



Cocriação em biblioteca universitária: uma proposta de implantação do serviço de comunidades através do WhatsApp

Co-creation in academic library: a proposal to carry a remote service out through WhatsApp communities

Francisco Edvander Pires Santos 

Mestre em Ciência da Informação
Universidade Federal do Ceará, Brasil
edvanderpires@gmail.com

Evandro Leandro Lima Sales 

Graduado em Biblioteconomia
Universidade Federal do Ceará, Brasil
evandroleandro13@gmail.com

Luiz Allan Silvestre de Oliveira 

Graduado em Biblioteconomia
Universidade Federal do Ceará, Brasil
l.allansilvestre@gmail.com

Rodrigo Antonio Oliveira Paiva 

Graduado em Biblioteconomia
Universidade Federal do Ceará, Brasil
rodrigoaopaiva@gmail.com

Bruno de Paula Araújo 

Graduado em Biblioteconomia
Universidade Federal do Ceará, Brasil
bruno930418@gmail.com

Resumo

Este relato de experiência apresenta as etapas da ideação e do planejamento para a implantação do serviço de comunidades através do aplicativo WhatsApp, como parte das atividades de cocriação em biblioteca universitária. Como embasamento teórico, discutem-se, brevemente, os conceitos de cocriação e o quantitativo de teses e dissertações brasileiras acerca dessa temática. Como embasamento metodológico, trata-se de um estudo de caso que se utilizou da técnica de *benchmarking*, na finalidade de identificar o uso do WhatsApp em bibliotecas universitárias localizadas na Região Nordeste do Brasil, e da pesquisa de mercado na ferramenta Google Trends, os interesses de busca no Google pelos aplicativos Telegram e WhatsApp. Na seção dos resultados, apresentam-se o histórico, desenvolvimento e funcionalidades do aplicativo WhatsApp e o percurso da fase de testes e prototipação do serviço de comunidades no WhatsApp em biblioteca universitária. Conclui que o paradigma da cocriação resulta na proposição de novos produtos e serviços, que são pensados, prototipados e administrados no contexto da transformação digital, inovação colaborativa e disseminação seletiva de informação nas mídias sociais.

Palavras-chave: cocriação; transformação digital; atendimento remoto; comunidades no WhatsApp; biblioteca universitária.

Abstract

This experience report presents the ideation and planning stages for proposing a remote service through WhatsApp communities, based on the idea of the cocreation in academic libraries. As a theoretical approach, the concepts of cocreation, as well as the quantity of Brazilian theses and



doi: [10.28998/cirev.2024v11e15914](https://doi.org/10.28998/cirev.2024v11e15914)

Este artigo está licenciado sob uma [Licença Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Submetido em: 08/02/2023

Aceito em: 30/11/2024

Publicado em: 24/12/2024

dissertations about this subject, are briefly discussed. As a methodological approach, the case study and the benchmarking technique were used, in order to identify if there is a remote service through WhatsApp in academic libraries placed in the Northeast of Brazil, and also the Google Trends was used to compare the search interests on Google by Telegram and WhatsApp. In the results section, the beginning, development and current functionalities of WhatsApp are presented, as well as the stages of testing and prototyping WhatsApp communities as a remote service in an academic library. Therefore, the conclusion is the cocreation paradigm results in proposing new products and services, which are designed, prototyped and managed in concern with digital transformation, collaborative innovation and also selective dissemination of information from social media.

Keywords: *co-creation; digital transformation; remote service; WhatsApp communities; academic library.*

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de novos produtos e serviços sempre foi uma constante em bibliotecas universitárias. Nesse sentido, adaptar-se à linguagem, à rotina de estudos e aos recursos tecnológicos utilizados pelo público atendido torna-se fator diferencial para que as bibliotecas estejam cada vez mais próximas de seus usuários e incorporem a transformação digital, a inovação colaborativa e as mídias sociais ao cotidiano de trabalho das instituições. Foi com base nesse entendimento que decidimos explorar uma funcionalidade lançada recentemente pelo aplicativo WhatsApp: a criação e administração de comunidades.

Para tanto, a fase de testes ocorreu no mês de maio de 2023, na Biblioteca de Ciências Humanas da Universidade Federal do Ceará (BCH-UFC), e possibilitou a elaboração deste relato de experiência partindo do método do estudo de caso. A BCH integra o Sistema de Bibliotecas da UFC e teve o seu prédio inaugurado no ano de 1996, mas com acervo formado desde o ano de 1962. É uma organização que valoriza os seus usuários e tem uma cultura voltada a ouvir a sua comunidade, composta por um público diversificado, exigente e cada vez maior em quantidade de docentes, discentes e técnico-administrativos em educação atendidos.

O estudo preliminar foi realizado em parceria com discentes do Curso de Biblioteconomia da UFC, que cumpriram a disciplina de Estágio Supervisionado durante o semestre letivo 2023.1 e que, como parte de suas atividades, desenvolveram um projeto de intervenção baseado em suas observações e vivências na biblioteca, no sentido de que “[...] se direcionam para a intervenção no espaço profissional, tendo importante função o exercício da autonomia dos estagiários. Experiências várias podem ser aprofundadas, após o estudo e diagnóstico do espaço de Estágio, dentro das necessidades e interesses do grupo” (Lima; Sousa, 2007, p. 118). Além disso, os projetos de intervenção geram portfólios, que enriquecem o currículo dos discentes, agora egressos, no que tange às experiências adquiridas no ambiente de estágio.

Na definição de Bianchi, Alvarenga e Bianchi (2009, p. 7), “[...] pode-se considerar que o estágio é um período de estudos práticos para aprendizagem e experiência. Envolve supervisão e, ainda, revisão, correção, exame cuidadoso [...]”. Entendemos, portanto, que as atividades de estágio em bibliotecas trazem benefícios ao discente em sua formação profissional, ao aplicar o conhecimento adquirido em sala de aula, à orientação técnica, que deve ser exercida obrigatoriamente por um bibliotecário, e à instituição como um todo, que se destaca positivamente no mercado por bons índices e indicadores em processos de avaliação institucional e de contribuição para a empregabilidade.

Nesse contexto, o *insight* em trabalhar com a proposta de comunidades no WhatsApp surgiu quando criamos e gerenciamos o grupo de trabalho destinado à comunicação com a turma do Estágio Supervisionado, para a qual lançamos a proposta de explorar os recursos disponíveis no aplicativo. Assim, o objetivo deste relato de experiência é compartilhar as etapas da ideação e do planejamento para a implantação do serviço de comunidades no WhatsApp, partindo do amplo alcance desse aplicativo no mercado digital brasileiro.

Como embasamento teórico para a proposta, recorreremos ao conceito de ‘cocriação’, tendo em vista que o serviço de comunidades será implantado com a colaboração dos três segmentos que atuam na universidade, a saber: docentes, discentes e técnico-administrativos em educação. Nesse mesmo viés, a técnica de *benchmarking* e o uso da ferramenta Google Trends possibilitaram identificar, respectivamente, quais bibliotecas universitárias disponibilizam o serviço de atendimento remoto via WhatsApp e quais os interesses de busca no Google pelos aplicativos WhatsApp e Telegram. Como embasamento metodológico, trata-se de um estudo de caso baseado na abordagem de Yin (2010). E na discussão dos resultados, apresentamos o histórico, o desenvolvimento e as funcionalidades do aplicativo WhatsApp, bem como os detalhes da fase de testes e prototipação do serviço na BCH-UFC, como parte das iniciativas de cocriação empreendidas nesta biblioteca.

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

A fim de embasar a aplicação do conceito de cocriação à proposta do serviço de comunidades no WhatsApp, recorreremos a duas publicações basilares das áreas de Administração e Marketing, que trazem o conceito e a descrição do paradigma da cocriação de valor para a comercialização de bens e serviços, a saber: Las Casas (2014) e Ramaswamy e Ozcan (2016). A obra de Las Casas (2014) simplifica o conceito de cocriação e apresenta uma compilação dos artigos publicados sobre o tema até a data de edição do livro. Por sua vez, a obra de Ramaswamy e Ozcan (2016) destaca-se por abordar, além das conceituações, os *cases* de sucesso de empresas que passaram a trabalhar sob o paradigma da cocriação.

