INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A Utilização de Redes Sociais Online para Divulgação de Práticas de Responsabilidade Corporativa

Mariana Simões Silva

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:
Doutora Inês Conceição Pereira, Professora Auxiliar Convidada,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2022

Departamento de Sociologia

A Utilização de Redes Sociais Online para Divulgação de Práticas de Responsabilidade Corporativa

Mariana Simões Silva

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:
Doutora Inês Conceição Pereira, Professora Auxiliar Convidada,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2022

Agradecimentos

À minha família: aos meus pais, por todo o apoio, carinho, confiança e inspiração que sempre me deram e às minhas irmãs, por todo o amor que me dão e alegria que acrescentam na minha vida. Os meus pais são a minha inspiração e os maiores exemplos que quero seguir na vida e espero conseguir criar a mesma imagem nas minhas irmãs, Inês e Sofia, as minhas princesas.

Ao meu namorado, pela companhia que me fez enquanto redigia este trabalho e que me ajudou a ser produtiva, por me ajudar a manter a sanidade mental durante todo este processo e por celebrar as minhas conquistas como sendo as dele.

À minha entidade empregadora, o GRACE – Empresas Responsáveis e toda a equipa, por toda a confiança depositada em mim e apoio que disponibilizaram para que conseguisse cumprir este objetivo.

Às minhas amigas, por todos os desabafos trocados, incentivos e ajuda que me deram.

À minha orientadora, pela sua disponibilidade e orientação.

Sem nenhuma das pessoas acima mencionadas teria conseguido, obrigada por todo o apoio que me deram!

Por fim, queria dedicar esta dissertação aos meus avós. Tenho a sorte de ainda poder celebrar esta vitória com três deles, que sei que estão muito orgulhosos desta minha conquista. Avô Francisco, espero que, de onde quer que estejas a olhar por mim, te sintas orgulhoso.

Resumo

A responsabilidade corporativa é um tema cada vez mais essencial para a sustentabilidade dos negócios e do próprio planeta. O conceito é relativamente recente e tem vindo a ser desenvolvido e aprofundado nos últimos anos, com cada vez mais regulação e *stakeholders* a impor que as empresas se preocupem com os temas da sustentabilidade e que se encontram em três grandes pilares: na área ambiental, social e de governança (ESG).

Simultaneamente, nas últimas décadas, as redes sociais *online* têm vindo a evoluir e a tornar-se numa ferramenta de comunicação privilegiada pelas empresas, num mundo cada vez mais digital.

Desta forma, através de uma análise intensiva às publicações realizadas nas três redes sociais com maior utilização – Facebook, LinkedIn e Instagram – a investigação apresentada neste trabalho demonstra de que forma a comunicação de práticas de responsabilidade corporativa é realizada *online* e se existe ligação entre a atividade da empresa e os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) trabalhado, comparando três empresas com atuação em Portugal, em três áreas de negócio distintas.

Palavras Chave: Redes Sociais *Online*; Responsabilidade Corporativa; ODS; ESG.

Abstract

Corporate responsibility is an increasingly essential theme for the sustainability of business and the planet itself. The concept is relatively recent and has been developed and deepened in recent years, with more and more regulation and stakeholders requiring companies to be concerned with sustainability issues, which are found in three main pillars: environmental, social and governance (ESG).

Simultaneously, in the last decades, online social networks have been evolving and becoming a privileged communication tool for companies in an increasingly digital world.

Through an intensive analysis of the posts made on the three main social networks - Facebook, LinkedIn and Instagram - the research presented in this paper demonstrates how the communication of corporate responsibility practices is carried out online and if there is a link between the company's activity and the sustainable development goals (SDGs) worked, comparing three companies operating in Portugal.

Key words: Online Social Media; Corporate Responsibility; SDG; ESG.

Índice

Agradecimentos 3

Resumo 4

Abstract 5

Índice de Tabelas e Imagens 8

Lista de abreviaturas 9

Capítulo I - Introdução 10

Capítulo II – Revisão da Literatura 11

1. As redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram) 11

1.1. As redes (*online* e *offline*) e a internet 11

1.2. As redes sociais *online* 13

1.2.1. Facebook 13

1.2.2. LinkedIn 14

1.2.3. Instagram 14

1.2.4. Semelhanças e diferenças 15

2. A Responsabilidade Empresarial e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 15

a) História e conceito 15

b) Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 17

c) Os desafios e oportunidades 18

d) Apoio disponível 19

3. A comunicação empresarial 19

Capítulo III - Metodologia e objetivo 23

1. Modelo Conceptual 23

2. Objetivo 23

3. Hipóteses de Investigação e Sub-questões 23

4. Metodologia 24

Capítulo IV - Recolha de dados 25

Capítulo V – Análise e discussão dos dados 26

Capítulo VI – Conclusões e Limitações da Investigação 37

Bibliografia 40

Anexos 43

Anexo I – Análise das publicações do El Corte Inglés (Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022) 43

Anexo II - Análise das publicações do Santander (Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022) 54

Anexo III - Análise das publicações da CUF (Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022) 65

Anexo IV – Análise do Top 5 de publicações com mais interações 71

Índice de Tabelas e Imagens

Tabela 1- Total de Publicações realizadas pelo ECI entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Tabela 2 - Total de publicações do ECI divididas por formato de publicação, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Tabela 3 - Análise dos temas dos conteúdos comunicados tendo em conta o formato em que é divulgado e a rede social utilizada. ECI. Entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Tabela 4 - Total de Publicações realizadas pelo Santander, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022, no Facebook, LinkedIn e Instagram

Tabela 5 - Total de publicações do Santander divididas por formato de publicação, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Tabela 6 – Análise dos temas dos conteúdos comunicados tendo em conta o formato em que é divulgado e a rede social utilizada. Santander. Entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Tabela 7 - Total de Publicações realizadas pela CUF, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022, no Facebook, LinkedIn e Instagram

Tabela 8 - Total de publicações da CUF divididas por formato de publicação, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Tabela 9 - Análise dos temas dos conteúdos comunicados tendo em conta o formato em que é divulgado e a rede social utilizada. CUF. Entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Imagem 1 - Tabela resumo dos dados recolhidos e apresentados nas tabelas 1 a 9, respeitante às análises das publicações do El Corte Inglés, Santander e CUF, no Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022

Imagem 2 - Tabela resumo dos ODS mencionados nas três plataformas digitais (Facebook, LinkedIn e Instagram), durante os seis primeiros meses de 2022

Imagem 3 - Análise do Top 5 das publicações de responsabilidade corporativa feitas pelo El Corte Inglés, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Imagem 4 - Análise do Top 5 das publicações de responsabilidade corporativa feitas pelo Santander, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Imagem 5 - Análise do Top 5 das publicações de responsabilidade corporativa feitas pela CUF, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Imagem 6 – Gráfico de análise à média de publicações sobre práticas de responsabilidade corporativa no total de publicações realizadas durante os primeiros seis meses de 2022

Lista de abreviaturas

ECI – El Corte Inglés Portugal

ESG – *Environment, Social e Governance* (ambiente, social e governança)

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

RC - Responsabilidade Corporativa

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

Capítulo I - Introdução

No mundo digital em que vivemos assistimos a alterações constantes na comunicação, nomeadamente na comunicação empresarial, que encontra novas plataformas por onde comunicar e nas quais deve ter em conta o formato e a mensagem que quer divulgar para o público-alvo que poderá encontrar nessa plataforma.

Nos últimos anos, as redes sociais têm ganho terreno na comunicação digital e, para as empresas, estas têm-se demonstrado uma ferramenta de comunicação privilegiada, por permitir chegar aos vários *stakeholders*.

A sustentabilidade é um tema cada vez mais importante no mundo atual e um termo tão importante para o planeta, como para as empresas. Tem-se observado uma evolução grande no que toca à sustentabilidade empresarial, que inicialmente se prendia com um único objetivo, o de obter lucros, passando por várias fases de responsabilidade social corporativa, com início na preocupação ambiental, até chegar ao momento presente, com a preocupação em três grandes eixos: Ambiente, Social (Colaboradores e Comunidade) e Governança (Ética, Transparência, etc.).

Assim, a sustentabilidade é cada vez mais um *must have* e não apenas um *nice to have* para as empresas, sendo que de outra forma não será possível que estas consigam dar resposta às exigências dos diversos *stakeholders* (clientes, fornecedores, comunidade envolvente, entre outros).

Com estas ideias em mente, surgiu a questão de qual o papel que as redes sociais desempenham em termos de divulgação de práticas de responsabilidade corporativa, isto é, como é que estas são utilizadas para a realização deste tipo de publicações. Com a questão de partida de "Qual a rede social com maior utilização, por parte das empresas estudadas, para comunicar os seus projetos/iniciativas de promoção e desenvolvimento dos ODS?", pretende-se perceber questões como se existe uma rede social privilegiada ou se há algum objetivo de desenvolvimento sustentável mais comunicado ou comum.

Capítulo II – Revisão da Literatura

Para a revisão da literatura serão abordados 3 grandes temas orientadores que nos permitam responder à questão de partida colocada e fortalecer os resultados que se poderão obter no momento de investigação, sendo eles: As redes sociais, com a identificação do que são redes sociais, a sua evolução e destaque para as três redes social online com mais utilização, o Facebook, LinkedIn e Instagram; a responsabilidade corporativa e os objetivos de desenvolvimento sustentável, apresentando o conceito e evolução, os desafios e oportunidades e os apoios disponíveis para as empresas; e, por fim, o elemento agregador destes dois temas, a comunicação empresarial.

1. As redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram)

1.1. As redes (*online* e *offline*) e a internet

O conceito de "rede" começou a ser estudado em 1736, na área da Matemática, com a Teoria dos Grafos, onde se desenvolveu a representação gráfica de uma rede, criada e constituída por nós e arestas que os uniam. Relacionando a teoria dos grafos e os seus elementos para as redes sociais "tem-se que os nós são formados por pessoas ou grupos de pessoas e as arestas representam os laços qualitativos que mantêm o padrão de interação entre elas" (Araújo, 2013, pg. 27).

O ser humano é, por natureza, um ser social, que nasce e vive em rede, pelo que participa, ao longo da sua vida, em diversas e múltiplas redes – *offline*.

Mas o que é realmente uma rede? Nada mais é do que um conjunto de pessoas (duas ou mais) que estabelecem, de forma natural, uma relação social, virtual ou presencial, e onde estabelecem dinâmicas de partilha e troca de informações, definindo uma identidade comunitária (Neto, 2017).

Com a segunda metade dos anos 90 surge a comunicação mediada pelo computador, passando a existir redes sociais virtuais, onde os usuários partilham informações com o intuito de interagir e construir valor social. Em 2004 surge o conceito de "*Web* 2.0", onde o utilizador ganha um espaço social virtual onde pode comentar, contribuir, criar e compartilhar informações e conteúdos que existem *online* (Neto, 2017; Recuero, 2009).

Uma das principais características da Web 2.0 é a existência de uma forte comunicação aberta, que origina uma maior liberdade no tipo de conteúdo partilhado, sendo este espaço

virtual dinâmico, marcado por um ambiente de interação, partilha e participação dos utilizadores (Araújo, 2013; Neto, 2017; Vasquez e Velez, 2011).

Para Neto (2017) as redes sociais *online*, que surgiram com o aparecimento da web 2.0, podem ser descritas como "Websites e aplicações que permitem aos utilizadores criar e partilhar conteúdo ou participar em comunicações virtuais"[1] (página 42). Sendo o principal objetivo das redes sociais *online* o de criar grupos de interação que permita a rápida troca de informações, estas são consideradas, atualmente, importantes e poderosas ferramentas de Marketing.

Com a internet a permitir o acesso ilimitado à informação, tanto na sua criação como partilha, podemos analisar as redes sociais *online* existentes em duas vertentes, segundo Neto (2017):

a) As redes horizontais, que apresentam como base um maior número de conexões e relações entre os contatos, dirigindo-se a todo tipo de utilizador, sem que se apliquem a um determinado nicho e são orientadas para qualquer género de utilizador;
b) As redes verticais, que se enquadram numa objetiva mais seletiva, sendo direcionadas a um determinado nicho, baseando-se em temáticas específicas, exigindo que os utilizadores tenham um interesse ou objetivo comum

Os utilizadores das redes sociais podem também apresentar diferentes tipos de presença *online*, podendo o seu consumo ser passivo ou ativo. Quem apresenta um consumo passivo tem um acesso mais limitado ao consumo do conteúdo, não criando ou reproduzindo novos conteúdos. Quem apresenta um consumo ativo é, para além de um consumidor dos conteúdos *online*, um utilizador que divulga e, por vezes, também cria informação que faz circular através dos seus canais virtuais (Vasquez e Velez, 2011).

Como mencionado anteriormente, o ser humano é um ser social, pelo que a sua presença nas plataformas digitais são marcadas pelas relações sociais e conexões que nestas cria, desenvolve ou solidifica, visto que muitos dos utilizadores transpõem para o *online* os contactos que têm *offline*. As redes sociais permitem adicionar novos contactos, seguir pessoas individuais, coletivas, organizações e empresas e interagir com toda a diversidade de contas digitais, favorecendo a criação de comunidades *online* (Cover, 2016; Papacharissi, 2009).

[1] "Websites and applications that enable users to create and share content or to participate in social networking.". Tradução Própria.

Papacharissi (2009) menciona que conforme a situação da interação digital e da audiência da rede social onde o utilizador se encontra presente, este deve ajustar o seu comportamento e linguagem ao público-alvo em questão.

Como muitos investigadores na vertente das redes sociais mencionaram, os utilizadores das plataformas digitais apresentam a sua identidade *online* de uma forma pensada e trabalhada – desde a linguagem usada, às conexões criadas, às mensagens trocadas e às partilhas realizadas – consoante o contexto em que se encontram, sendo a identidade *online*, por este motivo, considerada, como uma *performance* (Cover, 2016; Van Dijck, 2013).

Os utilizadores das plataformas digitais analisam e inteepretam a informação que encontram, ficando ao critério de cada indivíduo considerar ou não os perfis *online* como credíveis e confiáveis. Esta ideia também é importante para as redes sociais das empresas e organizações, no sentido em que devem ter em consideração e como preocupação conseguir transmitir ao seu público-alvo transparência e credibilidade.

1.2. As redes sociais *online*

1.2.1. Facebook

Lançado a 4 de fevereiro de 2004, o Facebook, rede social criada por Mark Zuckerberg, um estudante de Harvard, foi inicialmente criada com o intuito de conectar todos os estudantes da universidade numa rede *online* (History, 2019).

Esta ferramenta de comunicação digital permite aos utilizadores entrarem em contacto e comunicarem uns com os outros, através de mensagens e da partilha de conteúdos, tal como podemos observar na página oficial do Facebook onde se refere que a missão da rede social é a de "dar poder de partilha e tornar o mundo mais aberto e conectado" (Gomes, 2014, página 17).

Para que seja possível concretizar esta missão, a rede social permite aos utilizadores a criação de um perfil pessoal, onde podem realizar uma autoapresentação, com a partilha de fotografias e de informações pessoais com os restantes utilizadores, bem como manter as conexões que apresentam *offline* ou criar novas (Papacharissi, 2009; Van Dijck, 2013).

Inicialmente, o Facebook era considerado uma plataforma para privilegiados pelo meio em que surgiu e por implicar que os seus utilizadores tivessem acesso à internet e literacia digital suficiente para conseguir usar a plataforma e explorar as suas funcionalidades, mas atualmente esta é uma rede que está ao alcance da maioria da população mundial, estando presente em

diversos países e idiomas e sendo possível aceder em diversos dispositivos eletrónicos, estando o seu acesso mais rápido e simplificado para qualquer utilizador (Gomes, 2014).

Como é possível analisar na história do *Facebook*, este foi um elemento muito importante para a grande participação e criação de conteúdo por parte dos utilizadores que trouxe a mudança para a denominada "Web 2.0" mencionada anteriormente (History, 2019).

1.2.2. LinkedIn

Lançado em 2003, o LinkedIn foi uma rede que surgiu com o intuito de facilitar a criação de grupos de trabalho, criar redes de contactos e permitir a oportunidade de discussão entre profissionais. Contudo, esta plataforma viu o seu crescimento ocorrer de forma lenta, só passando a ser rentável cerca de 3 anos após o seu lançamento (Storrs, n.d.; Van Dijck, 2013).

O LinkedIn apresenta uma orientação profissional, tendo como intuito juntar os trabalhadores numa rede de contactos – *network* -, tendo, por isso, o perfil do utilizador nesta plataforma, por base, a sua carreira profissional, apresentando-se *online* com os mesmos dados que se colocaria num *curriculum vitae*.

Esta plataforma encontra-se disponível para todos, todavia a maioria dos utilizadores são profissionais ou estudantes a terminar os seus cursos e a tentar ingressar no mercado de trabalho. Por ser uma rede com um intuito específico, de conectar os trabalhadores, apresenta a etiqueta profissional que existe no *offline*, no *online*, com a existência de protocolos, rotinas e formalidade nas interações (Papacharissi, 2009).

1.2.3. Instagram

O Instagram – palavra que vem da junção de *instant telegram* (telegrama instantâneo) – foi lançado em outubro de 2010 e em meados de dezembro do mesmo ano já apresentava 1 milhão de utilizadores. Devido ao seu rápido crescimento foi sendo notado por grandes companhias tecnológicas, tendo sido comprado, dois anos depois do seu lançamento, pelo Facebook (Blystone, 2022).

Tal como a plataforma proprietária, o Facebook, esta rede social permite a criação de um perfil pessoal, a partilha de conteúdos, em formato de fotografias ou vídeos, que podem ser via story, IGTV (Instagram TV) ou reels – isto é, vídeos divulgados durante 24 horas, vídeos de longa duração e vídeos de curta duração, respetivamente, ficando estes dois últimos no perfil do utilizador. A rede social permite ainda aplicar filtros nos conteúdos partilhados, seguir

outros utilizadores – contas pessoais ou contas profissionais/ organizacionais -, trocar mensagens com outros utilizadores. comentar e partilhar conteúdos de outras contas e comprar produtos.

Atualmente, há quem faça do Instagram a sua profissão e principal ferramenta de trabalho, podendo o utilizadores cobrar as publicações que faz em parceria com marcas. A esta recente profissão dá-se o nome de "Influencer" ou criador de conteúdos digitais.

Posto isto, o Instagram é usado tanto para fins de socialização e partilha de momentos pessoais, como também para fins profissionais de divulgação do trabalho que cada um dos utilizadores produz.

1.2.4. Semelhanças e diferenças

Em comum, as três plataformas apresentam uma arquitetura estruturada e de acesso público, com o potencial de criação de perfis e de interatividade entre os utilizadores.

Como apresentam âmbitos diferentes, os perfis do LinkedIn são mais limpos e factuais, pela sua orientação profissional, criando um espaço de autopromoção, enquanto que o Facebook apresenta-se como uma rede mais pessoal e de auto expressão. Já a rede social Instagram consegue funcionar tanto como uma plataforma de autopromoção como de auto expressão, dependendo do âmbito do utilizador, sendo que há quem use a ferramenta para ambas (Van Dijck, 2013).

2. A Responsabilidade Empresarial e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

a) História e conceito

A abordagem e os estudos realizados à temática da responsabilidade empresarial tiveram início no princípio da década de 60, na Europa. O ponto de partida foi dado por Howard R. Bowen ao publicar, em 1953, o livro "*Social Responsibilities of the Businessman*" onde criou uma nova visão sobre como a responsabilidade social devia ser encarada como uma peça fundamental e estratégica para a gestão das organizações. Com os marcantes movimentos sociais de defesa dos direitos humanos e da igualdade de género que decorreram ao longo da década de 60, os Governos e as economias nacionais foram pressionados a adotar políticas e comportamentos éticos, pelo que foi a partir desta década que a responsabilidade

organizacional se começou a fazer sentir, ainda que de forma lenta e ligeira (Nunes, 2015; Oliveira et. al., 2015).

Em 1975, o autor Bachman veio salientar a importância e necessidade das empresas olharem para a sustentabilidade como uma preocupação intrínseca ao seu negócio, fundamental para a gestão e crescimento da mesma. Desta forma, a exploração dos recursos é salientada como um ponto para o qual as organizações devem prestar atenção, no sentido de perceberem o impacto que o desenvolvimento da sua atividade tem no ambiente e na sociedade. Assim, começou a existir uma necessidade de criar um modelo de desenvolvimento sustentável, onde as empresas realizassem uma "racionalização do consumo e da utilização de espécies, ecossistemas, recursos e matéria" (Nunes, 2015, página 5).

Nas décadas seguintes os estudos e abordagens apresentavam novas componentes à responsabilidade social, abrangendo os domínios éticos, económicos, legais e filantrópicos para as quais as organizações devem começar a prestar atenção. Com a evolução que ocorreu com o conceito de responsabilidade empresarial a própria definição foi sofrendo alterações ao longo dos anos, sendo a denominação atual a de Responsabilidade Corporativa.

Desta forma, vivemos num período de capitalismo no qual as empresas apresentam uma preocupação em equilibrar os lucros com o bem-estar social, tendo sempre a criação de valor em consideração (Maia, 2013).

Mas o que é realmente a Responsabilidade Corporativa?

"A responsabilidade social corporativa vai além da filantropia, é uma fonte de oportunidade, assim como uma vantagem competitiva"[2] (Birim, 2016, pág. 2).

Segundo Maia (2013), o desenvolvimento sustentável é aquele que permite satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a capacidade de satisfação das necessidades das gerações futuras. Tendo o desequilíbrio dos recursos permitido uma oportunidade para as empresas identificarem uma causa e utilizá-la como a sua bandeira de atuação, que as fazem diferenciar-se no mercado, o desenvolvimento sustentável das empresas não assenta apenas no crescimento económico, mas também na gestão consciente dos recursos naturais utilizados para o desenvolvimento do negócio e no impacto positivo que estes têm na comunidade envolvente.

[2] "Corporate social responsibility is beyond philantropic activiy, it is a source of opportunity as well as competitive advantage". Tradução própria.

Assim, e apesar de não existir uma definição universal para o conceito de Responsabilidade (Social) Corporativa, segundo o *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) esta diz respeito a um compromisso contínuo, assumido pela organização, em desenvolver o seu negócio de forma sustentável, tendo em conta os fatores ESG (económicos, sociais e de governança) – apresentar um "comportamento ético e transparente" (DGAE, s.d., página 1), estar em conformidade com a lei, apresentando práticas laborais favoráveis e que vão para além do imposto por lei, ter em atenção questões ambientais, o envolvimento da comunidade, entre outros fatores que permitem apoiar o desenvolvimento sustentável da empresa, combatendo os impactos negativos decorrentes da realização da sua atividade (Nunes, 2015; Palma, 2016).

b) Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

No ano 2000, as Nações Unidas lançaram os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio, 8 grandes objetivos identificados para cumprir até ao ano de 2015. Foi a partir deste momento que a responsabilidade corporativa passou a desempenhar um papel de relevo para a sustentabilidade e competitividade das empresas (Oliveira et. al., 2015).

Após o fim do horizonte temporal dos Objetivos do Milénio, as Nações Unidas voltaram a reunir e acordaram numa nova Agenda, a cumprir até 2030, na qual substituíram os 8 objetivos previamente identificados por 17 novos objetivos, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que apresentam 169 metas e 232 indicadores (Allen et al., 2018; Tjoa e Tjoa, 2016).

O intuito dos ODS é o de conseguir combater os maiores desafios mundiais (i.e. pobreza, desigualdades, paz, etc.) através da definição de objetivos que todas as forças motoras da sociedade – empresas, governo e sociedade civil – devem ajudar a cumprir (Buhmann et al., 2018).

Podemos considerar esta Agenda como inovadora por designar um papel direto às empresas, através do ODS 17, das parcerias, defendendo que o caminho para a sustentabilidade e para o aumento da responsabilidade das organizações deverá ser conseguido através da partilha e do trabalho conjunto (Buhmann et. al, 2018).

c) Os desafios e oportunidades

Tendo em conta os riscos identificados das operações/atividades realizadas pela empresa, é necessário assessorar os impactos, potenciais e atuais, que esta tem na comunidade, integrando e agindo de acordo com os resultados, acompanhando as respostas e comunicando a forma como os impactos do negócio estão a ser atenuados. Desta forma, é importante conseguir adereçar o foco da organização para gerar publicidade positiva, que permita conquistar os objetivos económicos de curto prazo e satisfazer, no imediato, as pressões sentidas pelos *stakeholders*, com a preocupação de não realizar *greenwashing* ou outras formas de publicidade "verde" (Buhmann et al, 2018).

Segundo um estudo realizado, em 2013, por Flamer, e mencionado no trabalho realizado por Nunes (2015), o investimento social gera benefícios no desempenho económico das empresas a longo prazo, existindo, desta forma, relação entre a responsabilidade corporativa e a sustentabilidade financeira da empresa.

O desenvolvimento organizacional de medidas de responsabilidade corporativa favorecem a imagem das empresas, que é reconhecida de forma mais positiva pelos seus clientes/consumidores, restantes *stakeholders* e colaboradores. Com esta visão positiva que o colaborador apresenta da empresa onde trabalha, existe um maior compromisso para com a organização, o que facilita para esta a atração e retenção de talento, este que é um dos principais desafios na gestão de pessoas (Birim, 2016; Nunes, 2015).

