

MARKETING DIGITAL EM BIBLIOTECAS: O CASO DA BIBLIOTECA DO CAMPUS SANTANA DO LIVRAMENTO - UNIPAMPA

Karen Pureza Britto, bibliotecária, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento

Maria Fermina Santana Fortes, bibliotecária, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento

karenbritto@unipampa.edu.br

As bibliotecas universitárias são unidades de informação voltadas ao atendimento da comunidade acadêmica, ofertando produtos e serviços que supram as necessidades informacionais de seus usuários. Os bibliotecários desempenham um papel fundamental para que a biblioteca alcance a comunidade a que se destina, dentre as muitas atividades que são essenciais para o bom funcionamento das bibliotecas, podemos destacar o marketing digital, que atualmente é imprescindível para a divulgação, interação com o público e para atrair mais pessoas interessadas em usufruir dos produtos e serviços que a unidade de informação tem para oferecer. O marketing digital é o conjunto de ações executadas online com o objetivo de atrair novos clientes, criar relacionamentos ou desenvolver uma identidade de marca mais relevante. Dentre suas principais estratégias estão: SEO, Inbound Marketing e o Marketing de Conteúdo. No ano de 2022, sabendo da necessidade de utilizar as redes sociais para promover o marketing da biblioteca do campus, as bibliotecárias do setor reativaram a página do Facebook da unidade e criaram uma página no Instagram. O objetivo é alcançar o público alvo da biblioteca nas redes sociais e verificar quais seus assuntos de interesse para melhorar a oferta de produtos e serviços de informação. A pesquisa realizada foi de caráter exploratório e a metodologia para a verificação dos assuntos que o público alvo prefere foi a análise das curtidas e visualizações nas postagens das redes sociais da biblioteca do campus Santana do Livramento. Na primeira etapa do planejamento de marketing, foi feito um levantamento dos temas que seriam abordados e uma pesquisa sobre as ferramentas a serem utilizadas na criação dos posts. Na etapa de implementação foi utilizado o Trello, que é uma ferramenta para gestão de projetos, o Canva para a produção das artes para as postagens e bancos de imagens públicas. A primeira publicação utilizando as metodologias de marketing digital para bibliotecas, bem como as ferramentas elencadas, foi realizada no dia 12 de maio de 2022. A partir desse momento, foram abordados diversos tópicos visando a educação dos usuários e a utilização da biblioteca, como por exemplo: o que é necessário para a realização de empréstimo, como realizar a renovação de livros on-line, pagamentos de multas por atraso de livros, localização das obras no acervo, utilização da Plataforma de e-books Minha Biblioteca, utilização do Repositório digital da Unipampa, além de dicas de leitura, recordações de momentos importantes, informações e novidades sobre a biblioteca além de memes. Foi feita uma triagem da comunidade acadêmica do campus, realizando buscas em grupos nas redes sociais dos cursos onde convidamos os discentes e docentes para seguir nossas páginas nas redes sociais. Atualmente a página do Instagram conta com 900

seguidores e a página do Facebook com 157 seguidores. A análise dos resultados obtidos com a produção de conteúdos no primeiro semestre de 2022 evidenciou que o marketing de conteúdo como uma estratégia do marketing digital é muito relevante tanto para divulgar os produtos e serviços da biblioteca quanto para atrair novos usuários. É importante produzir este conteúdo relevante sempre de modo estratégico, para que a biblioteca possa se conectar e ajudar o seu público-alvo a resolver seus problemas informacionais e também fazer com que esta unidade passe a ser vista como autoridade para auxiliar o usuário no momento que ele mais precisar. O trabalho de produção de conteúdo que teve maior visibilidade e resultados significativos foi na rede social Instagram. A página da biblioteca no Instagram obteve como resultado um aumento no número de visualizações e seguidores. De maio até setembro de 2022 foram produzidos 49 posts com assuntos variados referentes aos produtos e serviços da biblioteca e também referentes à vida acadêmica do público-alvo. Os posts que provocaram mais visualizações e curtidas foram do tipo carrossel e sobre: os Bastidores da Biblioteca (417 visualizações e 50 curtidas), as Obras no Prédio Novo da Biblioteca (409 visualizações e 79 curtidas), a plataforma Minha Biblioteca (338 visualizações e 25 curtidas), Repositório Institucional (151 visualizações e 11 curtidas), Apresentação da biblioteca com seus produtos e serviços e horário de funcionamento (134 visualizações e 13 curtidas) e Sugestões de Livros para as férias (121 visualizações e 18 curtidas). Os posts com vídeos se destacam e fazem com que tenhamos mais visualizações na página da biblioteca. Nota-se que os usuários gostam de imagens comuns que reflitam a realidade deles no ambiente acadêmico e de títulos que chamem a atenção para o assunto de que se trata o post. Estamos ainda no começo da produção de conteúdo e entendemos que estamos alcançando o nosso objetivo que é tornar visível a unidade e apresentar os produtos e serviços disponíveis para auxiliar a comunidade acadêmica em seus estudos e pesquisas.

Agradecimentos: UNIPAMPA

Palavras-chave: Marketing digital para bibliotecas; Biblioteca universitária; Redes sociais.