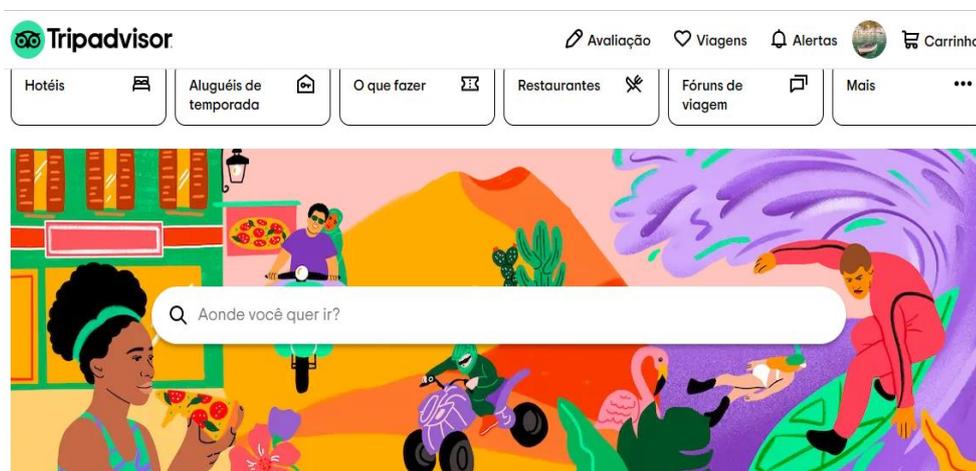
internet, a exemplo da localização, valor de ingresso, horário de funcionamento, entre outros.

Utilizando os mecanismos de busca por indexadores, previamente feito, partiu-se para a prospecção na segunda plataforma digital estudada, o TripAdvisor, site turístico criado no ano de 2000 que é conhecido pelos comentários e opiniões dos usuários com base em sua experiência nos lugares, o que resulta em um sistema de pontuação ou notas, para auxiliar outros usuários, indicando se é um local recomendado ou não para se conhecer (TRIPADVISOR, 2017). O site permite que os internautas interajam entre si, inclusive foi uns dos primeiros a possibilitar essa dinâmica, entre os espaços possíveis de se avaliarem se encontram: hotéis, restaurantes, museus ou qualquer lugar de cunho turístico.

Dos museus levantados na pesquisa, o Museu Comunitário Filhos de Obá foi o único que não possui cadastro no site, o que, ocasionalmente, pode prejudicar sua visita, caso alguém acesse o *Tripadvisor*, pois ele não é mencionado nas buscas e o internauta não tem conhecimento sobre ele.

O site apresenta um mecanismo de busca, no qual existe o campo “Aonde você quer ir?”, como mostra a Figura 01, onde foram utilizados os indexadores “Laranjeiras Sergipe” e “Museus de Laranjeiras/Sergipe” para mineração dos resultados apresentados na plataforma.

**Figura 1** – Tela inicial do Tripadvisor



Fonte: [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) (2022).

O indexador “Laranjeiras Sergipe”, no campo “o que fazer”, apresenta no resultado as principais atrações turísticas para visitar no município. Foram

encontrados 12 lugares, dentre estes, quatro foram espaços museais, dentre os quais, apresentam as seguintes ordens de indicação como locais a serem visitados: Museu Afro Brasileiro de Sergipe em 1º lugar, Museu de Arte Sacra de Laranjeiras em 6º, Casa de Cultura João Ribeiro em 9º e a Casa de Folclore Zé Candunga em 10º.

Ao realizar a busca no campo “Museus de Laranjeiras/Sergipe”, percebeu-se no resultado a presença de três museus que não estão localizados na cidade de Laranjeiras/SE, são eles: Museu de Portimão em Portugal, Museu de Maricel na Espanha e Museu de Ilusões no Brasil, por conta disso pode até gerar dúvidas em quem não conhece razoavelmente a cidade, quem não se atentar pode deduzir que pertençam ao município laranjeirense, logo após são apresentados os museus da cidade de Laranjeiras/SE e outras localidades da cidade, estando como o primeiro resultado o Museu Afro Brasileiro de Sergipe.