Desta forma, é possível identificar vários benefícios para a organização agir responsavelmente, em prol da sustentabilidade, tais como (DGAE, s.d.).

- A atração e manutenção do talento;
- A atração e retenção de *stakeholders* (clientes, parceiros, fornecedores e investidores);
- A resiliência que obtém para gerir riscos e cenários de crise;
- A geração de diferencial competitivo na organização;
- A promoção de uma imagem mais positiva da organização;
- A promoção de impactos positivos na sociedade e a criação de oportunidades para as pessoas impactadas com as ações da organização.

Segundo Maia (2013), o produto ou serviço prestado pela empresa deve ter um conjunto de atributos e estar ligado a ações que o tornem relevante e transformador, isto é, é necessário

que o consumidor perceba a mais valia que existe ao comprar ou usufruir do serviço da empresa e esta procura por um elemento diferenciador vê-se cada vez mais na componente da responsabilidade corporativa. Contudo, as empresas não devem olhar apenas interiormente e adaptarem comportamentos responsáveis e sustentáveis ligados à sua atividade direta, devem estar também atentas aos seus *stakeholders* e elementos da cadeia de valor, de forma a analisar se estes assumem os mesmos valores socialmente responsáveis.

d) Apoio disponível

O caminho que as empresas devem percorrer para se tornarem responsáveis e sustentáveis, implementando medidas que promovam os ODS e os critérios ESG, não é fácil, pelo que têm surgido, ao longo dos últimos anos, vários guias e manuais de apoio às empresas, com o objetivo de que estas consigam dar os primeiros passos na implementação dos ODS.

Desta forma, deve ser realizado (Allen et al., 2018):

- Um aumento da consciencialização sobre esta temática;
- Uma consulta aos diversos *stakeholders*, para perceber quais os que vão ao encontro dos objetivos da empresa;
- Uma revisão aos planos e estratégias nacionais;
- Uma identificação dos objetivos, alinhamento das prioridades e o estabelecimento de métricas que permitam monitorizar o trabalho desenvolvido.

Para prestar e disponibilizar este apoio às empresas, têm surgido, ao longo dos últimos anos, organismos como o ETHOS, o CSR Europe, o GRACE – Empresas Responsáveis e o World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) – representado em Portugal pelo BCSD (Oliveira et al., 2015).

3. A comunicação empresarial

A comunicação empresarial é fulcral para o desenvolvimento das organizações. Com as mudanças que se tem assistido nos padrões de consumo dos consumidores, que se tornaram mais exigentes e informados, a comunicação empresarial e das práticas de responsabilidade social implementadas é fundamental e um elemento diferenciador ao permitir unir a identidade corporativa à identidade dos colaboradores e comunicar com os seus stakeholders, aumentando

a probabilidade destes apoiarem positivamente e ativamente a organização, bem como diferenciar-se no mercado e na mente do consumidor (Maia, 2013; Morsing, 2006).

Morsing (2006) menciona duas teorias importantes para entendermos a comunicação empresarial: uma sobre a comunicação corporativa, onde o modelo de mensagem da empresa deve endereçar todos os *stakeholders* e falar numa só voz (apresentar uma identidade) para múltiplas audiências, permitindo que estes identifiquem a identidade da empresa e estabeleçam uma relação com esta, formando a reputação organizacional (Comporta, 2015); a outra sobre a autocomunicação, que revela que os colaboradores são quem mais interesse tem nas mensagens corporativas, que servem para estabelecer e reforçar a imagem corporativa e a sua identidade.

Um dos meios utilizados pelas empresas para comunicar, junto dos seus *stakeholders*, o seu desepenho em torno da responsabilidade corporativa é através do Relatório de Gestão/de Sustentabilidade, onde apresentam uma descrição do desempenho da empresa ao nível do *Framework* ESG (económico, social e governança) (Oliveira et. al, 2015).

Mas como refere Maia (2013, pág. 12) o "*relatório de sustentabilidade tem sido o meio mais utilizado e mais formal para comunicar a responsabilidade corporativa, no entanto não deve ser o único [meio], pois não (...) chega à maioria dos stakeholders*".

Tendo isto em conta, a grande maioria das empresas, instituições e outras organizações já possuem um site oficial ou uma página na internet, onde disponibilizam todo o tipo de informações oficiais e onde tentam, de certa forma, comunicar e estabelecer uma relação com o seu público (Gomes, 2014).

A comunicação é uma ferramenta essencial para as empresas ganharem o respeito dos seus *stakeholders* e envolverem os seus colaboradores, pelo que a responsabilidade corporativa e as redes sociais devem ser, segundo Birim (2016), considerados como indicadores chave para a estratégia de comunicação das empresas.

A presença das empresas nas redes sociais *online* permite-lhes promover ideias, informações, políticas, decisões e atividades internas que favoreçam a sua imagem social – e possivelmente os seus objetivos económicos – e facilita-lhes o estabelecimento da reputação organizacional, visto que conseguem criar e partilhar a identidade da empresa e divulgar os produtos/serviços que facultam (Sajid, 2016).

Desta forma, é importante perceber quais as vantagens e oportunidades que a presença nas redes sociais *online* podem trazer para as empresas e que cuidados devem ter em consideração quando decidem aderir a este meio de comunicação.

Representando um novo e poderoso instrumento de marketing e promoção, as redes digitais permitem, através de recursos mais baratos, disseminar de forma mais rápida as suas mensagens, criar um maior envolvimento com os consumidores/clientes e colaboradores, providenciar oportunidades de colaboração, aumentar a exposição das empresas e melhorar as suas estratégias organizacionais e de comunicação, pelo contacto e interação direta que conseguem ter com o público-alvo (Birim, 2016; Gomes, 2014; Lovejoy e Saxton, 2012; Neto, 2017; Sajid, 2016; Vasquez e Velez, 2011; Wigmo & Wikström, 2010).

Com a sua presença ativa conseguem obter uma reputação *online* ("*e-reputation*") que deve ser considerada para o desenvolvimento e aplicação da estratégia de comunicação organizacional nestas redes.

Combinando as práticas de responsabilidade corporativa com as redes sociais *online*, as empresas podem conseguir aumentar o envolvimento dos consumidores/clientes e dos colaboradores com a empresa, por facilitarem o estabelecimento de relações mais equilibradas, servindo como um meio adicional de comunicação com os colaboradores ao permitir a divulgação de informação de medidas internas, recrutar novos talentos, partilhar práticas ligadas à responsabilidade corporativa, entre outras, trazendo uma oportunidade para os *stakeholders* de acompanharem a atuação das empresas e os comportamentos comunicacionais (Araújo, 2013, Vasquez e Velez, 2011).

Esta troca e partilha de informações, em tempo real e direta, com os diversos *stakeholders* e comunidade, exige que a comunicação realizada seja transparente e autêntica, para que se consiga criar uma imagem positiva e uma relação "estável e duradoura" com o consumidor, devendo a empresa apostar numa "presença estratégica e bem delineada" *online*, visto que todas as suas interações poderam ser escrutinizadas (Maia, 2013, pág. 23).

Tal como as plataformas digitais podem permitir às empresas crescer, se não houver um planeamento cuidadoso, uma pesquisa aprofundada e uma manutenção frequente da presença digital, com uma comunicação, como acima mencionado, transparente e autêntica, estas podem ser um meio capaz de afetar significativamente a reputação de uma empresa, a sua sustentabilidade económica e, por consequência, a sua sobrevivência no mercado (Gomes,

2014; Maia, 2013; Vasquez e Velez, 2011). Assim, devem ser tidas em conta as seguintes ideias:

- As empresas não conseguem fingir autenticidade como uma tentativa de atrair mais seguidores e potenciais clientes;
- Vivemos numa era de satisfação dos consumidores/clientes, pelo que o foco da empresa deve estar na interação que a empresa consegue ter com estes;
- É necessário que as empresas consigam estruturar e adaptar as suas mensagens, de forma a que consigam atingir ou superar as expetativas e preencher as necessidades de informação de cada um dos diversos *stakeholders*.

O *greenwashing* é um dos erros que tem sido cometido na comunicação de produtos/serviços mais verdes, para que corresponda às expetativas dos consumidores/clientes e vá ao encontro de políticas de responsabilidade corporativa, revelando-se como uma comunicação pouco ética e transparente, onde a empresa divulga que determinado produto/serviço disponibilizado é mais verde e amigo do ambiente do que realmente é. As empresas devem, assim, estar realmente comprometidas com a sociedade e a sustentabilidade, colocando estes fatores nos seus valores e oferecendo aos consumidores uma proposta de valor assente em verdadeiros princípios éticos.

A gestão empresarial das redes sociais deve ser equilibrada e consistente. Para isto, as empresas devem criar uma presença *online*, que irá implicar tempo, consistência e cuidado nas informações a publicar, percebendo bem o público-alvo que conseguem encontrar em cada rede e quais as informações que fazem sentido ser divulgadas, para satisfazer as necessidades organizacionais e dos *stakeholders*.

Capítulo III - Metodologia e objetivo

1. Modelo Conceptual

Qual a rede social com maior utilização, por parte das empresas analisadas, para comunicar os seus projetos/iniciativas de promoção e desenvolvimento dos ODS?

No seguimento da revisão da literatura realizada, por forma a comprovar determinadas ideias recolhidas, decidiu-se analisar a forma como as empresas comunicam as suas ações de responsabilidade corporativa, bem como o meio de eleição para o fazerem.

Investigar e analisar as publicações realizadas nas redes sociais corporativas demonstra-se como sendo um exercício de interpretação pessoal, visto que determinados temas podem ser comunicados e estar ligados à Agenda 2030 das Nações Unidas (os ODS) e ao *framework* ESG, mas não representarem comunicações de práticas e ações implementadas pela empresa.

2. Objetivo

Esta dissertação tem como objetivo a análise do Estado da Arte da comunicação das práticas de Responsabilidade Corporativa nas redes sociais *online*, perceber de que forma as empresas comunicam os projetos que desenvolvem no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e, por fim, o de perceber qual a rede social mais utilizada para a comunicação com os *stakeholders*, das iniciativas feitas no âmbito dos ODS e se o público alvo da rede social influencia a comunicação realizada.

3. Hipóteses de Investigação e Sub-questões

Com o objetivo de perceber de que maneira estas práticas são divulgadas nas redes sociais das empresas, foram desenvolvidas as seguintes hipóteses orientadoras à investigação:

> 1ª Hipótese: O LinkedIn, por ser formatado para uma comunicação mais profissional, é a rede social *online* mais utilizada para as empresas comunicarem os seus projetos de RSC.
>
> 2ª Hipótese: O ODS mais trabalhado está diretamente ligado com a área de atividade de negócio.

Por forma a orientar melhor a investigação, foram colocadas as seguintes sub-questões com o intuito de conseguir dar resposta aos resultados obtidos e que se encontram apresentados no capítulo seguinte:

1. Quais são os objetivos de desenvolvimento sustentável mais comunicados?
2. Qual o ODS mais comunicado por rede social?
3. Quais são as *hashtags* mais utilizadas?
4. Existe homogeneidade na comunicação dos ODS trabalhados em todas as redes sociais?

4. Metodologia

Foi realizada uma análise intensiva e qualitativa dos conteúdos, através de dados quantitativos. Os dados foram recolhidos através de observação e interpretação das publicações, agrupando-os em tabelas, visíveis nos anexos I, II e III.

Foram analisadas as redes sociais do Facebook, LinkedIn e Instagram de três empresas, durante o período de 01 de janeiro de 2022 a 30 de junho de 2022 (6 meses).

As empresas selecionadas para análise foram o El Corte Inglés Portugal, o Santander Portugal e a CUF e os critérios de seleção foram os seguintes:

- Ser uma empresa de grande dimensão (mais de 250 colaboradores e volume de negócio anual superior a 50 milhões de euros);
- Com presença nas três redes sociais – Facebook, LinkedIn e Instagram (contas nacionais)
- Com forte atuação e nível elevado no que diz respeitos ao temas da Agenda 2030 (aplicação dos ODS) e do *Framework* ESG
- De áreas de atividade distintas

Adicionalmente a estes critérios, para reduzir a amostra de empresas a selecionar, foi tida em conta a experiência de trabalho da orientanda no GRACE – Empresas Responsáveis, Associação que conta com mais de 230 empresas e na qual se identificou e selecionou as empresas escolhidas e mencionadas em cima.

Capítulo IV - Recolha de dados

Foram elaboradas três folhas de análise das publicações das empresas El Corte Inglés, Santander e CUF onde se analisou e retirou informação qualitativa e quantitativa relativa às publicações realizadas durante o período de 01 de janeiro de 2022 a 30 de junho de 2022, nas redes sociais do Facebook, LinkedIn e Instagram – as três redes sociais onde as empresas marcam mais presença e sobre as quais incide esta dissertação.

Desta forma, foram retirados dados sobre:

- Qual a rede social em questão
- Em que data foi realizada a publicação
- Qual o tipo de publicação (imagem/vídeo/notícia)
- Qual a área/tema a que a publicação diz respeito (i.e. data comemorativa, responsabilidade corporativa, educação, recursos humanos, publicidade, programas, parcerias, passatempo, etc.)
- A interação recebida (gostos, compartilhamentos e comentários)
- Quais as hashtags usadas
- Se a publicação tem hiperligação
- Qual o ODS abordado

Capítulo V – Análise e discussão dos dados

No que diz respeito ao El Corte Inglés (ECI), nas tabelas 1 a 3 encontra-se as informações retiradas das 611 publicações realizadas nas três redes sociais do Facebook, LinkedIn e Instagram, durante o período de análise.

	Facebook	Instagram	LinkedIn	Total
Total de Publicações realizadas	**281**	**190**	**140**	**611**

Tabela 1- Total de Publicações realizadas pelo ECI entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Rede Social	Total de publicações realizadas por formato
Facebook	**281**
imagem	185
vídeo	96
Instagram	**190**
imagem	130
vídeo	60
LinkedIn	**140**
imagem	98
Notícia	23
vídeo	19
Total	**611**

Tabela 2 - Total de publicações do ECI divididas por formato de publicação, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Ao analisar o total de publicações divididas pelo formato da publicação realizada podemos constatar que o formato da comunicação através da partilha de notícias apenas acontece na rede social do LinkedIn, para o El Corte Inglés (ECI).

Rede Social/Tipo e tema do conteúdo	Facebook	Instagram	LinkedIn	Total
⊟imagem	185	130	98	413
⊞Campanha	2			2
⊞Comunicado			1	1
⊞Dia Comemorativo	6	3	13	22
⊞Educação			8	8
⊞Informativo	1			1
⊞parceria			3	3
⊞passatempo	1			1
⊞Patrocínio			3	3
⊞Publicidade	162	126	8	296
⊞Responsabilidade Corporativa	10	1	22	33
⊞Revista	2			2
⊞RH			39	39
⊞Outros	1		1	2
⊟Notícia			23	23
⊞Dia Comemorativo			1	1
⊞parceria			2	2
⊞Patrocínio			1	1
⊞Prémio			2	2
⊞Publicidade			5	5
⊞Responsabilidade Corporativa			8	8
⊞RH			4	4
⊟vídeo	96	60	19	175
⊞Aniversário			1	1
⊞Campanha	1			1
⊞Dia Comemorativo	1		5	6
⊞Eventos	1			1
⊞Publicidade	90	60	5	155
⊞Publicidade (saldos e app)	1			1
⊞Responsabilidade Corporativa	1		1	2
⊞Revista	1			1
⊞RH			7	7
Total	281	190	140	611

Tabela 3 - Análise dos temas dos conteúdos comunicados tendo em conta o formato em que é divulgado e a rede social utilizada. ECI. Entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Nas redes sociais desta empresa os temas mais comunicados são categorizados como dizendo respeito a questões de Publicidade, Recursos Humanos, Responsabilidade Corporativa e Dias Comemorativos, respetivamente. Relativamente às comunicações sobre a responsabilidade corporativa da organização, o formato mais utilizado para esta comunicação é através de imagens (fotografias, imagem criativa, etc).

No caso do Santander, as tabelas 4 a 6 apresentam as informações retiradas das 617 publicações realizadas nas três redes sociais e período temporal em questão.

	Facebook	Instagram	LinkedIn	Total
Contagem de Tipo de publicação	221	177	219	617

Tabela 4 - Total de Publicações realizadas pelo Santander, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022, no Facebook, LinkedIn e Instagram

Rede Social	Total de publicações realizadas por formato
Facebook	**221**
imagem	37
notícia	121
vídeo	63
Instagram	**177**
imagem	126
vídeo	51
LinkedIn	**219**
imagem	29
notícia	129
vídeo	61
Total	**617**

Tabela 5 - Total de publicações do Santander divididas por formato de publicação, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Analisando as comunicações online do Santander, divididas pelo seu formato de publicação, podemos verificar que existe uma comunicação muito heterogénea nas três redes sociais, com poucas variâncias, estando a principal diferença na comunicação através de notícias, que não ocorre na rede social do Instagram e que é a principal forma de comunicação utilizada nas outras redes sociais analisadas (Facebook e LinkedIn).

Rede Social/Tipo e tema do conteúdo	Facebook	Instagram	LinkedIn	Total
imagem	**37**	**126**	**29**	**192**
Dia Comemorativo	6	4	4	14
Distinção	1	2	2	5
Parceria	7	14	9	30
Patrocínio	1			1
Prémio Académico	5	3	1	9
Programa	9	20	3	32
Promoção de conhecimento		43	1	44
Publicidade	6	35	8	49
Responsabilidade Corporativa	2	5	1	8
notícia	**121**		**129**	**250**
Dia Comemorativo	1		3	4
Distinção	1		3	4
Parceria	4		2	6
Prémio Académico	2		4	6
Programa	2		16	18
Promoção de conhecimento	63		51	114
Publicidade	43		46	89
Responsabilidade Corporativa	5		4	9
vídeo	**63**	**51**	**61**	**175**
Alerta	1			1
Dia Comemorativo	1		1	2
Parceria	5	1	2	8
Patrocínio	1	1		2
Prémio Académico	7	7	7	21
Programa	6	10	7	23
Promoção de conhecimento	5	8	8	21
Publicidade	29	19	28	76
Responsabilidade Corporativa	8	5	8	21
Total	**221**	**177**	**219**	**617**

Tabela 6 – Análise dos temas dos conteúdos comunicados tendo em conta o formato em que é divulgado e a rede social utilizada. Santander. Entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Através da tabela 6 podemos reforçar a ideia mencionada anteriormente, de como o formato de comunicação mais utilizado pelo Santander é através de notícias. Os temas mais abordados nas suas publicações são considerados como tendo como objetivo promover a literacia e o conhecimento ("Promoção de conhecimento") e promover os serviços da organização ("Publicidade"), ficando a Responsabilidade Corporativa abaixo do "top 3" de temas mais abordados.

Passando para o caso da CUF, as informações retiradas das 318 publicações realizadas nas três redes sociais entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022 podem ser encontradas nas tabelas 7 a 9.

	Facebook	Instagram	LinkedIn	Total
Total de Publicações realizadas	**146**	**109**	**63**	**318**

Tabela 7 - Total de Publicações realizadas pela CUF, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022, no Facebook, LinkedIn e Instagram

Rede Social	Total de publicações realizadas por formato
Facebook	**146**
Imagem	80
Notícia	40
Vídeo	26
Instagram	**109**
Imagem	88
Vídeo	21
LinkedIn	**63**
Imagem	48
Notícia	8
Vídeo	7
Total	**318**

Tabela 8 - Total de publicações da CUF divididas por formato de publicação, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Na CUF, tal como acontece com o Santander, a comunicação através de notícias não acontece na rede social do Instagram, contudo a principal forma de comunicação utilizada nas três redes sociais em causa é através de imagens (fotografias, imagem criativa, etc), como no El Corte Inglés.

Rede Social/Tipo e tema do conteúdo	Facebook	Instagram	LinkedIn	Total
⊟ Imagem	80	88	48	216
⊞ Dia Comemorativo	11	3	2	16
⊞ Distinção	2		5	7
⊞ Investigação	2	1		3
⊞ parceria	3			3
⊞ passatempo		9		9
⊞ programa			6	6
⊞ Promoção de conhecimento	37	51	6	94
⊞ Publicidade	25	16	6	47
⊞ responsabilidade corporativa		6	21	27
⊞ RH			2	2
⊞ testemunho		2		2
⊟ Notícia	40		8	48
⊞ Dia Comemorativo	1			1
⊞ Distinção			1	1
⊞ parceria			1	1
⊞ programa			1	1
⊞ Promoção de conhecimento	34		3	37
⊞ Publicidade	5		2	7
⊟ Vídeo	26	21	7	54
⊞ Dia Comemorativo	3			3
⊞ programa	1	1	1	3
⊞ Promoção de conhecimento	18	15	2	35
⊞ Publicidade	4	5	3	12
⊞ responsabilidade corporativa			1	1
Total	146	109	63	318

Tabela 9 - Análise dos temas dos conteúdos comunicados tendo em conta o formato em que é divulgado e a rede social utilizada. CUF. Entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

Nas redes sociais da CUF os temas mais comunicados são relativos à promoção de conhecimento e à publicidade dos serviços prestados. As práticas de responsabilidade corporativa, quando comunicada, surge no formato de imagem ou vídeo e não ocorre no Facebook.

Tendo em conta os dados recolhidos e apresentados nas tabelas 1 a 9 foi criada uma tabela geral (Imagem 1) que permitisse realizar uma primeira análise da atuação das empresas nas redes sociais *online* em questão.

Empresa	Rede Social	Nº de seguidores	Nº de publicações	Total de interações	Hiperligações	Pub. RSC	Média
ECI	Facebook	**461000**	281	53385	250	11	3,91%
ECI	LinkedIn	47400	140	15689	64	31	22,14%
ECI	Instagram	161000	190	127407	38	1	0,53%
ECI	Total	669400	611	196481	352	43	7,04%
Santander	Facebook	**509000**	221	5814	189	15	6,79%
Santander	LinkedIn	75500	219	8580	184	13	5,94%
Santander	Instagram	20000	177	5401	68	10	5,65%
Santander	Total	604500	617	19795	441	38	6,16%
CUF	Facebook	**243000**	146	43817	108	0	0,00%
CUF	LinkedIn	83400	63	8584	45	22	34,92%
CUF	Instagram	12000	109	57095	2	6	5,50%
CUF	Total	338400	318	109496	155	28	8,81%
						Média total	7,33%

Imagem 1 - Tabela resumo dos dados recolhidos e apresentados nas tabelas 1 a 9

Através da imagem 1 podemos constatar que existem várias diferenças nos canais de comunicação *online* e na comunicação realizada entre as três empresas selecionadas para esta investigação.

Começando por analisar o El Corte Inglés, na imagem identificado pela sigla ECI, o Facebook é a aplicação onde a empresa apresenta um maior número de seguidores (461.000) e de publicações (281), mas é no Instagram, a segunda rede social mais seguida (161.000), onde obtém mais interação com os utilizadores e menos realiza comunicação das suas práticas de sustentabilidade. A plataforma de eleição para este fim é o LinkedIn, onde, em média, cerca de 22% das publicações realizadas podem ser interpretadas como dizendo respeito à responsabilidade corporativa desta empresa, apesar de ser a rede onde tem menos seguidores (47.400) e publicações (141).

O Santander apresenta um maior número de seguidores no Facebook, sendo o Instagram a sua plataforma digital, das três analisadas, a que contém um menor número de seguidores. Com os dados recolhidos podemos interpretar que a comunicação realizada pelo Santander é homogénea nas três redes e a quantidade de publicações realizadas parece estar diretamente relacionada com o número de seguidores em cada plataforma, isto é, o Facebook é a rede com mais seguidores (509.000), mais publicações (221) e mais publicações relacionados com os objetivos de desenvolvimento sustentável (6,79%), o LinkedIn é a rede social que aparece em 2º lugar em todas estas categorias – 75.500 seguidores, 219 publicações, 5,94% das publicações sobre RSC – e o Instagram fica em 3º lugar, com 20.000 seguidores, 177 publicações e com cerca de 5,65% das publicações sobre RSC.

No que diz respeito à CUF, o Facebook é a rede social *online* onde apresenta mais seguidores (243.000), publicações e publicações relacionadas com os ODS, contudo, é de notar que o LinkedIn é a segunda plataforma digital com mais seguidores, no entanto contém menos publicações - 63, em contraste com as 109 do Instagram – e é a plataforma mais utilizada para comunicar ações de RSC. Outra observação que pode ser feita, através dos dados analisados e recolhidos, a CUF aborda muito os ODS nas suas publicações, mas não apenas em publicações de divulgação de práticas de responsabilidade corporativa, saíndo um pouco do espetro da investigação (a comunicação das práticas corporativas no âmbito da sustentabilidade/responsabilidade corporativa).

