



Eixo 6 – O mundo digital: apropriação e desafios

Modalidade: trabalho completo

Análises e métrica do repositório institucional ninho realizada através do google analytics

Analysis and metrics of the ninho institutional repository performed through google analytics

Kátia de Oliveira Simões – Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Robson Dias Martins – Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Camila Belo Tavares Ferreira – Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Resumo: O Ninho é o repositório do Instituto Nacional de Câncer, que requer compreensão sobre o seu uso, em todos os aspectos. Por isso, o presente estudo analisa o uso através da ferramenta Web Analytics, por meio de um estudo de caso. Com isso, apresenta informações estratégicas sobre os seus usuários e acessos, importante para a sua gestão. Dessa forma, o estudo visa contribuir com outras instituições que tenham repositórios institucionais e que possam realizar análises semelhantes.

Palavras-chave: 1. Repositório Institucional. 2. *Google Analytics*. 3. Comportamento do Consumidor. 4. Disseminação Informação

Abstract: Ninho is the repository of the National Cancer Institute, which requires understanding its use in all aspects. Therefore, this study analyzes its use through the Web Analytics tool, through a case study. With this, it presents strategic information about its users and accesses, which is important for its management. In this way, the study aims to contribute to other institutions that have institutional repositories and that can perform similar analyses.

Keywords: 1. Institutional Repository. 2. *Google Analytics*. 3. Consumer behavior. 4. Information Dissemination.

1 INTRODUÇÃO

O Instituto Nacional de Câncer - INCA, instituição de relevância nacional em ações de assistência, prevenção, pesquisa e ensino do câncer no Brasil, com oitenta e sete anos de existência não possuía um repositório institucional de informações que servisse como ferramenta potencializadora de sua produção cultural e nem salvaguardava à memória institucional.

Na visão de Guimarães; Silva e Noronha (2009, p. 274) as principais razões para a construção de repositórios institucionais são: “a promoção da visibilidade institucional, a preservação, o livre acesso e a administração dos conteúdos intelectuais da instituição”, ou seja, nenhuma dessas ações eram realizadas pelo INCA.

O INCA tinha como problema a dispersão informacional; a inexistência do acesso aberto ao conteúdo intelectual; pouca ou nenhuma promoção de sua visibilidade enquanto instituição do Sistema Único de Saúde brasileiros e a inexistência de ações preservacionistas do conteúdo intelectual produzido pela instituição.

É relevante salientar a importância em divulgar a produção técnico científica das instituições e a transparência pública das informações. Nesse sentido, Marcondes e Sayão (2009, p. 23) salientam sobre uma necessidade de um “movimento coletivo” das “comunidades acadêmicas” acrescentamos das comunidades científicas que forneçam através das tecnologias de informação e comunicação (Tics) serviços de informação que possam potencializar o ensino, a pesquisa e a comunicação científica. Acrescentamos que as informações sobre vigilância, assistência e a prevenção de doenças devem fazer parte desses canais potencializadores.

Além disso, é fundamental que o INCA forneça acesso amplo, democrático, igualitário para qualquer cidadão e o acesso aberto é uma questão trabalhada há anos no Brasil. Ele já vem sendo trabalhado pelo IBICT (Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia), desde 2004, na busca por uma sensibilização da comunidade científica quanto à importância do acesso livre ao conhecimento científico. (Kuramoto, 2009, p. 212.)

Nesse contexto, torna-se fundamental oferecer um sistema de organização da informação que apoiasse o acesso público às informações produzidas pela comunidade

do INCA. Além disso, a construção do repositório buscou respeitar os preceitos do direito constitucional da construção de uma sociedade livre, justa e solidária, com a promoção de todos, sem preconceitos ou discriminações, buscando a prevalência dos direitos humanos através da livre manifestação do pensamento, vedado o anonimato.

Assim, torna-se livre a expressão das atividades intelectuais, artísticas, científicas e de comunicação. Respeitando, na forma da lei, o direito intelectual, os direitos autorais, sendo invioláveis os dados pessoais, as intimidades, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas. É direito dos autores o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar.

Na sociedade pós-moderna, a informação é considerada como um recurso dos mais importantes para a comunidade e para as instituições. Nesse sentido elas devem ser administradas, organizadas, analisadas e disponibilizadas a partir de padrões eficientes com o intuito de atender a demanda dos usuários e servir como ferramenta para a tomada de decisões institucionais e governamentais. Nesse contexto, a gestão informacional deve possibilitar que os usuários adquiriram informações relevantes, verdadeiras e fidedignas, baseadas em evidências científicas e que sirvam para o fornecimento de informação e conhecimento confiável, principalmente, em dias de disseminação de informações falsas e desinformação desenfreada.

Nesse panorama algumas questões são viáveis, para quem foi feito o Ninho? Quem está abastecendo com as informações disponibilizadas? Qual o tempo gasto no acesso ao repositório? Quais os documentos mais consultados? Essas e outras questões servem como ponto de interrogação desse trabalho e podem ser analisadas a partir da ferramenta *Google Analytics*.

