

Comissão de Comunicação e Marketing BU/UFSC: criação e desenvolvimento

Gleide Bitencourte José Ordovás (UFSC) - gleide.bjo@ufsc.br

Marli Dias de Souza Pinto (UFSC) - marli.dias@ufsc.br

Resumo:

A Comissão de Comunicação e Marketing iniciou seus trabalhos em 02 de março de 2016, na Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (BU/UFSC). Têm por objetivos planejar, organizar e coordenar as seguintes ações de comunicação e marketing no âmbito da BU/UFSC: promover campanhas educativas; divulgar produtos e serviços; realizar pesquisas de opinião de usuários; definir e acompanhar a presença digital; planejar exposições e eventos; criar e desenvolver a comunicação visual; assessorar eventos de outras unidades da UFSC, bem como da comunidade externa, realizados na BU. A Comissão de Comunicação e Marketing foi constituída para responder várias demandas verificadas nesta área. A estruturação e o planejamento fazem-se necessários para um melhor desempenho das funções concernentes a esta comissão.

Palavras-chave: *Biblioteca Universitária. Comunicação. Marketing. Serviços inovadores - criação.*

Eixo temático: *Eixo 3: Gestão de bibliotecas: aquisição e tratamento de materiais no ambiente físico e virtual, curadoria digital, coleções especiais, desenvolvimento de serviços e produtos inovadores, bibliotecas digitais e virtuais, portais e repositórios, acesso aberto.*

INTRODUÇÃO

O termo marketing, inicialmente utilizado na área da administração, foi difundido ao ponto de ser utilizado comumente em diálogos em que a conceituação não é requerida, ou seja, de uso comum. É um termo frequentemente confundido com publicidade. Mas o termo possui conceitos e variantes, distribuídos em diversas vertentes, como marketing pessoal, social, digital, político, de relacionamento, entre outros.

De forma bastante ampla, marketing é a busca da satisfação do cliente, utilizando de métodos para antever as suas necessidades. A maioria dos conceitos trazem este termo ligado à vendas, mas ele é utilizado para todo tipo de negócio que envolva oferta de produtos, serviços ou ideias.

Para Kotler o marketing é um processo social “por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros” (KOTLER 2000 p.30). Marketing pode ser definido como uma área do conhecimento que

engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem estar da sociedade” (LAS CASAS 2006 p.10).

Nas bibliotecas o marketing acontece mesmo sem o conhecimento de sua utilização, pois quando são criados produtos, serviços ou atividades que visam satisfazer aos usuários, percebem-se as aplicações relacionadas ao marketing.

A aplicação de marketing em Bibliotecas pode fornecer um conjunto de técnicas e instrumentos amplamente testados para identificação das necessidades e preferências do usuário. Para Silveira (1987, p. 23):

O marketing é um elemento vital na função de planejamento do administrador e na criação do futuro. Sua função, quando empregada da forma ideal, permanece antes, durante e depois das mudanças planejadas. O marketing é um instrumento de planejamento que ajuda a dar forma a visão, testa sua viabilidade, inicia e depois modifica sua operação. Quando usado conscientemente e com habilidade, o marketing pode manter a biblioteca numa posição visível e relevante.

Verifica-se que qualquer biblioteca que tenta influenciar o comportamento do público já está envolvida em marketing. A Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (BU/UFSC), não é diferente.

A BU/UFSC caracteriza-se como instituição sem fins lucrativos, mas a direção da biblioteca reconhece a importância do marketing para visibilidade e qualificação dos produtos e serviços à comunidade usuária.

KOPTLER (1978, p. 20), aponta que:

[...] toda organização é uma aglutinação proposital de pessoas, matérias e instalações, procurando alcançar algum propósito do mundo exterior. Para sobreviver e ser bem sucedida, a organização deve atrair recursos suficientes, converter esses recursos em produtos, serviços e ideias e distribuir esses produtos a vários públicos consumidores.

O marketing na biblioteca universitária tem como principal objetivo satisfazer necessidade específica de seus usuários, por meio de uma pesquisa se identifica as necessidades de seu público-alvo e depois cria-se ou desenvolvem-se produtos/serviços para satisfazer essas necessidades.

A BU/UFSC, por meio de sua estrutura organizacional, sempre buscou atender as necessidades de seus usuários, criando produtos e serviços para satisfazê-los. Utilizando dos métodos e conceitos do marketing, porém não havia institucionalizado ou formalizado tais procedimentos.

Em 2016, após verificação da necessidade de se organizar as atividades concernentes a esta área, criou-se a Comissão de Comunicação e Marketing da BU/UFSC. A Comissão coloca em prática, de maneira formal, a preocupação que a BU/UFSC sempre teve com a qualidade de comunicação com sua comunidade interna de usuários, e com um grande contingente de usuários externos que usufrui do sistema pra estudos e pesquisa.

RELATO DE EXPERIÊNCIA: COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DA BU/UFSC

A Comissão de Comunicação e Marketing iniciou seus trabalhos em 02 de março de 2016, na Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina.

Foi instituída pela Portaria 1146/2016/GR e atualizada na Portaria 403/2017/GR. A ideia inicial partiu da Comissão de Gestão do Conhecimento da BU, como uma resposta para as demandas de marketing do Sistema de Bibliotecas da UFSC.

Constituída por servidores com formação em diversas áreas, e em parceria com a Agência de Comunicação da UFSC (AGECOM), atualmente está sob a coordenação de uma bibliotecária da instituição, com a participação da Diretora da BU/UFSC, de uma docente representando o curso de Biblioteconomia do CED/CIN/UFSC, um representante da AGECOM, alguns bolsistas eventualmente e servidores e chefias das Bibliotecas Setoriais do Sistema.