ODS Mencionados nas publicações

	ECI			Santander			CUF		
ODS	Facebook	LinkedIn	Instagram	Facebook	LinkedIn	Instagram	Facebook	LinkedIn	Instagram
1	1	2	1	0	0	0	1	0	0
2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	1	0	0	0	0	87	13	57
4	0	14	0	1	3	1	0	8	5
5	0	0	0	2	2	2	0	1	0
6	2	0	0	1	0	0	0	1	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	0	3	0	0	0	0	0	6	0
9	1	0	0	0	0	0	0	3	0
10	0	16	1	4	3	2	0	7	0
11	1	3	0	3	2	0	0	2	0
12	5	5	0	1	0	1	0	1	0
13	0	3	0	1	1	2	0	4	1
14	1	1	0	0	0	0	0	0	0
15	1	1	0	1	0	0	0	0	0
16	0	1	1	2	2	3	0	0	0
17	5	13	0	6	4	2	1	19	6
Total	18	63	3	22	17	13	89	65	69

Imagem 2 - Tabela resumo dos ODS mencionados nas três plataformas digitais, durante os 6 primeiros meses de 2022

Analisando os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Agenda 2030 da ONU, mencionados pelas três empresas em estudo, nas redes sociais do Facebook, LinkedIn e Instagram, durante os primeiros 6 meses do ano de 2022, constatámos que não existe uma homogeneidade na comunicação destes tópicos entre as empresas de diferentes áreas de negócio.

A empresa que parece comunicar mais em redor dos ODS é a CUF, com destaque para a comunicação destes temas pelo Facebook, mas não deixando o Instagram e o LinkedIn muito para trás. É nesta última plataforma onde menos comunicam a temática. O ODS mais comunicado e trabalhado é o 3, que diz respeito à saúde e bem-estar, estando diretamente ligado com a área de negócio da empresa, seguido pelo ODS 17, parcerias para a implementação dos objetivos.

A segunda empresa que efetua mais comunicações em torno dos ODS é o El Corte Inglés (na tabela denominado por ECI), com uma clara distinção da rede social predileta para este tipo de comunicação. No LinkedIn, durante 6 meses, realizou publicações onde mencionou um total de 63 ODS, valor este que se torna notório da dimensão quando comparado com as 18 e as 3 comunicações de ODS e práticas de responsabilidade corporativa nas redes do Facebook e do Instagram, respetivamente. Para esta empresa o ODS mais comunicado é o 12, que diz respeito ao consumo e produção responsáveis e que podemos assumir como estando diretamente relacionado com a área de negócio da empresa, seguido também pelo ODS 17, das parcerias para a implementação da Agenda 2030.

Finalmente temos o Santander que, como constatado anteriormente, apresenta uma homogeneidade de comunicação nas três redes com 22, 17 e 13 menções totais aos ODS durante os 6 meses, nas plataformas digitais do Facebook, LinkedIn e Instagram, respetivamente. O objetivo de desenvolvimento sustentável mais comunicado nas três redes é o 17, das parcerias, seguido pelo ODS 10, que diz respeito à redução das desigualdades, através da promoção da igualdade, diversidade e inclusão, sendo este um tema não diretamente ligado à área financeira, mas transversal a todas as áreas de negócio.

Também o El Corte Inglés e a CUF trabalham o ODS 10, da redução das desigualdades, com preferência pela comunicação deste ODS pelo LinkedIn, contrariamente ao Santander, que comunica mais este tema no Facebook. Podemos justificar esta escolha (das duas primeiras empresas) pelo facto da rede do LinkedIn ser, como constatado na parte teórica desta dissertação, a rede social preferencial para a comunicação da empresa com os colaboradores. Isto leva a que, como pudemos perceber, seja utilizada esta plataforma para comunicar com colaboradores, potenciais colaboradores e, em minoria, com restantes *stakeholders*, para divulgar as práticas internas de promoção de redução das desigualdades, que permitirá atrair e reter talento na empresa.

Outro tema comum às três empresas é a educação, ligada ao ODS 4 – Educação de Qualidade, sendo que as três empresas promovem programas de promoção de conhecimento junto dos colaboradores, mas também fazem publicações com o propósito de aumentar a literacia da comunidade sobre determinados temas.

Posto isto, foi realizada uma análise mais aprofundada às cinco publicações sobre responsabilidade corporativa com mais interações, realizadas pelo El Corte Inglés, Santander

e CUF, durante 01 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022, tendo sido identificadas as publicações no anexo IV.

Empresa	El Corte Inglés				
Data Publicação	05/jun	abr/22	jan/22	jan/22	jan/22
Rede Social	Facebook	LinkedIn	LinkedIn	LinkedIn	LinkedIn
Tipo de publicação	Imagem	notícia	notícia	notícia	notícia
Conteúdo	Economia circular, consumo sustentável e apoio a Instituições	Oportunidades e inclusão no recrutamento e diminuição das desigualdades	Donativo a Associação Economia Social	Programa de apoio a colaboradores com filhos com necessidades especiais	Apoio educação aos colaboradores e filhos
Hashtags	não tem	#elcorteinglespt	#elcorteinglespt	#elcorteinglespt	#elcorteinglespt
Hashtags		#recrutamentoinclusivo	#responsabilidadesocial	#inclusaosocial	#educação
Hiperligação	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Identificação	Sim	Não	Não	Não	Não
Gostos	692	293	252	272	461
Partilhas	13	12	3	16	7
Comentários	15	10	1	10	5
ODS	12	8	17	10	4
ODS	17	10			
ODS					

Imagem 3 - Análise do Top 5 das publicações de RSC feitas pelo El Corte Inglés, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

O El Corte Inglés (Imagem 3) apresenta uma comunicação das ações de responsabilidade corporativa com mais interação na rede social *online* do LinkedIn (4 de 5 publicações) – não existindo destaque de nenhuma publicação sobre RSC no Instagram -, com tendência a divulgar as suas práticas, principalmente, através de notícias.

Concretamente sobre o top 5 de publicações podemos encontrar uma diversidade grande nas temáticas/conteúdos abordados (Economia circular, consumo sustentável e apoio a Instituições; Oportunidades e inclusão no recrutamento e diminuição das desigualdades; Donativo a Associação da Economia Social; Programa de apoio a colaboradores com filhos com necessidades especiais; Apoio educação aos colaboradores e filhos), porém é possível identificar coincidência nas temáticas do apoio a instituições e da redução das igualdades (que também ocorre na promoção e apoio à educação), visível nos ODS mais mencionados, o ODS 10 – Redução das Desigualdades e no ODS 17 – Parcerias para a Implementação dos Objetivos. Quanto à *hashtag* mais utilizada destaca-se a #elcorteinglespt.

Empresa	Santander				
Data Publicação	jun/22	mar/22	jun/22	fev/22	mar/22
Rede Social	Facebook	Facebook	LinkedIn	LinkedIn	Instagram
Tipo de publicação	imagem	notícia	imagem	notícia	imagem
Conteúdo	Celebração e apoio na diversidade e inclusão dos colaboradores, clientes e comunidade	Apoio Guerra Ucrânia	Celebração e apoio na diversidade e inclusão dos colaboradores, clientes e comunidade	Apoio Guerra Ucrânia	Apoio Guerra Ucrânia
Hashtags		#Ucrânia		#Ucrânia	#Ucrânia
Hashtags		#StandWithUkraine		#StandWithUkraine	#StandWithUkraine
Hiperligação	Não	Sim	Não	Sim	Não
Identificação	Não	Sim	Não	Sim	Sim
Gostos	637	673	732	370	627
Partilhas	7	59	16	51	
Comentários	378	26	11	3	21
ODS	10	17	10	17	17
ODS					
ODS					

Imagem 4 - Análise do Top 5 das publicações de RSC feitas pelo Santander, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

O Santander (Imagem 4), como abordado anteriormente, apresenta uma comunicação *online* muito homogénea e, através da análise das 5 publicações com mais interação durante o período de estudo, é possível constatar exatamente isso; A mesma publicação que é realizada no Facebook (Imagem 10, Anexo IV) é também colocada no LinkedIn (Imagem 12, Anexo IV) e Instagram (Imagem 13, Anexo IV); Neste caso a publicação diz respeito à Guerra na Ucrânia, mais concretamente, ao apoio que o Santander disponibilizou. Isto leva a que no top 5 se identifiquem conteúdos, *hashtags*, hiperligações e ODS repetidos nas três redes sociais, sendo os ODS mais mencionados o 17 e o 10, tal como acontece com o El Corte Inglés.

Empresa	CUF				
Data Publicação	mai/22	abr/22	abr/22	jan/22	jan/22
Rede Social	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram
Tipo de publicação	Imagem	Imagem	Imagem	Imagem	Imagem
Conteúdo	Dicas de alimentação: redução do sal	Divulgação dos resultados das iniciativas internas de redução do impacto ambiental	Programa de promoção de bons hábitos alimentares com o aumento de conhecimento da comunidade	Programa de literacia alimentar	Programa de literacia alimentar
Hashtags	#MenosSalPortugal	#CUF	#CUF	#CUF	#CUF
Hashtags	#CUF	#InvestInOurPlanet	#PingoDoce	#PingoDoce	#PingoDoce
	#PingoDoce	#CUFInspiraAmbiente	#SaúdePelaAlimentação	#SaúdePelaAlimentação	#SaúdePelaAlimentação
Hiperligação	Não	Não	Não	Não	Não
Identificação	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Gostos	1429	630	378	254	269
Partilhas					
Comentários	8	3	3	4	2
ODS	3	13	3	3	3
ODS	4		4	4	4
ODS	17		17	17	17

Imagem 5 - Análise do Top 5 das publicações de RSC feitas pela CUF, entre 1 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022

O top 5 de publicações com mais interação da CUF (Imagem 5), ao contrário do El Corte Inglés, ocorre na plataforma digital do Instagram. Cinco das cinco publicações de responsabilidade corporativa da CUF com mais interação ocorrem nesta rede, através de divulgação de imagens, cujos conteúdos se focam, principalmente na promoção da literacia em saúde para a comunidade. Todas as cinco publicações analisadas continham *hashtags*, sendo a mais comum a "#CUF". Quanto aos ODS mais mencionados, tendo em conta a temática das publicações, temos o ODS 3 – Saúde e Bem-estar, ODS 4 – Educação de Qualidade e ODS 17 – Parcerias para a Implementação de Objetivos.

Capítulo VI – Conclusões e Limitações da Investigação

Após a análise realizada é possível constatar que existe comunicação das práticas de responsabilidade corporativa nas ferramentas digitais, selecionadas dependendo do tipo de comunicação e público-alvo pretendidos.

Foram feitas, em média, durante os primeiros seis meses de 2022, cerca de 516 publicações nas três redes analisadas, mas apenas 36,3 publicações eram referentes a práticas de responsabilidade corporativa, o que corresponde a cerca de 7% das publicações totais (Imagem 4).

Isto demonstra que ainda existe muito espaço para o crescimento de publicações deste teor, mas também é preciso ter em conta que para comunicar as práticas de sustentabilidade empresarial as organizações devem ser transparentes, éticas e verdadeiras, pois comunicar sustentabilidade de forma errada pode levar a perdas reputacionais e, consequentemente, de negócio.

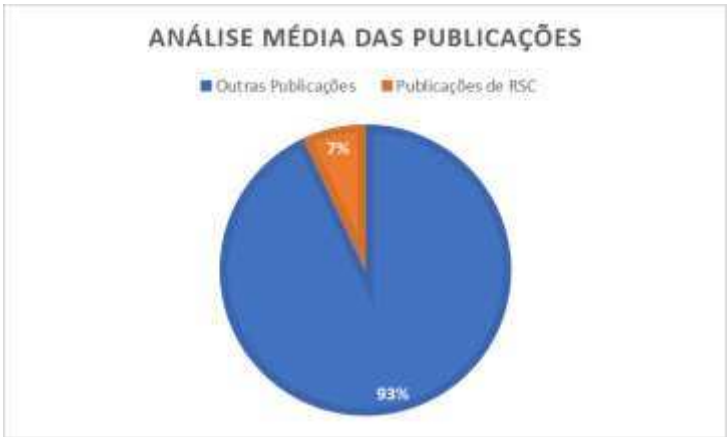


Imagem 6 - Da média de 516 publicações realizadas nos seis primeiros meses de 2022, 36,3 foram comunicações de práticas de responsabilidade corporativa, o que corresponde a cerca de 7% do total de publicações realizadas nas plataformas digitais analisadas

Relativamente à utilização das redes sociais para a comunicação de práticas de responsabilidade corporativa, tendo em conta a investigação realizada, encontramo-nos aptos para perceber se as hipóteses elaboradas se demonstraram verdadeiras:

1ª Hipótese: O LinkedIn, por ser formatado para uma comunicação mais profissional, é a rede social online mais utilizada para as empresas comunicarem os seus projetos de RSC.

Como seria de esperar, assim como abordado na parte teórica, a comunicação das empresas nas redes sociais diverge conforme a plataforma digital e o público-alvo que nela se encontra e para o qual pretende comunicar, sendo essa diferença bem visível na análise realizada na Imagem 2 e na Imagem 3.

Observando a Imagem 1 podemos constatar que a comunicação dos projetos de RSC, quando direcionada para o público alvo que se encontra em cada rede social, privilegia o LinkedIn, como se previa. Isto apenas não se confirma no caso do Santander, devido à homogeneidade nas comunicações que realiza nas três redes sociais.

2ª Hipótese: O ODS mais trabalhado está diretamente ligado com a área de atividade de negócio.

Com os resultados obtidos e analisados podemos afirmar que existe uma ligação entre a área de atividade das empresas e os ODS desenvolvidos nas ações, mas o que se verifica, essencialmente, nesta três empresas selecionadas, é o compromisso com o trabalho colaborativo para o alcance da sustentabilidade (todas apresentam comunicações com o ODS 17), bem como o propósito de aumentar a literacia da comunidade (colaboradores, clientes/consumidores e restantes stakeholders).

No decorrer do desenvolvimento da dissertação foram encontradas limitações à investigação. Inicialmente pretendia-se analisar o impacto da Covid-19 nas comunicações de responsabilidade corporativa *online*, isto é, se tinham aumentando as ações praticadas, as comunicações realizadas neste âmbito e se tinha implicações nos objetivos de desenvolvimento sustentável trabalhados, contudo isto implicaria recuar quase dois anos nas redes sociais, o que não foi possível no Facebook e no LinkedIn – como as empresas realizam comunicações com muita frequência, as plataformas digitais acabam por dar erro. Isto levou a que o espetro de investigação fosse alterado.

Outra limitação à investigação ocorreu com a rede social do LinkedIn. Analisar as publicações diárias não se revela tarefa fácil nesta rede pelo facto se apresentar as publicações feitas por semanas ou meses, tendo sido a análise de investigação realizada feita por estimativa e perceção pessoal, relativamente às datas, nesta plataforma digital, para as três empresas investigadas.

Bibliografia

Allen, C., Metternicht, G. & Wiedmann, T.(2018). Initial progress in implementing the Sustainable Development Goals (SDGs): a review of evidence from countries. Sustain Science 13, 1453–1467.

Araújo, J. B. (2013). Uso de redes sociais virtuais por empresas sob a ótica do modelo de adoção e inovação [tese de doutoramento]. Universidade Nove de Julho - UNINOVE. http://bibliotecatede.uninove.br/handle/tede/750#preview-link0

Birim, B.n (2016). *Evaluation of corporate social responsibility and social media as key source of strategic communication*. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 235, 70-75. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.026

Blystone, D. (2022, 11 julho). The story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-sharing Application. URL https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp

Buhmann, K., Jonsson, J. e Fisker, M. (2018). *Do no harm and do more good too: connecting the SDGs with business and human rights and political CSR theory*. Corporate Governance, 19(3), 389-403. https://doi.org/10.1108/CG-01-2018-0030

Comporta, A. (2015). A influência da avaliação da comunicação da marca na formação da reputação corporativa: a visão dos clientes empresariais [Tese de doutoramento]. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa.

Cover, R. (2016). Digital Identities: Creating and Communicating the Online Self. Academic Press. https://doi.org/10.1016/C2013-0-12758-4

Direção Geral das Atividades Económicas (DGAE). (s.d.). O que é a Responsabilidade Social Corporativa? https://www.dgae.gov.pt/servicos/sustentabilidade-empresarial/responsabilidade-social-das-empresas.aspx

Gomes, D. G. (2014). Importância de estabelecer e gerir relações nas redes sociais: caso das empresas portuguesas e brasileiras [tese de mestrado]. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. http://hdl.handle.net/10071/8891

History.com Editors (2019, 24 outubro). Facebook lauches. URL https://www.history.com/this-day-in-history/facebook-launches-mark-zuckerberg

MAIA, M. C. (2013). A importância estratégica de comunicar a responsabilidade social corporativa [Dissertação de mestrado]. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em http://hdl.handle.net/10071/7218

Morsing, M. (2006). Corporate social responsibility as strategic auto-communication: on the role of external stakeholders for member identification. Business Ethics, 15(2). https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00440.x

Neto, M. L. S. (2017). Do Facebook ao LinkedIn: a influência das redes sociais em pequenas e médias empresas – um estudo de caso [Relatório de Estágio de Mestrado]. Universidade de Artes e Letras da Beira Interior. https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/6677

Nunes, M. L. G. C. (2015). Antes sê-lo do que parecê-lo? : a relação entre a perceção de responsabilidade social das organizações, a motivação percebida para o envolvimento em práticas socialmente responsáveis, a imagem corporativa e a intenção de compra [Dissertação de mestrado]. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. http://hdl.handle.net/10071/10725

Oliveira, M., Ferreira, M. R. e Lima, A. (2015). Responsabilidade social corporativa: conceito, instrumentos de gestão e normas. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, 6(2), p. 161-172. DOI: http://dx.doi.org/10.6008/SPC2179-684X.2015.002.0011

Palma, M. I. C. P. (2016). Análise das práticas de reporte sobre sustentabilidade ou responsabilidade corporativa das empresas familiares versus não familiares [tese de mestrado]. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.

Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1-2), 199-220. https://doi.org/10.1177/1461444808099577

Sajid, S. (2016). Social Media and It`s Role In Marketing. *Business and Economics Journal,* 7(1). http://41.89.240.73/handle/123456789/810

Storrs, M. (n.d.). Looking Back at the History of LinkedIn. Pennigton Creative. URL https://penningtoncreative.com/history-of-linkedin/

Tjoa, A. M. & Tjoa, S. (2016, setembro 12-14). The Role of ICT to Achieve the UN Sustainable Development Goals (SDG), vol 481. Em Mata, F. & Pont, A. (eds), ICT for Promoting Human

Development and Protecting the Environment [Contribuição em conferência]. WITFOR 2016, IFIP Advances in Information and Communication Technology, San José, Costa Rica.

Van Dijck, J. (2013). “You have one identity”: performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2), 199-215. https://doi.org/10.1177/0163443712468605

Vasquez, L. M. G. e Velez, I. S. (2011). Social Media as a strategic tool for Corporate Communication. Revista internacional de relaciones públicas, 1(2), 157-174. http://ssrn.com/abstract=197636

Anexos

Anexo I – Análise das publicações do El Corte Inglés (Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022)

				Interação							
Rede soc	Data	o de publ	Área	gostos	npartilhar	comentár	Total	Hashtag	BS/Comen	ODS	link
Facebook	30/jun	vídeo	Publicidade (:	7			7		com hiperligação		
Facebook	30/jun	imagem	Dia Mundial (	23	2		25				
Facebook	29/jun	imagem	Publicidade	190	6	8	204		com hiperligação		
Facebook	29/jun	imagem	Publicidade	7			7		com hiperligação		
Facebook	29/jun	imagem	Publicidade	187	3		190		com hiperligação		
Facebook	27/jun	imagem	publicidade	166	1		167		com hiperligação		
Facebook	27/jun	imagem	Publicidade	3			3		com hiperligação		
Facebook	26/jun	vídeo	Publicidade	10			10		com hiperligação		
Facebook	26/jun	vídeo	Publicidade	16			16				
Facebook	25/jun	imagem	Publicidade	100	2		102	#havaianas	com hiperligação		
Facebook	25/jun	imagem	Publicidade	15			15		com hiperligação		
Facebook	24/jun	vídeo	Publicidade	24	2		26		com hiperligação		
Facebook	23/jun	imagem	Publicidade	156	4		160		com hiperligação		
Facebook	22/jun	vídeo	Publicidade	113	3	5	121		com hiperligação		
Facebook	21/jun	imagem	Publicidade	29	1		30		com hiperligação		
Facebook	20/jun	imagem	Publicidade	1000	15	13	1028		com hiperligação		
Facebook	19/jun	imagem	Publicidade	24	1		25		com hiperligação		
Facebook	18/jun	vídeo	Publicidade	15			15		com hiperligação		
Facebook	17/jun	vídeo	Publicidade	2100	55	56	2211		com hiperligação		
Facebook	16/jun	vídeo	Publicidade	15	1		16		com hiperligação		
Facebook	15/jun	imagem	Publicidade	12			12		com hiperligação		
Facebook	14/jun	vídeo	Publicidade	24			24		com hiperligação		
Facebook	13/jun	vídeo	Publicidade	17			17		com hiperligação		
Facebook	12/jun	imagem	Publicidade	6			6		com hiperligação		
Facebook	11/jun	imagem	Publicidade	1600	19		1619		com hiperligação		
Facebook	10/jun	imagem	Publicidade	11			11		com hiperligação		
Facebook	09/jun	imagem	Publicidade	13	1		14		com hiperligação		
Facebook	09/jun	vídeo	Publicidade	18	1		19		com hiperligação		
Facebook	08/jun	vídeo	Publicidade	1200	21	40	1261		com hiperligação		
Facebook	08/jun	imagem	Responsabilic	13			13		com hiperliga	14	https://ww
Facebook	07/jun	vídeo	Publicidade	286	4	1	**291**		com hiperligação		
Facebook	07/jun	imagem	Publicidade	9	1		10		com hiperligação		
Facebook	06/jun	imagem	Publicidade	18			18		com hiperligação		
Facebook	05/jun	imagem	Responsabilic	692	13	15	**720**		com hiperliga	12 e 17	https://ww
Facebook	04/jun	imagem	Publicidade	254	2		**256**		com hiperligação		
Facebook	03/jun	vídeo	Publicidade	160	16	7	**183**		com hiperligação		
Facebook	03/jun	imagem	Dia da Bicicle	8			8		com hiperligação		
Facebook	02/jun	imagem	Publicidade	439	6	9	**454**		com hiperligação		
Facebook	02/jun	vídeo	Publicidade	17	2	9	28		com hiperligação		
Facebook	01/jun	imagem	Publicidade	43	3		46				
Facebook	01/jun	imagem	Dia Mundial (	1800	17	71	**1888**		com hiperligação		
Facebook	31/mai	imagem	Publicidade	16	1		17		com		

Tabela 10 - Análise publicações El Corte Inglés (pt.1)

Facebook	31/mai	imagem	Publicidade	16	1		17		com	
Facebook	31/mai	vídeo	Campanha	18		5	23		com hiperligação	
Facebook	30/mai	imagem	Publicidade	718	8	11	**737**		com hiperligação	
Facebook	30/mai	vídeo	Publicidade	13			13		com hiperligação	
Facebook	29/mai	vídeo	Publicidade	13	1		14		com hiperligação	
Facebook	29/mai	imagem	Publicidade	43	4		47		com hiperligação	
Facebook	28/mai	imagem	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	28/mai	imagem	Publicidade	7			7		com hiperligação	
Facebook	27/mai	imagem	Publicidade	82	4	9	95		com hiperligação	
Facebook	27/mai	imagem	Responsabili	8			8		com hiperlig 2 e 17	https://ww
Facebook	27/mai	vídeo	pub	14			14		com hiperligação	
Facebook	26/mai	vídeo	pub	234	6	45	**285**	#ThePoloShi	com hiperligação	
Facebook	26/mai	vídeo	pub	28	1		29		com hiperligação	
Facebook	25/mai	imagem	pub	56	1		57		com hiperligação	
Facebook	25/mai	imagem	pub	34	2		36		com hiperligação	
Facebook	24/mai	imagem	pub	26	2		28			
Facebook	24/mai	imagem	Campanha	27	3		30		com hiperligação	
Facebook	23/mai	imagem	pub	14			14		com hiperligação	
Facebook	23/mai	imagem	pub	188	3	2	**193**	#ThePoloShi	com hiperligação	
Facebook	22/mai	vídeo	pub	150	1		**151**		com hiperligação	
Facebook	21/mai	imagem	pub	202	28	2	**232**		com hiperligação	
Facebook	21/mai	imagem	pub	50	1		51		com hiperligação	
Facebook	20/mai	imagem	pub	11			11		com hiperligação	
Facebook	20/mai	vídeo	pub	13	2		15		com hiperligação	
Facebook	19/mai	imagem	Publicidade	44			44		com hiperligação	
Facebook	19/mai	vídeo	pub	304	9	3	**316**		com hiperligação	
Facebook	18/mai	vídeo	pub	113	3		116	#ThePoloShi	com hiperligação	
Facebook	18/mai	vídeo	pub	510	87	11	**608**		com hiperligação	
Facebook	17/mai	vídeo	Publicidade	68	2	2	72		com hiperligação	
Facebook	17/mai	imagem	Responsabili	10		2	12		com hiperlig	12 Dia da Recic
Facebook	16/mai	imagem	Publicidade	735	7	6	**748**		com hiperligação	
Facebook	16/mai	imagem	pub	286	3		**289**		com hiperligação	
Facebook	15/mai	imagem	Publicidade	34			34		com hiperligação	
Facebook	14/mai	imagem	Publicidade	20			20			
Facebook	14/mai	imagem	pub	11			11		com hiperligação	
Facebook	13/mai	vídeo	Publicidade	169	28	4	**201**		com hiperligação	
Facebook	13/mai	vídeo	Publicidade	23	1		24		com hiperligação	
Facebook	12/mai	imagem	pub	65	6		71			
Facebook	12/mai	imagem	pub	17	2		19		com hiperligação	
Facebook	11/mai	imagem	Responsabili	34	2	0	36		com hiperlig	12 Dia da Recic
Facebook	11/mai	vídeo	pub	78	4		82		com hiperligação	
Facebook	10/mai	vídeo	pub	80	3		83		com hiperligação	
Facebook	09/mai	imagem	pub	553	3		**556**		com hiperligação	
Facebook	09/mai	imagem	pub	6			6		com hiperligação	
Facebook	08/mai	imagem	Publicidade	34	1		35		com hiperligação	
Facebook	07/mai	imagem	Publicidade	2000	12		**2012**		com hiperligação	
Facebook	07/mai	imagem	Publicidade	36			36		com hiperligação	
Facebook	06/mai	imagem	Publicidade	9			9		com hiperligação	
Facebook	06/mai	imagem	Publicidade	740	15		**755**		com hiperligação	
Facebook	05/mai	imagem	Publicidade	17			17		com hiperligação	
Facebook	04/mai	vídeo	Publicidade	14	1		15		com hiperligação	
Facebook	04/mai	imagem	Publicidade	23			23		com hiperligação	
Facebook	03/mai	imagem	Publicidade	87	1	1	89			
Facebook	03/mai	vídeo	Publicidade	21	4		25		com hiperligação	
Facebook	03/mai	imagem	Publicidade	21			21			
Facebook	02/mai	vídeo	Eventos	15	3		18		com hiperligação	
Facebook	02/mai	imagem	Publicidade	151	3	3	**157**			
Facebook	01/mai	imagem	Informativo	198	67	1	**266**			

