

ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA FIDELIZAR USUÁRIOS NA BIBLIOTECA CENTRAL JULIETA CARTEADO

Rejane Maria Rosa Ribeiro (UEFS) - rribeiro@uefs.br

Resumo:

Relato de experiência objetivando mostrar o marketing como uma importante ferramenta para desenvolver ações criativas que possam aumentar o fluxo e fidelizar os usuários que frequentam a Biblioteca Central Julieta Carteado, responsável pelo planejamento e administração do Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Feira de Santana.

A aplicação de instrumentos de marketing vai aprimorar, promover, visibilizar os recursos que a biblioteca dispõe. Isso implica aperfeiçoamento e inovação dos produtos e serviços já ofertados pela biblioteca, assim como criação de novos. A BCJC decidiu, então, inovar seus produtos e serviços e criar novos, como por exemplo o empréstimo de guarda-chuvas, o espaço de convivência e outros, bem como incrementar a capacitação por meio de cursos e oficinas, sempre abertos à comunidade externa. Com a adoção de estratégias de marketing, a biblioteca ganhou uma imagem positiva tanto para seus usuários externos, que a veem como dinâmica, quanto para os usuários internos, que estão mais motivados e proativos.

Palavras-chave: *Marketing; Inovação; Criatividade; Bibliotecas Universitárias.*

Eixo temático: *Eixo 6: Gestão de bibliotecas*



INTRODUÇÃO

As bibliotecas universitárias são suporte informacional ao tripé ensino, pesquisa e extensão, eixo fundamental da universidade brasileira. Assim, a importância da biblioteca é inquestionável. Segundo Leitão, Barreto (2014), é em seu ambiente que se busca respostas às dúvidas; da existência das fontes informacionais e da qualidade destas dependerá a autorização para funcionamento de todos os cursos de nível superior em todo território nacional. Se são tão importantes, por que as bibliotecas universitárias estão sempre fazendo estudo de usuários (levantando necessidades e expectativas desses usuários) e lançando mão das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) para inovar produtos e serviços? A resposta é muito simples: para continuarem vivas e atuantes.

O número de cursos nas universidades e, conseqüentemente, de alunos é crescente. Entretanto, o número de usuários que frequenta as bibliotecas não tem crescido na mesma proporção. Pode-se tomar como exemplo o que se observou na Biblioteca Central Julieta Carteadó (BCJC) da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS) que, nos últimos quatro anos, sofreu um decréscimo no fluxo de usuários: no ano de 2015, o fluxo foi de 193.494; em 2016, 150.428; em 2017, 120.502; e, em 2018, 138.564 usuários. Estes são alguns dos motivos para a diminuição de visitas à biblioteca: os e-books, que podem ser lidos de qualquer computador com acesso à base de dados da biblioteca; a Seção de Referência *on line*, onde o usuário, remotamente, pode tirar dúvidas quanto à normalização e a serviços; a reserva e a renovação eletrônica do empréstimo de obras; a consulta *on line* ao acervo; o acesso à informação na web; etc. O que fazer então para atrair e fidelizar usuários?

Assim, o objetivo deste relato de experiência é mostrar o marketing como uma importante ferramenta para desenvolver ações criativas que possam aumentar o fluxo e fidelizar os usuários que frequentam a Biblioteca Central Julieta Carteadó, criada em 31 de maio de 1976, responsável pelo planejamento e pela administração do Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Feira de Santana (SISBI-UEFS).

RELATO DE EXPERIÊNCIA

As atividades de marketing relatadas neste trabalho ocorreram na Biblioteca Central Julieta Carteado do Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Feira de Santana no período de 2016 a 2018. A UEFS, uma das quatro universidades estaduais da Bahia, instalada em uma região semiárida, vem crescendo

[...] em cumprimento do seu objetivo social que é preparar cidadãos que venham a exercer, tanto liderança profissional e intelectual no campo das atividades a que se propõem, quanto a terem responsabilidade social no sentido de serem capazes de desempenhar, propositivamente, o seu papel na definição dos destinos da sociedade baiana e brasileira. O cumprimento desta função social a torna reconhecida como uma das mais expressivas Instituições de Educação Superior do Estado da Bahia e do País. (UEFS, 2019)

Por estar situada na segunda cidade mais populosa do Estado, que possui o maior entroncamento rodoviário do Norte/Nordeste e uma economia crescente, a UEFS é bem requisitada por jovens de todo o país que querem ingressar em uma universidade. Assim, a BCJC preocupa-se em trabalhar consonante os objetivos da UEFS, principalmente seu objetivo social, e estar sempre apta a atender e acolher seus usuários por meio de bons serviços e um ambiente acolhedor.