O presente trabalho tem como objetivos analisar os dados disponibilizados pelo *Google Analytics*, do Repositório Institucional Ninho, verificando estatísticas de uso do RI, métricas dos documentos mais utilizados, alcance geográfico do RI Ninho, média de tempo que os usuários utilizam o site.

2 REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO INCA – NINHO

O Repositório Institucional do INCA, denominado Ninho, foi lançado em novembro de 2022, buscando atender uma demanda institucional e uma das ações do planejamento estratégico do instituto que visa disponibilizar para toda a população o acesso aberto às publicações técnico-científicas produzidas pela organização e seus colaboradores.

O planejamento de criação do Ninho buscava criar uma plataforma digital que funcionasse como um “berço do saber institucional”, um espaço para armazenamento, organização, gestão e disseminação da produção técnico-científica desenvolvida no âmbito do instituto. Além disso, o lançamento do Ninho representou um marco histórico em comemoração aos oitenta e cinco anos de história do INCA. Nesse contexto, o lançamento do RI buscou atender as necessidades dos pilares institucionais: assistência, pesquisa, ensino e prevenção e controle de câncer através da construção de comunidades para cada área. Adiantes, foram criadas comunidades com o intuito de atender as demandas institucionais da área de comunicação social e da gestão.

O Ninho nasceu então com a missão de armazenar, preservar, organizar, disseminar e permitir o acesso aberto do conteúdo intelectual produzido e desenvolvido pelo instituto e seus colaboradores, bem como, salvaguardar a memória institucional.

O RI Ninho foi lançado visando contribuir e assegurar o acesso gratuito, democrático, fidedigno de informações técnico-científicas baseadas em evidências científicas à comunidade científica e sociedade civil sobre os aspectos que envolvem prevenção, diagnósticos, tratamento, controle, assistência, ensino, pesquisa e qualidade de vida na área de cancerologia.

Os documentos que integram o RI Ninho devem, prioritariamente ter caráter técnico-científico ou relacionados com à memória institucional, produzidos pelo instituto, seus colaboradores ou relacionados com o Inca, desde que autorizados pelos autores intelectuais dos conteúdos, respeitando as legislações vigentes no Brasil acerca dos direitos autorais e da propriedade intelectual.

Desde o lançamento, em novembro de 2022, até os dias atuais, junho de 2024, foram inseridos, catalogados e indexados onze mil e nove documentos, esse quantitativo é de extrema relevância para estudantes, pesquisadores, pacientes, acompanhantes, comunidade da área da saúde e sociedade civil. Todavia, não basta inserir documentos, é relevante identificar o perfil dos usuários do site e quais os documentos com maior impacto para nossos usuários. Diante desse contexto, esse trabalho busca, através da ferramenta google analytics, realizar uma análise de quem está acessando e do que estão buscando no repositório.

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa quantitativa com abordagem exploratória e descritiva, classificada como um estudo de caso.

Inicialmente foi realizado um levantamento na literatura sobre as ferramentas de *Web Analytics*, com foco em *Google Analytics*.

Para realizar esta pesquisa quantitativa, a coleta de dados foi realizada através do levantamento de dados no Repositório Institucional do INCA, denominado Ninho, disponível no site: <https://ninho.inca.gov.br/>, no período de um (01) ano, no prazo de 09 de julho de 2023 até 09 de julho de 2024.

A web analytics é dividida em duas categorias principais, são elas: análise no local (on site) e análise externa (off site) que consistem nas seguintes características: análise local realizada pelo próprio proprietário; análise externa, descreve alguns dados, principalmente, relacionados com usuários clientes, verificando, diversas propriedades, dentre as quais pode-se destacar, a visibilidade do site (Kumar; Agunmola, 2020).

Atualmente, no mercado da análise web, existem inúmeras ferramentas para análise de desempenho interno e externo, com o uso de indicadores e métricas distintas que possibilitam quantificar e analisar o comportamento, do site, taxa de rejeição, visualizações das páginas, dos documentos, das sessões etc. (Domingues; Pedrosa; Bernardino, 2020).

Nesse estudo, a análise do RI, consiste em verificar possíveis comportamentos de nossos consumidores buscando verificar quais são as principais comunidades pesquisadas, os documentos mais consultados, o tempo médio que nossos usuários permanecem em suas pesquisas e a origem geográfica dos pesquisadores. Tais predicados buscam verificar se estamos atendendo as expectativas criadas com o lançamento do Ninho. Além disso, busca-se aumentar a produtividade com o aperfeiçoamento da experiência de nossos clientes.

Diante de inúmeras ferramentas de *web analytics* optou-se pelo uso do *Google Analytics* que é considerada como uma das ferramentas mais confiáveis do mercado (Kumar; Agunmola, 2020). Pensamento corroborado por Kurtzke e Setkute (2021), que a consideram como uma das ferramentas mais populares, usada na contemporaneidade, que serve para coletar e analisar informações com rastreamento digital, de forma prática e detalhada, além de ser gratuita para uso. Bâra *et al* (2023) complementam sinalizando que a ferramenta colabora na medição e otimização de sites, podendo ser utilizado para: compreender a base de captura dos visitantes; acompanhar o número de vendas, receitas e transações; rastrear as campanhas de marketing; garantir funcionamento do site; criar relatórios de comportamento e compras; e classificar os usuários de acordo com suas preferências e necessidades, dentre outras possibilidades. Guimarães & Bitar, (2023) complementam que é possível coletar os dados dos visitantes que navegam através do Google, coletando informações e dados por meio de blogs, sites, redes sociais, sistemas IOS ou Android.