Tabela 11 - Análise publicações El Corte Inglés (pt.2)

Facebook	01/mai	imagem	Publicidade	37	1		38		com hiperligação	
Facebook	01/mai	imagem	pub	30			30			
Facebook	30/abr	imagem	Publicidade	79	3		82			
Facebook	30/abr	vídeo	Publicidade	59			59		com hiperligação	
Facebook	29/abr	imagem	pub	46	3		49		com hiperligação	
Facebook	28/abr	vídeo	Publicidade	20			20		com hiperligação	
Facebook	28/abr	vídeo	Publicidade	19			19		com hiperligação	
Facebook	27/abr	imagem	Publicidade	16			16		com hiperligação	
Facebook	27/abr	vídeo	Publicidade	707	27	11	**745**		com hiperligação	
Facebook	26/abr	vídeo	Publicidade	22	1		23		com hiperligação	
Facebook	26/abr	imagem	Publicidade	31	1		32		com hiperligação	
Facebook	25/abr	imagem	Publicidade	61	3		64		com hiperligação	
Facebook	25/abr	imagem	Publicidade	299	3		**302**	#DKNYDoYo	com hiperligação	
Facebook	24/abr	imagem	Publicidade	32			32		com hiperligação	
Facebook	24/abr	vídeo	Publicidade	26			26		com hiperligação	
Facebook	23/abr	imagem	Publicidade	17			17		com hiperligação	
Facebook	22/abr	imagem	Publicidade	32	1		33		com hiperligação	
Facebook	21/abr	vídeo	Publicidade	34	2		36		com hiperligação	
Facebook	21/abr	vídeo	Publicidade	17			17		com hiperligação	
Facebook	20/abr	imagem	Publicidade	1000	13	6	**1019**		com hiperligação	
Facebook	20/abr	imagem	Publicidade	1400	14	7	**1421**		com hiperligação	
Facebook	19/abr	vídeo	Publicidade	34	2		36		com hiperligação	
Facebook	18/abr	imagem	Publicidade	195	4	3	**202**	#DKNYDoYo	com hiperligação	
Facebook	18/abr	imagem	Publicidade	28	3		31		com hiperligação	
Facebook	17/abr	vídeo	Publicidade	11			11		com hiperligação	
Facebook	17/abr	vídeo	Publicidade	20	3		23		com hiperligação	
Facebook	16/abr	imagem	Publicidade	64			64		com hiperligação	
Facebook	16/abr	vídeo	Publicidade	16	1		17		com hiperligação	
Facebook	15/abr	imagem	Responsabili	19			19		com hiperlig 9 e 12	https://www
Facebook	14/abr	imagem	Publicidade	13			13		com hiperligação	
Facebook	13/abr	imagem	Publicidade	1000	12		**1012**		com hiperligação	
Facebook	12/abr	vídeo	Publicidade	40	2		42		com hiperligação	
Facebook	12/abr	imagem	Publicidade	26			26		com hiperligação	
Facebook	11/abr	imagem	Publicidade	127	7		134		com hiperligação	
Facebook	11/abr	imagem	Publicidade	57	4		61		com hiperligação	
Facebook	10/abr	imagem	Publicidade	327	6	12	**345**	#DKNYDoYo	com hiperligação	
Facebook	09/abr	vídeo	Publicidade	58	4	3	65		com hiperligação	
Facebook	09/abr	vídeo	Publicidade	12			12		com hiperligação	
Facebook	08/abr	imagem	Publicidade	5			5		com hiperligação	
Facebook	08/abr	imagem	Publicidade	20			20		com hiperligação	
Facebook	07/abr	vídeo	Publicidade	195	7	2	**204**		com hiperligação	
Facebook	07/abr	imagem	publicidade	38	8	3	49			
Facebook	07/abr	imagem	Campanha	88	6	114	**208**			
Facebook	06/abr	imagem	Publicidade	52	9		61			
Facebook	06/abr	imagem	Publicidade	7			7		com hiperligação	
Facebook	05/abr	vídeo	Publicidade	157	12		**169**		com hiperligação	
Facebook	04/abr	imagem	Publicidade	36	2		38		com hiperligação	
Facebook	04/abr	imagem	Publicidade	41	1		42		com hiperligação	
Facebook	03/abr	imagem	Publicidade	20	1		21		com hiperligação	
Facebook	02/abr	imagem	Responsabili	17	2		19			17 Doar 0,5% IR
Facebook	02/abr	imagem	Publicidade	14			14		com hiperligação	
Facebook	02/abr	vídeo	Publicidade	23	2		25		com hiperligação	
Facebook	01/abr	vídeo	Publicidade	98	7	17	122		com hiperligação	
Facebook	31/mar	vídeo	Publicidade	36	1		37		com hiperligação	
Facebook	30/mar	vídeo	Publicidade	24	1		25		com hiperligação	
Facebook	30/mar	imagem	Publicidade	41	1		42			
Facebook	29/mar	vídeo	Publicidade	301	7		**308**		com hiperligação	
Facebook	28/mar	imagem	Publicidade	82	6		88		com hiperligação	

Tabela 12 - Análise publicações El Corte Inglés (pt.3)

acebook	28/mar	imagem	Publicidade	82	6		88		com hiperligação	
acebook	27/mar	imagem	Publicidade	88	4		92		com hiperligação	
acebook	26/mar	imagem	Publicidade	8			8		com hiperligação	
acebook	26/mar	vídeo	Responsabili	12			12		11 e 12	Hora do Plan
acebook	25/mar	imagem	Publicidade	317	23	120	460		com hiperligação	
acebook	25/mar	vídeo	Publicidade	9	1		10		com hiperligação	
acebook	24/mar	vídeo	Publicidade	21	2		23		com hiperligação	
acebook	24/mar	imagem	Publicidade	1000	4	6	1010		com hiperligação	
acebook	23/mar	vídeo	Publicidade	198	2		200		com hiperligação	
acebook	23/mar	imagem	Responsabili	35	4		39		com hiperlig 1, 6 e 17	https://www
acebook	23/mar	vídeo	Publicidade	23			23		com hiperligação	
acebook	22/mar	imagem	Responsabili	24	1		25		com hiperlig 6	https://www
acebook	21/mar	imagem	Responsabili	22			22		15 e 17	Dia Internaci
acebook	21/mar	imagem	pub	4		1	5		com hiperligação	
acebook	20/mar	imagem	Pub	57	1	2	60			
acebook	20/mar	imagem	pub	1200	3	11	1214		com hiperligação	
acebook	19/mar	imagem	Dia do Pai	32			32			
acebook	18/mar	vídeo	Publicidade	88	2	3	93		Com hiperligação	
acebook	18/mar	imagem	Publicidade	18	2		20		com hiperligação	
acebook	17/mar	imagem	Publicidade	61	1		62		com hiperligação	
acebook	17/mar	imagem	Publicidade	106	3	5	114	#SamsungGa	com hiperligação	
acebook	17/mar	imagem	Publicidade	30	1		31		com hiperligação	
acebook	16/mar	imagem	Publicidade	8	1		9		com hiperligação	
acebook	16/mar	imagem	Publicidade	27			27		com hiperligação	
acebook	15/mar	vídeo	Publicidade	23	6		29			
acebook	15/mar	imagem	Publicidade	20			20		com hiperligação	
acebook	14/mar	imagem	Publicidade	31			31		com hiperligação	
acebook	14/mar	imagem	Publicidade	22	1	4	27		com hiperligação	
acebook	14/mar	vídeo	Publicidade	24	3		27		com hiperligação	
acebook	13/mar	imagem	Publicidade	7	1		8		com hiperligação	
acebook	12/mar	vídeo	Publicidade	349	7	9	365		com hiperligação	
acebook	12/mar	vídeo	Publicidade	11	1		12		com hiperligação	
acebook	11/mar	imagem	outro	32	2		34		com hiperligação	
acebook	11/mar	vídeo	Publicidade	10			10		com hiperligação	
acebook	10/mar	vídeo	Publicidade	22	1		23		com hiperligação	
acebook	10/mar	imagem	Publicidade	39	1		40		com hiperligação	
acebook	09/mar	vídeo	Publicidade	191	6		197		com hiperligação	
acebook	08/mar	imagem	Dia da Mulhe	5			5		com hiperligação	
acebook	08/mar	imagem	Dia da Mulhe	3300	78	175	3553			
acebook	07/mar	vídeo	publicidade	36	1	2	39	#clarins #My	com hiperligação	
acebook	06/mar	imagem	Publicidade	381	3		384		com hiperligação	
acebook	05/mar	vídeo	Publicidade	425	12	67	504		com hiperligação	
acebook	05/mar	vídeo	Revista	9			9		com hiperligação	
acebook	04/mar	vídeo	Publicidade	300	18	92	410		com hiperligação	
acebook	04/mar	imagem	Publicidade	30			30		com hiperligação	
acebook	03/mar	imagem	Publicidade	140	2		142			
acebook	02/mar	vídeo	Publicidade	18			18		com hiperligação	
acebook	01/mar	imagem	Publicidade	11			11		com hiperligação	
acebook	28/fev	imagem	Publicidade	193	9	29	231		com hiperligação	
acebook	28/fev	imagem	Publicidade	27			27		com hiperligação	
acebook	27/fev	imagem	Publicidade	35			35			
acebook	26/fev	imagem	Publicidade	20	1		21		com hiperligação	
acebook	25/fev	imagem	Publicidade	72	6	10	88		com hiperligação	
acebook	24/fev	imagem	Publicidade	15			15		com hiperligação	
acebook	23/fev	imagem	Publicidade	26	1		27		com hiperligação	
acebook	22/fev	vídeo	Publicidade	253	13	3	269		com hiperligação	
acebook	21/fev	imagem	Publicidade	11	1		12		com hiperligação	
acebook	20/fev	vídeo	Publicidade	17	1		18		com hiperligação	

Tabela 13 - Análise publicações El Corte Inglés (pt.4)

Facebook	19/fev	imagem	Publicidade	1000	15	1	1016		com hiperligação
Facebook	18/fev	imagem	Publicidade	2900	63	18	2981		com hiperligação
Facebook	18/fev	vídeo	Publicidade	102	7		109		com hiperligação
Facebook	17/fev	imagem	Revista	17			17		com hiperligação
Facebook	17/fev	imagem	Publicidade	43	4		47		com hiperligação
Facebook	16/fev	imagem	Publicidade	794	11	9	814		com hiperligação
Facebook	15/fev	imagem	Revista	2100	96	91	2287		com hiperligação
Facebook	14/fev	imagem	Publicidade	36			36		
Facebook	14/fev	vídeo	Publicidade	19			19		
Facebook	13/fev	imagem	Publicidade	21			21		com hiperligação
Facebook	12/fev	imagem	Publicidade	29			29		com hiperligação
Facebook	11/fev	imagem	Publicidade	59	27		86		com hiperligação
Facebook	11/fev	imagem	Publicidade	46	3		49		com hiperligação
Facebook	11/fev	imagem	Publicidade	21	1		22		com hiperligação
Facebook	10/fev	imagem	Publicidade	14			14		com hiperligação
Facebook	10/fev	imagem	Publicidade	15			15		com hiperligação
Facebook	09/fev	vídeo	Publicidade	511	25	34	570		com hiperligação
Facebook	09/fev	vídeo	Publicidade	219	12	15	246		com hiperligação
Facebook	08/fev	imagem	publicidade	36			36		com hiperligação
Facebook	08/fev	imagem	publicidade	130	5	30	165		com hiperligação
Facebook	07/fev	imagem	publicidade	28	8		36		com hiperligação
Facebook	07/fev	imagem	publicidade	10			10		com hiperligação
Facebook	06/fev	vídeo	publicidade	92	5		97	#SamsungUr	com hiperligação
Facebook	05/fev	imagem	publicidade	39			39		com hiperligação
Facebook	04/fev	imagem	publicidade	15	1		16		com hiperligação
Facebook	03/fev	imagem	publicidade	32			32		com hiperligação
Facebook	03/fev	vídeo	publicidade	23	1	3	27		com hiperligação
Facebook	02/fev	imagem	publicidade	41		3	44		com hiperligação
Facebook	01/fev	imagem	publicidade	11			11		com hiperligação
Facebook	31/jan	imagem	publicidade	71		8	79		com hiperligação
Facebook	30/jan	vídeo	publicidade	111	2	2	115		com hiperligação
Facebook	29/jan	imagem	publicidade	37			37		com hiperligação
Facebook	29/jan	imagem	publicidade	19	2		21		com hiperligação
Facebook	28/jan	vídeo	publicidade	32	2		34		com hiperligação
Facebook	27/jan	vídeo	publicidade	114	19	8	141		com hiperligação
Facebook	26/jan	imagem	passatempo	20	2	20	42		com hiperligação
Facebook	26/jan	imagem	publicidade	28	1		29		com hiperligação
Facebook	25/jan	imagem	publicidade	26	4		30		com hiperligação
Facebook	24/jan	imagem	publicidade	30			30		com hiperligação
Facebook	23/jan	imagem	publicidade	412	4	3	419		com hiperligação
Facebook	22/jan	vídeo	publicidade	22	1		23		com hiperligação
Facebook	22/jan	vídeo	publicidade	29		2	31		com hiperligação
Facebook	21/jan	vídeo	publicidade	26	1	3	30		com hiperligação
Facebook	20/jan	vídeo	publicidade	25	1		26		com hiperligação
Facebook	19/jan	imagem	publicidade	32			32		com hiperligação
Facebook	18/jan	imagem	publicidade	32	2		34		com hiperligação
Facebook	18/jan	imagem	publicidade	41	1		42		
Facebook	17/jan	vídeo	publicidade	35	1		36		com hiperligação
Facebook	16/jan	imagem	publicidade	85	3		88		com hiperligação
Facebook	15/jan	imagem	publicidade	70	1		71		
Facebook	14/jan	vídeo	publicidade	36	1		37		com hiperligação
Facebook	13/jan	imagem	publicidade	683	9	2	694		com hiperligação
Facebook	12/jan	vídeo	publicidade	279	5	3	287	#ModoSaldc	com hiperligação
Facebook	12/jan	imagem	publicidade	30	2		32		com hiperligação
Facebook	11/jan	imagem	publicidade	130	2	9	141	#Galaxt521F	com hiperligação
Facebook	11/jan	imagem	publicidade	13			13		com hiperligação
Facebook	10/jan	vídeo	publicidade	101	3		104		com hiperligação
Facebook	09/jan	imagem	Publicidade	42	1		43		

Tabela 14 - Análise publicações El Corte Inglés (pt. 5)

Facebook	08/jan	imagem	Publicidade	1100	12	7	**1119**	com hiperligação		
Facebook	07/jan	vídeo	Publicidade	18			18	com hiperligação		
Facebook	06/jan	imagem	Publicidade	293	6		**299**	hiperligaçã		
Facebook	06/jan	imagem	Publicidade	55			55	com hiperligação		
Facebook	04/jan	vídeo	Publicidade	30	4	4	38	com hiperligação		
Facebook	03/jan	imagem	Publicidade	1800	12	25	**1837**	com hiperligação		
Facebook	02/jan	imagem	Publicidade	62	1		63	com hiperligação		
Facebook	01/jan	imagem	Publicidade	56	3	5	64	com hiperligação		
Facebook	01/jan	vídeo	Dia comemc	75	2	5	82			
LinkedIn	jun/22	Notícia	Responsabili	54	3	1	58	#responsabilidadeambien	14	https://www
LinkedIn	jun/22	imagem	RH	39	1		40	#mobilidadeinterna #recursoshumanos		https://www
LinkedIn	jun/22	imagem	Educação	13			13	#educação #elcorteingles	4	https://www
LinkedIn	jun/22	imagem	RH	42	7	1	50	#elcorteingle com hiperligação		https://www
LinkedIn	jun/22	imagem	publicidade	218	4	2	**224**	#produtosportugueses #açores #elcorteinglespt		
LinkedIn	jun/22	imagem	Patrocínio	63	1	1	65	#patrocinador #elcorteinglespt		
LinkedIn	jun/22	vídeo	Responsabili	43	5		48	#diversidadeeinclusao #el 8 (diversidad		https://www
LinkedIn	jun/22	imagem	Dia comemc	111	5	6	122	#redessociais #elcorteinglespt		
LinkedIn	jun/22	vídeo	Dia Comemc	356	22	9	**387**	#orgulholgbtqia #pridemc	10	https://www
LinkedIn	jun/22	imagem	RH	69	3	2	74	#elcorteinglespt #estagio		
LinkedIn	jun/22	imagem	RH	33	2	1	36	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Notícia	Prémio	140	8	9	**157**	com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	imagem	RH	59	9	1	69	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	imagem	Responsabili	80	7	1	88	#elcorteinglespt #inclusãc	10	https://www
LinkedIn	jun/22	Notícia	Prémio	92	1	8	101	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	imagem	rH	57	2	1	60	#recrutamer com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	vídeo	rh	86	7	2	95	com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Notícia	publicidade	156	7		**163**	#nacional #marcasportuguesas		
LinkedIn	jun/22	imagem	rh	46	13	1	60	com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	imagem	Comunicado	249	7	2	**258**	#elcorteinglespt #relatóriodecontas #comunicado		
LinkedIn	jun/22	Notícia	Patrocínio	27			27	com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Notícia	rh	141	20	2	**163**	#retail #vagi com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	45	20	3	68	com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	Notícia	publicidade	15	2		17	com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	45	11	1	57	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	Patrocínio	34	3		37	#elcorteinglespt #ReadingSummit		
LinkedIn	mai/22	imagem	Dia comemc	124	7		131	#elcorteinglespt #sustenti	17	https://www
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	27	3	1	31	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	Responsabili	72	5		77	#elcorteinglespt #canalét	8	https://www
LinkedIn	mai/22	imagem	Dia comemc	32	2		34	#elcorteinglespt #diadacriança		
LinkedIn	mai/22	imagem	Patrocínio	25	1		26	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	60	14	2	76	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	Educação	86	5		91	#elcorteinglespt #educaçi	4	
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	52	9	3	64	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	Notícia	rh	125	29		**154**	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	Responsabili	40	4		44	#elcorteingle com hiperlig	1	https://www
LinkedIn	mai/22	vídeo	rh	176	15		**191**	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	Notícia	Publicidade	54	3		57	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	Dia comemc	67	4	1	72	#elcorteinglespt #diversid	10	https://www
LinkedIn	mai/22	imagem	Publicidade	30	2		32	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	77	16		93	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	vídeo	Aniversário	169	15	6	**190**	#elcorteinglespt #aniversario		
LinkedIn	mai/22	imagem	rh	85	2		87	#elcorteinglespt #mobilidadeinterna		
LinkedIn	mai/22	Notícia	Responsabili	117	10		127	#elcorteingle com hiperlig	4	https://www
LinkedIn	abr/22	Notícia	Responsabili	293	12	10	**315**	#elcorteingle com hiperlig 8 e 10		https://www
LinkedIn	abr/22	imagem	Responsabili	86	2		88	#elcorteinglespt #respons 12 e 13		https://www
LinkedIn	abr/22	vídeo	rh	191	39	6	**236**	#elcorteingle com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	20		1	21	#elcorteinglespt #decor		
LinkedIn	abr/22	imagem	Publicidade	36			36	#elcorteinglespt #portugalfashion		

Tabela 15 - Análise publicações El Corte Inglés (pt. 6)

LinkedIn	abr/22	imagem	Responsabili	82	2		84	#elcorteinglc	com hiperlig	16 https://www
LinkedIn	abr/22	imagem	Dia comemo	83	1	1	85	#elcorteinglespt	#DiaMundialdaLinguaPortuguesa	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	64	3		67	#elcorteinglespt	#emidiotucci	
LinkedIn	abr/22	imagem	rh	32	4		36	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	imagem	Publicidade	34	5		39	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	imagem	Publicidade	164	8	3	**175**	#elcorteinglespt	#marcasportuguesas	
LinkedIn	abr/22	Notícia	parceria	23			23	#elcorteinglc	com hiperlig 8 e 10	
LinkedIn	abr/22	imagem	RH	118	6	4	128	#elcorteinglespt	#dianacionaldaprevençãoeseguran	
LinkedIn	abr/22	Notícia	parceria	97		1	98	#elcorteinglespt	#jornadamundialdajuventude	
LinkedIn	abr/22	imagem	Dia comemo	131	11	1	143	#elcorteinglespt	#diadodesign	
LinkedIn	abr/22	imagem	Responsabili	41	4	1	46	#elcorteinglespt	#diversid	10 https://www
LinkedIn	abr/22	imagem	rh	53	4		57		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	imagem	rh	598	13	12	**623**	#elcorteinglespt	#inclusãc	10 https://www
LinkedIn	abr/22	imagem	rh	98	1	1	100	#elcorteinglespt	#mobilidadeinterna	
LinkedIn	abr/22	imagem	Responsabili	61			61	#elcorteinglespt	#sustenti	12 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	responsabili	73	5		78	#elcorteinglc	com hiperlig 1 e 17	https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Educação	92	8		100	#elcorteinglespt	#educaçi	4 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Publicidade	191	3	4	**198**	#elcorteinglespt	#portugalfashion	
LinkedIn	mar/22	imagem	parceria	42			42	#elcorteinglespt	#parceria #pastelaria	
LinkedIn	mar/22	imagem	Dia comemo	62	2		64	#elcorteinglespt	#DiaMun	3 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	41	5		46	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	31	2		33		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	vídeo	Publicidade	69	6		75	#elcorteingles	#jáéprimavera	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	23	8	1	32	#elcoteingle	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	65	3		68	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	25			25	#elcorteinglespt	#respons	17 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	60			60	#elcorteinglc	com hiperlig	16 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	27	7	1	35		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	Educação	138	1		139	#elcorteinglespt	#educaçi	4 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	25	5		30	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	91	2		93	#elcorteinglespt	#mobilidadeinterna	
LinkedIn	mar/22	Notícia	Publicidade	186	8	1	**195**	#elcorteinglc	com hiperlig	12 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	gestão	51			51	#elcorteingles	#elcorteinglespt	
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	32	3		35	#elcorteinglespt	#inclusãc 10 e 17	https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	67	4		71	#elcorteinglespt	#horadoj	11 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	39	2		41	#elcorteinglespt	#sustenti 11 e 13	https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Educação	85	3	3	91	#elcorteingles	#educação	4 https://www
LinkedIn	mar/22	vídeo	Publicidade	66	7	1	74	#elcorteinglc	com hiperlig	13 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	42	4		46	#elcorteinglc	com hiperlig	17 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	40	4	1	45	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	Educação	157	5		**162**	#elcorteinglespt	#transfor	4 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	86	4		90	#elcorteinglespt	#diadasfl	15 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	Dia comemo	193	5		**198**	#elcorteinglespt	#inclusãc	10 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	42	2		44		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	165	2	3	**170**	#elcorteinglespt	#portugalfashion	
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	69	1		70	#elcorteinglespt	#sustenti	12 https://www
LinkedIn	mar/22	imagem	parceria	286	8		**294**	#elcorteinglespt	#moda	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	36	3		39	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	76	6		82	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	97	3		100	#elcorteinglespt	#recursoshumanos	
LinkedIn	mar/22	imagem	Educação	55		1	56	#elcorteinglespt	#educaçi	4 https://www
LinkedIn	mar/22	vídeo	Dia comemo	132	7		139	#elcorteinglespt	#DiaInternacionaldaMulher	
LinkedIn	mar/22	imagem	Dia comemo	241	7	2	**250**	#elcorteinglespt	#diadamulher #paz	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	54	8	2	64	#elcorteinglc	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	Educação	140	3		143	#elcorteinglespt	#educação	
LinkedIn	mar/22	imagem	rh	106	4		110	#elcorteinglespt	#recursoshumanos	
LinkedIn	mar/22	imagem	Responsabili	146	1		147	#elcorteinglespt	#inclusãc	10 https://www
LinkedIn	fev/22	vídeo	rh	112	27	1	140		com hiperligação	