Vale salientar que as fases de testes condicionam o paradigma da cocriação. Neste aspecto, o auxílio da tecnologia não supre de forma completa as necessidades de progresso no âmbito digital, pois é preciso correr riscos na aplicação de possibilidades que não foram testadas, prototipadas ou comprovadas em sua efetividade (Siebel, 2021). Consequentemente, é compreensível que os riscos estão atrelados ao desenvolvimento e, para isso, é preciso experimentar elementos novos que sirvam de apoio para aperfeiçoamento do que está sendo elaborado.

Ao definirem ‘cocriação’, no âmbito empresarial, Ramaswamy e Ozcan (2016, p. 265) afirmam que: “A cocriação é, fundamentalmente, um modo de pensar sobre a criação de valor que expande o valor de uma forma em que todos ganham mais, juntamente com os indivíduos que são vistos tanto como os meios quanto os fins da criação de valor [...]”. Por seu turno, Las Casas (2014, p. 16) contextualiza o surgimento das ações de cocriação:

Desde as primeiras propostas de cocriação em 2004, muitas empresas passaram a praticar o novo conceito de criar valor através de experiências, como também para inovação estratégica e liderança, com a participação de clientes, gerentes, empregados e outros interessados na organização (*stakeholders*).

Aplicando essa definição à nossa proposta em biblioteca universitária, no que se refere às comunidades no WhatsApp, a ideia é que cada segmento de público receba as notificações da biblioteca e que cada usuário interaja diretamente com os administradores e moderadores dos grupos de trabalho vinculados às comunidades, originando, assim, as interações que agregam valor ao atendimento remoto na BCH-UFC.

Portanto, o trabalho em parceria entre distintos segmentos de público traz um metaconceito para a cocriação. Nesse sentido, Las Casas (2014, p. 5) define que:

De modo geral, as parcerias podem ocorrer de duas formas: horizontal e vertical. A horizontal é a que agrega os concorrentes diretos, que oferecem os mesmos produtos ou serviços; a parceria que pode ocorrer nesses casos é o trabalho conjunto em pesquisas, desenvolvimento de serviços ou produtos, distribuição etc. Por outro lado, a parceria vertical são as redes complementares do sistema de distribuição, sendo cada membro do canal especializado em determinada atividade [...]

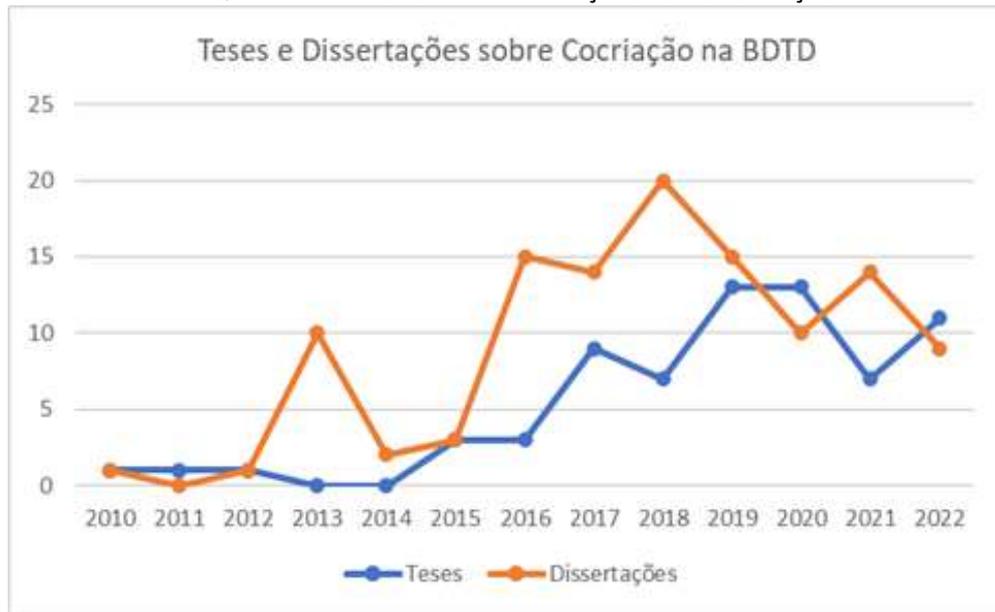
Além de mencionar a importância das parcerias, Las Casas (2014) atribui o êxito da cocriação ao amplo acesso do público às mídias sociais, onde a produção de conteúdo cresce exponencialmente e favorece o engajamento com comunidades de diferentes nichos. Neste aspecto, entendemos que a convergência entre mídias também agrega valor à proposta de comunidades no WhatsApp, na medida em que estarão integradas às contas gerenciadas institucionalmente no Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube e Podcasts.

Preliminar à motivação de incrementar o uso do WhatsApp na BCH, temos a pretensão de cocriar um espaço interativo entre usuários, produtos e serviços. Aliás, o conceito e o paradigma da cocriação incorporam aspectos que auxiliam trocas de experiências, tornando o consumidor um agente ativo ao gerar novos produtos e serviços (Las Casas, 2014; Ramaswamy; Ozcan, 2016) no âmbito da transformação digital nas instituições (Rogers, 2021). Consequentemente, um dos pontos que tornam a implementação desse recurso do WhatsApp indubitável é aproximar a comunidade universitária na geração de mensagens e de conteúdo acerca do que é produzido para consumo dos produtos e serviços oferecidos e em constante aperfeiçoamento pela biblioteca, além da organização e realização de eventos presenciais, remotos e híbridos.

Com o objetivo de complementar este embasamento teórico, realizamos uma pesquisa bibliográfica por 'cocriação' na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Na busca por todos os campos, este diretório recuperou 185 resultados, cuja soma equivale ao total de 70 teses e 115 dissertações publicadas entre os anos de 2010 e 2023, abrangendo todos os programas de pós-graduação do Brasil e todas as áreas de conhecimento indexadas na BDTD. Ou seja, as primeiras publicações datam do ano de 2010, sendo uma tese e uma dissertação no referido ano.

Para efeitos de construção do gráfico a seguir, desconsideramos o ano de 2023 pelo fato de termos realizado a busca no mês de julho. Outrossim, o gráfico apresenta o quantitativo de teses e dissertações com a temática 'cocriação' na BDTD de acordo com os anos de defesa.

Gráfico 1 – Quantitativo de teses e dissertações sobre cocriação na BDTD



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Constatamos, assim, uma crescente de estudos em nível de pós-graduação acerca da temática da cocriação no Brasil. Até então, o maior quantitativo de teses data de 2019 e 2020, com 13 teses defendidas em cada ano. No que se refere às dissertações, destaca-se o ano de 2018, com o total de 20 dissertações publicadas. Entretanto, no âmbito das bibliotecas universitárias, data de 2021 a dissertação de Cabral (2021), que apresenta a cultura *maker* como cenário propício à cocriação de produtos e serviços e que também teve a BCH-UFC como *locus* de pesquisa. Diante desse resultado de busca, justificamos a relevância da proposta deste relato de experiência, haja vista que a BDTD recuperou apenas uma pesquisa com a abordagem da cocriação de valor aplicada à Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Complementando este aporte teórico, veremos, a seguir, a aplicação da técnica de *benchmarking* e o uso da ferramenta Google Trends, as quais embasaram, de igual modo, a prototipação do serviço de comunidades no WhatsApp aplicado em biblioteca universitária.

2.1 *Benchmarking*: atendimento remoto em biblioteca universitária

Seja em âmbito cultural, em negociações, ou até mesmo quando se fala em esportes, o parâmetro que se utiliza para avaliar o valor daquilo que se cria ou se faz é a comparação. E isso ocorre de forma quase que natural. Com isso, as instituições atuam sempre buscando melhorias em seus processos organizacionais, visando a um diferencial frente à concorrência mercadológica existente. Assim, estratégias, novas metodologias, planejamentos a curto, médio e longo prazos são estabelecidos como métodos de busca pela qualidade no serviço prestado.

No universo administrativo e/ou empresarial, o termo utilizado para essas comparações é chamado de *benchmarking*, uma técnica essencial para mensurar aquilo que uma empresa cria e a sua aceitação frente ao público, assim como a margem de diferencial ante a concorrência. E esse processo não se limita apenas a grandes organizações, pois o *benchmarking* pode ser utilizado normalmente e é de fundamental importância também em ambientes organizacionais menores.

