



**XXII** Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias

28 de novembro a 01 de dezembro  
Florianópolis - SC

### Eixo 1 – Gestão de Bibliotecas

## O uso do *marketing* digital em mídias sociais para a divulgação das bibliotecas universitárias federais da região nordeste

*The use of digital marketing in social media for the dissemination of federal university libraries in the northeast region*

**Jessica Gabriela Silva Ribeiro** – Universidade Federal do Cariri (UFCA)

[jessicagabriela924@gmail.com](mailto:jessicagabriela924@gmail.com)

**David Vernon Vieira** – Universidade Federal do Cariri (UFCA)

[david.vieira@ufca.edu.br](mailto:david.vieira@ufca.edu.br)

**Resumo:** Esse resumo analisou o uso do marketing digital em mídias sociais para promoção das bibliotecas universitárias federais da região nordeste do Brasil. Portanto, foi desenvolvido um estudo descritivo, com abordagem qualitativa que verificou o conteúdo publicado nas mídias sociais dessas bibliotecas como estratégia de *marketing* digital para a promoção desses espaços. Os resultados revelam que a utilização das mídias sociais permite a divulgação de seus produtos e serviços, além de facilitar a aproximação dos usuários no meio digital. Entretanto, é preciso que essas mídias sejam utilizadas seguindo um planejamento e mantendo uma frequência nas publicações para conseguir manter o engajamento dos usuários.

**Palavras-chave:** *Marketing* Digital. *Marketing* em Mídias Sociais. Bibliotecas Universitárias. Região Nordeste do Brasil.

**Abstract:** This paper analyzed the use of digital marketing in social media to promote federal university libraries in the northeast region of Brazil. Therefore, a descriptive study was developed, with a qualitative approach, which verified the content published in the social media of these libraries as a digital marketing strategy for the promotion of these spaces. The results reveal that the use of social media allows the dissemination of its products and services, in addition to facilitating the approximation of users in the digital environment. However, it is necessary that these media be used following a plan and maintaining a frequency in publications in order to maintain user engagement.

**Keywords:** Digital marketing. Marketing on Social Media. Academic Libraries.



## 1 INTRODUÇÃO

Tendo em vista, as mudanças sociais com o surgimento de novas tecnologias, as bibliotecas precisam se inserir no meio digital, utilizando a internet como uma ferramenta para se aproximar e se conectar com os usuários (Lima, 2019, p. 20).

Nesse sentido, o *marketing* digital passa a ser utilizado pelas bibliotecas como: “(...) uma ferramenta facilitadora de busca e acesso de informação, um mecanismo que procura melhorar e até expandir a interação entre usuário e biblioteca dentro de um ambiente digital, dando visibilidade aos serviços e atividades oferecidas neste espaço.” (Lima, 2019, p. 20).

Como justificativa, espera-se que esse trabalho contribua com a percepção de como a utilização do *marketing* digital para bibliotecas universitárias pode proporcionar a disseminação dos serviços da biblioteca, além da aproximação com os usuários. Desse modo, a questão problema é: como os sistemas das bibliotecas universitárias federais do nordeste brasileiro utilizam as mídias sociais como estratégia de *marketing* digital?

Assim, esse trabalho tem como objetivo analisar o uso do marketing digital em mídias sociais para promoção das bibliotecas universitárias federais da região nordeste, verificando quais são as mídias sociais utilizadas e que tipo de conteúdo é divulgado para a promoção do espaço.

### 1.1 O marketing digital em mídias sociais para bibliotecas universitárias

De acordo com Santos (2016, p. 26) não existe uma diferença entre o *marketing* digital e o tradicional “(...) o que o difere, são as ferramentas de comunicação e distribuição de informações, que são realizadas por meio de recursos digitais para a promoção de produtos, marcas, ideias e demais ações”. Assim, o *marketing* digital utiliza a internet para se comunicar com os clientes e atrair outras pessoas.