Tabela 16 - Análise publicações El Corte Inglés (pt. 7)

LinkedIn	fev/22	imagem	Dia comemo	90	7	1	98	#elcorteinglespt #inclusãc	10	https://www
LinkedIn	fev/22	Notícia	rh	105	2		107	#elcorteingl com hiperlig	4	https://www
LinkedIn	fev/22	imagem	Responsabili	93	3	2	98	#elcorteinglespt #sustent	12	https://www
LinkedIn	fev/22	imagem	Publicidade	37	3		40	com hiperligação		
LinkedIn	fev/22	imagem	Dia comemo	123	12	2	137	#elcorteinglespt #inclusãc	10	https://www
LinkedIn	fev/22	imagem	Responsabili	52	1		53	#elcorteinglespt #educaçã 4, 10 e 17		https://www
LinkedIn	fev/22	vídeo	rh	172	3	5	**180**	#elcorteinglespt #educaçã	4	https://www
LinkedIn	fev/22	imagem	Responsabili	100	2	1	103	#elcorteinglespt #respons 4 e 17		https://www
LinkedIn	fev/22	Notícia	Publicidade	145	6	1	**152**	#elcorteingl com hiperlig	17	https://www
LinkedIn	fev/22	Notícia	rh	241	17	9	**267**	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	fev/22	imagem	Publicidade	128	17		145	#elcorteingl com hiperlig	17	https://www
LinkedIn	fev/22	imagem	rh	63	5		68	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	fev/22	imagem	Responsabili	100	5		105	#elcorteinglespt #inclusac 10 e 17		https://www
LinkedIn	fev/22	imagem	rh	142	1	1	144	#elcorteinglespt #recursoshumanos		
LinkedIn	fev/22	vídeo	rh	241	35	3	**279**	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	vídeo	Dia comemo	78	2		80	#elcorteinglespt #anonovochines		
LinkedIn	jan/22	imagem	parceria	99	7	1	107	#elcorteinglespt #inclusac	17	https://www
LinkedIn	jan/22	Notícia	Responsabili	137	5	3	145	#elcorteingl com hiperlig 10 e 17		https://www
LinkedIn	jan/22	imagem	Responsabili	89	3	1	93	#elcorteinglespt #respons	11	https://www
LinkedIn	jan/22	vídeo	Dia comemo	162	15	9	**186**	#educação #recursoshum	4	https://www
LinkedIn	jan/22	imagem	rh	37	4		41	#elcorteinglespt #recursoshumanos		
LinkedIn	jan/22	imagem	rh	207	2	2	**211**	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	Notícia	Responsabili	252	3	1	**256**	#elcorteinglespt #respons	17	https://www
LinkedIn	jan/22	imagem	Dia comemo	148	3	1	**152**	#elcorteinglespt #recursoshumanos		
LinkedIn	jan/22	vídeo	rh	139	2	2	143	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	Notícia	Responsabili	272	16	10	**298**	#elcorteingl com hiperlig	10	https://www
LinkedIn	jan/22	Notícia	Dia comemo	174	7	1	**182**	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	imagem	Dia comemo	159	1	1	**161**	#elcorteinglespt #recursoshumanos		
LinkedIn	jan/22	Notícia	Responsabili	461	7	5	**473**	#elcorteingl com hiperlig	4	https://www
LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	34		1	35	#elcorteingl com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	imagem	rh	110	4	4	118	com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	Notícia	Responsabili	91	5		96	#elcorteingl com hiperlig	10	https://www
LinkedIn	jan/22	vídeo	Dia comemo	162	14	1	**177**	#elcorteinglespt		
Instagram	jan/22	imagem	Publicidade	119			119	#elcorteinglespt #moda #inverno		
Instagram	02/01/2022	imagem	Publicidade	2575		3	**2578**	#saldos #decoração #decoraçãodeinteriores		
Instagram	03/01/2022	imagem	Publicidade	107			107	#desporto #ciclismo #2022		
Instagram	04/01/2022	imagem	Publicidade	2564			**2564**	#moda #look #saldos		
Instagram	05/01/2022	imagem	Publicidade	145			145	#moda #kids #saldos		
Instagram	06/01/2022	imagem	Publicidade	217		1	**218**			
Instagram	07/01/2022	imagem	Publicidade	292			**292**	#sapataria #botas #saldos		
Instagram	08/01/2022	imagem	Publicidade	240		2	**242**	#decoração #decoraçãodeinteriores #saldos		
Instagram	09/01/2022	imagem	Publicidade	111		3	114			
Instagram	10/01/2022	imagem	Publicidade	165		1	**166**	#moda #saldos #looks		
Instagram	11/01/2022	imagem	Publicidade	358		3	**361**	#decoração #decoraçãodeinteriores #saldos		
Instagram	12/jan	vídeo	Publicidade	400		2	**402**	#moda #looks #saldos		
Instagram	13/jan	imagem	Publicidade	88			88	#ModoSaldos #moda #look #saldos		
Instagram	14/jan	imagem	Publicidade	219		4	**223**			
Instagram	15/jan	imagem	Publicidade	224		3	**227**	#decoração #decoraçãodeinteriores #saldos		
Instagram	16/jan	imagem	Publicidade	247		1	**248**	#baby #bebé #kids		
Instagram	17/jan	vídeo	Publicidade	201		1	**202**			
Instagram	18/jan	imagem	Publicidade	148		2	**150**	#moda #chiaraferragni #looks		
Instagram	19/jan	vídeo	Publicidade	403		5	**408**	#appelcorteingles #app		
Instagram	20/jan	vídeo	Publicidade	169		2	**171**	#makeup #maquilhagem #saldos		
Instagram	21/jan	imagem	Publicidade	348			**348**	#moda #looks #saldos		
Instagram	22/jan	imagem	Publicidade	2336		1	**2337**	#desporto #saldos		
Instagram	23/jan	imagem	Publicidade	199			**199**	#decoração #decoraçãodeinteriores #saldos		
Instagram	24/jan	imagem	Publicidade	212		2	**214**	#modainfantil #kids #saldos		
Instagram	25/jan	imagem	Publicidade	147		1	148	#desporto #fitness #looks		

Tabela 17 - Análise publicações El Corte Inglés (pt. 8)

Instagram	26/jan	imagem	Publicidade	113		113	#moda #looks #saldos
Instagram	27/jan	vídeo	Publicidade	4906	2	4908	#appelcorteingles #app
Instagram	28/jan	imagem	Publicidade	380	1	381	#decoração #decoraçãodeinteriores #saldos
Instagram	29/jan	imagem	Publicidade	258	4	262	#eletrodomesticos #descontos
Instagram	30/jan	imagem	Publicidade	692		692	#modainfantil #kids #saldos
Instagram	31/jan	imagem	Publicidade	98		98	#marcasportuguesas #montraportuguesa #bebes
Instagram	01/fev	imagem	Publicidade	88		88	#papelaria #saldos
Instagram	02/fev	imagem	Publicidade	335	3	338	#modainfantil #kids #saldos
Instagram	03/fev	imagem	Publicidade	127		127	#decoração #decoraçãodeinteriores #descontos
Instagram	04/fev	vídeo	Publicidade	142	2	144	#minievo #instax #fotografiaeci
Instagram	04/fev	imagem	Publicidade	195	2	197	#novacoleção #primavera #looks
Instagram	05/fev	imagem	Publicidade	114	1	115	#neve #snowboard #ski
Instagram	06/fev	imagem	Publicidade	105		105	#moda #looks #saldos
Instagram	07/fev	vídeo	Publicidade	185		185	#decoração #decoraçãodeinteriores #descontos
Instagram	08/fev	imagem	Publicidade	352		352	#huaweip50pro #huaweip50pocket #tecnologia
Instagram	09/fev	imagem	Publicidade	217	3	220	#modainfantil #kids #veja
Instagram	10/fev	vídeo	Publicidade	596	3	599	#app #appelcorteingles
Instagram	11/fev	imagem	Publicidade	282	4	286	#diadosnam com hiperligação
Instagram	12/fev	imagem	Publicidade	1704	4	1708	#decoração #decoraçãodeinteriores
Instagram	13/fev	imagem	Publicidade	3109	26	3135	#animais #caes #gatos
Instagram	14/fev	imagem	Publicidade	152		152	#diadosnamorados
Instagram	15/fev	vídeo	Publicidade	1572	8	1580	#descanso #sonho#colchao
Instagram	16/fev	imagem	Publicidade	72	1	73	#theshop #presentesoriginais
Instagram	17/fev	imagem	Publicidade	674	1	675	#artesanato #handmade #feiraartesanato
Instagram	18/fev	imagem	Publicidade	1167	1	1168	#novacoleção #modahomem #primavera
Instagram	19/fev	imagem	Publicidade	143	1	144	#neve #férias #snowboard #ski
Instagram	20/fev	imagem	Publicidade	107		107	#desporto #fitness
Instagram	21/fev	imagem	Publicidade	3156	1	3157	#novacoleção #modainfantil #kids
Instagram	22/fev	vídeo	Publicidade	168	3	171	#app #appel com hiperligação
Instagram	23/fev	imagem	Publicidade	242	1	243	#cafe #decoração
Instagram	24/fev	imagem	Publicidade	171		171	#artesanato #handmade #feiraartesanato
Instagram	25/fev	imagem	Publicidade	129	3	132	#avances #moda #novacoleçao
Instagram	26/fev	imagem	Publicidade	68		68	#livros #leitura
Instagram	27/fev	imagem	Publicidade	115		115	#decoração #decoraçãodeinteriores #saldos
Instagram	28/fev	vídeo	Publicidade	151		151	#tenis #snea com hiperligação
Instagram	01/mar	vídeo	Publicidade	1431	11	1442	#moda #gap com hiperligação
Instagram	02/mar	imagem	Publicidade	131	5	136	#moda #inverno
Instagram	04/mar	imagem	Publicidade	103		103	#novacoleção #moda #primavera
Instagram	05/mar	vídeo	Publicidade	273	4	277	#clarins #My com hiperligação
Instagram	06/mar	vídeo	Publicidade	530	11	541	#Galaxy522 i com hiperligação
Instagram	07/mar	imagem	Publicidade	7351	14	7365	#aniamis #gatos #caes
Instagram	08/mar	imagem	Dia comemc	895	10	905	ODS 10 e 16 https://www
Instagram	09/mar	vídeo	Publicidade	98	4	102	#novacoleção #looks #primavera
Instagram	10/mar	vídeo	Publicidade	82	2	84	#treinos #de com hiperligação
Instagram	10/mar	imagem	Publicidade	114		114	#diadopai #presentes
Instagram	11/mar	vídeo	Publicidade	358	1	359	#galaxytab # com hiperligação
Instagram	12/mar	imagem	Publicidade	2159	1	2160	#bebé #puericultura
Instagram	13/mar	imagem	Publicidade	2008	5	2013	#novacoleção #moda #looks
Instagram	14/mar	imagem	Publicidade	177		177	#decoração #decoraçãodeinteriores #primavera
Instagram	16/mar	imagem	Publicidade	88		88	#modasustentavel #sustentabilidade #buyconsciou
Instagram	17/mar	imagem	Publicidade	142		142	#desporto
Instagram	18/mar	vídeo	Publicidade	87	1	88	#eletrodom com hiperligação
Instagram	19/mar	imagem	Dia comemc	103		103	#diadopai
Instagram	19/mar	vídeo	Publicidade	135	7	142	#elcorteingl com hiperligação
Instagram	20/mar	imagem	Publicidade	2422	5	2427	#primavera #novacoleção
Instagram	20/mar	vídeo	Publicidade	128	11	139	#elcorteingl com hiperligação
Instagram	21/mar	imagem	Publicidade	97	7	104	#diadasflorestas #sustentabilidade
Instagram	22/mar	imagem	Publicidade	294		294	#decoração #decoraçãodeinteriores #novacoleção

Tabela 18 - Análise publicações El CorteInglés (pt. 9)

Instagram	23/mar	imagem	responsabilic	103	2	105	com hiperlig ODS 1 https://www
Instagram	23/mar	vídeo	Publicidade	166	1	167	#montraportuguesa #produtosportugueses #portug
Instagram	24/mar	vídeo	Publicidade	204	1	205	#novacoleção #acessórios #malas
Instagram	25/mar	imagem	Publicidade	1799	2	1801	#vidaaoarlivre #decoração #decoraçãodeexteriore
Instagram	26/mar	imagem	Publicidade	263	5	268	#novacoleçã com hiperligação
Instagram	27/mar	imagem	Publicidade	194	2	196	#novacoleção #decoração #decoraçãodeinteriores
Instagram	28/mar	imagem	Publicidade	2724	1	2725	#bicicleta #desporto #primavera
Instagram	29/mar	imagem	Publicidade	148	1	149	#novacoleção #looks #primavera
Instagram	30/mar	vídeo	Publicidade	58		58	#montraport com hiperligação
Instagram	31/mar	imagem	Publicidade	1191	6	1197	#modainfantil #look #primavera
Instagram	01/abr	imagem	Publicidade	176	2	178	#decoração #decoraçãodeinteriores
Instagram	02/abr	imagem	Publicidade	76	1	77	#livros #leitura #livrosinfantis
Instagram	03/abr	imagem	Publicidade	3075	9	3084	#animais #animaisdeestimaçao
Instagram	04/abr	imagem	Publicidade	123	3	126	#decoração #arlivre
Instagram	05/abr	vídeo	Publicidade	157	2	159	#novacoleção #primavera #moda
Instagram	06/abr	vídeo	Publicidade	220	5	225	#animais #ar com hiperligação
Instagram	07/abr	imagem	Publicidade	165	3	168	#portugalfashion #diogomiranda #pedechumbo #sc
Instagram	08/abr	imagem	Publicidade	144	1	145	#portugalfashion #novacoleçao #look
Instagram	08/abr	vídeo	Publicidade	91		91	#montraportuguesa #produtosportugueses #moda
Instagram	09/abr	imagem	Publicidade	636	4	640	#DKNYDoYo com hiperligação
Instagram	10/abr	imagem	Publicidade	2529	2	2531	#decoração #decoraçãodeinteriores #primavera
Instagram	11/abr	imagem	Publicidade	2821	2	2823	#decoração #arlivre
Instagram	12/abr	vídeo	Publicidade	1194		1194	#modainfantil #kids #look
Instagram	13/abr	vídeo	Publicidade	2153		2153	#receitas #p com hiperligação
Instagram	13/abr	imagem	Publicidade	2549	2	2551	#novacoleção #moda #look
Instagram	14/abr	imagem	Publicidade	2766	3	2769	#southerncotton #moda #look #primavera
Instagram	15/abr	imagem	Publicidade	225	1	226	#sustentabilidade #diadaterra
Instagram	16/abr	imagem	Publicidade	188		188	#decoração #decoraçãodeinteriores #primavera
Instagram	17/abr	imagem	Publicidade	1398		1398	#moda #look #sfera
Instagram	18/abr	imagem	Publicidade	375		375	#DKNYDoYo com hiperligação
Instagram	19/abr	vídeo	Publicidade	158	17	175	#moda #look #novacoleção
Instagram	19/abr	imagem	Publicidade	123	2	125	#SothebysPortugal #SothebyRealty #elcorteinglespt
Instagram	20/abr	imagem	Publicidade	106	1	107	#decoração #decoraçãodeinteriores #papeldepare
Instagram	21/abr	vídeo	Publicidade	75		75	#acessorios #moda #novacoleção
Instagram	21/abr	vídeo	Publicidade	87		87	#diadamae #mae
Instagram	22/abr	imagem	Publicidade	173		173	#moda #looks #novacoleção
Instagram	23/abr	vídeo	Publicidade	123	1	124	#montraportuguesa #produtosportugueses #decora
Instagram	25/abr	imagem	Publicidade	424	1	425	#DKNYDoYo com hiperligação
Instagram	25/abr	imagem	Publicidade	132	2	134	#modainfantil #cerimonias
Instagram	26/abr	vídeo	Publicidade	269	3	272	#moda #lool com hiperligação
Instagram	26/abr	imagem	Publicidade	86		86	#diadamae #mae #sportymom
Instagram	27/abr	imagem	Publicidade	293	1	294	#decora #decoração #decoraçãodeinteriores
Instagram	28/abr	vídeo	Publicidade	179	1	180	#Lloyds #moda #look #novacoleção
Instagram	28/abr	imagem	Publicidade	90		90	#vidaarlivre #decoração #decoraçaodeexteriores
Instagram	29/abr	imagem	Publicidade	148	1	149	#moda #look #novacoleção
Instagram	29/abr	imagem	Publicidade	2657	3	2660	#modabanho #novacoleção #look
Instagram	30/abr	vídeo	Publicidade	85	1	86	#diadamae #app #appelcorteingles
Instagram	01/mai	imagem	Dia Comemc	107	3	110	#diadamae #mae
Instagram	02/mai	vídeo	Publicidade	164	4	168	#moda #nov com hiperligação
Instagram	03/mai	imagem	Publicidade	178	1	179	#Coconut #moda #modainfantil #kids
Instagram	05/mai	vídeo	Publicidade	461	7	468	#elcorteingl com hiperligação
Instagram	05/mai	imagem	Publicidade	3190	2	3192	#moda #novacoleção #primavera
Instagram	06/mai	imagem	Publicidade	218	2	220	#modabanho #bikini #praia #piscina
Instagram	07/mai	imagem	Publicidade	138	2	140	#animais #cão #gato
Instagram	08/mai	vídeo	Publicidade	713		713	#modahome com hiperligação
Instagram	09/mai	imagem	Publicidade	2604	2	2606	#vidaarlivre #decoração
Instagram	10/mai	vídeo	Publicidade	59		59	#modainfantil #look #primavera #kids
Instagram	11/mai	imagem	Publicidade	110		110	#acessorios #noc«vacoleção #moda

Tabela 19 - Análise publicações El Corte Inglés (pt.10)

Instagram	12/mai	imagem	Publicidade	105		105	
Instagram	13/mai	vídeo	Publicidade	244		244	#havaianas # com hiperligação
Instagram	14/mai	vídeo	Publicidade	45		45	#montraportuguesa #espaçosaude #produtosport
Instagram	15/mai	vídeo	Publicidade	188		188	#modahome com hiperligação
Instagram	16/mai	imagem	Publicidade	1015	2	1017	#modainfantil #coconut #look
Instagram	17/mai	imagem	Publicidade	181	1	182	#southerncotton #moda #novacoleção #look
Instagram	18/mai	vídeo	Publicidade	65		65	#ThePoloShi com hiperligação
Instagram	19/mai	imagem	Publicidade	2333	1	2334	#decoração #decoraçãodeinteriores
Instagram	20/mai	vídeo	Publicidade	170	1	171	#modabanho #praia #verao
Instagram	21/mai	vídeo	Publicidade	76		76	#moda #nov com hiperligação
Instagram	22/mai	imagem	Publicidade	2265		2265	#moda #novacoleção #primavera #lloyds
Instagram	23/mai	imagem	Publicidade	234		234	#thepoloshir com hiperligação
Instagram	24/mai	imagem	Publicidade	96		96	#decoração #vidaarlivre
Instagram	25/mai	imagem	Publicidade	153	1	154	#moda #novacoleção #verao
Instagram	26/mai	vídeo	Publicidade	99		99	#thepoloshir com hiperligação
Instagram	27/mai	vídeo	Publicidade	131		131	#modabanho #praia #verao
Instagram	28/mai	imagem	Publicidade	138		138	#decoraçao #decoraçaodeinteriores #decora
Instagram	29/mai	vídeo	Publicidade	425	1	426	#moda #nov com hiperligação
Instagram	30/mai	vídeo	Publicidade	89		89	#montraportuguesa #produtosportugueses
Instagram	31/mai	imagem	Publicidade	2073		2073	#decorstudio #decoração #decoraçãodeinteriores
Instagram	01/jun	imagem	Publicidade	1210		1210	#Diadacriança #criança #kid
Instagram	02/jun	vídeo	Publicidade	1058		1058	#modahome com hiperligação
Instagram	03/jun	vídeo	Publicidade	434		434	#eletrodome com hiperligação
Instagram	04/jun	imagem	Publicidade	1684	1	1685	#decoraçao #decoraçaodeinteriores #decoraeci
Instagram	05/jun	imagem	Publicidade	901	2	903	#modainfantil #kids #verao
Instagram	06/jun	imagem	Publicidade	2723	1	2724	#moda #novacoleçao #verao #greencoast
Instagram	07/jun	imagem	Publicidade	76	1	77	#solares #sol #verao
Instagram	08/jun	vídeo	Publicidade	135		135	#joaoaprova com hiperligação
Instagram	09/jun	imagem	Publicidade	87		87	#piquenique #decoração #supermecadoeci
Instagram	10/jun	imagem	Publicidade	85	1	86	#decoração #arlivre
Instagram	11/jun	vídeo	Publicidade	104	1	105	#modabanho #verao
Instagram	12/jun	vídeo	Publicidade	74	3	77	#montraport com hiperligação
Instagram	13/jun	imagem	Publicidade	82		82	#modabanho #novacoleçao #verao
Instagram	14/jun	imagem	Publicidade	2104	7	2111	#animais #cão #gato
Instagram	15/jun	imagem	Publicidade	1083	12	1095	#havaianasn com hiperligação
Instagram	16/jun	vídeo	Publicidade	2735	9	2744	#moda #lool com hiperligação
Instagram	17/jun	imagem	Publicidade	2137	1	2138	
Instagram	18/jun	imagem	Publicidade	214	1	215	#piquenique #elcorteinglespt
Instagram	19/jun	imagem	Publicidade	3174	2	3176	
Instagram	20/jun	vídeo	Publicidade	105		105	#montraportuguesa #produtosportugueses #costa
Instagram	21/jun	vídeo	Publicidade	256	1	257	#moda #nov com hiperligação
Instagram	22/jun	vídeo	Publicidade	167	3	170	#saldos #primavera #verao #elcorteinglespt
Instagram	23/jun	vídeo	Publicidade	244		244	#arrumação com hiperligação
Instagram	24/jun	imagem	Publicidade	315	2	317	#saldos #saldoseci #elcorteinglespt
Instagram	25/jun	imagem	Publicidade	187	5	192	#sapataria #sandálias #elcorteinglespt
Instagram	27/jun	imagem	Publicidade	347	7	354	#inspiredpv22 #elcorteinglespt
Instagram	28/jun	imagem	Publicidade	304	4	308	#modabanhoeci #inspiredpv22 #elcorteinglespt
Instagram	29/jun	vídeo	Publicidade	71	1	72	#app #appelcorteinglespt #elcorteinglespt
Instagram	30/jun	imagem	Publicidade	199		199	#desporto #inspiredpv22 #elcorteinglespt

Tabela 20 - Análise publicações El Corte Inglés (pt. 11)

Anexo II - Análise das publicações do Santander (Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022)

				Interação							
Rede soc	Data	o de publ	Área	gostos	partilhar	comentár	Total	Hashtag	S/Comer	Link	ODS
Facebook	30/jun	vídeo	Prémio Acad	28	5		33				
Facebook	29/jun	imagem	Parceria	7			7		com hiperligação		
Facebook	28/jun	vídeo	Responsabili	12		6	18	#BeYourself #pride2022		https://fb.w	10
Facebook	27/jun	imagem	Publicidade	15	1		16		com hiperligação		
Facebook	26/jun	notícia	Promoção d	11			11				
Facebook	25/jun	imagem	Publicidade	6			6		com hiperligação		
Facebook	24/jun	vídeo	Publicidade	13	1		14		com hiperligação		
Facebook	23/jun	imagem	Patrocínio	12	2		14				
Facebook	22/jun	notícia	Publicidade	10	1		11		com hiperligação		
Facebook	21/jun	imagem	Responsabili	637	7	378	1022			https://www	10
Facebook	20/jun	notícia	Promoção d	5	1	6	12		com hiperligação		4
Facebook	18/jun	notícia	Promoção d	8	1		9		com hiperligação		
Facebook	17/jun	notícia	Publicidade	8			8		com hiperligação		
Facebook	16/jun	vídeo	Publicidade	9			9		com hiperligação		
Facebook	15/jun	vídeo	Patrocínio	17			17	#LEC #LLA #I	com hiperligação		
Facebook	15/jun	notícia	promoção d	4			4		com hiperligação		
Facebook	14/jun	vídeo	Prémio Acad	1	2		3				
Facebook	13/jun	vídeo	Publicidade	15		3	18		com hiperligação		
Facebook	12/jun	notícia	Publicidade	7		3	10		com hiperligação		
Facebook	11/jun	notícia	Promoção d	9			9		com hiperligação		
Facebook	10/jun	imagem	Dia Comemc	31			31	#DiadePortugal			
Facebook	09/jun	vídeo	Prémio Acad	16			16				
Facebook	08/jun	notícia	Promoção d	11			11		com hiperligação		
Facebook	07/jun	notícia	Publicidade	15			15		com hiperligação		
Facebook	07/jun	imagem	Publicidade	40	5		45	#Gondimil #MedronhoseCanela #Nutrigenetic #Ribe			
Facebook	06/jun	vídeo	Prémio Acad	22	1		23		com hiperligação		
Facebook	05/jun	vídeo	Responsabili	22	1		23	#ForTheRigh	com hiperlig	https://fb.w	15
Facebook	04/jun	imagem	Parceria	8			8				
Facebook	04/jun	notícia	Promoção d	9		2	11				
Facebook	03/jun	notícia	Publicidade	11			11		com hiperligação		
Facebook	03/jun	vídeo	Parceria	22	2		24		com hiperligação		
Facebook	02/jun	vídeo	Prémio Acad	26	6	9	41		com hiperligação		
Facebook	01/jun	notícia	Promoção d	5		3	8		com hiperligação		
Facebook	01/jun	notícia	Promoção d	9	1	5	15		com hiperligação		
Facebook	01/jun	notícia	Promoção d	6			6		com hiperligação		
Facebook	31/mai	notícia	promoção d	8			8		com hiperligação		
Facebook	31/mai	vídeo	Prémio Acad	61	9	14	**84**		com hiperligação		
Facebook	30/mai	imagem	Parceria	7			7		com hiperligação		
Facebook	30/mai	notícia	Publicidade	3			3		com hiperligação		
Facebook	29/mai	vídeo	Publicidade	17	1	5	23		com hiperligação		
Facebook	27/mai	notícia	Publicidade	11	1		12		com hiperligação		
Facebook	26/mai	notícia	Promoção d	10	2		12		com hiperligação		
Facebook	25/mai	notícia	Publicidade	12			12		com hiperligação		
Facebook	24/mai	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação		
Facebook	23/mai	vídeo	Alerta	47	19		**66**		com hiperligação		
Facebook	22/mai	notícia	Promoção d	13		1	14		com hiperligação		
Facebook	21/mai	imagem	Prémio Acad	9	10		19		com hiperligação		
Facebook	20/mai	notícia	Promoção d	16	1		17		com hiperligação		
Facebook	19/mai	vídeo	Publicidade	12			12		com hiperligação		
Facebook	18/mai	vídeo	Programa	12	2	2	16		com hiperligação		
Facebook	17/mai	imagem	Dia Comemc	4			4		com hiperligação		
Facebook	16/mai	notícia	Promoção d	29	3		32		com hiperligação		
Facebook	15/mai	notícia	Promoção d	12			12	#Salto	com hiperligação		
Facebook	14/mai	notícia	Prémio Acad	8			8		com hiperligação		
Facebook	13/mai	imagem	Responsabili	13	4		17		com hiperlig	https://www	10 e 16
Facebook	13/mai	notícia	Promoção d	12			12		com hiperligação		

