

# **APRESENTAÇÃO DAS AÇÕES REALIZADAS PELA COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA DA UFSC DURANTE O ANO DE 2018**

**Débora Maria Russiano Pereira** (UFSC) - debora.russiano@ufsc.br

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

## **Resumo:**

*Realiza uma breve apresentação do conceito de marketing e sua importância para as bibliotecas universitárias. Apresenta as principais ações realizadas pela Comissão de Comunicação e Marketing da Biblioteca Universitária da UFSC (CCM/BU/UFSC) durante o ano de 2018. Conclui que planejamento e estruturação são importantes para o bom andamento da comissão, bem como a necessidade de captura e tabulação de dados e ampliação do alcance das redes sociais da instituição.*

**Palavras-chave:** *Ações de marketing. Bibliotecas universitárias.*

**Eixo temático:** *Eixo 6: Gestão de bibliotecas*



## XXVIII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e

### Documentação

Vitória, 01 a 04 de outubro de 2019.

Videografia: ( ) Sim ( X) Não

## 1 INTRODUÇÃO

Bibliotecas universitárias (BUs), por definição, são locais mantidos por uma instituição de ensino superior com o objetivo de atender às necessidades de informação de sua comunidade. Muito além de serviços como circulação de materiais e processamento técnico de materiais físicos, as BUs atualmente possuem papel crucial na disseminação de informações científicas e tecnológicas de forma online, diante da maciça presença da Internet na vida humana, seja ela universitária ou não. Em vista deste cenário, e de acordo com Becker (2016) quanto mais os serviços das BUs forem divulgados, maior será a visibilidade do setor e conseqüentemente a melhor compreensão de seu papel perante a sociedade. Para isso, podemos contar com ações de marketing. De acordo com Kotler e Armstrong (2007, p. 4), define-se marketing como “o processo pelo qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relacionamentos com eles para capturar seu valor em troca”. Ou seja, precisamos compreender as vontades dos usuários e retribuir com o oferecimento de produtos e serviços à altura, sob pena de perdermos importância no cenário acadêmico e deixarmos de existir. Becker (2016, p. 5) nos alerta que

Em virtude da explosão informacional que vivemos na sociedade, as bibliotecas deveriam ser os locais onde há informação qualificada e atualizada, e o profissional da informação para tratar essa informação. A modernidade contemporânea impõe aos bibliotecários que querem continuar com a existência nas bibliotecas onde atuam, neste milênio, o desenvolvimento de duas habilidades de marketing essenciais: visão estratégica [...] e saber transformar a visão estratégica em ações estratégicas.

Serafim et. al (2012) destacam que

No âmbito dos serviços bibliotecários especializados, inerentes às bibliotecas universitárias, não se admite mais, frente aos novos desafios que caracterizam o atual cenário da informação, uma visão estreita sobre o marketing. As bibliotecas devem ser consideradas um negócio, e como qualquer outro, deve estar voltado para as necessidades de seus clientes/usuários

Para atender estas demandas de marketing, tão prementes em unidades informacionais, foi criada em 2016, na Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (BU/UFSC), a Comissão de Comunicação e Marketing.

## **2 RELATO DE EXPERIÊNCIA: AÇÕES REALIZADAS PELA CCM/BU/UFSC DURANTE 2018**

Criada pela portaria 1146/2016/GR e atualizada pela portaria 998/2018/GR, de 02 de maio de 2018, a Comissão de Comunicação e Marketing da Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (CCM/BU/UFSC) tem por objetivo:

Planejar, organizar e coordenar as seguintes ações de comunicação e marketing no âmbito da Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (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 (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, 2019).

É constituída por servidores de diversas áreas, em parceria com a Agência de Comunicação da UFSC (AGECOM), contando com a presidência de uma bibliotecária do sistema, uma docente do Departamento de Ciência da Informação da UFSC (CIN/UFSC) e representantes de diversos setores (ORDOVÁS; PINTO, 2017).

Inicialmente as reuniões da Comissão eram quinzenais, porém a partir da 45ª reunião, realizada em 14 de fevereiro de 2019 passaram a ser semanais para atender as demandas crescentes da mesma, com uma hora e meia de duração, presencial e virtualmente (a partir da ferramenta ConferênciaWeb, disponibilizada pela Rede Nacional de Ensino e Pesquisa – RNP), possibilitando aos servidores dos campi de fora da sede da UFSC, bem como aos membros da sede impossibilitados de comparecer pessoalmente, participem de forma ativa.

Entre as principais ações estratégicas coordenadas pela Comissão, podemos destacar: a) “Amigo da Biblioteca”: objetiva prestar homenagem e reconhecimento à pessoa física ou jurídica que evidencia a BU/UFSC; b) “Bibliocentros”: grupo de bibliotecários por centro de ensino, com a função de divulgar e promover os serviços

oferecidos pelo sistema, bem como o recebimento das demandas informacionais da comunidade universitária; c) “Bom dia Biblioteca”: reunião da equipe do sistema e convidados onde são apresentadas ações e inovações das unidades de informação – bibliotecas central, setoriais e salas de leitura; d) “Calendário de eventos”: estilo planner, é projetada para uso interno do sistema, com datas em destaque que podem ser utilizadas em ações; e) Exposições: coordenação, organização e execução de exposições temáticas; f) Manual do usuário: criação e atualização de manual básico dos serviços oferecidos; g) Promoções de acervo: exposições temáticas para impulsionar os acervos; h) “Quais são as novas?”: boletim interno semanal que visa disseminar informações relevantes aos servidores, encaminhado por email e i) Semana Nacional do Livro e da Biblioteca: eventos realizados pelas unidades do sistema na semana do dia 23 de outubro que visa promover a leitura, os livros e as bibliotecas (ORDOVÁS; PINTO, 2017; UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, 2019).