Deste modo, de acordo com Teixeira (2018, p. 64) pensar na utilização do *marketing* na biblioteca universitária pode:

(...) permitir a criação, o desenvolvimento, a promoção e a disseminação dos produtos e serviços de informação, a serem consumidos e utilizados pelos usuários, cuja aplicação pode ser considerada um meio de aumentar a produtividade das unidades de informação, modificando suas atividades tradicionais e contribuindo para o desenvolvimento de estratégias de mudança de sua imagem. (TEIXEIRA, 2018, p.64)

Portanto, o marketing é uma importante ferramenta para que as bibliotecas ganhem maior visibilidade e possa atrair mais usuários, além de contribuir para a modificar a sua forma de atuação, buscando sempre observar as necessidades dos usuários que procura atingir.

Neste sentido, as bibliotecas universitárias podem utilizar as funcionalidades que as mídias sociais oferecem para divulgar o seu espaço, produtos e serviços. Tendo em vista, que o ambiente digital possibilita que as bibliotecas tenham mais visibilidade, interação e permite um maior engajamento dos usuários (Araújo; Araújo, 2018).

## **2 METODOLOGIA**

Essa pesquisa é considerada descritiva, tendo em vista que foram analisadas as mídias sociais das bibliotecas universitárias da região nordeste do Brasil, sendo descrito o tipo de conteúdo publicado nessas mídias como estratégia de *marketing* digital para a promoção desses espaços. A pesquisa ocorreu no período de abril a maio de 2023.

A abordagem é qualitativa, onde na primeira etapa para a escrita do referencial teórico foi realizado um levantamento bibliográfico no Google Acadêmico, envolvendo a pesquisa de artigos sobre o *marketing* digital em mídias sociais para bibliotecas universitárias. Usou-se os termos “marketing digital” e “mídias sociais” e “biblioteca universitária”. Na segunda etapa para a coleta de dados foi analisada e interpretada as informações obtidas sobre o conteúdo divulgado nas mídias sociais das bibliotecas universitárias da região nordeste.

## **3 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Observou-se quais são as mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias da região nordeste brasileiro para promover seus produtos e serviços.

**Quadro 1 – Mídias sociais utilizadas pelos sistemas de bibliotecas do Nordeste.**

Instituição	Estado	Biblioteca/ Sistema	Instagram 	Facebook 	Twitter 	Youtube 	Whatsapp 
UFAL	Alagoas	SIBI	OK		OK	OK	
UFBA	Bahia	SIBI	OK	OK		OK	
UFOB	Bahia	Bibliotecas	OK				
UFRB	Bahia	SIB	OK				
UFSB	Bahia	SIBI	OK	OK			
UFC	Ceará	SIBI	OK	OK	OK		OK
UFCA	Ceará	SIBI	OK	OK			
UNILAB	Ceará	SIBIUNI	OK	OK	OK	OK	OK
UFMA	Maranhão	DIB	OK			OK	
UFCG	Paraíba	SISTEMOTEC A	OK			OK	
UFPB	Paraíba	BIBLIOTECA CENTRAL	OK	OK	OK	OK	
UFAPE	Pernambuco	SIB	OK	OK			
UFPE	Pernambuco	SIB	OK	OK			OK
UFRPE	Pernambuco	SIB		OK		OK	
UNIVASF	Pernambuco	SIBI	OK	OK		OK	
UFDPAR	Piauí	Bib Central	OK				OK
UFPI	Piauí	SIBI	OK			OK	OK
UFERSA	Rio Grande do Norte	SIBI	OK			OK	OK
UFRN	Rio Grande do Norte	BCZM	OK	OK	OK	OK	
UFS	Sergipe	SIBI	OK		OK	OK	

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Descrição: Quadro composto por oito colunas e vinte e uma linhas. Na sequência dos títulos dos cabeçalhos das colunas temos da primeira coluna até a oitava temos os seguintes: instituição, estado, biblioteca/sistema, instagram, facebook, twitter, youtube, whatsapp. Nas linhas subsequentes são descritas quais são as siglas das instituições, estados, os sistemas de bibliotecas da região nordeste do Brasil e se cada mídia está existente com OK. As colunas vazias não contêm perfil nas mídias para a plataforma em questão.