No que se refere às notas atribuídas pelos usuários do site destaca-se as informações presentes no Quadro 04.

**Quadro 04** - Avaliação dos museus de Laranjeiras (SE) no TripAdvisor.

Museus	Quantidade de avaliações	Nota Geral	Excelente	Muito boa	Razoável	Ruim	Horrível
Museu Afro Brasileiro de Sergipe	28	4.0	8	14	5	0	1
Casa de Cultura João Ribeiro	12	3.5	2	6	2	1	1
Museu de Arte Sacra de Laranjeiras	22	4.0	5	11	4	2	0
Casa de Folclore Zé Candunga	9	4.0	1	7	1	0	0

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados obtidos no TripAdvisor, 2022.

As avaliações são compostas por notas de 1 (horrível) a 5 (excelente), além disso, obrigatoriamente, o internauta precisa tecer comentários acerca da sua visita,

a data e a sua companhia. Observando o quadro percebe-se que não há muitas avaliações e, em todos os museus, a última atualização ocorreu em dezembro de 2019; como não há muita interatividade o algoritmo do site pode, possivelmente, não recomendar esses museus no campo de busca.

Todos os museus possuem uma avaliação razoável tendo a maioria obtido nota 4, em relação aos comentários identificou-se que no geral as pessoas comentam: sobre o acervo, pontuam algumas críticas em relação à estrutura do museu e aos funcionários, reclamam da falta de comunicação em relação a encontrar o museu fechado, recomendam ou não o local e comentam sobre a cidade também. Por não ter uma constância de comentários e notas, pode ser que prejudiquem os museus de Laranjeiras a não estarem sempre em evidência nas buscas.

Outra plataforma digital é a *Wikipédia*<sup>2</sup> que consiste em ser uma enciclopédia digital em que pessoas do mundo todo podem editar e compartilhar informações (WIKIPEDIA, 2022). A *Wikipédia* por ser uma plataforma colaborativa ela tem um grande potencial informacional, uma vez que pessoas do mundo todo podem acessá-la e contribuir para alimentar a página, o que inclui a possibilidade de vários pesquisadores compartilhar seus estudos nela, entretanto, o que é vantajoso acaba sendo também uma desvantagem como é uma comunidade aberta, a página tende a não ser tão confiável na veracidade de algumas informações.

O site disponibiliza textos informativos acerca de um determinado assunto o qual pode conter palavras ou não que geram *hiperlinks* que conectam a outras publicações com informações complementares. Diante disso, os dados encontrados acerca dos objetos de pesquisa são muito escassos.

Quando da análise dos museus de Laranjeiras, na Wikipedia, constatou-se que nenhum possui uma página dedicada a eles individualmente, o Museu de Arte Sacra de Laranjeiras, a Casa de Cultura de João Ribeiro e o Museu Afro-Brasileiro de Sergipe são mencionados por meio de duas publicações; a primeira, cujo título é “Laranjeiras”, na seção “atrações turísticas e culturais” local em que as informações são bastante escassas e a outra é “Lista de Museus de Sergipe”. O Museu Filhos de Obá e a Casa de Folclore Zé Candunga não são mencionados nem na primeira e nem

---

<sup>2</sup> Fundada em 15 de janeiro de 2001 por Jimmy Wales e Larry Sange, tem como objetivo oferecer um conteúdo livre, objetivo e verificável, em que todos possam participar de forma colaborativa.

na segunda publicação. No último artigo as informações encontradas estão divididas em:

1. Imagem;
2. Instituição;
3. Natureza administrativa;
4. Ano de criação;
5. Tipologia do acervo;
6. Outras informações.

Apesar de apresentar informações básicas sobre as instituições e essas serem fidedignas, não tem outros dados que são relevantes, como endereço e horário de funcionamento. O site também não tem um sistema próprio que verifica a autenticidade das informações, depende que o autor tenha responsabilidade de ter postado algo verídico e outros usuários sugiram ou não atualizações ou alterações, para isso, devem conhecer o tema para identificar possíveis equívocos. Para ter mais confiança, recomenda-se verificar se foram colocadas as fontes e a legitimidade das fontes, ou seja, buscar a informação diretamente de onde se informa de onde saiu o conteúdo.