Quando se realiza o *benchmarking* estratégico, busca-se fazer um comparativo entre os principais aspectos de sua estratégia em relação às expectativas dos clientes. Nessa vertente, o resultado dessas pesquisas é utilizado pela gestão da organização como embasamento para possíveis melhorias em seus processos, a fim de se alcançarem resultados mais significativos. Como exemplo, Bulhões (2005) afirma que algumas bibliotecas estão se utilizando do *benchmarking* para otimizar seus produtos e serviços, além de lhes posicionar favoravelmente diante do mercado atual. E mais recentemente, Mendonça *et al.* propuseram um modelo de *benchmarking* para a gestão de processos em Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil.

Quadro 1 – Resultado do *benchmarking* no site de nove bibliotecas universitárias do Nordeste

INSTITUIÇÃO	BIBLIOTECA	SITE	SERVIÇOS DISPONÍVEIS
Universidade Federal do Ceará	Biblioteca de Ciências Humanas	https://biblioteca.ufc.br	Serviço de atendimento por WhatsApp disponível no site da biblioteca
Universidade Federal do Piauí	Biblioteca Central da UFPI	https://www.ufpi.br/biblioteca	Serviço de atendimento por WhatsApp disponível no site da biblioteca
Universidade Federal de Pernambuco	Biblioteca Central da UFPE	https://www.ufpe.br/sib/biblioteca-central	Serviço de atendimento por WhatsApp disponível no site da biblioteca
Universidade Federal da Paraíba	Biblioteca Central da UFPB	https://biblioteca.ufpb.br/	Serviço de atendimento por WhatsApp não localizado no site da biblioteca / Plataforma "TAWK.TO" disponível para atendimento online
Universidade Federal do Maranhão	Núcleo Integrado de Bibliotecas	https://portais.ufma.br/PortalUnidade/dib/	Serviço de atendimento por WhatsApp não localizado no site da biblioteca
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Biblioteca Central Zila Mamede – BCZM	https://sisbi.ufrn.br/biblioteca/bczm	Serviço de atendimento por WhatsApp não localizado no site da biblioteca
Universidade Federal de Sergipe	Biblioteca Central da UFSE	https://bibliotecas.ufs.br/pagina/152	Serviço de atendimento por WhatsApp não localizado no site da biblioteca
Universidade Federal de Alagoas	Sistema de Bibliotecas – SIBI	https://sibi.ufal.br/portal	Serviço de atendimento por WhatsApp não localizado no site da biblioteca
Universidade Federal da Bahia	Sistema Universitário de Bibliotecas	https://sibi.ufba.br	Serviço de atendimento por WhatsApp não localizado no site da biblioteca

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Com vistas ao projeto de intervenção que originou este relato de experiência, cujo embasamento advém do *benchmarking*, a equipe da BCH-UFC pretende inovar em seu canal de comunicação remota junto à sua comunidade universitária, por meio do lançamento de um novo recurso disponível no aplicativo WhatsApp. Assim, o *benchmarking* foi aplicado ao se pesquisar no site de nove bibliotecas universitárias da Região Nordeste do Brasil, tendo como critério de inclusão a seleção de uma universidade pública federal situada em cada um dos nove estados do Nordeste, na intenção de averiguar se há atendimento remoto via WhatsApp.

Desta feita, o Quadro 1 apresenta os achados de acordo com o nome da instituição, nome da biblioteca universitária, site visitado e especificação se há, ou não, o serviço de WhatsApp disponível no site da biblioteca.

Analisando o quadro acima, inferimos que o site das bibliotecas de três universidades públicas federais da Região Nordeste menciona a existência do serviço de atendimento remoto por WhatsApp, a saber: Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal do Piauí (UFPI) e Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Por sua vez, o site da biblioteca da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) agrega um serviço de envio mensagem para a biblioteca em tempo real, por meio da ferramenta chamada “TAWK.TO”.

Constatamos, ainda, que nenhuma das demais instituições possui um serviço similar ao que a BCH-UFC planeja implantar em caráter de inovação colaborativa voltada para a comunicação remota e para o engajamento com o seu público. Por outro lado, as bibliotecas universitárias analisadas na etapa de *benchmarking* estão presentes nas mídias sociais de maior alcance de público e nos canais institucionais formais e convencionais para contato com o usuário, além dos serviços já consolidados para satisfazer às demandas da comunidade acadêmica no sentido de garantir o funcionamento da biblioteca.

2.2 Pesquisa de mercado: comparativo no Google Trends

O Google Trends é uma ferramenta que apresenta e ranqueia os mais populares termos buscados em um recorte temporal específico, por meio de gráficos com a frequência em que um termo particular é pesquisado em várias regiões do mundo e em vários idiomas. De acordo com o site Tecnoblog, que publicou um guia para iniciantes:

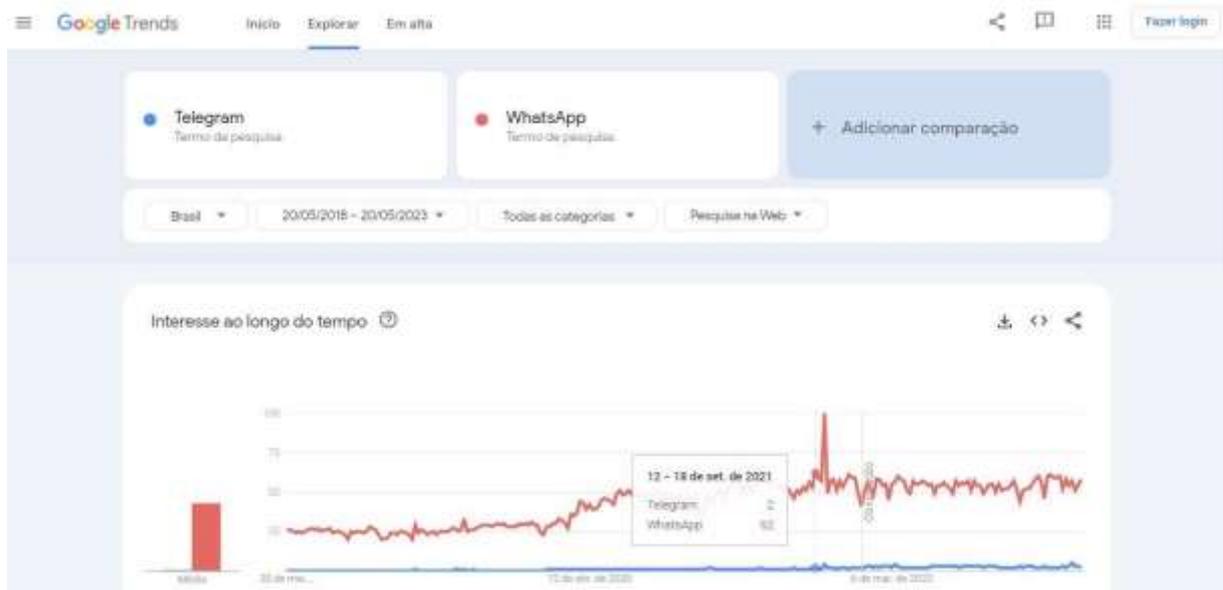
O Google Trends é uma ferramenta gratuita que mostra as palavras, termos, expressões e assuntos mais pesquisados no Google, maior buscador da internet. Lançado oficialmente em 2006, esse serviço também permite acompanhar seus temas preferidos e verificar como o interesse por eles se altera com o passar do tempo. (Pedro, [2021], guia online).

Partindo dessa breve conceituação, a segunda etapa do *benchmarking* foi realizada tendo como base uma pesquisa de mercado através da ferramenta Google Trends, a qual possibilitou uma visão global sobre os interesses de busca dos usuários por dois aplicativos de mensagens de maior alcance mundial, quais sejam: Telegram e WhatsApp, haja vista que, no Brasil, o mercado de aplicativos de mensagens gira em torno desses dois concorrentes diretos.