De acordo com Araki (2021) os dados disponibilizados pelo *Google Analytics* são divididos em quatro grupos, são eles:

- 1) Público-alvo – compreensão da audiência;
- 2) Aquisição – como os usuários chegaram ao site;
- 3) Comportamento – tempo ativo no site, quais abas foram abertas e;
- 4) Conversão – compras que o usuário efetuou. No caso de RI podemos considerar os documentos baixados

O *Google Analytics* coleta os dados do site e une as ações utilizando um código de *JavaScript* que fica instalado na página web, a análise do *Google Analytics* destaca

as informações importantes sobre os usuários, além de identificar qual conteúdo desperta mais interesse dos visitantes (Chen *et al*, 2020).

Para efeitos do estudo, foi necessária a configuração, o desenvolvimento e o registro do site do RI na ferramenta *Google Analytics* a fim de obter dados necessários para responder às questões colocadas na pesquisa.

Os parâmetros analisados são importantes na perspectiva de auxiliar a traçar um perfil do público que está utilizando o RI, além de acompanhar as mudanças desse perfil durante o transcorrer dos doze meses analisados. Além disso, é relevante avaliar os documentos mais consultados, e o período das consultas para avaliarmos se as campanhas institucionais estão gerando impacto nas buscas realizadas no RI. Para exemplificar: a campanha do Outubro Rosa - campanha voltada para o câncer de mama, em outubro, gerou algum impacto nas buscas das mulheres?

4 RESULTADOS

Nesta etapa, serão apresentados os resultados encontrados a partir da análise de dados quantitativos extraídos da base de informações do *Google Analytics* no Repositório alvo do estudo

4.1. Coleta de dados e análise de dados

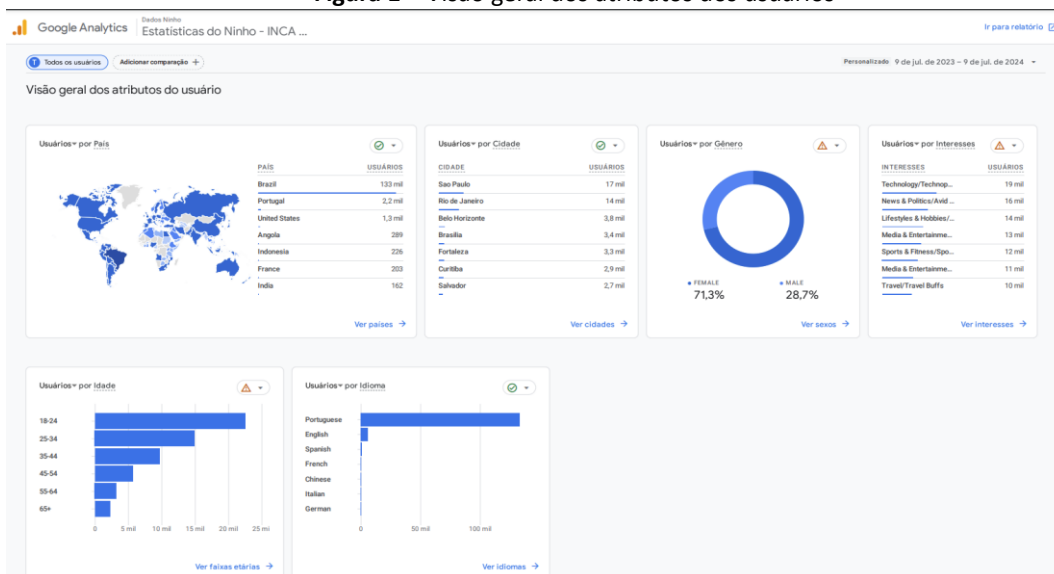
No decorrer de todo o processo foi utilizado a ferramenta nativa do *Wordpress* para incorporação do script necessário para que seja possível que o Google efetue a coleta e o processamento dos dados do RI em questão.

O período dessa primeira coleta de informações aconteceu entre 09 de julho de 2023 a 09 de julho de 2024.

4.1.1 CICLO DE VIDA DOS USUÁRIOS

A primeira coleta envolveu o ciclo de vida dos usuários a partir de uma visão geral, como pode ser visualizado na Figura 1.