O *Museusbr* foi criado através da portaria nº 6, em 9 de janeiro de 2017, é uma plataforma colaborativa em nível nacional, a qual, quando acessada, pode localizar os museus existentes no Brasil, desde as buscas que podem ser realizadas por estado, cidade, tipologia de acervo, ele compartilha informações sobre endereço, serviços oferecidos, dados de contato do museu, entre outros (GARCIA, 2021). Nesse sentido os museus de várias partes do Brasil, encontram-se disponíveis e cadastrados na plataforma, a exemplo dos localizados na cidade de Laranjeiras, que tem quase todos os seus museus cadastrados nessa plataforma, com exceção do Museu Comunitário Filhos de Obá.

De todas as plataformas, o *Museusbr* tende a ser a mais completa, em razão de trazer muitas informações sobre o museu, desde endereço, contatos, foto, até acessibilidade, instalações, agenda, esfera e etc., como mostra na Figura 02.

**Figura 02 - Plataforma do *Museusbr*.**



Fonte: <http://museus.cultura.gov.br> (2022).

Porém mesmo sendo o mais amplo foi possível verificar que, possivelmente, ele não é o mais acessado, já que nas pesquisas através do Google, que é a principal ferramenta de busca, ele não é mencionado nos links, sendo assim, entende-se que possa ficar restrito a aqueles que conhecem a plataforma, ou seja, provavelmente só quem é da área de cultura ou afins tem conhecimento deste site.

## 6 REDES SOCIAIS

O *Facebook*<sup>3</sup> e o *Instagram*<sup>4</sup>, apesar de cada rede ter suas próprias características, elas partilham da ideia de postar algo, e suas publicações podem ser curtidas, comentadas e até compartilhadas para outras pessoas. Ter uma conta no *Facebook* e no *Instagram* é uma oportunidade de divulgar os conteúdos do museu, pois tem um grande alcance populacional já que, de acordo com o *We Are Social* e da *Hootsuite*, só no Brasil o *Instagram* possui 122 milhões de usuários e no *Facebook* 116 milhões de contas ativas (VOLPATO, 2022).

Ao observar o Quadro 05, percebe-se que somente dois museus possuem páginas no *Facebook*, o Museu Afro Brasileiro de Sergipe que apesar de ter uma página não é oficial, ou seja, não foi criada por algum membro do museu, porém conta com fotos atualizadas postadas pelos visitantes e o Museu Comunitário Filhos de Obá que na sua descrição somente traz pouquíssimas informações como endereço,

<sup>3</sup> Criado em 4 de fevereiro de 2004 por Mark Zuckerberg.

<sup>4</sup> Criado em 6 de outubro de 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger.

número para contato e horário de funcionamento e embora sua página tenha um número significativo de 520 seguidores não tem atualizações desde 2018.

**Quadro 05** - Presença dos museus nas redes sociais.

Redes Sociais	Museu Afro Brasileiro de Sergipe	Casa de Cultura João Ribeiro	Museu de Arte Sacra de Laranjeiras	Casa de Folclore Zé Candunga	Museu Comunitário Filhos de Obá
Facebook	X	-	-	-	X
Instagram	X	X	X	-	-

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

O Museu Afro-Brasileiro de Sergipe, apesar de possuir uma página de *Instagram*, a mesma está no modo “privado”, no entanto é possível perceber que a conta possui 218 seguidores e com dez publicações as quais não se obteve acesso para este estudo.

