



Marketing aplicado à Biblioteconomia

Autor(es): BERGMANN, Dionara Raquel; BARROSO, Caroline Ferreira; FORTES, Maria Fermina Santana

Apresentador: Dionara Raquel Bergmann

Orientador: Clériston Ribeiro Ramos

Revisor 1: Renata Braz Gonçalves

Revisor 2: Gladis Rejane Moran Ferreira

Instituição: Universidade Federal do Rio Grande

Resumo:

Atualmente grande parte das bibliotecas buscam atrair usuários divulgando seus serviços por meio das técnicas de Marketing. Tal fato tem trazido importantes resultados para a educação do Brasil, uma vez que o Marketing dispõe-se a atender às necessidades e à satisfação de quem precisa e utiliza os serviços de informação. Nesse contexto percebe-se a importância do trabalho do bibliotecário, uma vez que cabe a este divulgar o espaço em que atua, tornando-o conhecido e atraente ao público. Portanto, para o trabalho deste profissional, torna-se inevitável a adoção das técnicas de Marketing. Com base em tais afirmativas realizou-se um projeto de divulgação da biblioteca do Centro de Educação Ambiental em Ciências e Matemática, da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). A mencionada instituição porta livros e materiais didáticos úteis para a educação de séries iniciais da área da Matemática, Física, Biologia e Química, porém é pouco procurada pela comunidade acadêmica. O objetivo do estudo foi, portanto, aplicar, à mencionada instituição, técnicas de Marketing para, assim, divulgar seus serviços e acervo e atrair novos usuários. Para tal, entrou-se em contato com os responsáveis pelo CEAMECIM e com o DEMAT, pelo qual convidou-se os calouros do curso de Matemática da universidade para comparecimento à uma exposição do acervo da biblioteca. Na exposição os estagiários da biblioteca trabalharam como guias, expondo materiais e explicando as funções destes no processo de ensino-aprendizagem da Matemática em séries iniciais. Na ocasião foram distribuídos folders de esclarecimentos acerca do funcionamento da instituição. Os resultados deste projeto demonstraram que os participantes envolvidos na experiência, não possuíam conhecimento da instituição e do seu acervo, porém grande parte deles motivou-se à associação à biblioteca, o que revela que os objetivos do projeto foram alcançados. Como conclusão, o presente estudo trouxe a idéia de que o Marketing trata-se de uma técnica essencial para promover os serviços de uma organização. Quando aplicada corretamente sobre as necessidades dos clientes, possibilita a satisfação destes. Trata-se de uma tática indispensável à Biblioteconomia.

Palavras-Chave: Marketing. Biblioteconomia. Bibliotecário.