

# **O uso do Facebook como estratégia de marketing para profissionais de informação jurídica: estudo de caso do Subgrupo de Divulgação e Marketing do GIDJ-DF**

**José Ronaldo Vieira** (STJ) - ronaldovieira.df@gmail.com

**Rafaella Carine Monterei** (STJ) - rafaellamonterei@gmail.com

## **Resumo:**

*Discorre acerca da utilização das redes sociais para o compartilhamento de informações e a divulgação das ações do Grupo de Informação e Documentação Jurídicas do Distrito Federal (GIDJ-DF), da Associação de Bibliotecários e Profissionais da Ciência da Informação do Distrito Federal (ABDF). Apresenta as principais métricas de interação com o seu público no Facebook, obtidos no período entre 8 de dezembro de 2018 a 18 de março de 2019.*

**Palavras-chave:** *Marketing digital. Profissionais de informação jurídica. Redes sociais. Facebook. Métricas. Grupo de Informação e Documentação Jurídicas do Distrito F*

**Eixo temático:** *Eixo 13: 6º Seminário Nacional de Documentação e Informação Jurídicas*

## **INTRODUÇÃO**

O Grupo de Informação e Documentação Jurídicas do Distrito Federal (GIDJ-DF), foi criado em 12 de março de 2018, pela Associação de Bibliotecários e Profissionais da Ciência da Informação do Distrito Federal (ABDF), por meio da Portaria nº 1, de 7 de março de 2018. Sua finalidade é promover ações para o desenvolvimento da área de informação e documentação jurídicas no Distrito Federal.

Dentre os objetivos estabelecidos para o Grupo, previstos no art. 2º, estão: compartilhar conhecimentos e informações sobre documentação e informação jurídicas; apontar temas relevantes; e identificar problemas existentes da área. E, para atingir tais objetivos, uma das ações estabelecidas pelo GIDJ-DF, foi a criação de subgrupos de trabalho. Desta forma, foi instituído o Subgrupo de Trabalho de Divulgação e Marketing, responsável pelo gerenciamento das redes sociais do GIDJ-DF.

O Subgrupo prevê, em seu Plano de Marketing Digital, a divulgação de diversos tipos de conteúdo em suas redes sociais, relacionados à área de Informação e Documentação Jurídicas, entre os quais destaca-se: ações do GIDJ-DF; cursos; eventos nacionais e estrangeiros; profissionais atuantes na área; livros raros, clássicos; publicações e coleções jurídicas; bases de dados; pesquisas sobre temas relevantes; legislação e jurisprudência; bibliotecas jurídicas nacionais e estrangeiras.

## **RELATO DE EXPERIÊNCIA**

Para o cumprimento de suas ações, o GIDJ-DF estabeleceu o uso de dois canais de divulgação em redes sociais, o Facebook e Instagram, tendo suas atividades iniciadas em 8 de dezembro de 2018.

O uso das redes sociais se deve a possibilidade de socialização, promoção e maior visibilidade às atividades do GIDJ-DF. Além disso, de acordo com Tomaél (2007, p. 3) “uma rede social refere-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades) conectadas por relacionamentos sociais, motivadas pela amizade, relações de trabalho ou troca de informação.”

A vista disso, após análise dos relatórios das páginas do GIDJ-DF no Facebook e no Instagram, foi constatado que o Facebook foi a mídia com o maior envolvimento dos usuários desde a participação do Grupo nas redes sociais. Por esse motivo, a página do Facebook foi selecionada para realização desse trabalho, que tem por objetivo analisar as publicações<sup>1</sup> do

---

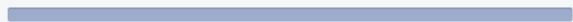





<sup>1</sup> Os dados que serão apresentados foram retirados ou compilados a partir dos dados gerados na página do GIDJ-DF no Facebook.

Grupo, no período entre 8 dezembro de 2018 a 18 de março de 2019, e deste modo apresentar as seguintes informações:

- a) Dados gerais da página:
  1. Quantidade de curtidas e descurtidas da página;
  2. Quantidade de visualizações da página.
- b) Dados das publicações:
  1. Quantidade de publicações realizadas no período;
  2. Quantidade de pessoas alcançadas;
  3. Quantidade de envolvimento com as publicações da página;
  4. Quantidade de publicações por assuntos;
  5. Quantidade de visualizações e envolvimento por assunto;
  6. Média de envolvimento e visualizações por assunto.

Em relação aos dados gerais, item a.1, a página do Grupo obteve 410 curtidas. A origem dessas curtidas, em sua maior parte, foram originárias de sua página no Facebook, e a menor, proveniente de anúncios feitos pelos administradores da página.