Usando o Google Trends como ferramenta para mapear o interesse de busca por ambos os aplicativos no Brasil e no mundo, percebemos que o WhatsApp é amplamente utilizado, tornando-o um aplicativo bastante popular e superior ao Telegram se comparado o interesse de busca dos brasileiros no Google. De acordo com as Figuras 1 e 2r, são

perceptíveis a variação e o crescimento da utilização do WhatsApp, considerando o recorte temporal dos últimos cinco anos (de 2018 a 2023):

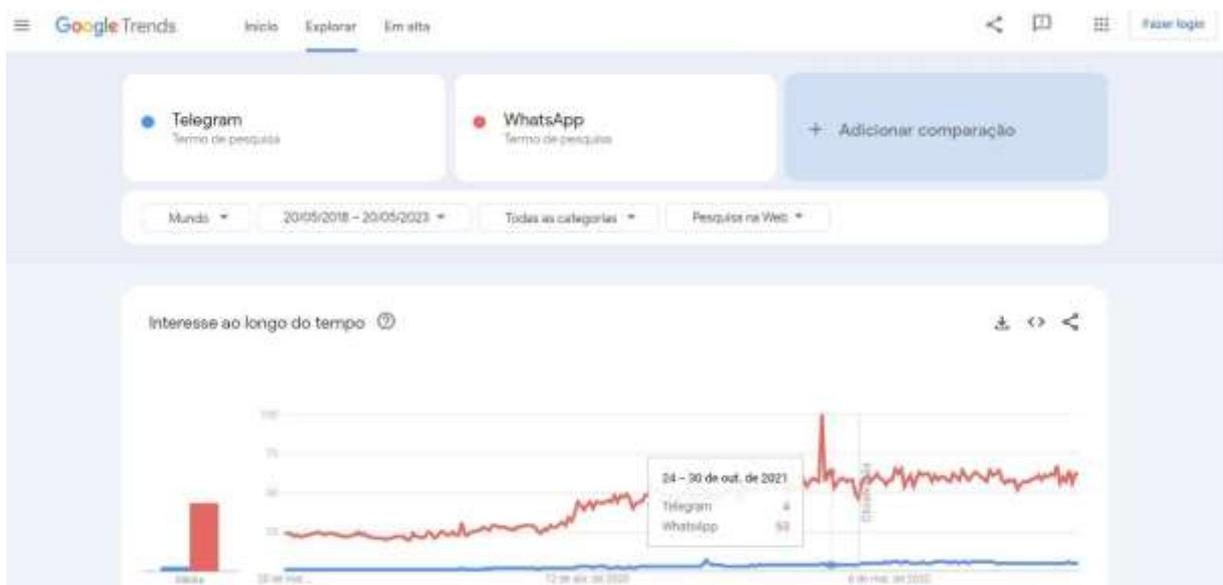
Figura 1 – Comparativo de interesse de pesquisa, no Brasil, pelos aplicativos Telegram e WhatsApp no Google no período de 2018 a 2023



Fonte: Google Trends, com dados do dia 21 de maio de 2023.

Com base nessa captura de tela, 2021 foi, até o momento, o ano com maior crescimento de utilização e interesse pelos dois aplicativos, uma vez que a pandemia da COVID-19 trouxe para o mercado mundial novas formas de socializar, empreender e trabalhar através da Internet. Essa constatação se repete ao visualizarmos, a seguir, o interesse de busca em nível mundial:

Figura 2 – Comparativo de interesse de pesquisa, em nível mundial, pelos aplicativos Telegram e WhatsApp no Google no período de 2018 a 2023



Fonte: Google Trends, com dados do dia 21 de maio de 2023.

Notoriamente, o aplicativo WhatsApp se sobressai como preferido no cenário mundial, se comparado ao Telegram, inclusive quando ranqueados por país no Google Trends. Esse comparativo foi necessário para embasar o projeto de intervenção na BCH-UFC em virtude de termos realizado os primeiros testes no aplicativo Telegram, o qual também possui recursos que podem ser explorados pelas bibliotecas. No entanto, a popularidade comprovada do WhatsApp (Furquim, 2023) e o lançamento do recurso de comunidades foram fatores-chave para a ideação da proposta, cujo embasamento metodológico, que será discutido a seguir, pautou-se no estudo de caso e no planejamento estratégico a partir da análise SWOT.

3 EMBASAMENTO METODOLÓGICO

Além da pesquisa bibliográfica sobre cocriação e a aplicação da técnica de *benchmarking* como fundamentação teórica, o método de pesquisa que embasou a elaboração deste relato de experiência foi o estudo de caso, que pode ser definido como uma investigação empírica destinada a perscrutar “[...] um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes” (Yin, 2010, p. 39).

Como característica própria, o método do estudo de caso exige a elaboração de um relatório, que considera, dentre outras variáveis: o público-alvo ao qual o relato se destina; a exposição, ou não, da identidade dos sujeitos de pesquisa; o uso de outros métodos ou técnicas de pesquisa (multimétodo ou triangulação); e a escolha da mídia de divulgação dos resultados alcançados (Yin, 2010).

No que se refere à população escolhida para a presente pesquisa, temos os discentes matriculados na disciplina de Estágio Supervisionado do Curso de Biblioteconomia da UFC, os quais atuaram como estagiários na Biblioteca de Ciências Humanas durante o semestre letivo 2023.1. Ademais, percebemos que o conceito de cocriação está atrelado à quantidade de pessoas que a biblioteca atende enquanto usuários, mediante as relações com o público por meio dos serviços prestados. Isto é claramente visto, pois o próprio acervo da BCH contempla duas grandes unidades acadêmicas da UFC, quais sejam: o Centro de Humanidades, que também agrega o projeto de extensão das Casas de Cultura Estrangeira, e a Faculdade de Educação. Dessa forma, definimos o público-alvo ao qual se destina a implantação do serviço de comunidades através do aplicativo WhatsApp.

Seguindo as orientações de Yin (2010), no relato deste estudo de caso, a identidade dos sujeitos não será revelada explicitamente, pois a etapa de testes e prototipação deu-se entre os estagiários, a orientação técnica de estágio supervisionado e a coordenação geral das Casas de Cultura Estrangeira da UFC.

Por conseguinte, aplicamos a proposta multimétodo do estudo de caso de Yin (2010) na escolha das técnicas para coleta de dados, quais sejam: observação participante nas orientações das atividades da turma de estágio, composição de um diário de campo eletrônico gerenciado no aplicativo Google Keep e capturas de tela (*print screen*) do aplicativo WhatsApp, salvas em pasta compartilhada no Google Drive, a cada teste realizado na criação e prototipação das comunidades e dos grupos administrados na biblioteca.

Visando às etapas de teste e prototipação, no nível de planejamento estratégico, definimos como ferramenta de gestão o uso da Matriz SWOT, que permite analisar e descrever os pontos fortes (*Strength*), pontos fracos (*Weakness*), oportunidades (*Opportunity*) e ameaças (*Threat*) à implantação do serviço de comunidades no WhatsApp.

Na Figura 3, detalhamos cada uma das variáveis que influenciam diretamente na prototipação desse novo serviço na BCH-UFC:

Figura 3 – Análise SWOT para a implantação do serviço de comunidades no WhatsApp



Fonte: Elaborado pelos autores (2023), com arte disponível no Canva.

Passando para a caracterização do ambiente de aplicação do estudo de caso, a inauguração do atual prédio da Biblioteca de Ciências Humanas data do ano de 1996, naquela época denominada Biblioteca de Humanidades, reunindo todos os acervos setoriais com a finalidade de atender diretamente aos cursos vinculados ao Centro de Humanidades, à Faculdade de Educação e às Casas de Cultura Estrangeira da UFC.

Após o ano de 2010, a equipe da biblioteca trabalhou na criação e administração de perfil institucional nas mídias sociais, as quais vão ao encontro da proposta de Yin (2010) no sentido de divulgar os resultados alcançados na aplicação do estudo de caso. Nessa direção, a linha do tempo a seguir a Figura 4 a evolução da presença da BCH-UFC nas mídias sociais.

Figura 4 – Linha do tempo da criação e lançamento de mídias sociais na BCH-UFC



Fonte: Elaborado pelos autores (2023), com arte disponível no Canva.

Comprovamos, assim, que a conta no antigo Twitter foi criada em 2011, a *fan page* no Facebook em 2015, e o perfil no Instagram em 2018. Nesse íterim, houve, no ano de 2016, a criação do canal no YouTube, que agregou as atividades do projeto de extensão Plurissaberes em 2020. Além disso, houve a produção de um *podcast* oriundo de uma pesquisa de mestrado defendida em 2018, mas que foi lançado oficialmente em 2019. No LinkedIn, data de 2021 a criação de uma *company page* nesta mídia social.

Nesse cenário, surgiu a ideiação da proposta de implantação do serviço de comunidades no WhatsApp, cujo resultado da etapa de testes e prototipação será apresentado na próxima seção.

