

RESUMO

Trata sobre a implantação da tecnologia *Quick Response Code*, conhecida como QR code aplicada à promoção dos produtos da Biblioteca do Instituto dos Advogados Brasileiros (IAB). Explica que QR code são códigos de barras em 2D que podem ser capturados e decodificados por celulares munidos com câmeras. Sob a abordagem de comunicação do marketing, o objetivo geral desse estudo é analisar a utilização de QR code diante de sua aplicação para a promoção e divulgação de produtos em suas formas de uso por parte dos usuários. Especificamente, o objetivo é: avaliar o uso do QR Code para a divulgação dos produtos da Biblioteca do IAB. O presente estudo tem como a abordagem da comunicação integrada ao marketing conforme reporta a literatura explicita sua aplicação. Questiona: como o QR Code pode ser um recurso de promoção dos produtos de bibliotecas e a avaliação por parte dos usuários quanto ao emprego dessa tecnologia para a divulgação de produtos da biblioteca. Para tanto, a pesquisa de natureza qualiquantitativa adota o método exploratório. Para a coleta de dados, aplica estudo de uso e de usuários mediante formulário de questionário junto aos usuários da Biblioteca do IAB que utilizam o QR code. Apresenta os resultados de revisão da literatura sobre o uso da tecnologia, sobre Marketing e a abordagem adotada. Explica que o uso do instrumento QR code pode ser considerado para a promoção e solidificação de sua aplicação junto a Biblioteca do IAB. Conclui com a avaliação emprego da tecnologia do QR code quanto a promoção da biblioteca. A resposta obtida pelo estudo de uso e de usuários realizado na Biblioteca do IAB.

Palavras-chave: QR Code. Promoção de Biblioteca. Marketing de Biblioteca. Estudo de Usuários.