A comissão tem por objetivos planejar, organizar e coordenar as seguintes ações de comunicação e marketing no âmbito da BU/UFSC: promover campanhas educativas; divulgar produtos e serviços; realizar pesquisas de opinião de usuários; definir e acompanhar a presença digital; planejar exposições e eventos; criar e desenvolver a comunicação visual; assessorar eventos de outras unidades da UFSC, bem como da comunidade externa, realizados na BU.

AÇÕES COORDENADAS PELA COMISSÃO

As ações estratégicas tem abrangência significativa e se efetivam nas atividades desenvolvidas pela comissão, que são descritas no Quadro 1 – Atividades Coordenadas pela Comissão de Comunicação e Marketing da BU/UFSC. Algumas destas atividades foram criadas fora da comissão e posteriormente passadas a esta para dar prosseguimentos e encaminhar as ações, como exemplos têm o “Amigo da Biblioteca” e o informativo “Quais são as Novas”, projetados pela Comissão de Gestão do Conhecimento, mas coordenados pela Comissão de Comunicação e Marketing.

Quadro 1 – Atividades Coordenadas pela Comissão de Comunicação e Marketing da BU/UFSC

Ações	Descrição
Campanha Gênios pensando	Visa educar os usuários para baixar o tom de voz em respeito aos que precisam de silêncio para estudar
Bibliotecários por Centro	Grupo de bibliotecários responsáveis por Centros de Ensino atuando na promoção dos serviços da BU/UFSC, visando ampliar a participação da BU/UFSC no atendimento às demandas de informação da comunidade universitária. Trata-se de uma estratégia de ação descentralizada da BU/UFSC.
Livros, câmera, ação!	Uma semana de exibição de filmes na Biblioteca Central, todos os meses, no período do meio dia, conjuntamente com promoções do acervo de livros que sigam a mesma temática. Geralmente a temática é escolhida, por meio de votação on-line, pelos usuários.
Quais são as novas	Boletim informativo interno, com encaminhamento quinzenal de notícias, disponibilizadas no e-mail dos servidores e murais da BU/UFSC.
Manual do usuário	Manual básico dos serviços oferecidos pela BU/UFSC.
Marcadores informativos	Marcadores de páginas, atrativos, com informações importantes para usuários da biblioteca.
Pastas compartilhadas	Pastas criadas no servidor central da UFSC, com acesso por meio de permissões, possibilitando democratização das informações utilizadas pelos servidores.
Web TVs	TVs distribuídas nas bibliotecas do sistema, com vídeos informativos sobre os serviços oferecidos pelas bibliotecas, bem como vídeos educativos e convites para eventos.
Recepção aos calouros	Série de ações voltadas ao recebimento dos novos alunos dos cursos da UFSC, para um acolhimento mais receptivo, com exposições, promoções de acervos, capacitações, visitas guiadas, distribuição de marcadores de páginas e manuais de usuários, entre outras.
Sinalizações	Verificação das necessidades de sinalizações físicas no ambiente das bibliotecas
Exposições	Coordenação, organização e execução de exposições das mais variadas temáticas, de demandas criadas na comissão, nos setores ou recebidas da comunidade UFSC.
Promoções de acervo	São criadas exposições temáticas para promover todo tipo de acervo, com apresentação criativa.
Calendário de eventos	Criação de um calendário, para uso interno, com datas comemorativas que podem ser utilizadas em ações, indicativo de reuniões, notas sobre eventos e início da organização de cada ação durante o ano letivo, pautado no calendário acadêmico da UFSC.
Amigo da biblioteca	O Projeto AMIGO DA BIBLIOTECA é uma realização do Sistema de Bibliotecas da UFSC (BU/UFSC) formalizado pelo Projeto de extensão nº 2015.7612. Tem como objetivo prestar homenagem e registrar reconhecimento à pessoa física ou jurídica que se destacaram no apoio e na promoção da BU/UFSC.
Bom dia biblioteca	O “Bom Dia Biblioteca”, formalizado pelo Projeto de extensão nº 2015.7474, é uma reunião da equipe BU/UFSC em que são apresentadas as atualizações e inovações em serviços realizadas por determinado setor da BU/UFSC. Posteriormente é realizada uma confraternização da equipe BU/UFSC.

Fonte: criado pelas autoras, 2017.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A Comissão de Comunicação e Marketing foi constituída para responder várias demandas verificadas nesta área, no âmbito da BU/UFSC. Iniciou seus trabalhos, a princípio, sem fundamentação teórica adequada. Neste primeiro ano de atuação foi atendendo as demandas conforme foram surgindo, ao mesmo tempo em que verificava a necessidade de estruturar-se, buscar fundamentação teórica e definir seu papel perante a instituição. É composta, na sua grande maioria, por servidores da própria BU/UFSC, e muitas das ações ou projetos criados terminam por ser executados por membros da própria comissão. Esta dinâmica por vezes causa confusão para entender o papel da mesma.

A estruturação e o planejamento fazem-se necessários para um melhor desempenho das funções concernentes a esta comissão.

REFERÊNCIAS

KOTLER, P. Marketing para organizações que não visam o lucro. São Paulo : Atlas, 1978.

_____. Administração de Marketing: a Edição do Novo Milênio – 10ª Edição - São Paulo – Ed. Prentice Hall – 2000.

SILVEIRA, A. - Marketing em serviços de informação: textos selecionados. Brasília: IBICT, 1987.