Figura 1 – Visão geral dos atributos dos usuários

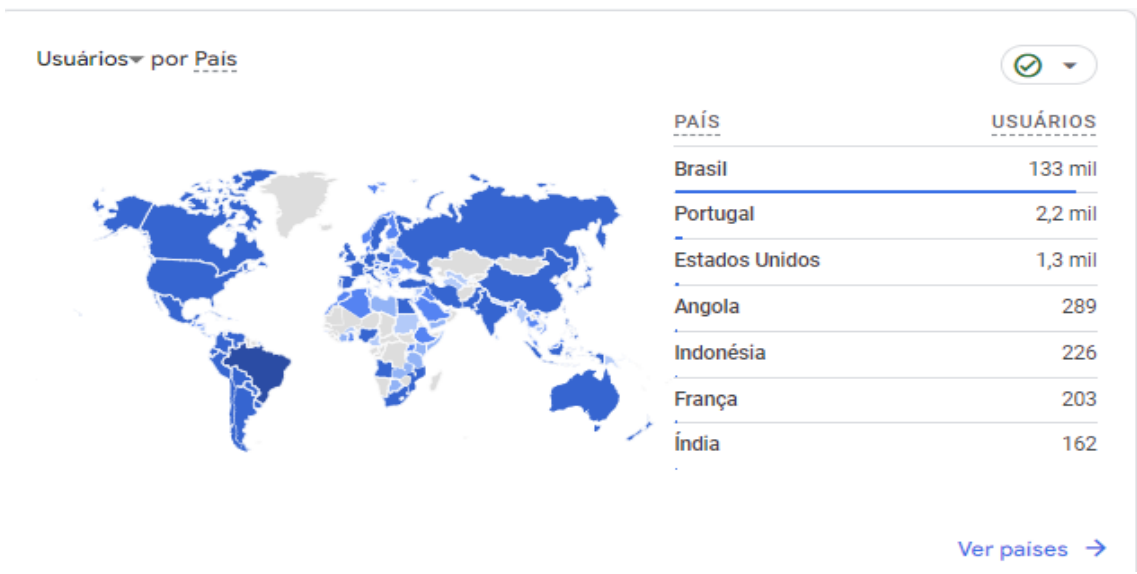


Fonte: Google Analytics, (2024).

A partir da visão geral pode-se destacar algumas características iniciais, são elas:

- 1) O Brasil é o público alvo e o país com maiores números de usuários com acessos;
- 2) Portugal é o segundo país com usuários, uma vez que, a língua portuguesa abarca a maioria dos documentos inseridos no Ninho;
- 3) A indexação de todos os trabalhos estão em português, inglês e espanhol, alcançando assim, um grande quantitativo de acessos com os americanos como pode ser observado no destaque feito nos países, disponível na figura 2.

Figura 2 – Usuários por países



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação às cidades brasileiras com maior quantitativo de acessos, vale destacar que cidades do sudeste brasileiro se sobressaem: São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, formam o ranking com o maior número de usuários. Vale observar que as duas primeiras cidades possuem um quantitativo bem superior em relação às demais. Destaca-se que o INCA, mesmo tendo sua sede na cidade do Rio de Janeiro, não é a cidade com mais acessos, ou seja, o Ninho expande para todo o Brasil informações acerca do Instituto e seus colaboradores, como pode ser observado na Figura 3.

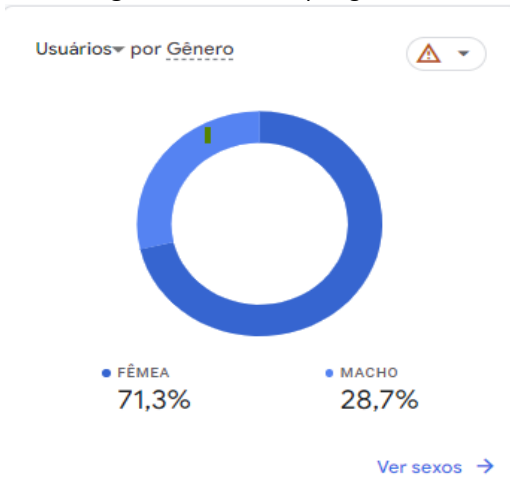
Figura 3 – Usuários por cidades brasileiras



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação ao gênero, observa-se uma predominância por pessoas do sexo feminino, com mais de setenta (70) por cento do público de pesquisadores formado por mulheres conforme apresentado na figura 4. Tal situação ocorre pelo intenso aumento de buscas realizadas no mês de outubro, período em que o Inca realiza vasta campanha nacional sobre o câncer de mama com a “Campanha Outubro Rosa”. Nesse mês, há um aumento significativo por materiais acerca do tema.

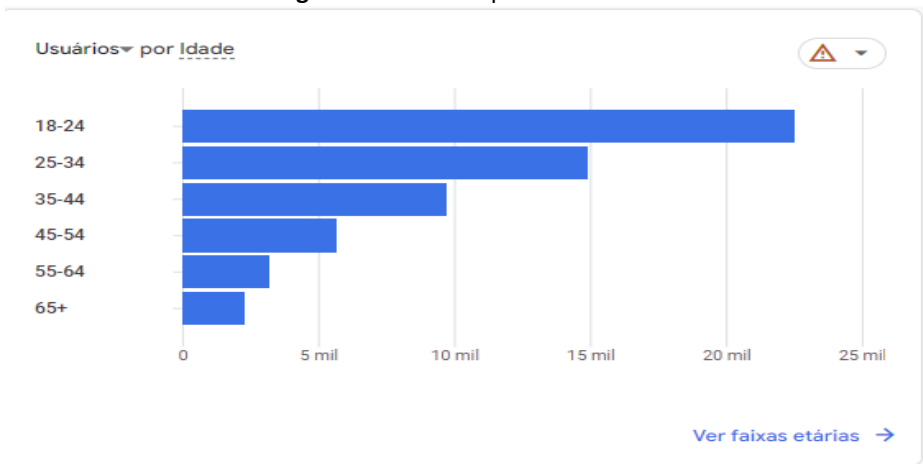
Figura 4 – Usuários por gênero



Fonte: Google Analytics, (2024).