Com a análise das atas das reuniões, no período compreendido entre 01 de novembro de 2017 a 04 de abril de 2019, podemos destacar, além das ações coordenadas pela comissão, as principais ações pontuais elaboradas pela mesma:

**Quadro 01 – Ações pontuais coordenadas durante 2018 pela CCM/BU/UFSC**

<b>Ação</b>	<b>Descrição</b>
Encontro de Integração dos Servidores da BU/UFSC	Planejamento, elaboração e execução de encontro anual que visa à apresentação de resultados obtidos durante o ano, palestras motivacionais e atividades integrativas entre todos os servidores do sistema e convidados. Todas as unidades são fechadas permitindo assim a integração total de seus servidores.
Ex-libris e nova identidade visual	Criação da nova identidade visual da BU/UFSC, em parceria com a AGEKOM (Agência de Comunicação da UFSC) e, simultaneamente, criação de um ex-libris para uso no sistema.
Libras e audiodescrição	Em parceria com o Ambiente de Acessibilidade Informacional da BU (AAI) e com a Comissão de Gestão do Portal da BU foi disponibilizada a versão em libras do Manual do calouro e o Portal passou a ter audiodescrição, com o auxílio da Suíte Libras
Sinalizações	Foram levantadas as necessidades de sinalização

	em todo o sistema. Placas e banners padronizados estão em processo de compra.
BU na Copa	Em clima de Copa do Mundo, a BU/UFSC criou ambientes temáticos, com tabela de resultados dos jogos, locais para troca de figurinhas, puffs e aparelho de televisão para transmissão dos jogos (Biblioteca Central). Durante a ação foi solicitado aos usuários que, ao publicarem uma foto nos ambientes utilizassem a hashtag #BU na Copa e fornecido urnas para palpites sobre as finais. Foi feito posterior sorteio de livros aos usuários.
SNBL.	A Semana Nacional do Livro e da Biblioteca foi comemorada com palestras, exposições e com a disponibilização de mandalas para colorir, de forma a combater o estresse.
Redes Sociais	Atualização e divulgação do canal da BU/UFSC na plataforma Youtube; maior presença da instituição no Facebook e criação de perfil institucional no Instagram.
BU 50 anos	Em novembro foi realizado evento em comemoração aos 50 anos da Biblioteca Central, com o lançamento de uma galeria das diretoras e conversa com algumas ex-diretoras da BU. Na ocasião ocorreu o lançamento do ex-libris e da nova identidade visual.

Fonte: elaborado pelas autoras, 2019.

### 3 PERSPECTIVAS PARA O FUTURO

Espera-se que em 2019/2020 as ações realizadas em 2018 sejam continuadas e fortalecidas, com a colaboração entre a CCM/BU/UFSC e outras comissões de trabalho já estabelecidas. Novas ações surgirão com as novas demandas diárias, e será necessário maior planejamento e estruturação, inclusive com o início de captura e tabulação de dados para avaliação das ações realizadas. Além disso, fazem-se necessárias ações para o fortalecimento do sistema no meio digital, com ampliação do alcance das publicações nas redes sociais, com linguagem clara e atraente para o usuário de diversas faixas etárias, uma vez que, conforme Araújo, Pinho Neto e Freire (2016),

torna-se imprescindível interagir e cultivar excelentes relações com seus usuários, sendo eles reais ou potenciais. Todavia, para que isso ocorra de forma eficaz é necessário que haja uma política de informação que estabeleça alguns princípios e prioridades, sendo capaz de direcionar as ações de informação.

Ou seja, o fortalecimento da comunicação via mídias sociais será um ponto importante a ser trabalhado na CCM/BU/UFSC, através da criação de políticas de compartilhamento de informações, capacitações de usuários visando a literacia midiática, aumento de alcance de publicações nas mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, além de outras que por ventura apareçam), entre outras ações de acordo com as demandas que surgirem.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Walqueline Silva; PINHO NETO, Júlio Afonso Sá; FREIRE, Gustavo Henrique Araújo. O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias com foco no marketing de relacionamento. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 21, n. 47, p. 2- 15, set./dez., 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2016v21n47p2/32327>. Acesso em:

BECKER, Caroline da Rosa Ferreira. Reflexões sobre a utilização de ferramentas do marketing em bibliotecas da rede federal de educação profissional, científica e tecnológica. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 19., 2016, Manaus. **Anais[...]**. Disponível em: <http://www.periodicos.ufam.edu.br/anaisnbu>. Acesso em 05 abr. 2019.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, c2008.

ORDOVÁS, Gleide Bitencourte José; PINTO, Marli Dias. Comissão de Comunicação e Marketing da BU/UFSC: criação e desenvolvimento. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 27., 2017, Fortaleza. **Anais[...]**. [http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/18380/1/2012\\_eve\\_laserafim.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/18380/1/2012_eve_laserafim.pdf). Acesso em: 23 jul. 2019.

SERAFIM, Lucas Almeida et. al. Marketing em bibliotecas universitárias: uma revisão da literatura. . In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17., 2012, Gramado. **Anais[...]**. Disponível em: <http://www.periodicos.ufam.edu.br/anaisnbu>. Acesso em 05 abr. 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Biblioteca Universitária. **Comissão de Comunicação e Marketing da BU**. Disponível em: <http://portal.bu.ufsc.br/conheca-a-bu/comissoes-de-trabalho/comunicacao-e-marketing-dabu/>. Acesso em 01 abr. 2019. Jul.