O Museu de Arte Sacra de Laranjeiras e a Casa de Cultura João Ribeiro possuem 556 e 367 seguidores, respectivamente, por pertencerem a um órgão estadual e por estar em época eleitoral, ocasião em que, por determinação da lei, as publicações que já foram postadas tiveram que ser arquivadas e as novas tiveram limitações, sendo assim somente tem, nos dois museus, três publicações, devido a isso não se pode concluir se os museus eram muito ativos ou não nas redes sociais.

A Casa de Folclore Zé Candunga foi o único museu que não pode ser analisado nas redes sociais, visto que não possui nenhuma, nem mesmo sequer uma página criada por outrem como no Museu Afro-Brasileiro de Sergipe.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet apresentou para a Museologia uma nova visão de se comunicar e gerenciar as informações de seus acervos, principalmente no ano de 2020 com a pandemia da COVID-19, como as interações só podiam acontecer virtualmente, as mídias digitais tiveram um papel fundamental na manutenção de relações tanto sociais

como comerciais, o museu e seus profissionais foram obrigados a se adequar e estar na rede, uma vez que visitas presenciais não eram permitidas.

Com o advento e a popularização da internet e das mídias sociais, é cada vez mais comum o hábito de pessoas compartilharem suas opiniões tanto com outras pessoas como com os gestores dos lugares que visitaram, por meio de comentários e publicações na web. É cotidiano também ao não saber sobre algo pesquisar através da internet, podendo até ser a primeira fonte a ser consultada e não ter as devidas informações necessárias pode gerar dúvidas se deve ou não visitar aquele museu.

Os recursos da *web* são um suporte da informação que devem ser usados pelas instituições museais, uma vez que a internet possibilitou a expansão desse universo no mundo, rompendo a barreira do tempo e do espaço, o seu uso é um aliado e não uma substituição do modelo tradicional. As visitas no mundo virtual podem se transformar numa visita presencialmente e, mesmo que isso não ocorra, ela proporciona uma acessibilidade sem tamanho, pois quem nunca puder ir ao Museu do Louvre não quer dizer que nunca irá conhecê-lo.

O ciberespaço possui um grande potencial que ainda não foi devidamente explorado pelas instituições museais, as ações museológicas podem levar ao grande público informações sobre o conteúdo do seu acervo e sobre as atividades culturais desenvolvidas em seu espaço, tendo um alcance muito abrangente.

Muitos dos recursos que a internet oferece, em sua maioria, são gratuitos e de fácil manuseio, bastando somente a pessoa ter uma noção de informática básica, mas para obter sucesso é preciso uma estratégia racional e bem planejada, não basta somente criar e esquecer, é preciso sempre se manter atualizado.

As plataformas digitais e as redes sociais devem ser utilizadas como um instrumento de informações institucionais, mas também como uma ferramenta na qual os visitantes possam dar um *feedback*, trazendo as impressões que eles tiveram e, daí em diante, entender os perfis dos públicos, e o que deve ser melhorado e, por que não?, também uma coparticipação junto com outras instituições.

## **Agradecimentos**

A minha mãe, minha irmã e meu gato Pudim, e ao meu falecido pai João Costa, por sempre me incentivar nos estudos. Um agradecimento especial a minha gata

Bombom por estar sempre me fazendo companhia nos momentos difíceis.

Aos professores pelos conhecimentos que contribuíram no meu processo de formação profissional ao longo do curso.

Às pessoas que diretamente ou indiretamente colaboraram na minha formação acadêmica ao longo desses anos.