4 IDEIAÇÃO DA PROPOSTA

Com a implementação de diversas ferramentas digitais no intuito de facilitar e automatizar os processos em geral, o *smartphone* trouxe uma releitura de como lidamos com tarefas, antes burocráticas, de forma simples e rápida. Nessa perspectiva, o projeto de intervenção objeto deste relato de experiência foi desenvolvido com a proposta de otimizar e ampliar o alcance do atendimento remoto na BCH-UFC, por meio dos recursos disponíveis no aplicativo WhatsApp, partindo do conceito de cocriação, da técnica de *benchmarking*, da pesquisa de mercado no Google Trends e do método de estudo de caso.

4.1 Histórico, desenvolvimento e funcionalidades do aplicativo WhatsApp

O WhatsApp é um aplicativo gratuito destinado à troca de mensagens instantâneas. Foi lançado no ano de 2009 por dois programadores que trabalharam juntos durante 20 anos no Yahoo. Inicialmente, tinha como proposta ser uma alternativa para facilitar a vida dos usuários e ao uso de SMS em celulares ao redor do mundo, uso este que se trata de um

serviço cobrado pelas operadoras de celular; porém, com os avanços e a popularização das tecnologias, os *smartphones* tornaram-se cada vez mais comuns, necessários e passaram a fazer parte da rotina das pessoas. Com isso, gradativamente, houve a facilidade de se trocarem mensagens, tendo em vista que o WhatsApp é bem mais do que uma ferramenta de comunicação, pois se converteu em uma ferramenta que pode gerenciar e oferecer diversos produtos e serviços que tornam mais ágil a vida de quem o utiliza.

Em 2014, o Facebook adquiriu o WhatsApp, sendo ambos gerenciados pela empresa Meta, e o aplicativo passou a integrar o portfólio desta empresa de tecnologia. Paulatinamente, outras funcionalidades foram incorporadas e cada vez mais aperfeiçoadas, tais como envio de áudios, fotos, vídeos, localização em tempo real, documentos e até mesmo pagamento digital, fazendo com que o aplicativo se consolidasse no mercado e atraísse um público cada vez maior de usuários em vários países. Em 2015, foi lançada a versão Web, a partir da qual o WhatsApp passou a ser acessado também nos computadores, via *QR code*, e no ano de 2018 chegou ao mercado a versão Business, que viabiliza uma comunicação de caráter institucional entre as organizações e o seu público-alvo (WhatsApp, 2023a, 2023b, 2023c).

Atualmente, mais de dois bilhões de pessoas, em mais de 180 países, estão conectadas ao aplicativo, e o Brasil ocupa a segunda colocação de países com o número de aplicativos instalados, pois já são mais de 147 milhões de pessoas conectadas ao WhatsApp (Dourado, 2023; Furquim, 2023). Alguns dos motivos desse sucesso no Brasil são: o envio gratuito de mensagens, sem taxas, a quantidade de envio sendo necessário apenas se ter uma conexão com Internet, seja como pacote de dados móveis ou Wi-Fi, e a criação de grupos de conversas, com até 1.024 usuários por grupo, benefícios estes que se sobrepõem, indubitavelmente, às trocas de mensagens por SMS, o qual tem um valor fixo cobrado pelas operadoras de telefonia e um número limite dos chamados ‘torpedos’.

No mês de abril de 2022, a Meta começou a testar um novo recurso no WhatsApp: a criação de comunidades, que têm como objetivo categorizar, segmentar e ampliar o alcance dos grupos. Em novembro daquele ano, essa funcionalidade foi expandida para todos os usuários, mas, em virtude do período eleitoral, foi lançada no Brasil somente em janeiro de 2023. Um dos principais objetivos do recurso de criação de comunidades no WhatsApp é planejar, reunir, organizar, administrar e moderar grupos de assuntos afins, que estão relacionados entre si, facilitando, desta feita, a comunicação remota com públicos distintos, mas que têm assuntos em comum, seja no nível pessoal, seja no nível institucional. Cada comunidade pode reunir até 50 grupos, com até cinco mil pessoas por comunidade, que podem ser de agrupamentos diferentes (Barros, 2023; Freitas, 2023; Merotto; Loubak, 2023; Tagiaroli, 2023).

Vale ressaltar que essa funcionalidade já existia em outros aplicativos de mensagens instantâneas concorrentes do WhatsApp, dentre eles o Telegram, então, para se manter atual e consolidado no mercado, a Meta incorporou esse novo recurso a fim de atender a uma demanda real dos seus usuários. Além disso, em setembro de 2023, a funcionalidade de canais foi disponibilizada pelo WhatsApp como uma estratégia de agregar ainda mais valor ao aplicativo e ampliar a vantagem competitiva sobre os seus concorrentes. Nesse sentido, a funcionalidade canais já está presente em outros aplicativos de conversas instantâneas e tem como objetivo transmitir informações para seguidores de uma maneira mais direta. Não há uma quantidade mínima ou máxima de seguidores para os canais no WhatsApp, o que possibilita o seu alcance na tentativa de atingir a vários públicos.

Diferentemente da funcionalidade de uma lista de transmissão, na qual existe um limite de usuários e só quem pode participar é um usuário já salvo como contato, os canais funcionam de maneira aberta ao público em geral, e qualquer pessoa pode seguir determinado canal sem envolvimento com os administradores. No entanto, os canais do WhatsApp só permitem a comunicação unilateral, nos quais apenas os administradores podem compartilhar informações, sendo possível somente um administrador por canal (Gomes, 2023). Com isso, percebemos a necessidade de atualização das tecnologias, a fim de atender a uma nova demanda informacional e atrair cada vez mais público para os seus aplicativos.

Assim, com a criação e atualização dos seus serviços, o WhatsApp atrai um público diverso e consegue atender a todas as necessidades que seus usuários procuram em um aplicativo de troca de mensagens instantâneas. Rápido, simples e gratuito, o fluxo de informação que circula no WhatsApp é imenso, principalmente entre os grupos e as comunidades, recaindo aos administradores e moderadores, ou aos chamados *bots*, a responsabilidade de verificar quais tipos de informações são compartilhadas em um determinado grupo ou comunidade.

Nessa perspectiva, a imagem a seguir sintetiza, em forma de linha do tempo, a origem e o percurso de consolidação do aplicativo WhatsApp no mercado digital:

Figura 5 – Linha do tempo das funcionalidades do aplicativo WhatsApp



Fonte: Elaborado pelos autores (2023), com arte disponível no Canva.

Haja vista os inúmeros pontos positivos, e devido à sua praticidade e acessibilidade, o WhatsApp consolida-se como uma grande ferramenta para comunicação e divulgação de informações, tornando o seu uso democrático, mas que deve ser usufruído e administrado com responsabilidade e sob normas de conduta e privacidade próprias a cada grupo e comunidade criados e gerenciados no aplicativo. No bojo dessa discussão, apresentaremos, a seguir, a etapa de testes de criação e gerenciamento de comunidades no WhatsApp, considerando uma biblioteca universitária como ambiente de prototipação desse serviço.

4.2 Testes e prototipação de comunidades no WhatsApp

A proposta do projeto de intervenção, que possibilitou a elaboração deste relato de experiência, é resultado dos testes realizados pela equipe da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC no aplicativo Telegram, o qual permite a criação e o gerenciamento de canais e grupos.

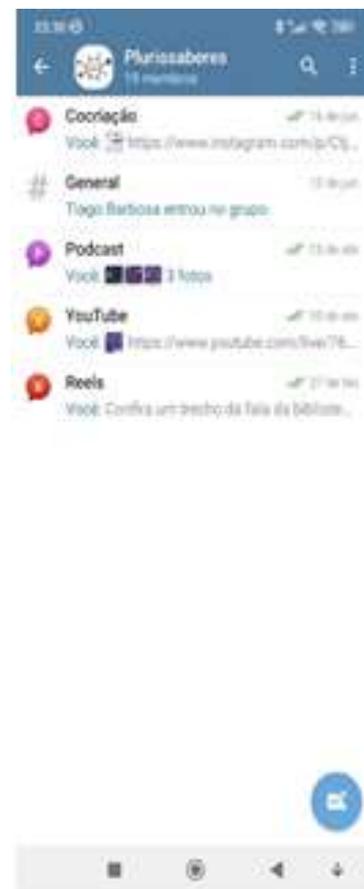
No Telegram, a equipe da BCH-UFC gerencia o canal intitulado Plurissaberes BCH UFC, criado para divulgar as ações e os projetos da biblioteca, mas sem a interação direta com o público. Por sua vez, o grupo chamado Plurissaberes foi criado posteriormente, visando à interação entre os administradores e o público, através da segmentação de tópicos de assunto e da replicação das informações divulgadas no canal do YouTube e nas mídias sociais da biblioteca, conforme podemos visualizar nas Figuras 6 e 7.