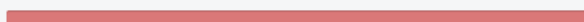

Gráfico 1. Origem das curtidas da página do GIDJ-DF no Facebook

Origem da curtida	Número de curtidas	Porcentagem de curtidas
Sua Página	111 	42.05%
Feed de Notícias	95 	35.98%
Outro	41 	15.53%
Sugestões de Página	11 	4.17%
Pesquisa	5 	1.89%
Anúncios	1 	0.38%

Fonte: Facebook (2019)

Neste mesmo período, foram registrados 6 descurtidas na página, que em sua maior parte foram oriundas do feed notícias publicadas. Este número representa um total de 1,22% da quantidade de inscritos da página.

Gráfico 2. Número de descurtidas da página do GIDJ-DF no Facebook

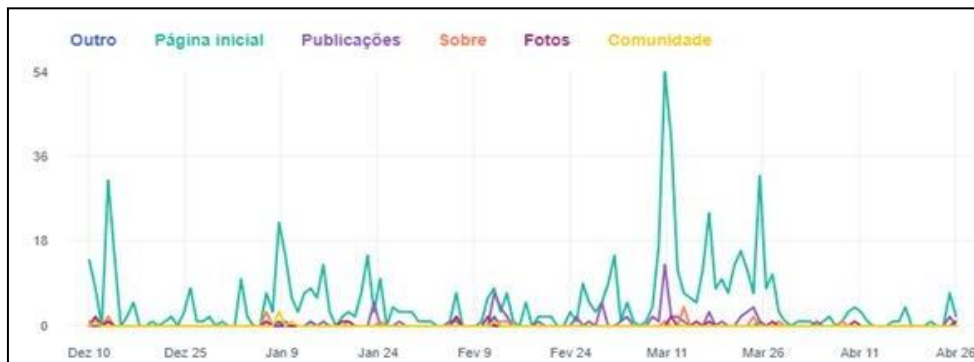
Origem das curtidas desfeitas	Número de curtidas desfeitas	Porcentagem de descurtidas
Descurtidas a partir de Página, publicações ou Feed de Notícias	5 	83.33%
Remoções de contas desativadas ou transformadas em memorial	1 	16.67%

Fonte: Facebook (2019)

Quanto ao número de visualizações a página do GIDJ-DF no Facebook, no período entre 10 de dezembro de 2018 a 18 de março de 2019, foram registradas 21.893 visualizações,

sendo a maior parte realizadas em sua página inicial.

Gráfico 3. Total de visualizações por seção da página do GIDJ-DF no Facebook



Fonte: Facebook (2019)

Sobre os dados das publicações da página, itens b.1 a b.3, o Grupo realizou, no período, 210 publicações sobre diversos assuntos, as quais alcançaram 36.744 pessoas e tiveram o envolvimento de 5.191 usuários com as publicações da página. Dos números apresentados, foram desconsiderados os dados de publicações patrocinadas, por apresentarem resultados que destoam da média de envolvimento e visualizações de outras publicações, que não foram patrocinadas.

No que se refere aos assuntos das publicações, itens b.4 a b.6, para facilitar a organização dos dados, foi utilizado o Plano de Marketing Digital do GIDJ-DF, que estabelece os assuntos a serem divulgados pelo Grupo. A partir da análise das informações desse plano e dos dados das publicações da página do Grupo, foram definidas as seguintes categorias: bases de dados, bibliotecas, concursos, datas comemorativas, cursos e eventos, publicações, notícias sobre o GIDJ-DF, notícias sobre legislação decisões judiciais, pesquisas jurídicas, profissionais de destaque e outros assuntos.

Ao analisar o gráfico 4 publicações por assunto, observamos que os assuntos “notícias sobre legislação e decisões judiciais” e “eventos” tiveram uma maior quantidade de publicações no período, com 50 e 28, respectivamente; e os assuntos que tiveram uma menor quantidade de publicações foram “base de dados” e “pesquisas jurídicas”, com uma publicação para cada.

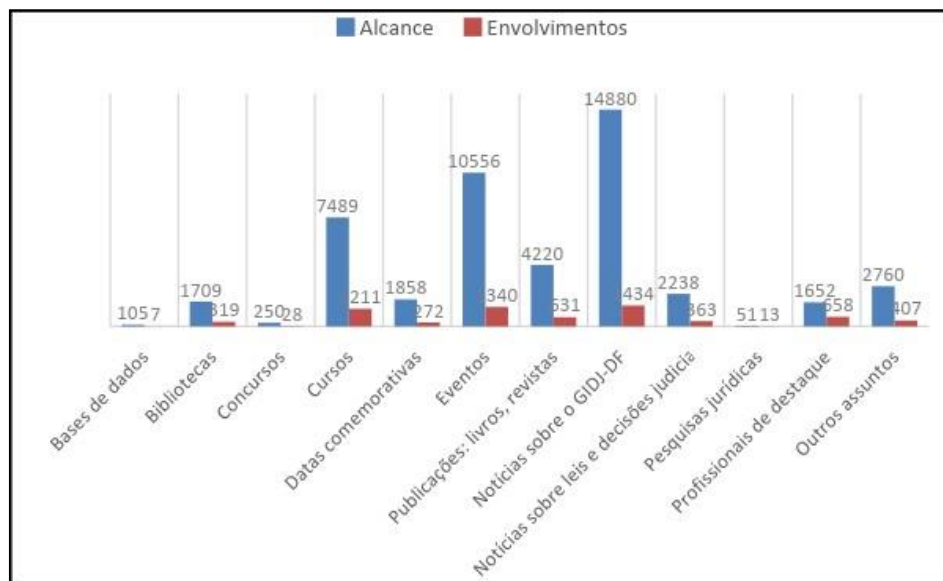
Gráfico 4. Publicações por assunto da página do GIDJ-DF no Facebook