A seguir, foi identificado que o acesso ao Ninho tem atingido o público jovem, entre 18-24 anos. Todavia, é importante salientar que pessoas da melhor idade, com 65 anos ou mais, estão acessando o repositório. Como pode se observar na figura 5.

Figura 5 – Usuários por faixa etária



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação ao idioma, como era esperado, a grande maioria dos acessos é realizado em língua portuguesa, seguido do inglês e do espanhol, como apresentado na figura 6.

Figura 6 - Usuários por idioma



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação a tecnologia utilizada pelos usuários do Ninho, observa-se que a maioria dos pesquisadores utilizam computadores desktop ou laptop, com 62,4%, dos acessos, enquanto, 36,7% acessaram por intermédio de aparelhos móveis, como é apresentado na figura 7.

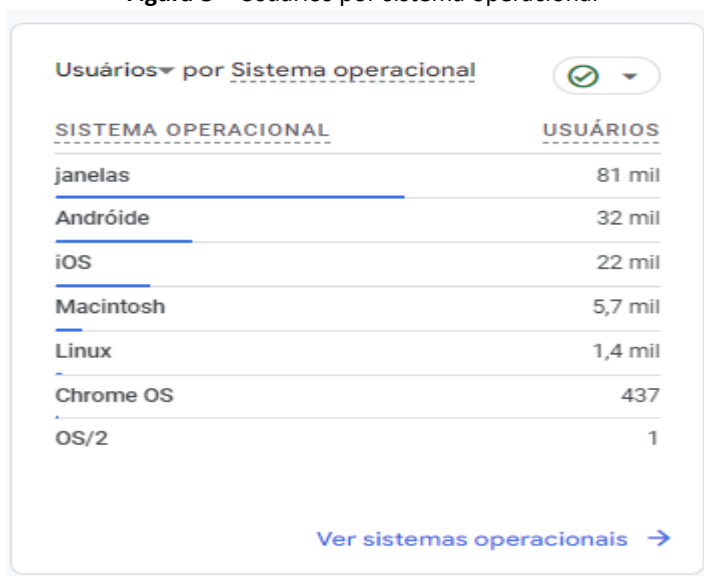
Figura 7 – Usuários por categoria de dispositivo



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação ao sistema operacional utilizado, o Windows apresenta maior representatividade, seguido do sistema android, ios e Macintosh. Esse quantitativo está relacionado com o acesso através do Windows. A seguir é apresentada a figura 8, com os dados.

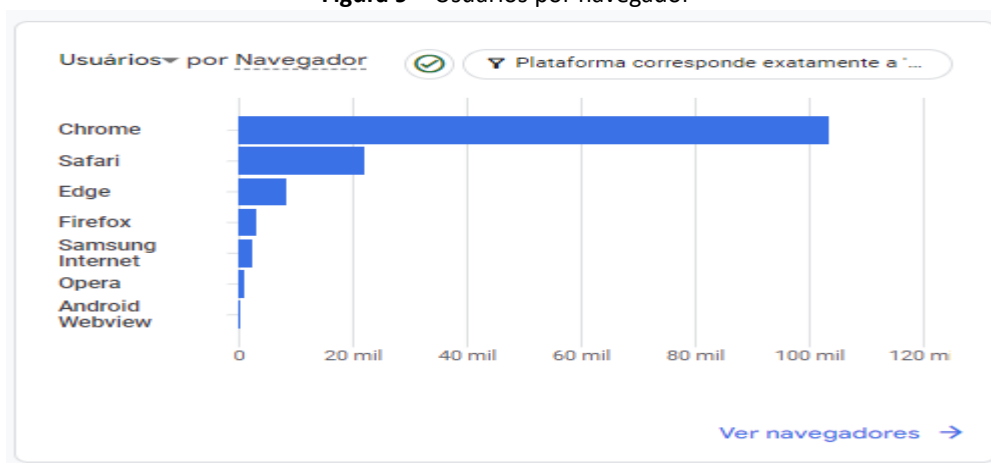
Figura 8 – Usuários por sistema operacional



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação ao navegador utilizado pelos usuários, o Chrome, é disparado o mais usado para acesso ao Ninho. A seguir o Safari e o Edge como pode-se verificar na figura 9.

Figura 9 – Usuários por navegador



Fonte: Google Analytics, (2024).