## REFERÊNCIAS

BAUER, Jonei E.; SOHN, Ana Paula L.; OLIVEIRA, Bruno S. **Turismo cultural: um estudo sobre museus e internet.** *Visão e Ação* v. 21, n. 3. Sep-Dec., 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/xWY7dsX3hLpVbqWyGn3rXnn/?lang=pt> Acesso em: 16 nov. 2022

CHEN, Chen-Yuan; SHIH, Bin-Yaw; CHEN, Zian-Siang; CHEN, Tsung-Hao. The exploration of internet marketing strategy by search engine optimization: a critical review and comparison. **African Journal of Business Management**, 2011, p. 4644-4649. Disponível em: <https://academicjournals.org/journal/ajbm/article-full-text-pdf/c30e23d17819> Acesso em 30 out. 2022

COSTA, Tatiana de Carvalho. Área portuária de Laranjeiras/SE no século XIX: características de uma paisagem construída pela pequena burguesia. *In: 5º SEMINÁRIO IBERO-AMERICANO ARQUITETURA E DOCUMENTAÇÃO.* Belo Horizonte, 24-26 de outubro de 2017. **Anais Eletrônicos [...]**. Belo Horizonte, 2017. Disponível em: [https://www.academia.edu/42321158/%C3%81REA\\_PORTU%C3%81RIA\\_DE\\_LARANJEIRAS\\_SE\\_NO\\_S%C3%89CULO\\_XIX\\_Character%C3%ADsticas\\_de\\_uma\\_paisagem\\_constru%C3%ADda\\_pela\\_pequena\\_burguesia](https://www.academia.edu/42321158/%C3%81REA_PORTU%C3%81RIA_DE_LARANJEIRAS_SE_NO_S%C3%89CULO_XIX_Character%C3%ADsticas_de_uma_paisagem_constru%C3%ADda_pela_pequena_burguesia) Acesso em: 15 de out. 2022

DREYER, Bianca Marder. Estratégias de relações públicas para as organizações em tempos de mídias sociais digitais. **Organicom**, [S. l.], v. 12, n. 22, p. 130-144, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139273> Acesso em: 10 mar. 2022

FEITOSA, Allan Rafael Veiga. **Memórias da cidade: as ruínas da histórica Laranjeiras/SE.** 2012. 230 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão (SE), 2012. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/11134> Acesso em: 10 mar. 2022

FERREIRA, Marco. A evolução da web: o que esperar da web 4.0?. UFJF - Rio de Janeiro. 9 set. 2019. *In: Conexões Expandidas.* Disponível em: <https://www.ufjf.br/conexoeseexpandidas/2019/09/09/a-evolucao-da-web-o-que-esperar-da-web-4-0/> Acesso em 28 out. 2022

FONTELLES, Mauro José; SIMÕES, Marilda Garcia; FARIAS, Samantha Hazegawa; FONTELLES, Renata Garcia Simões. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Rev. para. med**; v. 23; n. 3. jul.-set.

Belém, 2009. Disponível em: <http://files.bvs.br/upload/S/0101-5907/2009/v23n3/a1967.pdf> Acesso em 18 out. 2022

GARCIA, Alessandra. Museusbr. In: **Plataforma Museusbr, Ibram/MinC**. Disponível em: <https://dados.gov.br/dataset/museus-br> Acesso em: 20 fev. 2022.

GOOGLE. **Visão Geral**. c22. Disponível em: <https://www.google.com/intl/pt-BR/search/howsearchworks/> Acesso em 28 out. 2022.

ICOM BRASIL. **ICOM aprova Nova Definição de Museu**. 2022. Brasil. Disponível em: <https://www.icom.org.br/?p=2756>. Acesso em: 20 fev. 2022.

ISTO É SERGIPE. Casa de Cultura João Ribeiro. ARACAJU, 6 dez. 2016. **Istoesergipe.blogspot.com/**. Disponível em: <http://istoesergipe.blogspot.com/2015/12/casa-de-cultura-joao-ribeiro.html> Acesso em: 07 abr. 2022.

