

Gestão de Bibliotecas

Pedro Luiz Côrtes

plcortes@usp.br

GESTÃO DE BIBLIOTECAS

- **Marketing é diferente de publicidade (que é uma das etapas de uma ação de marketing)**
- **Marketing envolve:**
 - Conhecer o seu público real e potencial.
 - Conhecer as **necessidades** desse público.
 - Verificar se o seu produto (ou serviço) **atende as necessidades** desse público.
 - Analisar o que pode ser feito para **melhor atender as necessidades** desse público (modificações).
 - **Estabelecer estratégias de divulgação** (para reter os usuários reais e atrair os usuários potenciais).

BIBLIOTECAS PÚBLICAS

- **Conheça o bairro**
- **Ande pelas ruas e veja:**
 - Quais as condições de infraestrutura e transporte?
 - Há centros culturais?
 - Há escolas de ensino médio e fundamental?
 - Há faculdades, centros universitários ou universidades?
 - Há empresas? De que tipo?
 - Há cinemas e shopping centers?
 - Há opções culturais (cinemas, teatros)?
 - Há grupos que se reúnem para fins específicos (grupos de atletas, grupos de caminhada, etc.).
 - Há um jornal de bairro?

BIBLIOTECAS PÚBLICAS

- **Conheça as pessoas**
- **Faça um estudo dos usuários:**
 - Converse com as pessoas.
 - Aplique questionários para os frequentadores da biblioteca (necessidades / motivações).
 - Converse com professores e diretores de escola.
 - Visite as empresas e veja quais são as necessidades informacionais de seus funcionários
 - Procure entender as necessidades das pessoas.

BIBLIOTECAS PÚBLICAS

- **Estabeleça Sinergias**
 - Estabeleça parcerias com escolas de ensino médio e fundamental
 - Divulgue as atividades da biblioteca em locais de grande concentração de público (centro cultural, cinema, shopping, padarias)
 - Divulgue o acervo e atividades para as empresas
 - Divulgue o acervo e atividades para grupos específicos
 - Faça uma parceria com o jornal do bairro.
 - Há eventos específicos no bairro? Veja como aproveitá-los.

BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

- **“Set Up do Sistema”**
 - Biblioteca centralizada: procure montar serviços de referência específicos para grandes áreas (ou para um curso que demande mais).
 - Invista no espaço físico (tem que ser agradável)
 - Diversifique as possibilidades:
 - Espaço físico convencional (a biblioteca tradicional)
 - Espaço para reunião de grupos de estudo
 - Espaço para leitura de jornais e revistas (lounge)
 - Espaço para mostras específicas.

BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

- **Divulgue a Biblioteca**
 - Lute bravamente por um **bom espaço** no site da instituição.
 - Utilize a *mailing list* da instituição e redes sociais para divulgar **todas as novidades do acervo e todas as atividades**.
 - Utilize as redes sociais para divulgar **sugestões de leitura** de livros e artigos.
 - **Divulgue os serviços** em disciplinas específicas (metodologia de pesquisa, TCC, etc.)
 - **Faça parcerias** com essas disciplinas (aulas específicas na biblioteca).

BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

- **Promova “usos diversificados”**
 - Um bom espaço para a leitura de jornais e revistas e um bom acervo de jornais e revistas vai atrair um público “novo” e permanente.
 - Converse com os professores para que eles façam o lançamento de seus livros na biblioteca.
 - Promova mostras específicas:
 - Artigos publicados pelos professores ou alunos de pós-graduação.
 - Teses e dissertações defendidas no último ano.
 - TCCs apresentados no último ano.