Figura 6– Captura de tela do canal e do grupo Plurissaberes no aplicativo Telegram



Fonte: Extraído do Telegram (2022) em *smartphone*.

Figura 7– Captura de tela do canal e do grupo Plurissaberes no aplicativo Telegram



Fonte: Extraído do Telegram (2022) em *smartphone*.

No entanto, foi partindo da popularidade do WhatsApp e do lançamento do recurso de comunidades que optamos por investir neste aplicativo, mas mantendo a conta do Telegram ativa. Desse modo, a ideação da proposta contempla cinco fases, elencadas na Figura 8.

Figura 8 – Cinco fases da ideação da proposta



Fonte: Elaborado pelos autores (2023), com arte disponível no Canva.

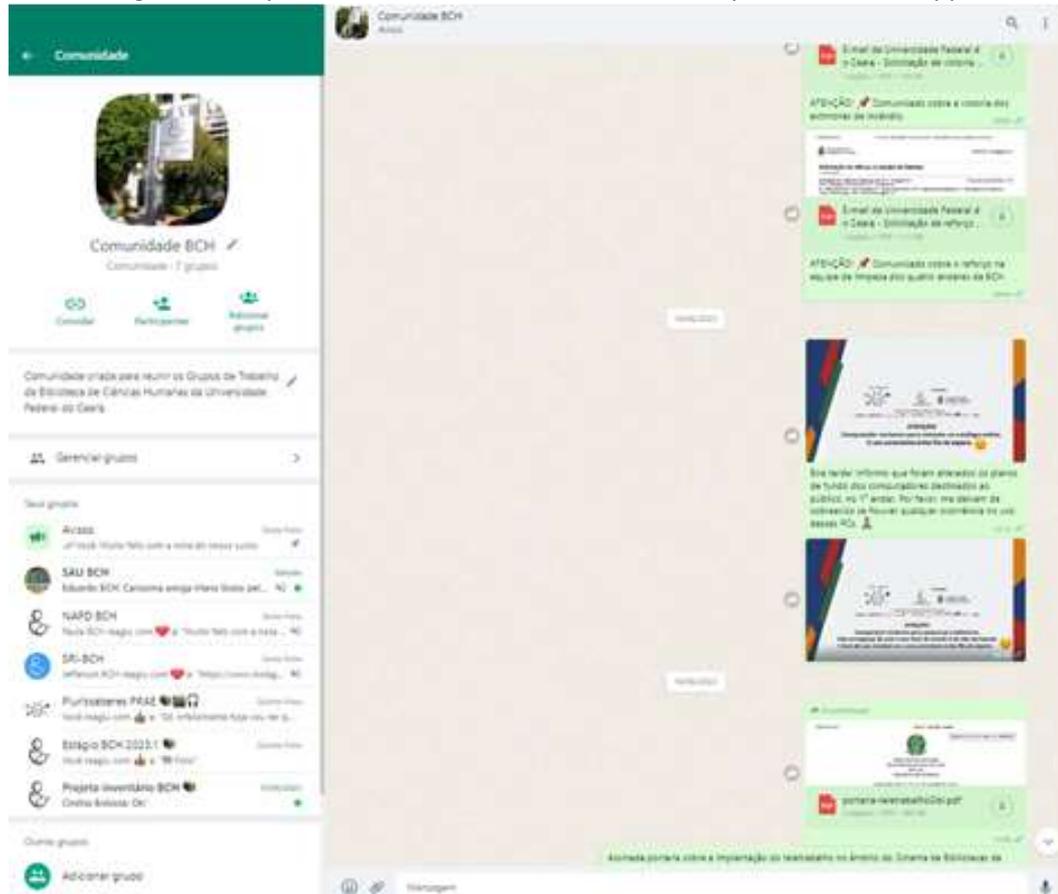
A conta da BCH-UFC na versão WhatsApp Business existe desde o ano de 2018, e o atendimento é realizado pelo seguinte número de telefone: (85) 3366-7658. No entanto, até a conclusão deste relato de experiência, o recurso de comunidades ainda não está disponível nessa versão, o que implica na necessidade de a biblioteca adotar um número de celular próprio. Por esse motivo, para fins de prototipação do serviço, o número escolhido foi o do *chip* destinado para uso interno da equipe do setor de atendimento: (85) 98945-0202. Dessa forma, o WhatsApp está inserido na BCH visando a dois objetivos: facilitar a comunicação remota intersetorial e promover o diálogo com a comunidade universitária atendida pela biblioteca.

A prototipação das comunidades iniciou-se no mês de maio de 2023, tão logo a Direção teve acesso às funcionalidades desse novo recurso no WhatsApp e passou a explorar, a partir de então, as potencialidades de uso do aplicativo, partindo da criação de uma comunidade nomeada 'Comunidade BCH'. A etapa seguinte foi vincular a esta todos os grupos de trabalho administrados pela Direção, isto é, seis grupos ao todo, divididos conforme as equipes de trabalho que compõem cada seção ou projeto, a saber: 1. Seção de Atendimento ao Usuário; 2. Seção de Representação da Informação; 3. Núcleo de Acessibilidade; 4. Estágio Supervisionado; 5. Projeto Inventário Eletrônico; e 6. Projeto Plurissaberes. A Figura 9 ilustra a vinculação dos grupos à Comunidade BCH.

Ao vincular os grupos de trabalho no WhatsApp à Comunidade BCH, o aplicativo criou, automaticamente, um grupo de Avisos, no qual apenas o administrador tem a permissão de enviar mensagens, funcionalidade semelhante ao que ocorre com os canais no Telegram. Essa estratégia permite que o administrador centralize em um único grupo de Avisos todas as informações que sejam de interesse comum aos demais grupos vinculados, evitando, assim, o retrabalho ao disparar uma mesma informação em vários grupos da biblioteca. Caso um membro de algum dos grupos queira tecer comentários ao aviso

postado, basta encaminhar a mensagem diretamente para o grupo que participa. Desse modo, todos poderão interagir entre si, inclusive com o administrador.

Figura 9 – Captura de tela da Comunidade BCH no aplicativo WhatsApp

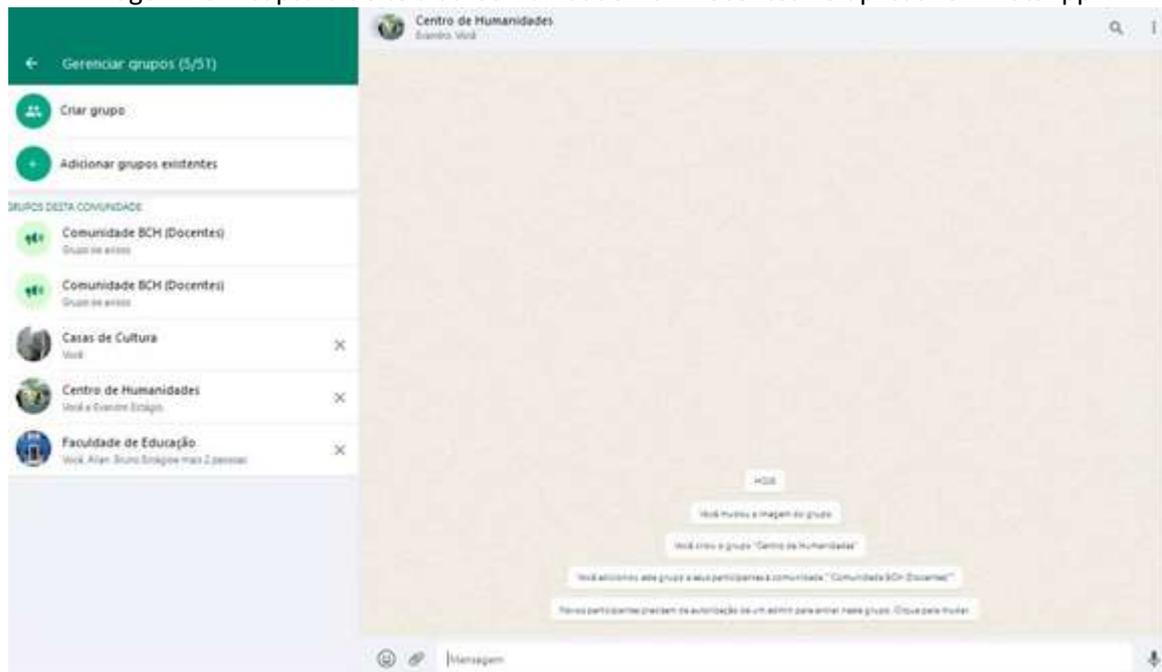


Fonte: Extraído do WhatsApp Web (2023).