INFONET. Laranjeiras comemora 170 anos de emancipação política. (08/08/2002). In: **INFONET**. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cidade/laranjeiras-comemora-170-anos-de-emancipacao-politica> Acesso em: 10 mar. 2022

MATOS, Gabrielle do Nascimento; SILVA, Déboralys Ferreira da. Casa de Folclore Zé Candunga, A conservação de uma memória. In: V CONGRESSO SERGIPANO DE HISTÓRIA E V ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA DA ANPUH/SE. Aracaju, 24-27 de outubro de 2016. **Anais Eletrônicos [...]**. Disponível em: [http://www.encontro2016.se.anpuh.org/resources/anais/53/1477310370\\_ARQUIVO\\_TextoAnpuh.pdf](http://www.encontro2016.se.anpuh.org/resources/anais/53/1477310370_ARQUIVO_TextoAnpuh.pdf) Acesso em: 10 mar. 2022

OLIVEIRA, Silvio. Museus e Memoriais: boa opção em Sergipe. Aracaju, 20 set. 2018. In: **Infonet**. Disponível em: <https://infonet.com.br/blogs/museus-e-memoriais-boas-opcoes-em-sergipe/> Acesso em: 07 abr. 2022.

ORÉFICE, Giovana. Brasileiros tendem a não avançar em páginas de pesquisa. (06/04/2021). In: **Meio em Mensagem**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2021/04/06/brasileiros-tendem-a-nao-avancar-em-paginas-de-pesquisa.html> Acesso em: 07 ago. 2022.

PORTAL G1. **Uso da internet no Brasil cresce, e chega a 81% da população**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/08/18/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-chega-a-81percent-da-populacao-diz-pesquisa.ghtml> Acesso em: 18 abr. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS. **História do município**. c22. Disponível em: <https://laranjeiras.se.gov.br/historia-do-municipio> Acesso em: 10 mar. 2022

REIS, Raphael Vladmir Costa. **Sob a lupa de Mnemosine**: apontamentos para a identificação e mapeamento dos museus de Sergipe. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Museologia) - Departamento de Museologia, Campus de

Laranjeiras, Universidade Federal de Sergipe, Laranjeiras, 2016. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/6945> Acesso em: 10 mar. 2022

ROCKCONTENT. **Internet das coisas, integração de serviços e interação social:** o que esperar da Web 4.0. Rockcontent. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/web-4-0/> Acesso em: 10 mar. 2022

SANTOS, Maria de Lourdes dos. **Mediação cultural:** estudo e prática a partir das informações presentes nas esculturas religiosas, na documentação e no ambiente virtual no Museu de Arte Sacra de Laranjeiras/SE. 2019. 146 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2019. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/13045> Acesso em: 10 mar. 2022

SANTOS, Plácida L. V. A.C; LIMA, Fábio R. B. Museus e suas tecnologias: webmuseus em destaque. **Inf. & Soc.: Est.:** João Pessoa, v. 24, n. 2, p.57-68, mai/ago, 2014. Disponível em: [https://www.brapci.inf.br/repositorio/2015/12/pdf\\_98a6bbe876\\_0000018520.pdf](https://www.brapci.inf.br/repositorio/2015/12/pdf_98a6bbe876_0000018520.pdf) Acesso em: 16 nov. 2022

SILVA, Leonardo Werner. Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA. (12/08/2001) **Folha de São Paulo.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1208200103.htm> Acesso em: 01 out. 2022

TRIPADVISOR. **Sobre o Tripadvisor.** Disponível em: <https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us> Acesso em: 07 abr. 2022

USE MOBILE. **Web 4.0:** quais são as expectativas para o futuro da rede?. 2019. Disponível em: <https://usemobile.com.br/web-4-0-quais-sao-as-expectativas-para-o-futuro-da-rede/> Acesso em 28 out. 2022

VOLPATO, Bruno. **Ranking:** as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2022, com insights e materiais. Resultados Digitais. (31/08/2022). Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em 17 de out. 2022

WIKIPEDIA. **Wikipédia.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia> Acesso em: 20 fev. 2022

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia da pesquisa.** Florianópolis: SEaD/UFSC, 2013, 134p. 2. ed. reimpressa. Disponível em: <https://www.atfcursosjuridicos.com.br/repositorio/material/3-leitura-extra-02.pdf> Acesso em: 10 mar. 2022.