Algumas bibliotecas não possuem mídias sociais para o sistema de bibliotecas. Mas, possuem para a biblioteca central, sendo elas: Sistemoteca UFPB - Biblioteca Central da UFPB; Sistemoteca UFAPE - Biblioteca Central Ariano Suassuna - UFAPE; Biblioteca UFDPAR - Biblioteca Central Professor Cândido Athayde; SIBI/ UFPI - Biblioteca Comunitária UFPI; SIBI UFERSA - Biblioteca Orlando Teixeira; SISBI UFRN - Biblioteca Central Zila Mamede (BCZM).

Com base na análise dessas mídias sociais foi observado que as bibliotecas universitárias da região nordeste utilizam mais o *Instagram*, *Facebook* e o *Youtube*. A mídia menos utilizada é o *WhatsApp*.

Além disso, todas as bibliotecas possuem publicações atualizadas no mês de abril de 2023, principalmente no *Instagram* com exceção da UFRPE que não possui

*Instagram* e não mantém frequência nas publicações no seu *Facebook* o último post é de 2020 e no *Youtube* em 2022.

### 3.1 Conteúdo divulgado nas mídias sociais utilizadas pelos sistemas de bibliotecas

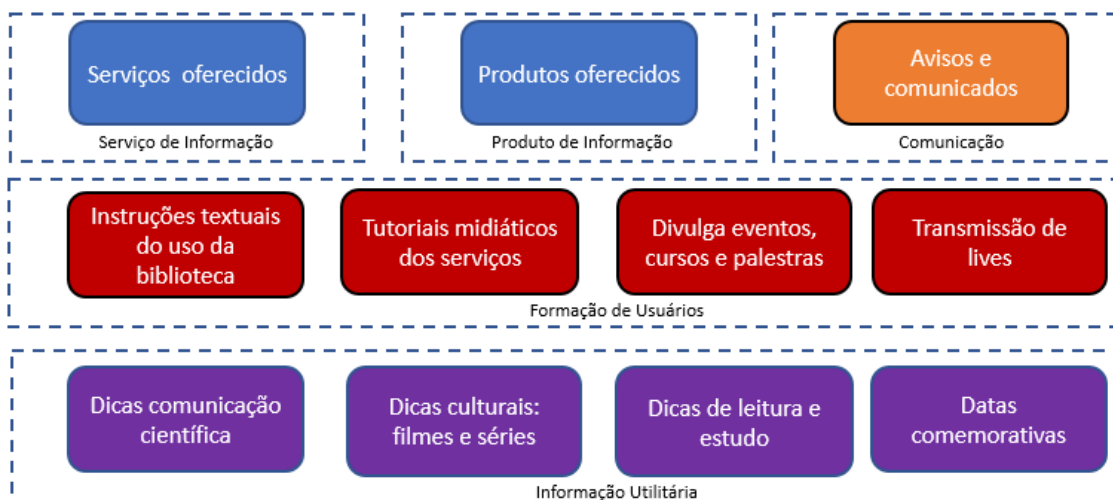
Depois da análise de quais mídias sociais são utilizadas pelos sistemas de bibliotecas da região nordeste foi possível observar qual o tipo de conteúdo é divulgado para promover esses espaços. Assim, foi realizada uma síntese dos conteúdos divulgados no *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*. São eles:

- a) **SiBi/UFAL:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Normas técnicas, Tutoriais, Instruções, Datas comemorativas, Dica sobre pesquisa e escrita científica, Dica de estudo, Dica de leitura, Outros;
- b) **SIBI/UFBA:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Normas técnicas, Tutoriais, Instruções, Datas comemorativas, Dica sobre pesquisa e escrita científica, Dica cultural (Filme), Dica de leitura, Dica de estudo, Outros, Transmissão de *lives*: encontros, Vídeos de projetos;
- c) **Bibliotecas UFOB:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Datas comemorativas, Divulgação de eventos, Normas técnicas, Dica de leitura, Outros;
- d) **SIB/UFRB:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Datas comemorativas, Tutoriais, Dica de leitura, Dica cultural (Filme/Série), Dica sobre pesquisa e escrita científica, Normas técnicas, Outros;
- e) **SIBI/ UFSB:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Datas comemorativas, Divulgação de eventos, Tutoriais, Outros;
- f) **SIBI/UFC:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Datas comemorativas, Dica cultural (Exposição de arte, cinema), Dica de leitura, Normas técnicas, Tutoriais, Instruções, Outros;
- g) **SIBI/UFCA:** Serviços e produtos, Dica de leitura, Dica sobre pesquisa e escrita científica, Normas técnicas, Dica de estudo, Dica cultural (filme), Datas comemorativas, Divulgação de eventos, Tutoriais, Outros;
- h) **Sibiuni/ UNILAB:** Serviços e produtos, Normas técnicas, Dica sobre pesquisa e escrita científica, Datas comemorativas, Dica de leitura, Dica cultural (filme), Tutoriais, Instruções, Divulgação de eventos, Transmissão de *lives*: dúvidas, Outros;

- i) **DIB/UFMA:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Dica de leitura, Curiosidades literárias, Datas comemorativas, Normas técnicas, Tutoriais, Outros;
- j) **Sistemoteca UFCG:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Tutoriais, Datas comemorativas, Dica de leitura, Dica de estudo, Normas técnicas, Dica sobre pesquisa científica, Vídeos de projetos, Outros;
- k) **Sistemoteca UFPB - Biblioteca Central da UFPB:** Serviços e produtos, Normas técnicas, Avisos e comunicados, Dica de leitura, Tutoriais, Instruções, Divulgação de eventos, Datas comemorativas; Outros; Transmissão de *lives*: oficinas e treinamentos;
- l) **SIB/UFAP:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Instruções, Tutoriais, Dica de leitura, Datas comemorativas, Divulgação de eventos, Outros;
- m) **SIB/UFPE:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Datas comemorativas, Tutoriais, Instruções, Dica de leitura, Curiosidades literárias, Dica cultural (filme), Divulgação de eventos, Outros;
- n) **SIB/UFRRPE:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Dica de leitura, Tutoriais, Datas comemorativas, Outros;
- o) **SIBI/UNIVASF:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Datas comemorativas, Normas técnicas, Tutoriais, Instruções, Dica de leitura, Dica cultural (filme), Divulgação de eventos, Dica de estudo, Dica sobre pesquisa e escrita científica, Outros;
- p) **Biblioteca UFDPAR - Biblioteca Central Professor Cândido Athayde:** Serviços e produtos, Datas comemorativas, Avisos e comunicados, Tutoriais, Divulgação de eventos, Outros;
- q) **SIBi/UFPI - Biblioteca Comunitária UFPI:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Tutoriais, Dica de leitura, Divulgação de eventos, Datas comemorativas, Outros, Transmissão de *lives*: minicursos.
- r) **SIBI/UFERSA - Biblioteca Orlando Teixeira:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Tutoriais, Dica de leitura, Divulgação de eventos, Datas comemorativas, Normas técnicas, Dica sobre escrita científica, Outros;
- s) **SISBI/UFRRN - Biblioteca Central Zila Mamede (BCZM):** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Datas comemorativas, Normas técnicas, Dica de leitura, Tutoriais, Instruções, Divulgação de eventos, Outros;

t) **SIBI/UFS:** Serviços e produtos, Avisos e comunicados, Divulgação de eventos, Datas comemorativas, Dica cultural (filme, música, exposição, visita virtual), Dica de leitura, Tutoriais, Instruções, Transmissão de *lives*: palestras; Vídeos de *podcast*, Outros.