Nessa perspectiva, os grupos de trabalho internos, criados no WhatsApp, referem-se a cada seção da BCH, a fim de se manter uma conversa mais rápida e fluida para alinhamento de atividades com a equipe de um setor específico, além de haver também os grupos com pessoas externas à biblioteca, que trabalham como parceiros nos projetos que são desenvolvidos em conjunto com outros setores, a exemplo da equipe de bolsistas, estagiários e voluntários. Desde o ano de 2020, cabe à Direção da BCH, com o seu número de telefone pessoal, gerenciar cada um desses grupos de trabalho no WhatsApp, atuando como administrador. Além destes, a Direção também gerencia a conta no WhatsApp Business, a partir da qual a comunidade universitária entra em contato para tira-dúvidas pontuais e demandas específicas de atendimento.

Assim, tendo como base os testes realizados internamente na BCH, passamos à etapa de prototipação de um novo serviço: a criação de comunidades no WhatsApp de acordo com o segmento de público atendido pela biblioteca. Para tanto, na captura de tela abaixo, veem-se as comunidades criadas, que representam as unidades acadêmicas atendidas pela BCH e que serão, gradualmente, gerenciadas pela equipe da biblioteca. Como protótipo, foram criados grupos destinados à participação de docentes do Centro de Humanidades, da Faculdade de Educação e das Casas de Cultura Estrangeira. Por sua vez, cada um desses grupos foi vinculado a uma comunidade criada e denominada 'Comunidade BCH (Docentes)', conforme pode ser visualizada na Figura 10.

Imagem 10 – Captura de tela da Comunidade BCH Docentes no aplicativo WhatsApp



Fonte: Extraído do WhatsApp Web (2023).

Dentre as unidades acadêmicas atendidas pela biblioteca, os representantes das Casas de Cultura Estrangeira, por meio de sua Coordenação Geral, foram o público escolhido para participar da fase de prototipação. Essa escolha justifica-se pelos seguintes motivos:

- a) Parceria firmada com esse público durante os anos de pandemia, mais especificamente na tradução simultânea de eventos internacionais transmitidos pelo canal Plurissaberes no YouTube e pelos perfis da biblioteca no Facebook, Instagram e antigo Twitter;
- b) Planejamento do I Congresso Internacional das Casas de Cultura Estrangeira, o Interculturas UFC, a ser realizado brevemente na modalidade híbrida, com transmissão ao vivo em canal do YouTube;
- c) Início da avaliação do acervo da Biblioteca das Casas de Cultura Estrangeira, na perspectiva do planejamento estratégico, do desenvolvimento de coleções e da disseminação seletiva de informação.

Além disso, como parte de projetos de intervenção, definir a infraestrutura física, tecnológica, orçamentária e de pessoal integra uma etapa crucial para a apresentação da proposta final. Por esse motivo, finalizaremos este relato de experiência com o orçamento e o plano de ação que subsidiarão a efetiva implantação do serviço de comunidades no WhatsApp.

No Quadro 2, dividimos o orçamento de acordo com: produto ou serviço requerido; quantidade ou período de assinatura; valor unitário ou valor mensal; e valor total ou valor anual.

Quadro 2 – Orçamento para a implantação do serviço de comunidades no WhatsApp

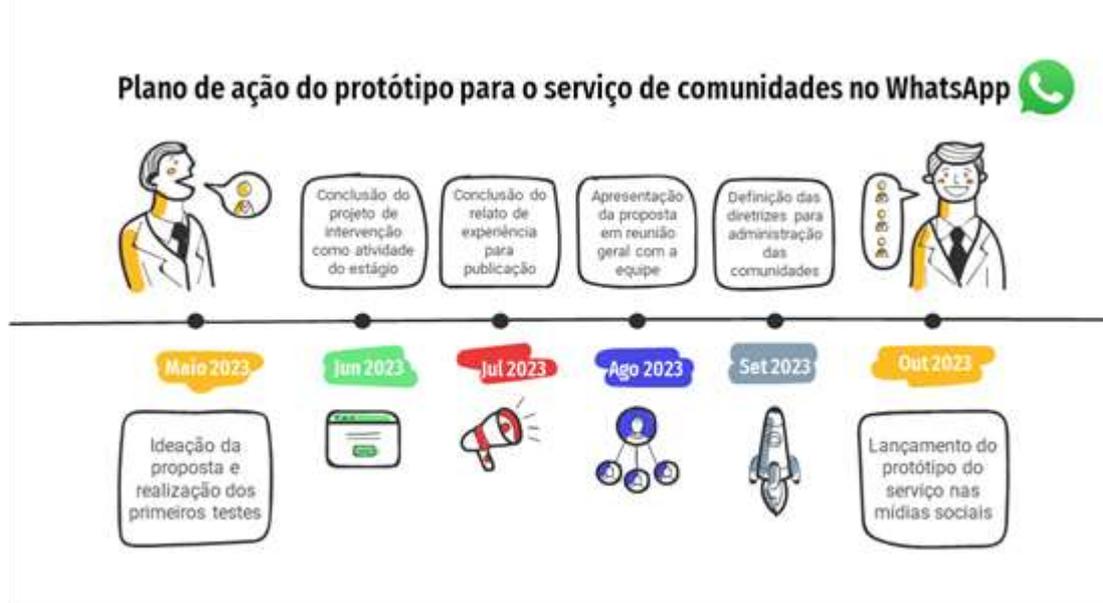
Produto / Serviço	Quantidade / Período de Assinatura	Valor Unitário / Valor Mensal	Valor Total / Valor Anual
Smartphone	5	R\$ 699,00	R\$ 3.495,00
Cartão SIM (chip)	5	R\$ 9,99	R\$ 49,95
Plano de telefonia móvel	Mensal	R\$ 15,00	R\$ 75,00
Canva Pro	Anual	R\$ 24,15	R\$ 289,80
Evernote Professional	Anual	R\$ 27,49	R\$ 329,88
Soma dos Valores:		R\$ 775,63	R\$ 4.239,63

Fonte: Pesquisa de mercado, com informações do dia 26 de junho de 2023.

O quantitativo de cinco dispositivos justifica-se pela necessidade de haver, inicialmente, cinco administradores e/ou moderadores a fim de gerenciar cada grupo e comunidade no WhatsApp. Da mesma forma, vislumbramos que dois serviços de assinatura serão necessários: o Canva Pro, destinado a compor artes e vinhetas promocionais, a serem divulgadas periodicamente nos grupos e comunidades; e o Evernote Professional, com a finalidade de gerenciar o fluxo de trabalho em equipe, dentre agendas, metas, tarefas, legendas, documentos, e outros tipos de produção de conteúdo.

Outrossim, a efetiva implantação do serviço depende um de um plano de ação, que contemple da fase da ideação à previsão de lançamento. Na Figura 11, temos a divisão das atividades que se estendem de maio a outubro de 2023.

Figura 11 – Plano de ação do protótipo para implantação do serviço de comunidades no WhatsApp



Fonte: Elaborado pelos autores (2023), com arte disponível no Slidesgo.

A Figura 11 retoma as seguintes etapas: ideação da proposta, realização dos primeiros testes e conclusão do projeto de intervenção, que originou este relato de experiência. Por conseguinte, temos o planejamento de apresentação da proposta em reunião geral com a equipe da BCH-UFC, a definição de diretrizes necessárias para a administração dos grupos e das comunidades no WhatsApp e, finalmente, o lançamento do protótipo do serviço nas mídias sociais da biblioteca.