Fonte: Do autor

Já em relação aos dados de visualizações e envolvimento por assunto, a maioria dos dados são provenientes de “notícias sobre o GIDJ-DF” e “eventos”. “Pesquisas jurídicas” e “bases de dados” tiveram um menor número de visualizações e envolvimento entre os usuários.

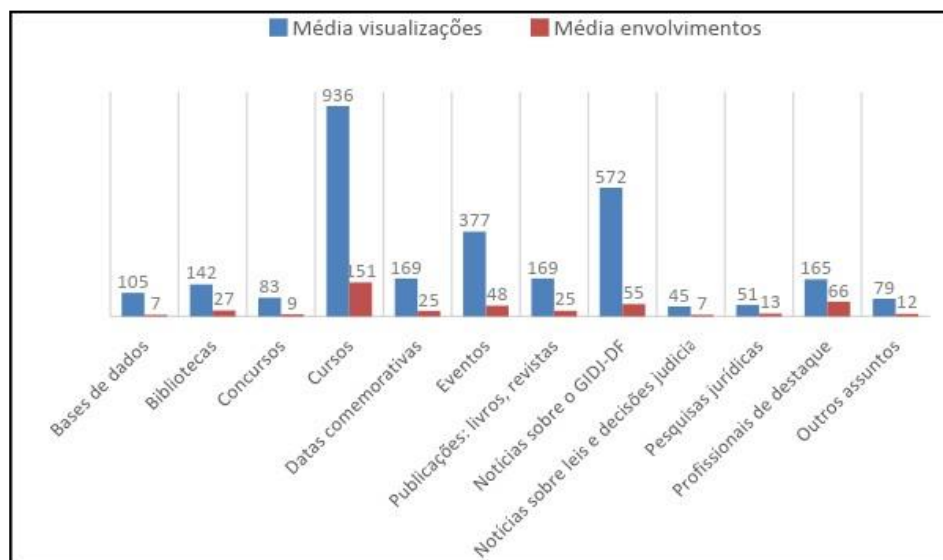
Gráfico 5. Quantidade de envolvimento e visualizações das publicações por assunto da página do GIDJ-DF no Facebook



Fonte: Do autor

Em relação à média entre as métricas envolvimento e visualizações, verifica-se que há um maior interesse dos usuários nos assuntos “cursos” e “notícias” sobre o GIDJ-DF. Já os assuntos “notícias sobre legislação decisões” e “pesquisas jurídicas” obtiveram as menores médias de visualizações e envolvimento.

Gráfico 6. Média de envolvimento e visualizações das publicações por assunto da página do GIDJ-DF no Facebook



Fonte: Do autor

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que as métricas em redes sociais são ferramentas relevantes para mensurar o desempenho das ações de marketing e os dados comportamentais das pessoas que interagem em suas páginas. A partir da análise dos dados obtidos pelo Facebook, é possível planejar novas estratégias de divulgação que permitam um melhor direcionamento das postagens do Grupo para o seu público-alvo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO DE BIBLIOTECÁRIOS E PROFISSIONAIS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL (ABDF). *Portaria nº 1, de 7 de março de 2018*. Brasília: ABDF, 12 mar. 2018. Institui o Grupo de Trabalho de Informação e Documentação Jurídicas do Distrito Federal – GIDJ [...]. Disponível em: <http://abdf.org.br/images/documentos/ABDF-PRT1-2018-001.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2019.

GRUPO DE INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO JURÍDICAS DO DISTRITO FEDERAL (GIDJ-DF). Associação de Bibliotecários e Profissionais da Ciência da Informação do Distrito Federal (ABDF). *Plano de marketing digital*. Brasília: GIDJ/DF, [2018].

FACEBOOK. *GIDJ-DF*. 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/gidjabdf/?ref=bookmarks>. Acesso em: 21 jul. 2019.

TOMAÉL, Maria Inês. Redes sociais, conhecimento e inovação localizada. *Inf. Inf.*, Londrina, v. 12, n. esp., 2007. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1782/1519>. Acesso em: 21 jul. 2019.