DINAMIZANDO PRODUTOS E SERVIÇOS POR MEIO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING

A aplicação de instrumentos de marketing vai aprimorar, promover, visibilizar os recursos que a biblioteca dispõe. Isso implica aperfeiçoamento e inovação dos produtos e serviços já ofertados pela biblioteca, assim como criação de novos. Este é o resultado da experiência na BCJC:

Campanha de Preservação do Acervo - A campanha acontece desde a década de 1990, quando foram colados, nas mesas e cabines de estudo, adesivos com a frase “Querendo riscar, use o riscódromo”. Assim, um grande quadro com folhas em branco, intitulado “Riscódromo”, foi colado na parede para que os usuários escrevessem o que e quando quisessem. O riscódromo continua funcionando, mas, desde 2017, conta com mais quadros em tamanhos menores. Seu objetivo foi alcançado: mesas e paredes limpas, sem rabiscos. (figura 01).

Figura 01 - Riscódromo



Fonte: Acervo da autora

Negociação solidária - Com o intuito de atender os usuários que, por motivos diversos, estão suspensos do serviço de empréstimo, a BCJC libera a suspensão do serviço pela doação de obras literárias. Em 2018 a campanha sofreu uma mudança: as doações de obras literárias foram substituídas por doações de leite em pó, cuja arrecadação foi destinada a uma instituição de caridade.

Li e Recomendo! – É uma iniciativa de compartilhamento de leituras entre os usuários do Sistema Integrado de Bibliotecas da UEFS, onde o usuário preenche um formulário indicando alguma obra que leu na biblioteca e faz um breve comentário a respeito dela. A obra é separada, colocada em uma estante com o respectivo comentário e disponibilizada para empréstimo.

Parada da leitura – Ação que incentiva a leitura, criando novos espaços de interação entre o leitor e o livro dentro do campus da UEFS. Uma estante de palete foi colocada em cada ponto de ônibus do campus e o usuário pode levar ou colocar novos livros na estante (Figura 02).

Figura 02 – Parada da Leitura



Fonte: <http://docplayer.com.br/79051558-Universidade-estadual-de-feira-de-santana-sistema-integrado-de-bibliotecas-feira-de-santana.html>

Esqueça um livro – Com esta ação, as pessoas são incentivadas a deixarem um livro, em qualquer lugar do campus, com um bilhete informando a quem o encontrar que pode levá-lo e, fundamentalmente, sugerindo a leitura. Essa ação acontece como parte da programação da Semana Nacional do Livro e da Biblioteca.

Campanhas Outubro Rosa e Novembro Azul – A Biblioteca adota as cores das campanhas nos trajes dos seus servidores e na decoração com balões e outros recursos. Há, também, banners alusivos a cada campanha. No Outubro Rosa são arrecadados lenços e mechas de cabelo, que são doados a uma instituição da cidade que cuida de pessoas com câncer.

Empréstimo de guarda-chuva – Este serviço originou-se do acúmulo de guarda-chuvas esquecidos na Biblioteca. Por estar em uma região semiárida, o empréstimo de guarda-chuva ocorre durante todo o ano (no verão, para proteção do sol e, no inverno, para proteção da

chuva). Além disso, durante o inverno, são dados sacos plásticos, nos balcões de atendimento, para proteção das obras emprestadas.