Tabela 21 - Análise publicações Santander (pt.1)

Facebook	12/mai	imagem	Prémio Acad	10			10		com hiperligação	
Facebook	11/mai	notícia	Promoção d	10	1		11		com hiperligação	
Facebook	10/mai	notícia	Promoção d	12	3		15		com hiperligação	
Facebook	09/mai	notícia	Promoção d	6	4		10		com hiperligação	
Facebook	08/mai	notícia	Publicidade	4			4		com hiperligação	
Facebook	08/mai	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	07/mai	notícia	parceria	8			8		com hiperligação	
Facebook	06/mai	notícia	Promoção d	14	2		16		com hiperligação	
Facebook	05/mai	notícia	Promoção d	3			3		com hiperligação	
Facebook	04/mai	imagem	Prémio Acad	4			4		com hiperligação	
Facebook	03/mai	notícia	Promoção d	7	1		8		com hiperligação	
Facebook	02/mai	notícia	Publicidade	20			20		com hiperligação	
Facebook	01/mai	notícia	Promoção d	8	1	3	12		com hiperligação	
Facebook	01/mai	imagem	Dia Comemc	83	7	1	**91**	#DiadaMãe		
Facebook	30/abr	vídeo	Promoção d	10			10	#Ciberdicas		
Facebook	29/abr	notícia	Promoção d	16	1		17		com hiperligação	
Facebook	28/abr	notícia	Publicidade	7			7		com hiperligação	
Facebook	27/abr	notícia	Promoção d	7	2		9		com hiperligação	
Facebook	26/abr	imagem	Publicidade	51	4	1	**56**		com hiperligação	
Facebook	26/abr	vídeo	Publicidade	10	5		15		com hiperligação	
Facebook	25/abr	notícia	Publicidade	1			1		com hiperligação	
Facebook	24/abr	vídeo	Promoção d	18			18	#CiberDicas		
Facebook	23/abr	notícia	Prémio Acad	3			3		com hiperligação	
Facebook	22/abr	notícia	Promoção d	7	2		9		com hiperligação	
Facebook	21/abr	vídeo	Publicidade	13	1	3	17			
Facebook	20/abr	vídeo	Responsabili	25			25		https://fb.w	17
Facebook	20/abr	vídeo	Programa	21	2		23		com hiperligação	
Facebook	19/abr	notícia	Promoção d	20	4		24		com hiperligação	
Facebook	18/abr	imagem	Prémio Acad	6	1		7		com hiperligação	
Facebook	17/abr	notícia	Publicidade	4			4		com hiperligação	
Facebook	16/abr	vídeo	Publicidade	10	1	3	14		com hiperligação	
Facebook	15/abr	notícia	Publicidade	6	1		7		com hiperligação	
Facebook	14/abr	notícia	Promoção d	19	7	9	35		com hiperligação	
Facebook	13/abr	imagem	Prémio Acad	5	2		7		com hiperligação	
Facebook	13/abr	imagem	programa	7	2		9	#NeverStopL	com hiperligação	
Facebook	13/abr	notícia	Publicidade	9			9		com hiperligação	
Facebook	12/abr	notícia	Promoção d	17	4		21		com hiperligação	
Facebook	11/abr	vídeo	Publicidade	8			8		com hiperligação	
Facebook	10/abr	notícia	Promoção d	10		5	15		com hiperligação	
Facebook	10/abr	vídeo	Publicidade	13			13		com hiperligação	
Facebook	08/abr	notícia	Parceria	7	1		8		com hiperligação	
Facebook	07/abr	notícia	Publicidade	56	4	10	**70**		com hiperligação	
Facebook	07/abr	notícia	Promoção d	36	15		51		com hiperligação	
Facebook	07/abr	notícia	Publicidade	9			9		com hiperligação	
Facebook	06/abr	notícia	Promoção d	10	3		13		com hiperligação	
Facebook	05/abr	vídeo	Promoção d	18			18	#CiberDicas		
Facebook	04/abr	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	03/abr	notícia	Publicidade	4			4		com hiperligação	
Facebook	02/abr	notícia	Promoção d	62	15	14	**91**		com hiperligação	
Facebook	01/abr	notícia	Publicidade	3			3		com hiperligação	
Facebook	31/mar	notícia	Responsabili	30		8	38		com hiperligação	16 Banco ma
Facebook	31/mar	vídeo	Programa	19	2		21		com hiperligação	
Facebook	30/mar	notícia	Promoção d	5			5		com hiperligação	
Facebook	29/mar	imagem	programa	15	2		17		com hiperligação	
Facebook	28/mar	notícia	Promoção d	3			3		com hiperligação	
Facebook	27/mar	notícia	programa	12	1		13	#BolsaSanta	com hiperligação	
Facebook	26/mar	imagem	Dia Comemc	7	1	2	10		com hiperlig https://www	11
Facebook	25/mar	notícia	Promoção d	6			6		com hiperligação	

Tabela 22 - Análise publicações Santander (pt. 2)

Facebook	24/mar	notícia	parceria	5			5		com hiperligação	
Facebook	23/mar	vídeo	Responsabili	32	4		36		com hiperlig	https://fb.w 17
Facebook	23/mar	notícia	Publicidade	8		7	15		com hiperligação	
Facebook	22/mar	vídeo	parceria	24	15		39		com hiperligação	
Facebook	22/mar	notícia	Responsabili	12	1	2	15		com hiperligação	6
Facebook	20/mar	notícia	Promoção d	18	2	7	27		com hiperligação	
Facebook	19/mar	vídeo	Publicidade	15	2	2	19		com hiperligação	
Facebook	18/mar	vídeo	Publicidade	14	2		16		com hiperligação	
Facebook	17/mar	notícia	parceria	11	2		13		com hiperligação	
Facebook	16/mar	vídeo	parceria	85	16	21	**122**			
Facebook	16/mar	notícia	Promoção d	10			10		com hiperligação	
Facebook	15/mar	vídeo	Publicidade	13			13		com hiperligação	
Facebook	14/mar	notícia	Publicidade	5			5		com hiperligação	
Facebook	14/mar	notícia	Publicidade	54			**54**		com hiperligação	
Facebook	14/mar	imagem	Programa	8			8	#BolsasSant	com hiperligação	
Facebook	13/mar	notícia	Promoção d	10			10		com hiperligação	
Facebook	12/mar	imagem	parceria	18			18			
Facebook	11/mar	notícia	Promoção d	12		1	13		com hiperligação	
Facebook	11/mar	notícia	Responsabili	109	10	1	**120**		com hiperligação	17
Facebook	10/mar	notícia	Promoção d	10			10			
Facebook	09/mar	notícia	Dia Comemc	10		3	13		com hiperligação	
Facebook	08/mar	vídeo	Responsabili	25	2	3	30		com hiperlig	https://fb.w 5
Facebook	08/mar	vídeo	Dia Comemc	17	2		19	#DiaInternac	com hiperlig	https://fb.w 5
Facebook	07/mar	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	06/mar	notícia	Promoção d	33	20		**53**		com hiperligação	
Facebook	05/mar	imagem	Programa	10			10	#BolsasSant	com hiperligação	
Facebook	04/mar	notícia	Publicidade	17	1		18		com hiperligação	
Facebook	03/mar	notícia	Publicidade	7		4	11		com hiperligação	
Facebook	03/mar	notícia	Promoção d	6			6		com hiperligação	
Facebook	02/mar	notícia	Responsabili	675	59	26	**760**	#Ucrânia #St	com hiperligação	17
Facebook	01/mar	vídeo	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	28/fev	notícia	Promoção d	85	26	18	**129**		com hiperligação	
Facebook	27/fev	vídeo	Publicidade	16	4		20		com hiperligação	
Facebook	26/fev	imagem	Programa	10			10	#BolsaSanta	com hiperligação	
Facebook	25/fev	imagem	parceria	13	1		14	#SantanderPortugal #Rugby #RugbySantander #Rea		
Facebook	24/fev	notícia	Promoção d	9	1		10		com hiperligação	
Facebook	23/fev	notícia	Promoção d	5			5		com hiperligação	
Facebook	23/fev	notícia	programa	6			6		com hiperligação	
Facebook	22/fev	vídeo	Responsabili	50	2	2	**54**		com hiperlig	https://fb.w 17
Facebook	21/fev	vídeo	Publicidade	19		2	21		com hiperligação	
Facebook	20/fev	notícia	Promoção d	16	4		20		com hiperligação	
Facebook	19/fev	notícia	Publicidade	10			10	#ThRightThi	com hiperligação	
Facebook	18/fev	notícia	Promoção d	22	2		24		com hiperligação	
Facebook	17/fev	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	17/fev	vídeo	parceria	3			3	#essereFerra	com hiperligação	
Facebook	16/fev	imagem	programa	10			10		com hiperligação	
Facebook	16/fev	imagem	Publicidade	6			6		com hiperligação	
Facebook	16/fev	notícia	Promoção d	10			10		com hiperligação	
Facebook	15/fev	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
Facebook	15/fev	vídeo	Publicidade	14		1	15		com hiperligação	
Facebook	14/fev	vídeo	Publicidade	12			12		com hiperligação	
Facebook	14/fev	imagem	Dia Comemc	41	1		42			
Facebook	13/fev	notícia	Publicidade	9	1		10		com hiperligação	
Facebook	12/fev	vídeo	programa	8	2		10		com hiperligação	
Facebook	12/fev	notícia	Promoção d	12			12		com hiperligação	
Facebook	11/fev	imagem	parceria	13			13			
Facebook	11/fev	vídeo	Promoção d	8	3		11	#CyberTips		
Facebook	10/fev	vídeo	Publicidade	13	3		16		com hiperligação	

Tabela 23 - Análise publicações Santander (pt. 3)

Facebook	09/fev	imagem	Distinção	15		3	18				
Facebook	09/fev	vídeo	parceria	8			8		com hiperligação		
Facebook	08/fev	vídeo	Publicidade	18	1	3	22				
Facebook	08/fev	imagem	Dia Comemc	9			9				
Facebook	07/fev	imagem	Publicidade	11	1	3	15		com hiperligação		
Facebook	07/fev	imagem	Programa	14	1		15	#SantanderS	com hiperligação		
Facebook	06/fev	vídeo	Publicidade	17	2		19		com hiperligação		
Facebook	05/fev	imagem	parceria	15			15	#RugbySantander	#RoadToRWC2023		
Facebook	04/fev	notícia	Promoção d	17	1		18		com hiperligação		
Facebook	03/fev	notícia	Publicidade	6			6		com hiperligação		
Facebook	02/fev	vídeo	Publicidade	26			26		com hiperligação		
Facebook	01/fev	notícia	Promoção d	16	2		18		com hiperligação		
Facebook	31/jan	vídeo	Publicidade	24	2	3	29				
Facebook	30/jan	notícia	Publicidade	14			14		com hiperligação		
Facebook	29/jan	notícia	Publicidade	14		6	20		com hiperligação		
Facebook	27/jan	notícia	Promoção d	13			13		com hiperligação		
Facebook	26/jan	vídeo	Publicidade	28			28				
Facebook	25/jan	notícia	Publicidade	11		7	18		com hiperligação		
Facebook	24/jan	notícia	Publicidade	12		4	16		com hiperligação		
Facebook	23/jan	notícia	Publicidade	11			11		com hiperligação		
Facebook	22/jan	notícia	Promoção d	15		2	17	#Salto	com hiperligação		
Facebook	22/jan	notícia	Publicidade	7			7		com hiperligação		
Facebook	22/jan	vídeo	Publicidade	15			15		com hiperligação		
Facebook	21/jan	notícia	Publicidade	9			9		com hiperligação		
Facebook	20/jan	vídeo	Promoção d	15	1		16	#cibersegurança			
Facebook	20/jan	vídeo	Publicidade	12			12		com hiperligação		
Facebook	19/jan	vídeo	Responsabili	37	1	27	**65**			https://fb.w	17
Facebook	19/jan	vídeo	Publicidade	17	2		19	#SantanderV	com hiperligação		
Facebook	19/jan	notícia	Distinção	16		1	17		com hiperligação		
Facebook	18/jan	imagem	Programa	10			10	#BolsasSant	com hiperligação		
Facebook	17/jan	notícia	Promoção d	19	1	4	24	#Salto	com hiperligação		
Facebook	16/jan	notícia	Promoção d	11			11		com hiperligação		
Facebook	15/jan	notícia	Publicidade	8			8		com hiperligação		
Facebook	14/jan	vídeo	Prémio Acad	10	3		13		com hiperligação		
Facebook	13/jan	vídeo	Responsabili	15			15	#SantanderV	com hiperlig	https://fb.w	11
Facebook	13/jan	notícia	Promoção d	16	2		18	#TheRightTh	com hiperligação		11 e 12
Facebook	12/jan	vídeo	Publicidade	14		4	18	#SantanderV	com hiperligação		
Facebook	11/jan	notícia	Promoção d	10			10		com hiperligação		
Facebook	10/jan	notícia	Publicidade	9			9		com hiperligação		
Facebook	09/jan	notícia	Promoção d	13			13		com hiperligação		
Facebook	08/jan	notícia	Promoção d	10	1		11	#TheRightTh	com hiperligação		13
Facebook	07/jan	vídeo	programa	43	9	5	**57**				
Facebook	06/jan	notícia	Promoção d	13			13		com hiperligação		
Facebook	06/jan	imagem	programa	15			15		com hiperligação		
Facebook	06/jan	vídeo	Publicidade	14			14	#SantanderV	com hiperligação		
Facebook	05/jan	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação		
Facebook	04/jan	vídeo	programa	19	1		20		com hiperligação		
Facebook	03/jan	notícia	Responsabili	33		1	34		com hiperligação		10
Facebook	02/jan	notícia	Promoção d	19	2		21		com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	vídeo	Prémio Acad	68	2		**70**				
LinkedIn	jun/22	imagem	Publicidade	16			16		com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	vídeo	Responsabili	15		1	16	#BeYourself	#Pride2022	https://www	10
LinkedIn	jun/22	notícia	Publicidade	70	2	1	**73**		com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	48	4		52		com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	imagem	Publicidade	14			14		com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	vídeo	Publicidade	16	2		18		com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	imagem	parceria	36		1	37				
LinkedIn	jun/22	notícia	Publicidade	29	2		31		com hiperligação		

Tabela 24 - Análise publicações Santander (pt. 4)

inkedIn	jun/22	imagem	Responsabili	731	16	11	**758**		https://www	10
inkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	48	1		49		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	27	1		28		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	notícia	Publicidade	19	1		20		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	vídeo	Publicidade	37	1		38		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	17			17		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	vídeo	Prémio Acad	156	2	14	**172**			
inkedIn	jun/22	notícia	Publicidade	5			5		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	15			15		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	imagem	dia comemo	60		1	**61**	#DiadePortugal		
inkedIn	jun/22	vídeo	Prémio Acad	24			24			
inkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	14			14		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	notícia	Publicidade	15	2		17		hiperligaçã	
inkedIn	jun/22	imagem	parceria	272	2	3	**277**	#Gondimil #MedronhoeCanela #Nutrigenetic		#Ribe
inkedIn	jun/22	vídeo	Prémio Acad	271	4	16	**291**			
inkedIn	jun/22	vídeo	Responsabili	44	1		45	#ForTheRightChange	https://www	13
inkedIn	jun/22	imagem	parceria	22	1		23			
inkedIn	jun/22	notícia	Promoção d	22	2		24		com hiperligação	
inkedIn	jun/22	notícia	Publicidade	20	1		21		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	parceria	156	3	2	**161**		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	Prémio Acad	78	2	9	**89**			
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	15	2		17		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	19			19		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	6			6		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	8			8		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	Prémio Acad	245	4	14	**263**			
inkedIn	mai/22	imagem	parceria	38	3		41		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade				0		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	Publicidade	25			25		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	23	1	1	25		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	27	1		28		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	19	3		22		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	30	1	1	32		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	18	1	2	21		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	Promoção d	45	11	2	**58**			
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	29	1	1	31		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Prémio Acad	12		1	13		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	imagem	Distinção	192	3	5	**200**			
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	22			22		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	Publicidade	34	1		35		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	26	2	1	29		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	imagem	parceria	18			18			
inkedIn	mai/22	vídeo	programa	39	3		42		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	dia comemo	33			33	#Salto	com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Prémio Acad	21			21		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Responsabili	37	1		38		com hiperlig	https://www 4 e 16
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	24			24		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Responsabili	32	2		34	#ESG #Greer	com hiperlig	https://www 11 e 17
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	22	1		23		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Promoção d	25	1		26		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	vídeo	programa	154	2	3	**159**		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	9	2	1	12		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	Publicidade	13			13		com hiperligação	
inkedIn	mai/22	notícia	parceria	11			11		com hiperligação	
inkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	20	1		21		com hiperligação	
inkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	22	1		23		com hiperligação	
inkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	25			25		com hiperligação	
inkedIn	abr/22	imagem	Prémio Acad	10			10		com hiperligação	

Tabela 25 - Análise publicações Santander (pt. 5)

LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	27	3		30		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	29		1	30		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	imagem	dia comemo	60		1	**61**	#DiadaMãe		
LinkedIn	abr/22	vídeo	Promoção d	17	1		18	#CiberDicas		
LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	13			13		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	25	1	3	29		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	16			16		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	15			15		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Distinção	50	4		**54**		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	22	4		26		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	20	2		22		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Promoção d	8			8	#CiberDicas	com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	programa	29			29		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	28			28		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	19	2		21			
LinkedIn	abr/22	vídeo	Responsabili	10			10		com hiperlig https://www	17
LinkedIn	abr/22	vídeo	programa	53	2		**55**		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	programa	3	1		4		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	9	1		10		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Prémio Acad	6			6		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	12			12		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	15	2		17		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	17	1		18		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Prémio Acad	8		1	9		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	4			4		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	16			16		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Promoção d	25	1		26		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	programa	10			10	#NeverStopL	com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	notícia	Publicidade	22			22		com hiperligação	
LinkedIn	abr/22	vídeo	Publicidade	11	1		12		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	parceria	15			15		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	14			14		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	15	3		18		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	vídeo	Promoção d	32	4		36	#CiberDicas	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	dia comemo	43	1		44		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	11			11		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	18	2		20		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	10	1		11		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	62	12	1	**75**		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	14	2		16		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	programa	6			6		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	distinção	64	10		**74**		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	vídeo	programa	42	6	1	49		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	28	2	1	31		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	programa	73	5		**78**		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	22	2	1	25		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	21	1		22		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	27	3		30		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	programa	5			5		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	17	1		18		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	programa	23	3		26	#BolsaSanta	com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	vídeo	responsabili	43	9	1	**53**	#FundaçãoSantanderPort	https://www 4 e 10	
LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	24			24		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	7	1		8		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	10			10		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	vídeo	Publicidade	27	2	1	30		com hiperligação	
LinkedIn	mar/22	imagem	Publicidade	17			17		com hiperligação	

Tabela 26 - Análise publicações Santander (pt. 6)

9	LinkedIn	mar/22	notícia	programa	24	3		27		com hiperligação	
0	LinkedIn	mar/22	vídeo	Publicidade	20	1		21		com hiperligação	
1	LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	15	1		16		com hiperligação	
2	LinkedIn	mar/22	notícia	Publicidade	2			2		com hiperligação	
3	LinkedIn	mar/22	notícia	programa	11	1		12	#BolsasSanta	com hiperligação	
4	LinkedIn	mar/22	notícia	Promoção d	29	2	1	32		com hiperligação	
5	LinkedIn	fev/22	imagem	parceria	124	3	3	**130**			
6	LinkedIn	fev/22	notícia	promoção d	24			24		com hiperligação	
7	LinkedIn	fev/22	notícia	responsabili	41	3		44		com hiperlig	https://www 17
8	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	13	1		14		com hiperligação	
9	LinkedIn	fev/22	notícia	Publicidade	21	1	1	23		com hiperligação	
0	LinkedIn	fev/22	vídeo	responsabili	51	2		**53**		com hiperlig	https://www 5
1	LinkedIn	fev/22	vídeo	responsabili	82	2	3	**87**	#DiaInternac	com hiperlig	https://www 5
2	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	18	3		21		com hiperligação	
3	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	11	1		12		com hiperligação	
4	LinkedIn	fev/22	notícia	programa	2			2	#BolsasSanta	com hiperligação	
5	LinkedIn	fev/22	notícia	Publicidade	7	1		8		com hiperligação	
6	LinkedIn	fev/22	notícia	programa	13			13		com hiperligação	
7	LinkedIn	fev/22	notícia	responsabili	370	51	3	**424**	#Ucrânia #St	com hiperlig	https://www 16 e 17
8	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	12			12		com hiperligação	
9	LinkedIn	fev/22	notícia	Publicidade	8	1		9		com hiperligação	
0	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	18			18		com hiperligação	
1	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	18	4		22		com hiperligação	
2	LinkedIn	fev/22	imagem	parceria	19	3		22	#SantanderP	com hiperligação	
3	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	18			18		com hiperligação	
4	LinkedIn	fev/22	notícia	programa	13	1		14		com hiperligação	
5	LinkedIn	fev/22	notícia	programa	8			8		com hiperligação	
6	LinkedIn	fev/22	vídeo	responsabili	21	1		22		com hiperlig	https://www 4
7	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	13	1		14		com hiperligação	
8	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	27	1	1	29		com hiperligação	
9	LinkedIn	fev/22	notícia	Publicidade	36	5		41	#TheRightTh	com hiperligação	
0	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	29			29		com hiperligação	
1	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	46	11	1	**58**		com hiperligação	
2	LinkedIn	fev/22	notícia	programa	16			16	#SantanderS	com hiperligação	
3	LinkedIn	fev/22	notícia	Promoção d	6			6		com hiperligação	
4	LinkedIn	fev/22	notícia	programa	20	1		21	#BolsasSanta	com hiperligação	
5	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	57	2	1	**60**		com hiperligação	
6	LinkedIn	fev/22	vídeo	Publicidade	18	1		19		com hiperligação	
7	LinkedIn	fev/22	imagem	dia comemo	78			**78**			
8	LinkedIn	fev/22	notícia	Publicidade	10			10		com hiperligação	
9	LinkedIn	fev/22	vídeo	parceria	25			25		com hiperligação	
0	LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	12			12		com hiperligação	
1	LinkedIn	jan/22	imagem	parceria	36	2		38	#SantanderPortugal #Rugby #RugbySantander #Road		
2	LinkedIn	jan/22	vídeo	Promoção d	25			25	#CyberTips		
3	LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	52	7		**59**		com hiperligação	
4	LinkedIn	jan/22	imagem	distinção	51	7	3	**61**			
5	LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	9	1		10		com hiperligação	
6	LinkedIn	jan/22	imagem	programa	16	1	1	18	#SantanderS	com hiperligação	
7	LinkedIn	jan/22	imagem	dia comemo	44	3		47			
8	LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	12	2		14			
9	LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	14	1	1	16		com hiperligação	
0	LinkedIn	jan/22	imagem	parceria	110	3		**113**	#RugbySantander #RoadRo RWC2023		
1	LinkedIn	jan/22	vídeo	responsabili	77	2	1	**80**		https://www 11	
2	LinkedIn	jan/22	notícia	dia comemo	26	1		27		com hiperligação	
3	LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	13	2		15		com hiperligação	
4	LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	45	2		47		com hiperligação	
5	LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	21	11		32		com hiperligação	
6	LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	30			30			