4.1.2 AQUISIÇÃO

Nessa etapa do trabalho, foi coletado e analisado os dados relacionados com a aquisição de usuários e o tráfego utilizado no acesso ao Ninho.

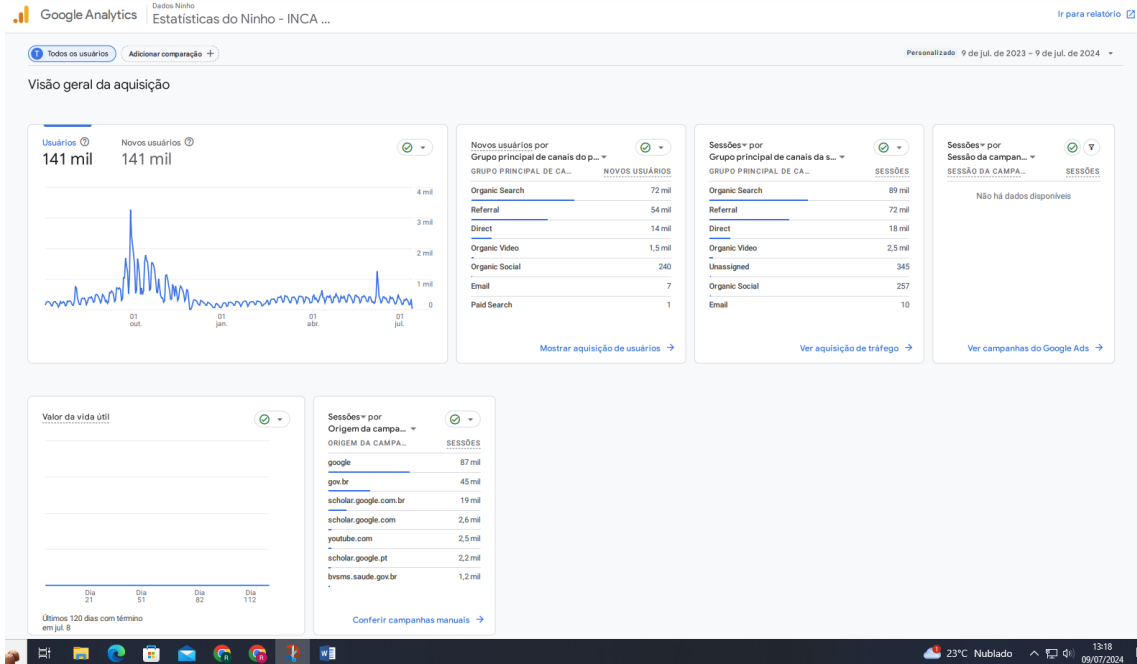
Na visão geral de aquisição são apresentados dados sobre novos usuários e, principalmente, de onde vem esses usuários, ou seja, qual a origem do acesso ao Ninho.

A "Aquisição de usuários" é um relatório detalhado predefinido que pode ser usado para receber insights sobre como novos usuários descobrem seu site ou app. Ele

é diferente do relatório "Aquisição de tráfego", que se concentra na origem das novas sessões, seja o usuário novo ou recorrente (Google Analytics, 2024).

Inicialmente, é apresentada uma visão geral com os dados retirados do *Google Analytics* e, posteriormente, analisados os dados gerais de novos usuários e sua origem. Nesse sentido, a figura 10 apresenta o quadro geral.

Figura 10 – Visão geral de aquisição

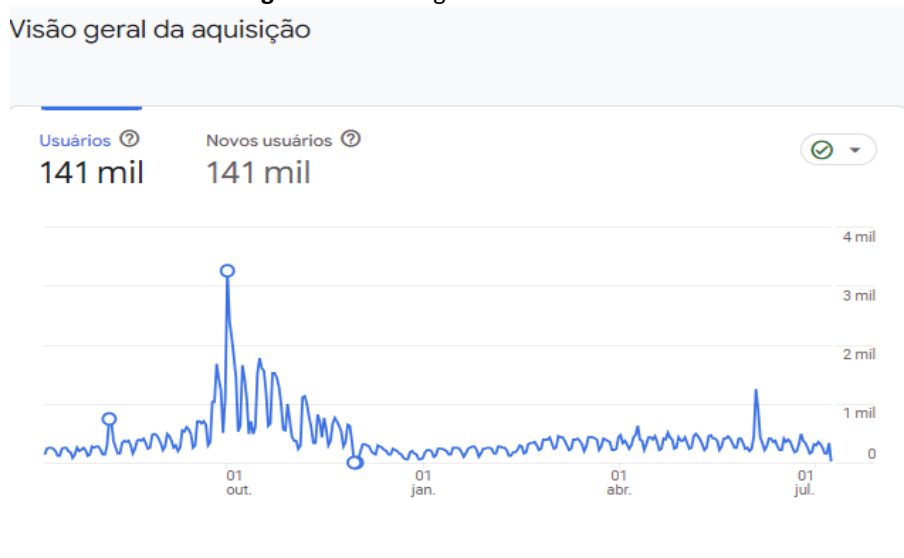


Fonte: Google Analytics, (2024).