**Figura 1** – Atividades observadas no conteúdo produzido nas mídias sociais das Bibliotecas Universitárias da Região Nordeste.



Fonte: elaborado pelos autores (2023).

Descrição: Figura composta por onze retângulos distribuídos horizontalmente em três linhas. A primeira linha possui dois retângulos azuis e um laranja com as informações: Serviço de informação: serviços oferecidos; Produto de informação: Produtos oferecidos; Comunicação: Avisos e comunicados. Na segunda linha quatro retângulos vermelhos com as informações: Formação de usuários: Instruções textuais do uso da biblioteca; Tutoriais midiáticos dos serviços; Divulga eventos, cursos e palestras; Transmissão de *lives*. E na terceira linha quatro retângulos lilás com as informações: Informação Utilitária: Dicas comunicação científica; Dicas culturais: filmes e séries; Dicas de leitura e estudo; Datas comemorativas.

Assim, conforme a Figura 1 acima foi observado que as bibliotecas utilizam as mídias sociais para divulgar diversos tipos de conteúdo como: serviços e produtos oferecidos; avisos e comunicados sobre o funcionamento da biblioteca; Divulga eventos: cursos, palestras e treinamentos realizados pela biblioteca, universidade ou outras instituições; publicações em datas comemorativas; tutoriais sobre serviços; instruções sobre o uso da biblioteca e acervo; dicas sobre pesquisa e escrita científica; transmissão de *lives*; dicas culturais (filmes, séries); dicas de leitura e estudo. Além de ter a possibilidade de disponibilizar hiperlinks para outras mídias e plataformas da biblioteca.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa pesquisa foi possível observar que a utilização do *marketing* digital em bibliotecas universitárias é importante para que esses espaços promovam seus produtos e serviços, possibilitando uma maior interação com seus usuários e facilitando o alcance de potenciais usuários.

Dessa forma, foi possível observar que as mídias sociais são as ferramentas mais indicadas para essa atividade. Tendo em vista, que elas são muito utilizadas no dia a dia facilitando esse contato.

Diante da análise dos dados da pesquisa, foi possível notar que as bibliotecas analisadas não estão presentes em todas as mídias sociais, mas que a maioria utiliza o Instagram com maior frequência. Apenas a UFRPE não possui *Instagram* e não publica nas outras mídias, no *Facebook* seu último post é de 2020 e no *Youtube* em 2022.

Assim, para manter a organização e a constância das publicações nas mídias sociais é preciso que os gestores criem cronogramas para as publicações definindo o que será publicado, utilizando as funcionalidades que essas plataformas têm para criar seus conteúdos. Mantendo o contato e interagindo com os usuários, o que traz maior visibilidade para os seus serviços.

#### REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de; ARAÚJO, Janiele Oliveira. O uso de redes sociais como estratégia de marketing em unidades de informação: estudo de caso da Biblioteca Pública Estadual Graciliano Ramos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 176–196, 2018. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/738>. Acesso em: 12 maio. 2023.

LIMA, Daniel da Silva. **O Instagram como Instrumento de Marketing Digital Utilizado por Bibliotecas Universitárias como Apoio, Divulgação e Interação com seu usuário**: Um estudo sobre o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará. 2019. 82f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) - Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/52805>. Acesso em: 17 abril. 2023.

SANTOS, Igleide de Oliveira. **Marketing digital**: análise das mídias sociais nas unidades de informação. 2016. 160f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia e Documentação), Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências da Informação, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2016. Disponível em: <http://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/8996>. Acesso em: 01 maio 2023.



TEIXEIRA, Ana Paula Santos Souza. **O marketing digital como estratégia de promoção de bibliotecas universitárias.** 2018. 160f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/29841>. Acesso em: 03 maio 2023.