

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

Carlos Augusto de Souza Brasil

**BIBLIOTECA PÚBLICA, MARKETING E MEDIAÇÃO: um estudo de caso na  
Biblioteca Pública Municipal Fernandes Bastos, em Osório/RS**

Porto Alegre  
2017

Carlos Augusto de Souza Brasil

**BIBLIOTECA PÚBLICA, MARKETING E MEDIAÇÃO: um estudo de caso na  
Biblioteca Pública Municipal Fernandes Bastos, em Osório/RS**

Monografia apresentada como requisito parcial  
para obtenção do grau de Bacharel em  
Biblioteconomia, da Faculdade de  
Biblioteconomia e Comunicação, da  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Eliane Lourdes da Silva  
Moro

Porto Alegre

2017

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

Vice-reitora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Jane Fraga Tutikian

## **FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Karla Maria Müller

Vice-Diretora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ilza Maria Tourinho Girardi

## **DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DA INFORMAÇÃO**

Chefe: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Jeniffer Alves Cuty

Chefe Substituta: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Eliane Lourdes da Silva Moro

## **COORDENAÇÃO DA COMISSÃO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

Coordenadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rita do Carmo Ferreira Laipelt

**COORDENADOR SUBSTITUTO:** Prof. Dr. Rene Faustino Gabriel Junior

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

Brasil, Carlos Augusto de Souza  
BIBLIOTECA PÚBLICA, MARKETING E MEDIAÇÃO: um  
estudo de caso na Biblioteca Pública Municipal  
Fernandes Bastos, em Osório/RS / Carlos Augusto de  
Souza Brasil. -- 2017.  
81 f.  
Orientador: Eliane Lourdes da Silva Moro.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de  
Biblioteconomia, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Marketing em biblioteca pública. 2.  
Bibliotecas públicas. 3. Usuários de Bibliotecas  
públicas. 4. Redes sociais. 5. Funções e gestão da  
biblioteca pública. I. Moro, Eliane Lourdes da  
Silva, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação  
Rua Ramiro Barcelos, 2705 - Campus Saúde - Porto Alegre – RS  
CEP 90035-007  
Telefone: (51) 3308.5067  
fabico@ufrgs.br

Carlos Augusto de Souza Brasil

**BIBLIOTECA PÚBLICA, MARKETING E MEDIAÇÃO: um estudo de caso na  
Biblioteca Pública Municipal Fernandes Bastos, em Osório/Rs**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito parcial para a obtenção do título de  
Bacharel em Biblioteconomia pela Faculdade de  
Biblioteconomia e Comunicação da Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Eliane Lourdes da Silva  
Moro

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Eliane Lourdes da Silva Moro  
Universidade do Rio Grande do Sul  
Orientadora

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria do Rocio Fontoura Teixeira  
Universidade do Rio Grande do Sul  
Examinadora

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lizandra Brasil Estabel  
Instituto Federal do Rio Grande do Sul  
Examinadora

## **AGRADECIMENTOS**

Ao encerramento de mais uma Jornada agradeço a Deus por ter me concedido a graça de concluir mais esta etapa em minha singela existência.

A minha esposa Gonila pelo apoio e compreensão da importância deste empreendimento de vida.

A meus filhos Jennifer e Gabriel, minhas pedras preciosas e herança Deus, pela obediência e o carinho que tem me concedido.

A minha orientadora Professora Dr<sup>a</sup> Eliane Lourdes, da Silva Moro pelo apoio, paciência e dedicação na árdua tarefa de orientar e educar. Meu mais sincero obrigado e que Deus lhe abençoe muito.

A Bibliotecária Adriana Costa pelo entusiasmo, empenho e dedicação em aceitar este estudo de caso em sua Biblioteca e disponibilizar todos os dados necessários para a finalização desta monografia. Que Deus lhe abençoe muito.

A minha colega de graduação Samantha pelas dicas de Redes sociais que foram de grande valia para o desenvolvimento de um dos capítulos desta monografia.

E, finalmente, a todos que me ajudaram de alguma maneira a atingir meu objetivo, meu muito obrigado!