5.1.2.1 Aquisição de usuários

No período de 09 julho de 2023 a 09 julho de 2024, o RI Ninho obteve o acesso de 141 (cento e quarenta e um mil) novos usuários advindos de diversas fontes informacionais.

Figura 11 – Visão geral de novos usuários



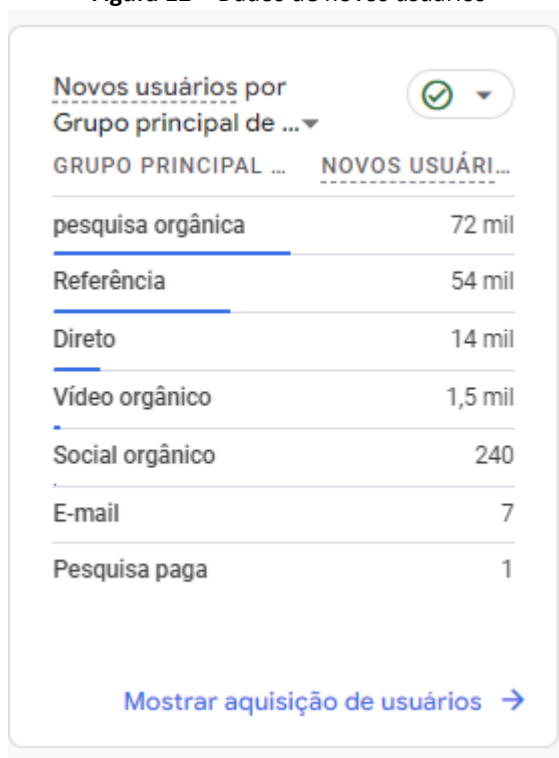
Fonte: Google Analytics, (2024).

Ao analisar os dados oriundos dos canais de primeiro acesso dos novos usuários identifica-se que a maior parte dos acessos são advindos dos mecanismos de busca (por exemplo: *google*) com 72 (setenta e dois) mil acessos.

A seguir, são identificados 54 (cinquenta e quatro) mil acessos de *referral*, ou seja, de referências. Isso quer dizer que nem todas as referências dos domínios Google.com.br vêm da pesquisa orgânica ou de listagens de anúncios do *Google Ads*.

Elas podem ser provenientes de diversas outras origens, incluindo postagens nos Grupos do Google ou páginas estáticas em sites relacionados do Google. Essas sessões são codificadas como [*referral*] em vez de orgânica. Provavelmente, a maioria dos acessos foi realizado através do site gov.br, uma vez que, o Ninho está relacionado com o site do governo federal brasileiro. Adiante, em terceiro lugar, o acesso é realizado diretamente no Ninho. Os dados podem ser verificados na figura 12.

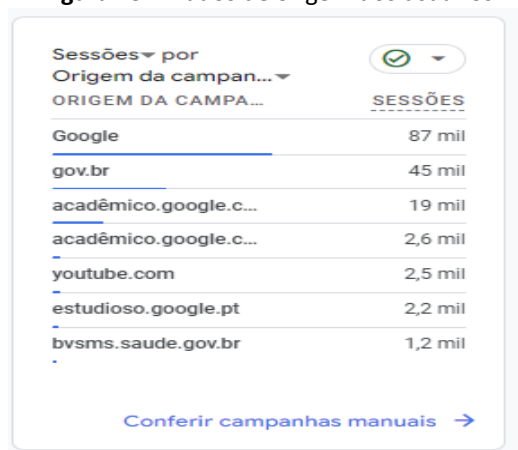
Figura 12 – Dados de novos usuários



Fonte: Google Analytics, (2024).

Em relação à origem por sessões é possível identificar 04 (quatro) principais canais de acesso, são eles: pesquisa no *Google*; acesso através do *gov.br*; *Google Acadêmico brasileiro* e *Google Acadêmico internacional*. Os dados estão disponíveis na figura 13.

Figura 13 – Dados de origem dos usuários



Fonte: Google Analytics, (2024).

Conhecer a origem dos visitantes do RI é fundamental para entender seu comportamento e saber o que eles mais buscam de informação, outro fator

importante, é que esse comportamento, pode direcionar a equipe para otimizar as estratégias para melhor atender suas necessidades e sanar suas dificuldades.

A seguir, seguem as considerações finais dos trabalhos com recomendações para que outras instituições possam realizar pesquisas semelhantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há inúmeras possibilidades de trabalhar com dados da *Web Analytics*, as informações disponibilizadas no *Google Analytics* fornecem um panorama a ser analisado com calma e rigor científico com o intuito de melhorar as informações disponibilizadas na web.

O intuito deste trabalho foi realizar uma análise geral dos usuários do RI Ninho, verificando quem são, de onde são e o que buscam no RI Ninho. Esses dados contribuíram para realizar a pesquisa para o Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação e servirão de embasamento teórico para o aprofundamento bibliométrico do site.