Tabela 27 - Análise publicações Santander (pt. 7)

LinkedIn	jan/22	notícia	programa	26	1		27	#Santander5	com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	25	2		27		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	17	1		18		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	18	1		19	#Salto	com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	46	1		47			
LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	15	2		17		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	Publicidade	16	1		17		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	Promoção d	53	11		**64**		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	Publicidade	10	1		11		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	Publicidade	19	1		20		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	Promoção d	19	3		22	#Salto	com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	Publicidade	11		1	12		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	Publicidade	20			20		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	26	1		27		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	Promoção d	61	4		**65**	#cibersegurança		
LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	25	4		29		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	distinção	23	2		25		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	programa	25	2		27	#BolsasSanti	com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	6			6		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	Promoção d	33	19		52		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	programa	26	2		28		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	13			13		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Publicidade	40	1		41		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	20	2		22	#TheRightTh	com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	programa	25			25		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	45			45		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	Publicidade	16	1		17		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	promoção d	8	1		9		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	41			41	#TheRightTh	com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	programa	82	6	1	**89**			
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	19	1		20		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	imagem	programa	35			35			
LinkedIn	jan/22	vídeo	prémio acad	18			18		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	59	1		**60**		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	notícia	Promoção d	35	1	1	37		com hiperligação	
LinkedIn	jan/22	vídeo	dia comemo	55	1	1	**57**			
Instagram	30/jun	vídeo	prémio acad	23			23			
Instagram	29/jun	imagem	Publicidade	16		1	17			
Instagram	28/jun	vídeo	responsabili	20		3	23	#BeYourself	#pride2022	https://www 10
Instagram	27/jun	imagem	Publicidade	29		2	31			
Instagram	26/jun	imagem	Promoção d	21			21	#Salto		
Instagram	25/jun	imagem	Publicidade	23			23			
Instagram	24/jun	vídeo	Publicidade	13			13		com hiperligação	
Instagram	23/jun	imagem	parceria	37			37			
Instagram	22/jun	imagem	Publicidade	15			15	#Boutique		
Instagram	21/jun	imagem	responsabili	315		19	**334**			https://www 10
Instagram	20/jun	imagem	Promoção d	11			11	#Salto		
Instagram	17/jun	imagem	Promoção d	15			15			
Instagram	16/jun	imagem	Promoção d	9			9	#Salto		
Instagram	15/jun	vídeo	patrocínio	23			23	#LEC #LLA #I	com hiperligação	
Instagram	14/jun	vídeo	prémio acad	21			21		com hiperligação	
Instagram	12/jun	imagem	Publicidade	24		1	25	#Boutique		
Instagram	11/jun	imagem	promoção d	13			13	#Salto		
Instagram	10/jun	imagem	dia comemo	49			49	#DiadePortugal		
Instagram	09/jun	vídeo	prémio acad	31			31		com hiperligação	
Instagram	08/jun	imagem	Publicidade	11			11	#Salto		
Instagram	07/jun	imagem	programa	198		2	**200**	#Gondimil #I	com hiperligação	
Instagram	06/jun	vídeo	prémio acad	30			30		com hiperligação	

Tabela 28 - Análise publicações Santander (pt. 8)

Instagram	05/jun	vídeo	responsabilic	16		16	#ForTheRigh	com hiperlig	https://www	13
Instagram	04/jun	imagem	parceria	13		13				
Instagram	04/jun	imagem	Promoção d	12		12	#Salto			
Instagram	03/jun	imagem	Publicidade	20	1	21	#Boutique			
Instagram	02/jun	vídeo	prémio acad	33		33		com hiperligação		
Instagram	01/jun	imagem	Promoção d	17		17	#APB #Saber	com hiperligação		4
Instagram	01/jun	imagem	Promoção d	17		17	#Salto			
Instagram	01/jun	imagem	Publicidade	15		15	#Blog			
Instagram	31/mai	vídeo	prémio acad	100	6	**106**		com hiperligação		
Instagram	30/mai	imagem	Publicidade	16		16	#BoutiqueSantander			
Instagram	27/mai	imagem	Publicidade	15	1	16				
Instagram	26/mai	imagem	Promoção d	16		16	#Salto			
Instagram	25/mai	imagem	Publicidade	20		20	#BoutiqueSantander			
Instagram	24/mai	imagem	Publicidade	20		20		com hiperligação		
Instagram	23/mai	vídeo	Promoção d	15		15		com hiperligação		
Instagram	22/mai	imagem	Promoção d	16		16	#Salto			
Instagram	20/mai	imagem	prémio acad	15	1	16	#repost #Un	com hiperligação		
Instagram	19/mai	imagem	Promoção d	11	1	12	#Salto			
Instagram	18/mai	vídeo	Publicidade	15		15		com hiperligação		
Instagram	17/mai	imagem	parceria	16	1	17		com hiperligação		
Instagram	16/mai	imagem	Publicidade	18		18		com hiperligação		
Instagram	15/mai	imagem	dia comemo	21		21	#Salto	com hiperligação		
Instagram	14/mai	vídeo	Promoção d	18	1	19	#CiberDicas			
Instagram	13/mai	imagem	responsabilic	20		20		com hiperlig	https://www	16
Instagram	13/mai	imagem	Promoção d	7		7	#Salto			
Instagram	12/mai	imagem	prémio acad	6		6		com hiperligação		
Instagram	10/mai	imagem	Promoção d	16		16	#Salto			
Instagram	09/mai	imagem	Publicidade	23		23		com hiperligação		
Instagram	07/mai	imagem	parceria	11		11		com hiperligação		
Instagram	06/mai	vídeo	programa	15		15		com hiperligação		
Instagram	05/mai	imagem	Promoção d	12	10	22	#Salto			
Instagram	04/mai	imagem	Promoção d	13		13	#Salto			
Instagram	03/mai	vídeo	programa	17		17	#Bolsas			
Instagram	03/mai	imagem	Publicidade	21		21		com hiperligação		
Instagram	02/mai	imagem	programa	15		15	#BolsasSantanderparaErasmus #Bolsas #Santander			
Instagram	01/mai	imagem	Promoção d	16		16	#Salto			
Instagram	01/mai	imagem	dia comemo	85	2	**87**	#DiadaMãe			
Instagram	30/abr	vídeo	Promoção d	13		13	#CiberDicas			
Instagram	29/abr	imagem	Promoção d	21		21	#Salto			
Instagram	26/abr	imagem	programa	20		20	#Bolsas			
Instagram	25/abr	imagem	Publicidade	20		20	#Boutique			
Instagram	24/abr	vídeo	Promoção d	11		11	#CiberDicas			
Instagram	23/abr	imagem	Promoção d	16		16	#Salto			
Instagram	21/abr	imagem	parceria	8		8	#repost	com hiperligação		
Instagram	21/abr	vídeo	programa	24		24		com hiperligação		
Instagram	19/abr	imagem	parceria	25		25		com hiperligação		
Instagram	19/abr	imagem	Promoção d	17		17	#Salto			
Instagram	18/abr	imagem	prémio acad	13		13		com hiperligação		
Instagram	17/abr	imagem	Publicidade	29	1	30				
Instagram	15/abr	vídeo	Publicidade	25		25		com hiperligação		
Instagram	14/abr	vídeo	Publicidade	18		18	#Salto			
Instagram	14/abr	imagem	Promoção d	13		13	#Salto			
Instagram	13/abr	imagem	parceria	18		18				
Instagram	13/abr	imagem	programa	14		14	#Bolsas	com hiperligação		
Instagram	13/abr	imagem	Publicidade	12		12	#Boutique			
Instagram	12/abr	imagem	programa	17		17	#Bolsas			
Instagram	11/abr	imagem	Promoção d	10		10	#Salto			
Instagram	09/abr	vídeo	Publicidade	14		14		com hiperligação		

Tabela 29 - Análise publicações Santander (pt. 9)

Instagram	08/abr	imagem	parceria	16		16		com hiperligação	
Instagram	07/abr	imagem	Promoção d	18		18	#Salto		
Instagram	07/abr	imagem	Publicidade	17		17	#Boutique		
Instagram	06/abr	imagem	Promoção d	10		10	#Salto		
Instagram	06/abr	vídeo	Promoção d	10		10	#CiberDicas		
Instagram	04/abr	imagem	Publicidade	25	1	26	#Boutique		
Instagram	02/abr	imagem	Promoção d	35		35	#Salto		
Instagram	01/abr	imagem	Publicidade	23		23	#BoutiqueSantander		
Instagram	31/mar	vídeo	programa	19		19	#Bolsas		
Instagram	30/mar	imagem	Promoção d	12		12	#Salto		
Instagram	29/mar	imagem	programa	35	1	36	#BolsasSantander		
Instagram	28/mar	imagem	Promoção d	18		18	#Salto		
Instagram	26/mar	imagem	responsabilic	32		32		com hiperlig https://www	13
Instagram	25/mar	imagem	parceria	21		21			
Instagram	24/mar	imagem	programa	27		27	#BolsasSantander		
Instagram	23/mar	vídeo	Promoção d	29		29	#CiberDicas		
Instagram	22/mar	imagem	Promoção d	20		20	#Salto		
Instagram	20/mar	imagem	Promoção d	19		19	#Salto		
Instagram	19/mar	vídeo	Publicidade	21		21		com hiperligação	
Instagram	18/mar	vídeo	Publicidade	19		19	#Salto	com hiperligação	
Instagram	17/mar	imagem	parceria	27	1	28		com hiperligação	
Instagram	16/mar	vídeo	programa	61	6	**67**		com hiperligação	
Instagram	16/mar	imagem	Promoção d	13		13	#Salto		
Instagram	15/mar	imagem	programa	20		20	#BolsasSantander #Bolsas		
Instagram	14/mar	imagem	programa	21	1	22	#BolsasSantander		
Instagram	13/mar	imagem	Promoção d	21		21	#Salto		
Instagram	12/mar	imagem	parceria	52	1	**53**			
Instagram	11/mar	imagem	responsabilic	86	1	**87**		com hiperlig https://www 16 e 17	
Instagram	10/mar	vídeo	Publicidade	23		23	#Salto		
Instagram	09/mar	imagem	Publicidade	25	1	26	#BoutiqueSantander		
Instagram	08/mar	vídeo	responsabilic	23		23		com hiperlig https://www	5
Instagram	08/mar	vídeo	responsabilic	27	1	28	#DiaInternac	com hiperlig https://www	5
Instagram	07/mar	vídeo	programa	13		13	#BolsasSantander #NeverStopLearning #Bolsas #Up		
Instagram	06/mar	imagem	Promoção d	20		20	#Salto		
Instagram	05/mar	imagem	programa	22		22	#BolsasSantander #Bolsas		
Instagram	03/mar	imagem	Publicidade	27		27	#Boutique		
Instagram	02/mar	imagem	responsabilic	627	21	**648**	#Ucrânia #St	com hiperlig https://www 16 e 17	
Instagram	28/fev	imagem	Promoção d	19	2	21	#Salto		
Instagram	27/fev	vídeo	Publicidade	27		27		com hiperligação	
Instagram	26/fev	imagem	Promoção d	19	1	20	#Salto		
Instagram	25/fev	imagem	parceria	18	1	19	#SantanderPortugal #Rugby #RugbySantander #Roa		
Instagram	24/fev	imagem	Promoção d	20		20	#Salto		
Instagram	23/fev	imagem	programa	27		27		com hiperligação	
Instagram	22/fev	imagem	programa	23	2	25	#BolsasSantander #NeverStopLearning #Upskilling		
Instagram	21/fev	vídeo	Publicidade	13		13		com hiperligação	
Instagram	20/fev	imagem	Promoção d	14		14	#Salto		
Instagram	20/fev	imagem	Publicidade	18		18	#TheRightTh	com hiperligação	
Instagram	18/fev	imagem	programa	21		21	#SantanderScholarships #Bolsas		
Instagram	17/fev	vídeo	programa	21		21	#Bolsas #BolsasSantander #NeverStopLearning #Up		
Instagram	16/fev	vídeo	parceria	26		26	#EssereFerra	com hiperligação	
Instagram	16/fev	imagem	Publicidade	20		20	#Blog		
Instagram	15/fev	vídeo	Publicidade	14		14		com hiperligação	
Instagram	14/fev	imagem	dia comemo	33		33			
Instagram	13/fev	imagem	Publicidade	27	2	29		com hiperligação	
Instagram	12/fev	imagem	programa	22		22		com hiperligação	
Instagram	12/fev	imagem	Promoção d	26		26	#Salto		
Instagram	11/fev	imagem	parceria	46		46	#SantanderPortugal #Rugby #RugbySantander #Roa		
Instagram	11/fev	vídeo	Promoção d	20		20	#CyberTips		

Tabela 30 - Análise publicações Santander (pt. 10)

Instagram	10/fev	vídeo	Publicidade	28		28		com hiperligação	
Instagram	09/fev	imagem	distinção	34		34	#Euromoney		
Instagram	09/fev	imagem	Publicidade	17	1	18		com hiperligação	
Instagram	08/fev	imagem	Publicidade	37		37			
Instagram	07/fev	imagem	Publicidade	17		17	#Salto		
Instagram	07/fev	imagem	programa	16		16			
Instagram	07/fev	imagem	Publicidade	29		29		com hiperligação	
Instagram	06/fev	vídeo	Publicidade	19		19		com hiperligação	
Instagram	05/fev	imagem	parceria	61	2	**63**	#RugbySantander #RoadToRWC2023		
Instagram	04/fev	imagem	Promoção d	21	1	22	#Salto		
Instagram	03/fev	imagem	programa	16		16		com hiperligação	
Instagram	02/fev	vídeo	Publicidade	60		**60**		com hiperligação	
Instagram	31/jan	imagem	programa	25		25	#Bolsas	com hiperligação	
Instagram	30/jan	imagem	Promoção d	21		21	#Salto		
Instagram	29/jan	imagem	Publicidade	21		21		com hiperligação	
Instagram	28/jan	vídeo	programa	12		12	#Bolsas		
Instagram	27/jan	imagem	programa	28	4	32			
Instagram	25/jan	imagem	Publicidade	11		11		com hiperligação	
Instagram	22/jan	imagem	Publicidade	17		17		com hiperligação	
Instagram	22/jan	imagem	Promoção d	16		16	#Salto		
Instagram	21/jan	imagem	Publicidade	16		16		com hiperligação	
Instagram	20/jan	vídeo	Promoção d	19		19	#cibersegurança		
Instagram	20/jan	vídeo	Publicidade	271	1	**272**		com hiperligação	
Instagram	19/jan	vídeo	Publicidade	40		40	#SantanderV	com hiperligação	
Instagram	19/jan	imagem	distinção	12		12			
Instagram	18/jan	imagem	programa	30	3	33	#BolsasSantander #NeverStopLearning #Upskilling		
Instagram	17/jan	vídeo	prémio acad	11		11		com hiperligação	
Instagram	15/jan	imagem	Promoção d	30		30	#Salto		
Instagram	13/jan	vídeo	responsabilic	48		48	#SantanderV	com hiperlig	https://www 12
Instagram	12/jan	vídeo	Publicidade	30		30	#SantanderV	com hiperligação	
Instagram	11/jan	vídeo	Publicidade	21		21			
Instagram	09/jan	imagem	Promoção d	28		28	#Salto		
Instagram	07/jan	vídeo	programa	51	3	**54**			
Instagram	06/jan	imagem	programa	14		14		com hiperligação	
Instagram	06/jan	vídeo	Publicidade	30	1	31	#SantanderV	com hiperligação	
Instagram	05/jan	imagem	Promoção d	15		15	#TheRightThing #TheRightWay		
Instagram	05/jan	imagem	Publicidade	13		13		com hiperligação	
Instagram	04/jan	vídeo	programa	15		15		com hiperligação	
Instagram	02/jan	imagem	Promoção d	24		24	#Salto		

Tabela 31 - Análise publicações Santander (pt. 11)

Anexo III - Análise das publicações da CUF (Facebook, LinkedIn e Instagram, entre 01/01/2022 a 30/06/2022)

				Interação							
Rede soc	Data	o de publ	Área	gostos	partilhar	comentár	Total	Hashtag	S/Comen	ODS	Link
Facebook	30/jun	Imagem	Publicidade	113	16	13	142		Com hiperligação		
Facebook	29/jun	Imagem	Publicidade	93	12	8	113		Com hiperligação		
Facebook	28/jun	Imagem	Investigação	87	7	2	96	#CUFOncolo	Com hiperligação		
Facebook	27/jun	Imagem	Promoção d	37	1		38		Com hiperlig	3	
Facebook	24/jun	Imagem	Promoção d	668	62	13	743			3	
Facebook	23/jun	Imagem	Promoção d	884	279	33	1196			3	
Facebook	22/jun	Imagem	Promoção d	444	35	11	490			3	
Facebook	21/jun	Imagem	Publicidade	73	6	7	86	#CUF #CUFC	Com hiperligação		
Facebook	20/jun	Imagem	Promoção d	86	33	1	120		Com hiperlig	3	
Facebook	17/jun	Imagem	Promoção d	113	22	2	137	#CUFOncolo	Com hiperlig	3	
Facebook	15/jun	Imagem	Publicidade	41	4	6	51		Com hiperligação		
Facebook	14/jun	Vídeo	Promoção d	68	2	1	71		Com hiperlig	3	
Facebook	13/jun	Imagem	Promoção d	34	2		36		Com hiperlig	3	
Facebook	09/jun	Imagem	Promoção d	472	15	3	490			3	
Facebook	08/jun	Imagem	Dia Comemc	256	26	13	295		Com hiperligação		
Facebook	07/jun	Notícia	Promoção d	57	2	3	62		Com hiperlig	3	
Facebook	06/jun	Imagem	Publicidade	23	3		26		Com hiperligação		
Facebook	03/jun	Notícia	Promoção d	84	12	1	97		Com hiperlig	3	
Facebook	02/jun	Imagem	Publicidade	43	4	1	48		Com hiperligação		
Facebook	01/jun	Imagem	Dia Comemc	885	28	32	945				
Facebook	31/mai	Imagem	Dia Comemc	21	11		32	#CUFOncolo	Com hiperligação		
Facebook	30/mai	Imagem	Distinção	724	56	49	829				
Facebook	27/mai	Imagem	Promoção d	112	11		123		Com hiperlig	3	
Facebook	26/mai	Imagem	Promoção d	49	9		58		Com hiperlig	3	
Facebook	25/mai	Notícia	Publicidade	59	4	2	65		Com hiperligação		
Facebook	25/mai	Imagem	Dia Comemc	61	6		67				
Facebook	24/mai	Vídeo	Promoção d	93	18	12	123		Com hiperlig	3	
Facebook	24/mai	Notícia	Publicidade	51	9	2	62		Com hiperligação		
Facebook	23/mai	Imagem	Promoção d	83	13	1	97		Com hiperlig	3	
Facebook	20/mai	Notícia	Promoção d	138	89	28	255		Com hiperlig	3	
Facebook	19/mai	Vídeo	Publicidade	44	5	1	50		Com hiperligação		
Facebook	18/mai	Imagem	Promoção d	30	8		38			3	
Facebook	17/mai	Imagem	Dia Comemc	64	10		74		Com hiperligação		
Facebook	16/mai	Imagem	Promoção d	174	21		195		Com hiperlig	3	
Facebook	13/mai	Imagem	Promoção d	569	39	21	629		Com hiperlig	3	
Facebook	12/mai	Imagem	Promoção d	304	21	89	414	#CUFOncolo	Com hiperligação		
Facebook	11/mai	Imagem	Publicidade	43	5	3	51		Com hiperligação		
Facebook	10/mai	Notícia	Promoção d	93	33	12	138		Com hiperlig	3	
Facebook	09/mai	Imagem	Publicidade	35	3	2	40		Com hiperligação		
Facebook	06/mai	Notícia	Promoção d	137	69	38	244		Com hiperlig	3	
Facebook	05/mai	Imagem	Dia Comemc	83	16		99		Com hiperligação		
Facebook	04/mai	Imagem	Promoção d	111	9	3	123		Com hiperlig	3	
Facebook	03/mai	Imagem	Promoção d	86	22	11	119		Com hiperlig	3	
Facebook	02/mai	Notícia	Promoção d	149	30	10	189		Com hiperlig	3	
Facebook	01/mai	Imagem	Dia Comemc	82	9		91				
Facebook	29/abr	Imagem	Promoção d	38			38		Com hiperlig	3	
Facebook	28/abr	Vídeo	Promoção d	30	2	1	33		Com hiperlig	3	
Facebook	27/abr	Vídeo	Promoção d	65	4	16	85			3	
Facebook	27/abr	Imagem	Publicidade	726	67	37	830				
Facebook	26/abr	Notícia	Promoção d	106	80	18	204		Com hiperlig	3	
Facebook	26/abr	Imagem	Publicidade	110	14	1	125				
Facebook	22/abr	Vídeo	Promoção d	88	17	5	110			3	
Facebook	21/abr	Vídeo	Dia Comemc	82	6	3	91		Com hiperligação		
Facebook	20/abr	Imagem	Publicidade	128	24	4	156		Com hiperligação		
Facebook	19/abr	Imagem	Publicidade	52	4	2	58		Com hiperligação		
Facebook	18/abr	Notícia	Promoção d	137	83	12	232		Com hiperlig	3	

Tabela 32 - Análise publicações CUF (pt. 1)

Facebook	14/abr	Vídeo	Dia Comemc	76	3	2	81	Com hiperligação		
Facebook	13/abr	Vídeo	Promoção d	52	9	1	62		3	
Facebook	12/abr	Notícia	Publicidade	37	3	15	55	Com hiperligação		
Facebook	11/abr	Imagem	Promoção d	430	6	11	447		3	
Facebook	11/abr	Imagem	Publicidade	421	18	22	461			
Facebook	08/abr	Imagem	Promoção d	218	27	10	255	Com hiperlig	3	
Facebook	07/abr	Imagem	Dia Comemc	20		1	21	#DiaMundial	Com hiperlig 1 e 17	
Facebook	07/abr	Imagem	Promoção d	390	24	11	425		3	
Facebook	06/abr	Imagem	Promoção d	102	40	6	148	Com hiperlig	3	
Facebook	06/abr	Notícia	Promoção d	51	12	2	65	Com hiperlig	3	
Facebook	05/abr	Vídeo	Promoção d	72	16	17	105		3	
Facebook	05/abr	Imagem	Promoção d	156	18	14	188	Com hiperlig	3	
Facebook	04/abr	Imagem	Publicidade	177	19	5	201	Com hiperligação		
Facebook	01/abr	Imagem	Publicidade	619	15	4	638	Com hiperligação		
Facebook	01/abr	Imagem	Promoção d	649	33	8	690		3	
Facebook	31/mar	Vídeo	Promoção d	89	8	41	138		3	
Facebook	31/mar	Imagem	Promoção d	369	14	3	386		3	
Facebook	30/mar	Imagem	Promoção d	187	10	28	225	#CUFOncolo	Com hiperligação	
Facebook	29/mar	Imagem	Dia Comemc	169	13	3	185			
Facebook	29/mar	Imagem	Publicidade	50			50	Com hiperligação		
Facebook	28/mar	Notícia	Promoção d	125	45	3	173	Com hiperlig	3	
Facebook	25/mar	Vídeo	Promoção d	60	5	3	68	Com hiperlig	3	
Facebook	25/mar	Imagem	Publicidade	110	21		131	Com hiperligação		
Facebook	24/mar	Imagem	Dia Comemc	101	3		104			
Facebook	24/mar	Imagem	Investigação	631	40	19	690	Com hiperligação		
Facebook	23/mar	Imagem	Publicidade	50	14	6	70	Com hiperligação		
Facebook	22/mar	Imagem	Publicidade	89	6	4	99	Com hiperligação		
Facebook	21/mar	Vídeo	Publicidade	62	24		86	Com hiperligação		
Facebook	20/mar	Imagem	Dia Comemc	25	3	2	30	#ConfieOSeuSorrisoACUF #WOHD22		
Facebook	18/mar	Notícia	Dia Comemc	80	18		98	Com hiperligação		
Facebook	17/mar	Imagem	Promoção d	555	21	23	599		3	
Facebook	16/mar	Notícia	Promoção d	130	19		149	Com hiperlig	3	
Facebook	15/mar	Notícia	Promoção d	83	29	24	136	Com hiperlig	3	
Facebook	14/mar	Notícia	Promoção d	51	3	1	55	Com hiperlig	3	
Facebook	11/mar	Notícia	Publicidade	91	5	10	106	Com hiperligação		
Facebook	10/mar	Notícia	Promoção d	654	93	12	759	Com hiperlig	3	
Facebook	09/mar	Notícia	Promoção d	636	75	52	763	Com hiperlig	3	
Facebook	08/mar	Imagem	Publicidade	60	3		63	Com hiperligação		
Facebook	07/mar	Vídeo	Dia Comemc	234	66	7	307			
Facebook	04/mar	Vídeo	Promoção d	66	4		70	Com hiperlig	3	
Facebook	03/mar	Imagem	Promoção d	782	23	4	809		3	
Facebook	02/mar	Vídeo	Promoção d	80	18	2	100	Com hiperlig	3	
Facebook	28/fev	Imagem	Promoção d	597	17	19	633		3	
Facebook	25/fev	Notícia	Promoção d	742	147	60	949	Com hiperlig	3	
Facebook	24/fev	Vídeo	Promoção d	91	22	3	116	Com hiperlig	3	
Facebook	23/fev	Imagem	Publicidade	434	9	2	445	Com hiperligação		
Facebook	22/fev	Notícia	Promoção d	265	25	8	298	Com hiperlig	3	
Facebook	21/fev	Imagem	Promoção d	649	17		666		3	
Facebook	18/fev	Notícia	Promoção d	40	6		46	Com hiperlig	3	
Facebook	17/fev	Vídeo	Promoção d	74	19	3	96	#CUF #Confi	Com hiperlig	3
Facebook	16/fev	Imagem	Publicidade	422	10	5	437	Com hiperligação		
Facebook	16/fev	Notícia	Promoção d	37	5		42	Com hiperlig	3	
Facebook	15/fev	Notícia	Promoção d	314	40		354	Com hiperlig	3	
Facebook	14/fev	Imagem	Promoção d	225	26	4	255	Com hiperlig	3	
Facebook	14/fev	Vídeo	Publicidade	40	4		44	Com hiperligação		
Facebook	11/fev	Vídeo	programa	92	28		120	Com hiperligação		
Facebook	11/fev	Imagem	Promoção d	466	12		478		3	
Facebook	10/fev	Vídeo	Promoção d	61	10		71	#ConfieOSeu	Com hiperlig	3

