

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.