É importante salientar que além de construir repositórios institucionais é relevante realizar análises dos dados com o intuito do aperfeiçoamento constante. Enquanto ferramentas estratégicas de disseminação da informação técnico-científica acerca do câncer, o Ninho busca estar atento ao que a sociedade contemporânea necessita e dessa forma, busca-se oferecer uma informação baseada na veracidade, em dados abertos, públicos, democráticos e, principalmente, baseados em evidências científicas, oferecendo assim um melhor atendimento às necessidades informacionais dos usuários.

REFERÊNCIAS

ARAKI, Maurício Eidi Saijo. **Usabilidade do Google Analytics** (Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Presbiteriana Mackenzie). Adelpha Repositório Digital. 2021. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/items/c1da439c-cbe7-4834-a3b0-e90f97ecfc9c>. Acesso em: 16 jun. 2024.

BÂRA, Adela; OPREA, Simona-Vasilica; BUCUR, Cristian; TUDORICĂ, Bogdan-George. Unraveling the Impact of Lockdowns on E-commerce: An Empirical Analysis of Google Analytics Data during 2019–2022. **Journal of Theoretical and Applied Electronic**

Commerce Research, [s./], v. 18, n. 3, p. 1484-1510, 2023. DOI:
<https://doi.org/10.3390/jtaer18030075>.

BRASIL. Casa Civil. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, seção 1, Edição Extra, p. 1, 18 nov. 2011. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 16 jun. 2024.

BRUNS, Todd; INEFUKU, Harrison W. Purposeful Metrics: Matching Institutional Repository Metrics to Purpose and Audience. In: CALLICOTT, Burton B.; SCHERER, David; WESOLEK, Andrew (org.). **Making institutional repositories work**. Indiana: Purdue University Press, 2016. p. 213-234. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt1wf4drg.21.pdf?refreqid=fastly-default%3Aee75676fffadef4ca5460f549d08d328&ab_segments=&origin=&initiator=&acceptTC=1. Acesso em: 16 jun. 2024. KATIA

CHEN, Szu-Chieh; TSAO, Thomas Chang-Yao; LUE, Ko-Huang; TSAI, Yafang. Google analytics of a pilot study to characterize the visitor website statistics and implicate for enrollment strategies in Medical University. **BMC Medical Education**, [s./], v. 20, p. 1-12, 2020. Disponível em: <https://bmcmmeduc.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12909-020-02373-1>. Acesso em: 16 jun. 2024.

DOMINGUES, Ricardo; PEDROSA, Isabel; BERNARDINO, Jorge. Indicadores chave de desempenho em marketing. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, [s./], n. E35, p. 128-140, 2020. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23004/1/article_80855.pdf. Acesso em: 16 jun. 2024.

GOOGLE. **Google analytics**. Google, ©2024.

GUIMARÃES, Maria Cristina Soares; SILVA, Cícera Henrique da; NORONHA, Ilma Horsth. Ri é a resposta, mas qual é a pergunta? Primeiras anotações para a implementação de Repositório Institucional. In: SAYÃO, Luis Fernando; TOUTAIN, Lídia Brandão; ROSA, Flávia Garcia; MARCONDES, Carlos Henrique. **Implantação e gestão de repositórios institucionais**: políticas, memória, livre acesso e preservação. Salvador: EDUFBA, 2009. f. 261-282.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER (Brasil). **Repositório Institucional Ninho**. Rio de Janeiro: INCA, ©2024. Disponível em: <https://ninho.inca.gov.br/jspui/>. Acesso em: 16 jun. 2024.

KUMAR, Vikas; OGUNMOLA, Gabriel Ayodeji. Web analytics for knowledge creation: A systematic review of tools, techniques, and practices. **International Journal of Cyber**

Behavior, Psychology and Learning (IJCPL), [s.l.], v. 10, n. 1, p. 1-14, 2020.
DOI: 10.4018/IJCPL.2020010101.

KURAMOTO, Hélio. Repositórios Institucionais: políticas e mandatos. *In*: SAYÃO, Luis Fernando; TOUTAIN, Lídia Brandão; ROSA, Flávia Garcia; MARCONDES, Carlos Henrique. **Implantação e gestão de repositórios institucionais: políticas, memória, livre acesso e preservação**. Salvador: EDUFBA, 2009. f. 203-218.

MARCONDES, Carlos Henrique; SAYÃO, Luis Fernando. Softwares livres para repositórios institucionais: alguns subsídios para a seleção. *In*: SAYÃO, Luis Fernando; TOUTAIN, Lídia Brandão; ROSA, Flávia Garcia; MARCONDES, Carlos Henrique. **Implantação e gestão de repositórios institucionais: políticas, memória, livre acesso e preservação**. Salvador: EDUFBA, 2009. p. 9-22.

SETKUTE, Justina; KURTZKE, Simone. Analytics capability in marketing education: A practice-informed model. **Journal of Marketing Education**, [s.l.], v. 43, n. 3, p. 298-316, 2021. Disponível em:
<https://arrow.tudublin.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1035&context=creaart>. Acesso em: 16 jun. 2024.

SOUTO, Leonardo Fernandes. **Informação Seletiva, Mediação e Tecnologia: A evolução dos serviços de disseminação seletiva da informação**. Rio de Janeiro: Editora Interciência, 2010.