Tabela 33 - Análise publicações CUF (pt. 2)

Facebook	09/fev	Notícia	Promoção d	120	9		129		Com hiperlig	3	
Facebook	08/fev	Notícia	Promoção d	265	55	12	332		Com hiperlig	3	
Facebook	07/fev	Notícia	Publicidade	473	9	5	487		Com hiperligação		
Facebook	07/fev	Imagem	parceria	3000	37	57	3094	#VamosComTudo	#ASeleçãoVaiÀCUF		
Facebook	04/fev	Vídeo	Promoção d	48	10	4	62			3	
Facebook	04/fev	Notícia	Promoção d	157	15	5	177	#CUFOncolo	Com hiperlig	3	
Facebook	03/fev	Vídeo	Promoção d	122	13	2	137	#ConfieOSe	Com hiperlig	3	
Facebook	02/fev	Notícia	Promoção d	365	90	4	459		Com hiperlig	3	
Facebook	01/fev	Notícia	Promoção d	57			57		Com hiperlig	3	
Facebook	29/jan	Imagem	parceria	629	17	36	682				
Facebook	28/jan	Imagem	Promoção d	575	65	12	652		Com hiperlig	3	
Facebook	27/jan	Notícia	Promoção d	618	68	8	694		Com hiperlig	3	
Facebook	26/jan	Imagem	Publicidade	302	18	19	339		Com hiperligação		
Facebook	26/jan	Notícia	Promoção d	33	14		47		Com hiperlig	3	
Facebook	25/jan	Imagem	Publicidade	300	6	7	313		Com hiperligação		
Facebook	21/jan	Notícia	Promoção d	552	78	22	652		Com hiperlig	3	
Facebook	20/jan	Imagem	Promoção d	665	65	28	758			3	
Facebook	19/jan	Imagem	Promoção d	625	24	4	653			3	
Facebook	19/jan	Imagem	parceria	346	7	11	364	#VamosComTudo	#ASeleçãoVaiÀCUF		
Facebook	18/jan	Notícia	Promoção d	494	128	19	641		Com hiperlig	3	
Facebook	17/jan	Imagem	Promoção d	429	215	101	745		Com hiperlig	3	
Facebook	14/jan	Notícia	Promoção d	688	116	37	841		Com hiperlig	3	
Facebook	13/jan	Notícia	Promoção d	467	82	40	589		Com hiperlig	3	
Facebook	12/jan	Imagem	Publicidade	252	8	13	273		Com hiperligação		
Facebook	11/jan	Imagem	Promoção d	881	61	51	993			3	
Facebook	10/jan	Vídeo	Publicidade	61	6	3	70		Com hiperligação		
Facebook	07/jan	Vídeo	Promoção d	400	59	23	482		Com hiperlig	3	
Facebook	06/jan	Imagem	distinção	1200	116	40	1356				https://www
Facebook	06/jan	Notícia	Promoção d	399	63	5	467		Com hiperlig	3	
Facebook	05/jan	Vídeo	Promoção d	95	39		134		Com hiperlig	3	
Facebook	04/jan	Notícia	Promoção d	180	26		206		Com hiperlig	3	
Facebook	03/jan	Notícia	Promoção d	125	5	12	142		Com hiperlig	3	
LinkedIn	jun/22	Imagem	Promoção d	85	4		89	#CUF #saude	Com hiperlig	4 e 13	https://www
LinkedIn	jun/22	Imagem	responsabili	145	4		149	#CUFInspira	Com hiperlig	3, 4 e 17	https://www
LinkedIn	jun/22	Imagem	responsabili	68	8	1	77	#CUFInspira	#ODS3 #ODS	3 e 17	https://www
LinkedIn	jun/22	Imagem	responsabili	83	9	1	93	#CUFInspira	#DiaMundial	6 e 13	https://www
LinkedIn	jun/22	Imagem	RH	76	4		80	#CUF #innovationday	#saude		
LinkedIn	jun/22	Notícia	parceria	38			38	#CUF #medi	Com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Notícia	Promoção d	20			20		Com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Vídeo	Publicidade	89		1	90	#GrupoJoséE	Com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Notícia	Promoção d	89		1	90	#CUF #nutri	Com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Imagem	programa	84	8	1	93		Com hiperligação		
LinkedIn	jun/22	Imagem	responsabili	73		1	74	#CUFInspira	Com hiperlig	3, 8 e 17	https://www
LinkedIn	mai/22	Imagem	Promoção d	92	5	2	99	#saúde #saú	Com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	Imagem	Dia Comemc	201	18		219	#enfermagem	#saúde #CUF		
LinkedIn	mai/22	Imagem	responsabili	111	19		130	#literaciaem	Com hiperlig	3, 4 e 17	https://www
LinkedIn	mai/22	Imagem	RH	220	11	1	232	#CUF #empregabilidade	#emprego		
LinkedIn	mai/22	Imagem	responsabili	96	7		103	#CUF #suste	Com hiperlig	11	https://www
LinkedIn	mai/22	Notícia	distinção	42	4	1	47		Com hiperligação		
LinkedIn	mai/22	Notícia	programa	55	6		61	#CUF #CIFAc	Com hiperlig	4	https://www
LinkedIn	mai/22	Imagem	responsabili	239	16	1	256	#CUFInspira	#saudementa	3 e 17	https://www
LinkedIn	mai/22	Imagem	Publicidade	146	19	1	166	#CUF #saude	#vacinacao	#hospital	
LinkedIn	mai/22	Imagem	dia Comemc	85	4	2	91	#CUF #saude			
LinkedIn	mai/22	Imagem	responsabili	70	4		74	#CUF #Inves	Com hiperlig	13	https://www
LinkedIn	abr/22	Imagem	programa	57	2		59		Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Imagem	Publicidade	91	15		106	#Plano+CUF	Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Imagem	distinção	330	12	1	343	#CUF #sono	Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Imagem	programa	52			52		Com hiperlig	4 e 17	https://www

Tabela 34 - Análise publicações CUF (pt. 3)

LinkedIn	abr/22	Notícia	promoção d	63		1	64	#CUFInspira	Com hiperlig	3 e 17	https://www
LinkedIn	abr/22	Imagem	programa	34		1	35	#investigaca	Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Imagem	responsabili	159	15	1	175	#CUFInspira	#inclusaosoc	3, 10 e 17	https://www
LinkedIn	abr/22	Imagem	Publicidade	37	3		40	#CUF #saúd	Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Imagem	distinção	153	2	1	156		Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Notícia	Publicidade	53			53	#CUF #saud	Com hiperligação		
LinkedIn	abr/22	Imagem	responsabili	148	4	1	153	#CUFInspira	#sustentabili	3 e 17	https://www
LinkedIn	abr/22	Imagem	responsabili	53			53	#CUFInspira	#empregabili	10	https://www
LinkedIn	abr/22	Imagem	responsabili	101	8	2	111	#CUFInspira	#sustentabili	10, 12 e 17	https://www
LinkedIn	abr/22	Vídeo	Promoção d	79	14	1	94		Com hiperligação		
LinkedIn	mar/22	Imagem	Promoção d	95	14		109		Com hiperlig	3	
LinkedIn	mar/22	Imagem	Promoção d	252	5	7	**264**		Com hiperligação		
LinkedIn	mar/22	Imagem	responsabili	128	12	3	143	#cuf #saude	Com hiperlig	11 e 17	https://www
LinkedIn	mar/22	Vídeo	Promoção d	96	28		124		Com hiperligação		
LinkedIn	mar/22	Imagem	responsabili	94	8		102	#CUFInspira	Com hiperlig	3	https://www
LinkedIn	mar/22	Imagem	distinção	416	8	13	**437**	#CUF #saud	Com hiperligação		
LinkedIn	mar/22	Imagem	responsabili	32	1	2	35	#CUFInspira		17	https://www
LinkedIn	mar/22	Imagem	programa	138	10	2	150	#CUF #EUeic	Com hiperlig	9	https://www
LinkedIn	mar/22	Imagem	responsabili	51	5		56	#CUF #CUFInspira	#econc	4, 8 e 17	https://www
LinkedIn	mar/22	Imagem	Promoção d	137	15	1	153	#CUF #saud	Com hiperlig	3	https://www
LinkedIn	mar/22	Imagem	responsabili	83	7		90	#CUFInspira	#CUF #suste	5, 10 e 17	https://www
LinkedIn	fev/22	Notícia	Publicidade	71	2		73	#CUF #saud	Com hiperligação		
LinkedIn	fev/22	Imagem	responsabili	146	6	2	154	#CUFinspira	#Asperger #ir	8, 10 e 17	https://www
LinkedIn	fev/22	Vídeo	Publicidade	170	36	2	208	#cuf #saude	Com hiperlig	9	https://www
LinkedIn	fev/22	Imagem	Publicidade	80	8		88	#cuf #homec	Com hiperligação		
LinkedIn	fev/22	Vídeo	programa	335	51	6	**392**	#talento #cu	Com hiperligação		
LinkedIn	fev/22	Imagem	Publicidade	84		1	85		Com hiperlig	4	
LinkedIn	fev/22	Imagem	programa	63	6	2	71	#CUFInspira	Com hiperlig	4, 8 e 17	https://www
LinkedIn	fev/22	Imagem	Promoção d	133	7		140	#CUFOncolo	Com hiperlig	3	
LinkedIn	fev/22	Imagem	responsabili	112	2		114	#cufinspira	#sustentabilid	13	https://www
LinkedIn	jan/22	Imagem	responsabili	188	8	3	199	#cuf #inclus	Com hiperlig	8, 10 e 17	https://www
LinkedIn	jan/22	Imagem	Publicidade	135	8	1	144	#cuf #hospit	Com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	Imagem	responsabili	127	9	1	137		Com hiperlig	8, 10 e 17	https://www
LinkedIn	jan/22	Imagem	distinção	167	5	1	173	#cuf #saude	#hospitais		
LinkedIn	jan/22	Vídeo	Publicidade	318	23	1	**342**	#saude #cuf	Com hiperlig	9	
LinkedIn	jan/22	Imagem	distinção	540	41	18	**599**	#cuf #saude	Com hiperligação		
LinkedIn	jan/22	Vídeo	responsabili	133	4		137	#saúde #eco	Com hiperlig	3 e 17	https://www
Instagram	30/jun	Imagem	promoção d	616		2	**618**	#CUF #CuidadosDomiciliarios			
Instagram	29/jun	Imagem	Publicidade	47		2	49	#CUF #TeleconsultaDoDia			
Instagram	28/jun	Imagem	investigação	439		5	**444**	#CUFOncologia #HaRazoesParaTerEsperanca			
Instagram	24/jun	Imagem	promoção d	873		5	**878**	#CUF #Varicela #Crianças #Virus			
Instagram	23/jun	Imagem	promoção d	412		1	**413**	#CUF #Picada #AnimalMarinho #Praia #PeixeA			
Instagram	21/jun	Imagem	Publicidade	101		2	103	#CUF #CUFOncologia			
Instagram	17/jun	Imagem	promoção d	50		1	51	#CUF #FactCheck #Crianças #OculosDeSol #C			
Instagram	15/jun	Imagem	Publicidade	521		2	**523**	#CUF #Teleconsulta			
Instagram	14/jun	Vídeo	promoção d	40			40	#CUF #JetLag #Viajar #Sono			
Instagram	13/jun	Imagem	promoção d	136		2	138	#CUF #Viagem #Ferias #Medicamentos #Telec			
Instagram	09/jun	Imagem	promoção d	192		5	197	#CUF #MalaMaternidade #Gravidez			
Instagram	08/jun	Imagem	promoção d	843		3	**846**	#CUF #Alergia #Asma #Crianças			
Instagram	07/jun	Imagem	Publicidade	739		3	**742**	#CUF #ConfieOSeuSorrisoACUF			
Instagram	06/jun	Imagem	promoção d	53			53	#CUF #Viagem #Ferias #ConsultaDoViajante			
Instagram	03/jun	Imagem	promoção d	132		1	133	#CUF #SaudeDaMulher #Dismenorreia #Menst			
Instagram	02/jun	Imagem	passatempo	63		5	68	#ASeleçãoVaiÀCUF #SaúdeEPerformanceRumo			
Instagram	02/jun	Imagem	Publicidade	557			**557**				
Instagram	01/jun	Imagem	dia Comemo	509		18	**527**	#CUF #DiaDaCriança #Brincar			
Instagram	31/mai	Imagem	Publicidade	83		1	84	#CUFOncologia			
Instagram	27/mai	Imagem	passatempo	732		143	**875**	#ASeleçãoVa	Com hiperligação		
Instagram	26/mai	Imagem	Promoção d	101		1	102	#CUF #Gravidez #Diast		3	

Tabela 35 - Análise publicações CUF (pt. 4)

Instagram	25/mai	Imagem	Promoção d	93		93	#CUF #Tiroide #DoençasT	3	
Instagram	24/mai	Vídeo	Promoção d	74		74	#CUF #Rinite #RiniteAle	3	
Instagram	23/mai	Imagem	Publicidade	25		25	#CUF #TeleconsultaDoDia		
Instagram	20/mai	Imagem	promoção d	586		586	#CUF #VariolaDosMaca	3	
Instagram	19/mai	Vídeo	Publicidade	117	1	118	#CUF #MyCUF		
Instagram	18/mai	Imagem	Promoção d	52		52	#CUF #CUFOncologia #	3	
Instagram	17/mai	Imagem	responsabili	1429	8	1437	#MenosSalP\ Com hiperlig 3, 4 e 17		https://www
Instagram	17/mai	Imagem	Promoção d	81		81	#CUF #TensãoArterial #	3	
Instagram	16/mai	Imagem	promoção d	542		542	#CUF #Podologia #Pés	3	
Instagram	13/mai	Imagem	Promoção d	505	1	506	#CUF #FactCheck #Cor	3	
Instagram	12/mai	Imagem	Promoção d	726	4	730	#CUFOncologia #HáRazõesParaTerEsperança		
Instagram	11/mai	Imagem	Publicidade	498		498	#CUF #MyCUF		
Instagram	10/mai	Imagem	Promoção d	1046		1046	#CUF #Inaladores #Cân	3	
Instagram	09/mai	Imagem	Publicidade	21		21	#CUF #Teleconsulta		
Instagram	06/mai	Imagem	Promoção d	634		634	#CUF #Covid_19 #Reinf	3	
Instagram	05/mai	Imagem	Promoção d	724	2	726	#CUF #Audição #Ruído	3	
Instagram	04/mai	Imagem	Promoção d	76		76	#CUF #Alimentação #Sa	3	
Instagram	02/mai	Imagem	Promoção d	641	1	642	#CUF #FactCheck #Ane	3	
Instagram	29/abr	Imagem	Promoção d	69		69	#CUF #Maternidade #Gi	3	
Instagram	28/abr	Vídeo	Promoção d	153	1	154	#CUF #Iodo #Tiroide #G	3	
Instagram	26/abr	Imagem	Promoção d	396		396	#CUF #Hepatite #Hepati	3	
Instagram	22/abr	Vídeo	Promoção d	79	3	82	#CUF #DoençaDeParkir	3	
Instagram	22/abr	Imagem	responsabili	630	3	633	#CUF #InvestInOurPlan	13	https://www
Instagram	21/abr	Vídeo	Promoção d	117		117	#CUF #Vacina #Bebe #(	3	
Instagram	18/abr	Imagem	Promoção d	1090	1	1091	#CUF #Covid_19 #Voz #	3	
Instagram	14/abr	Vídeo	Promoção d	213		213	#CUF #Pascoa #PascoaSaudavel #Alimentacao		
Instagram	13/abr	Imagem	Promoção d	71		71	#CUF #Gravidez #Gravi	3	
Instagram	11/abr	Imagem	Promoção d	484	1	485	#CUF #FactCheck #Aler	3	
Instagram	08/abr	Imagem	testemunho	992	15	1007	#CUFOncologia "#HaRazoesParaTerEsperanca		
Instagram	07/abr	Imagem	responsabili	378	3	381	#PingoDce #CUF #SaudeP 3 e 17		https://www
Instagram	07/abr	Imagem	dia Comemo	137	148	285	#CUF #DiaMundialDaSaud	3	
Instagram	06/abr	Imagem	promoção d	771		771	#CUF #Gripe #GripeA #'	3	
Instagram	01/abr	Imagem	Publicidade	616		616	#CUF #TeleconsultaDoDia		
Instagram	01/abr	Imagem	promoção d	101	1	102	#CUF #Afasia #Disturbic	3	
Instagram	31/mar	Imagem	promoção d	72	2	74	#CUF #Alopecia #Calvic	3	
Instagram	30/mar	Imagem	testemunho	892	7	899	#CUFOncologia #HáRazõesParaTerEsperança		
Instagram	29/mar	Imagem	Publicidade	461		461	#CUF #Teleconsulta #Imunoalergologia #Alergia #R		
Instagram	28/mar	Imagem	promoção d	917	1	918	#CUF #Covid_19 #Desporto #ExercícioFísico		
Instagram	25/mar	Vídeo	Publicidade	187	2	189			
Instagram	22/mar	Imagem	passatempo	100	5	105	#ASeleçãoVaiÀCUF #SaúdeEPerformanceRumoAoM		
Instagram	21/mar	Vídeo	Publicidade	259	3	262			
Instagram	18/mar	Imagem	promoção d	151		151	#CUF #Sono #DiaMundialDoSono #Dormir #Dormir		
Instagram	17/mar	Imagem	passatempo	1238	458	1696	#ASeleçãoVaiÀCUF #SaúdeEPerformanceRumoAoM		
Instagram	16/mar	Imagem	promoção d	140	192	332	#CUF #Bebe #1000Dias #I	3	
Instagram	15/mar	Imagem	Promoção d	969	12	981	#CUF #Vacina #Vacinação	3	
Instagram	10/mar	Imagem	passatempo	60	2	62	#CuidamosDaSaúdeDaNossaSeleção #VamosComT		
Instagram	09/mar	Imagem	Promoção d	1543		1543	#CUF #Criança #Televisão #Guerra #Notícias		
Instagram	07/mar	Vídeo	Promoção d	473	12	485	#CUF #Endiometriose #SaúdeDaMulher		
Instagram	04/mar	Imagem	passatempo	1575	237	1812	#CuidamosDaSaúdeDaNossaSeleção #VamosComT		
Instagram	04/mar	Vídeo	Promoção d	117		117	#CUF #Obesidade #DiaM	3	
Instagram	03/mar	Imagem	Promoção d	1036	4	1040	#CUF #FactCheck #Medic	3	
Instagram	02/mar	Vídeo	Promoção d	121		121	#CUF #Tosse #TosseSeca	3	
Instagram	28/fev	Imagem	Promoção d	66	1	67	#CUF #DoencasRaras	3	
Instagram	25/fev	Imagem	Promoção d	924	4	928	#CUF #Burnout #Burnoutl	3	
Instagram	25/fev	Imagem	passatempo	32		32			
Instagram	24/fev	Vídeo	Promoção d	204	14	218	#CUF #ConfieOSeuSorriso	3	
Instagram	23/fev	Imagem	Publicidade	562	2	564	#CUF #AvaliadorDeSintomas #MyCUF		
Instagram	22/fev	Imagem	Promoção d	245	1	246	#CUF #Dieta #DietaSauda	4	

Tabela 36 - Análise publicações CUF (pt. 5)

Instagram	21/fev	Imagem	passatempo	2934	44	2978			
Instagram	18/fev	Imagem	responsabili	240	2	242	#PingoDoce #CUF #Saude	3, 4 e 17	https://www
Instagram	17/fev	Vídeo	Promoção d	253	8	261	#CUF #ConfieOSeuSorrisc	3	
Instagram	16/fev	Imagem	Publicidade	850	1	851	#CUF #PlanoMaisCUF #PlanoDeSaude		
Instagram	15/fev	Imagem	Promoção d	1326	2	1328	#CUF #SaudeDaMulher #S	3	
Instagram	14/fev	Vídeo	Publicidade	177	1	178	#CUF #AvaliadorDeSintomas #MyCUF		
Instagram	11/fev	Vídeo	programa	334	4	338	#CUF #ProgramaMaisTalento #Trainees		
Instagram	11/fev	Imagem	Promoção d	684	1	685	#CUF #MedicoAssistente	3	
Instagram	10/fev	Vídeo	Promoção d	134	8	142	#CUF #ConfieOSeuSorrisc	3	
Instagram	09/fev	Imagem	Promoção d	129		129	#CUF #AnalisesClinicas #A	3	
Instagram	08/fev	Imagem	Promoção d	645	11	656	#CUF #FactCheck #Dormi	3	
Instagram	04/fev	Imagem	dia Comemo	240	3	243	#CUF #CUFOncologia #Di	3	
Instagram	03/fev	Vídeo	Promoção d	281	12	293	#CUF #ConfieOSeuSorrisc	3	
Instagram	02/fev	Imagem	Promoção d	1884		1884	#CUF #Pneumonia #Pneu	3	
Instagram	31/jan	Imagem	responsabili	254	4	258	#PingoDoce #CUF #Saude	3, 4 e 17	https://www
Instagram	27/jan	Imagem	promoção d	1800	3	1803	#CUF #AtrofiaMuscularEs	3	
Instagram	26/jan	Imagem	Publicidade	1280	3	1283	#CUF #TeleconsultaDoDia		
Instagram	25/jan	Imagem	Publicidade	275		275	#CUF #PlanoMaisCUF #PlanoDeSaude		
Instagram	24/jan	Imagem	responsabili	269	2	271	#PingoDoce #CUF #Saude	3, 4 e 17	https://www
Instagram	20/jan	Imagem	promoção d	622	27	649	#CUF #Febre	3	
Instagram	19/jan	Imagem	promoção d	111	3	114	#CUF #Pele #Frieiras #Inv	3	
Instagram	17/jan	Imagem	promoção d	571	3	574	#CUF #Covid_19 #Criança	3	
Instagram	13/jan	Imagem	passatempo	2450	287	2737	#PingoDoce #CUF #Saude	3 e 17	
Instagram	13/jan	Imagem	promoção d	821	5	826	#CUF #FactCheck #Ouvid	3	
Instagram	12/jan	Imagem	Publicidade	954	11	965	#CUF #Maternidade #ADSE		
Instagram	11/jan	Imagem	promoção d	151		151	#CUF #Covid_19 #Tratam	3	
Instagram	10/jan	Vídeo	Publicidade	180	2	182	#CUF #PlanoMaisCUF #PlanoDeSaude		
Instagram	07/jan	Vídeo	promoção d	422	12	434	#CUF #Cardiologia #Cora	3	
Instagram	05/jan	Vídeo	promoção d	222	1	223	#CUF #Teletrabalho #Pan	3	
Instagram	04/jan	Imagem	promoção d	1038		1038	#CUF #FactCheck #Recen	3	

Tabela 37 - Análise publicações CUF (pt. 6)

Anexo IV – Análise do Top 5 de publicações com mais interações



Imagem 7 - El Corte Inglés Top 5: publicação jun/2022



Imagem 8 - El Corte Inglés Top 5: publicação abr/2022



Imagem 9 - El Corte Inglés Top 5: publicação jan/2022



Imagem 10 - El Corte Inglés Top 5: publicação jan/2022



Imagem 11 - El Corte Inglés Top 5: publicação jan/2022



Imagem 12 - Santander Top 5: publicação jun/2022



Imagem 13 - Santander Top 5: publicação mar/2022



Imagem 14- Santander Top 5: publicação jun/2022



Imagem 15 - Santander Top 5: publicação fev/2022



Imagem 16 - Santander Top 5: publicação mar/2022



Imagem 17 - CUF Top 5: publicação mai/2022



Imagem 18 - CUF Top 5: publicação abr/2022



Imagem 19 - CUF Top 5: publicação abr/2022



Imagem 20 - CUF Top 5: publicação jan/2022



Imagem 21 - CUF Top 5: publicação jan/2022