Desta feita, vale ressaltar que as diretrizes serão elaboradas e constantemente atualizadas, pois apresentarão as regras, políticas de uso, normas de conduta e declarações de privacidade que nortearão os trabalhos e as interações através dos grupos e das comunidades. Como exemplo, o grupo destinado aos professores das Casas de Cultura Estrangeira, que, por sua vez, está vinculado à Comunidade BCH (Docentes), terá como parâmetro a participação do corpo docente apenas desta unidade acadêmica, e o compartilhamento de mensagens, no grupo de Avisos, referir-se-á exclusivamente à avaliação do acervo, disseminação seletiva de informação e planejamento de eventos internacionais.

Por fim, salientamos que a proposta é estender o serviço para todas as unidades acadêmicas atendidas pela BCH-UFC, a saber: Centro de Humanidades e Faculdade de Educação, o que ampliará, sobremaneira, a atuação da biblioteca universitária junto ao seu público-alvo, mas também exigirá a adequação de cada etapa da prototipação do serviço, principalmente no que se refere a orçamento e plano de ação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fato de ser destaque em maior infraestrutura e quantidade de acervo, se comparada a outras bibliotecas da UFC, exige da BCH uma posição de busca constante voltada à inovação colaborativa, transformação digital e ao desenvolvimento de serviços, de modo a atender às necessidades da comunidade acadêmica. Ademais, o empenho em atualizar alguns fazeres internos é proeminente a exigências e demandas correlatas a uma produção junto ao usuário. Posto isto, coube-nos averiguar o porquê de implantar nesta biblioteca uma proposta de atendimento por intermédio das funcionalidades oferecidas pelo WhatsApp, ao utilizar o mais novo recurso desse aplicativo, voltado à criação de comunidades.

Nesse sentido, a Direção da BCH trabalha na perspectiva da cocriação voltada para a extensão universitária, iniciação acadêmica e inovação colaborativa. No intuito de compor as equipes de trabalho, agrega-se a presença de docentes, discentes, técnico-administrativos, bolsistas, estagiários e voluntários da comunidade externa envolvidos na rotina dessa biblioteca universitária, evidenciando-se, portanto, a importância dos bibliotecários na coordenação dessas atividades. Por conseguinte, a criação de comunidades no WhatsApp torna-se um dos projetos desenvolvidos no âmbito da BCH, visando complementar as estratégias de atendimento remoto. Dessa maneira, todas as ações favorecem a proximidade com o público e torna o ambiente da biblioteca mais dinâmico, exercendo, assim, interações mútuas que ressignificam a infraestrutura física e tecnológica dessa organização, incluindo o atendimento por WhatsApp, iniciado no ano de 2018 e que tem sido uma das prioridades em 2023.

Caracterizando-se como uma organização que experimenta e adota constantemente novas tecnologias e recursos, é um factum a motivação da equipe da BCH na busca pelas parcerias com a comunidade, que atua de forma participativa em diversas amplitudes nos fazeres dessa instituição. Assim, fica evidente que a criação de comunidades através do aplicativo WhatsApp, enquanto mais um serviço testado e prototipado, mostra-se fundamental nos porquês que giram em torno da evolução do que já está sendo desenvolvido na biblioteca, bem como das novas ideias a serem concebidas por seus *stakeholders*.

REFERÊNCIAS

BARROS, Matheus. WhatsApp lança Comunidades no Brasil; conheça o recurso. **Olhar Digital**, 26 jan. 2023. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2023/01/26/internet-e-redes-sociais/whatsapp-lanca-comunidades-no-brasil-conheca-o-recurso>. Acesso em: 06 maio 2023.

BIANCHI, Anna Cecília de Moraes; ALVARENGA, Marina; BIANCHI, Roberto. **Manual de orientação**: estágio supervisionado. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

BULHÕES, Hadassa Daniele Silva. **Benchmarking**: parâmetros para a qualidade em bibliotecas, um estudo nas Bibliotecas Universitárias e Faculdades de Natal. 2005. 73 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

CABRAL, Viviane de Holanda. **A biblioteca no contexto da cultura maker**: tendências e possibilidades em bibliotecas universitárias. Orientação: Luiz Tadeu Feitosa. 2021. 124 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/60332>. Acesso em: 23 jul. 2023.

COCRIAÇÃO. *In*: BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2023. Disponível em: <https://bit.ly/cocriacao-na-bdtd>. Acesso em: 23 jul. 2023.

DOURADO, Bruna. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. **Resultados Digitais**, Florianópolis, 16 mar. 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil>. Acesso em: 25 jun. 2023.

FREITAS, Felipe. WhatsApp Comunidades, para criação de grupos com 5 mil pessoas, chega no Brasil. **Tecnoblog**, 27 jan. 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2023/01/27/whatsapp-comunidades-para-criacao-de-grupos-com-5-mil-pessoas-chega-no-brasil>. Acesso em: 06 maio 2023.

FURQUIM, Thiago. Além do Brasil, em quais outros países o WhatsApp é popular? Editado por Douglas Ciriaco. **Canal Tech**, 04 mar. 2023. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/alem-do-brasil-em-quais-outros-paises-o-whatsapp-e-popular>. Acesso em: 25 jun. 2023.

GOMES, Helton Simões. WhatsApp estreia no Brasil os Canais, que mudam o app como você o conhece. **Tilt UOL**, São Paulo, 13 set. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2023/09/13/whatsapp-estrela-no-brasil-os-canais-que-mudam-o-app-como-voce-o-conhece.htm>. Acesso em: 20 set. 2023.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Cocriação de valor**: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. São Paulo: Atlas, 2014.

LIMA, Maria Socorro Lucena; SOUSA, Ana Lourdes Lucena de. Atividade de estágio e projeto de intervenção. *In*: CUNHA, Gregório Maranguape da; HOLANDA, Patrícia Helena Carvalho; VASCONCELOS, Cristiano Lins de (org.). **Estágio supervisionado**: questões da prática profissional. Fortaleza: Edições UFC, 2007. p. 115-126.

MENDONÇA, Matheus de Melo; CARMO, Breno Barros Telles do; QUEIROZ, José Eric da Silva; BARRETO, Livia Rodrigues. A process management benchmarking model for higher education institutions. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 16, n. 1, jan./mar. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/69818>. Acesso em: 23 jul. 2023.

MEROTTO, Letícia; LOUBAK, Ana Letícia. WhatsApp começa a liberar função 'Comunidades' no Brasil; saiba mais. **TechTudo**, 26 jan. 2023. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/01/whatsapp-comeca-a-liberar-funcao-comunidades-no-brasil-saiba-mais.ghtml>. Acesso em: 06 maio 2023.

PEDRO, Wagner. Como usar o Google Trends [Guia para iniciantes]. **Tecnoblog**, [2021]. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/como-usar-o-google-trends-guia-para-iniciantes>. Acesso em: 12 maio 2023.

RAMASWAMY, Venkat; OZCAN, Kerimcan. **O paradigma da cocriação**. Tradução: Maria Lucia de Oliveira. São Paulo: Atlas, 2016.

ROGERS, David L. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para a era digital. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. São Paulo: Autêntica Business, 2021.

SIEBEL, Thomas M. **Transformação digital**: como sobreviver e prosperar em uma era de extinção em massa. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.

TAGIAROLI, Guilherme. WhatsApp libera criação de Comunidades no Brasil; saiba como funciona. **Tilt UOL**, 26 jan. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2023/01/26/whatsapp-comunidades-brasil.htm>. Acesso em: 06 maio 2023.

VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. **Resultados Digitais**, Florianópolis, 16 mar. 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil>. Acesso em: 25 jun. 2023.

WHATSAPP. **Sobre o WhatsApp**. [S. l.], 2023a. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/about>. Acesso em: 09 jun. 2023.

WHATSAPP Business: guia completo para atender melhor e vender mais com a conta comercial do WhatsApp. **Resultados Digitais**, Florianópolis, 04 maio 2023b. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/whatsapp-business>. Acesso em: 25 jun. 2023.

WHATSAPP no Brasil: números atuais e as oportunidades comerciais do app. **Sinch Engage**, [S. l.], 16 mar. 2023c. Disponível em: <https://engage.sinch.com/pt-br/blog/whatsapp-no-brasil>. Acesso em: 26 jun. 2023.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução: Ana Thorell. Revisão técnica: Cláudio Damascena. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.