Leia e leve – Este serviço já tem 40 anos. Contudo, em 2018, ganhou um reforço, foi criado o Leia e Leve para o usuário interno (equipe de servidores do SISBI) e usuários que participam dos cursos de Auxiliar ou de Dinamização de Bibliotecas. Para isso, foi colocada, no hall de serviço, uma estante com obras para doação. O diferencial é que esta estante segue o mesmo princípio da Parada da leitura, o usuário tanto pode pegar quanto pode doar um livro.

Publicações científicas – Servidores SISBI – Os trabalhos técnico-científicos elaborados pelos servidores do SISBI UEFS estão disponíveis com texto completo no site do SISBI-UEFS. Esse serviço sofreu grande inovação, passou de impresso e referencial para *on line* e texto completo. Excelente iniciativa de divulgação da produção do staff do SISBI e incentivo para realização de novas produções.

Dia interativo – Dia de interação entre os servidores do SISBI-UEFS – prática de marketing interno que visa o relacionamento interpessoal, quando os funcionários podem e devem emitir suas opiniões e podem conhecer melhor os colegas. É um momento para os servidores das oito bibliotecas se encontrarem, trocarem experiências ou apenas relaxarem (figura 03).

Figura 03 – Dia Interativo



Fonte: Acervo da BCJC

Reciclagem de material – “Fora desperdício!” é frase chave na BCJC, onde papéis são reutilizados, caixas de etiquetas servem como suporte para avisos, rolos de papel higiênico servem para enfeites de natal, livros danificados e desidratados se transformam em árvores natalinas.

Relações públicas – Em 1998 o SISBI, consciente da importância de Relações Públicas para contribuir nas suas atividades, solicitou vaga em edital de concurso. Assim, esse profissional passou a fazer parte do seu staff, o que trouxe uma visão mais dinâmica e proativa para o Sistema. Entre os incrementos verificados com sua atuação, destacamos a criação do site, o desenvolvimento de campanhas, nova roupagem às publicações e a promoção da imagem do

SISBI-UEFS por meio de redes sociais. Entretanto, por dez anos, ficamos sem a profissional, que estava à disposição em outro órgão, retornando no início de 2019.

Sala de convivência – Criada em 2018, um lugar para descansar e para um cafezinho.

Comunicação interna – Feita por meio de e-mail e grupo de Whatsapp, sua importância reside na disseminação da informação de maneira uniforme para toda a equipe.

Delegar responsabilidades – É positivo tanto para o SISBI, que passa a ter uma equipe comprometida, quanto para a equipe, que passa a sentir-se segura, útil, parte do processo.

Capacitação – Vários cursos são ofertados pelo SISBI, os quais são realizados no auditório da BCJC. A inscrição é vinculada a um quilo de alimento não perecível, que é doado a uma instituição de caridade da cidade. Esses cursos são abertos aos servidores do SISBI e à comunidade externa. Cursos fixos: Auxiliar de Bibliotecas, Dinamização de Bibliotecas, Noções Básicas de Arquivo, Normalização. Outros cursos e oficinas: Propriedade Intelectual, Reciclagem de Resíduos Sólidos, Pequenos Reparos, dentre outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção de estratégias de marketing só trouxe mudanças positivas para a imagem da biblioteca, que é vista pelo usuário como dinâmica e atuante, conforme o último estudo de usuários realizado em 2017. Para o usuário interno (equipe de servidores) também há benefícios, tais como: realização pessoal, valorização, interação, motivação, relacionamento interpessoal. É comum ouvir nos corredores da BCJC a seguinte frase: “Aqui só nos falta um bom salário”, o que não depende, naturalmente, da gestão do SISBI. Porém, aliado a estratégias de marketing, o SISBI visa fidelizar seus usuários internos e externos oferecendo bons serviços e produtos e um ambiente prazeroso e lúdico.

REFERENCIAS

LEITÃO, Debora Sampaio; BARRETO, Maribel Oliveira. A biblioteca como espaço de gestão de pessoas e de informação - percepção de coordenadores da FVC. **Cairu em Revista: Sociedade, Educação, Gestão e sustentabilidade**. Ano 3, N.3, dez. 2013, jan. 2014.

UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana. Conheça a UEFS. Nossa História. Disponível em <http://www.uefs.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=12>. Acesso em 22 fev. 2019.