## RESUMO

O presente trabalho apresenta as ações e serviços informacionais prestados pela Biblioteca Pública de Osório sob a ótica do *marketing* de serviços e como estes resultam na visibilidade da biblioteca. Aborda o *marketing* e seu composto em bibliotecas. Conceitua biblioteca pública, suas funções e seu panorama no Brasil. Descreve sobre os usuários de bibliotecas públicas quem são e como usam os serviços das bibliotecas. Apresenta as principais redes sociais, histórico e importância na contemporaneidade em relação aos serviços prestados. Adota como metodologia a pesquisa qualitativa, fazendo uso de estudo de caso. Descreve no contexto do estudo a localização da Biblioteca Pública Municipal Fernandes Bastos de Osório sua história, missão, serviços e ações culturais oferecidas à comunidade. Conclui que a biblioteca pública é um importante centro de informação, aprendizagem, leitura e pesquisa da comunidade osoriense e também uma organização social de enorme relevância para a formação de cidadãos e a construção de uma sociedade mais igualitária, democrática e participativa.

**Palavras-chave:** *Marketing* em biblioteca pública. Usuários de biblioteca pública. Redes sociais.

## **ABSTRACT**

The present work presents the informational actions and services provided by the Osorio Public Library from a service marketing perspective and how they result in the visibility of the library. It addresses marketing and its compound in libraries. Conceptualizes public library, its functions and its panorama in Brazil. Describes the users of public libraries who they are and how they use library services. It presents the main social networks, history and importance in the contemporaneity in relation to the services provided. It adopts as methodology the qualitative research, making use of case study. It describes in the context of the study the location of the Municipal Public Library Fernandes Bastos de Osório its history, mission, services and cultural actions offered to the community. It concludes that the public library is an important center for information, learning, reading and research of the Osorian community and also a social organization of enormous relevance for the formation of citizens and the construction of a more egalitarian, democratic and participative society.

Keywords: Public library marketing. Public library users. Social networks.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2 MARKETING EM BIBLIOTECAS E/OU UNIDADES DE INFORMAÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>3 A BIBLIOTECA PÚBLICA: CONCEITO, FUNÇÕES E SEU PANORAMA NO BRASIL .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 As Bibliotecas Públicas no Brasil.....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Funções e Gestão da Biblioteca Pública.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3 A Biblioteca Pública no panorama da pesquisa de Retratos de Leitura no Brasil .....</b>	<b>22</b>
<b>4 USUÁRIOS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS .....</b>	<b>27</b>
<b>4.1 Quem são os usuários da biblioteca pública? .....</b>	<b>27</b>
<b>4.2 Como usam os serviços da biblioteca? .....</b>	<b>28</b>
<b>5 A BIBLIOTECA PÚBLICA, O MARKETING DE SERVIÇOS E AS AÇÕES JUNTO AOS USUÁRIOS REAIS E POTENCIAIS.....</b>	<b>30</b>
<b>6 REDES SOCIAIS .....</b>	<b>32</b>
<b>6.1 Histórico.....</b>	<b>32</b>
<b>6.2 Importância na sociedade atual .....</b>	<b>33</b>
<b>6.3 Principais Redes .....</b>	<b>33</b>
<b>7 METODOLOGIA DO ESTUDO .....</b>	<b>37</b>
<b>8 CONTEXTO DO ESTUDO .....</b>	<b>39</b>
<b>9 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>46</b>
<b>10 RESULTADOS.....</b>	<b>69</b>
<b>11 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>71</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>73</b>
<b>APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA .....</b>	<b>76</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas têm utilizado em sua rotina diária ferramentas de automação que melhoram significativamente o processo de busca e de recuperação da informação e sua disponibilização para o usuário dentro de um intervalo de tempo de espera razoável.

O *marketing* da informação diz respeito a todos os serviços que tem por base a informação como seu componente essencial.

O uso do *marketing* da informação nas bibliotecas pode, além de oferecer diretrizes para divulgação da imagem da Instituição, também servir como um instrumento de medição da qualidade dos serviços prestados.

Este trabalho norteou-se pelas ações e serviços realizados pela Biblioteca Pública de Osório propondo a utilização de marketing como instrumento de divulgação dos serviços da biblioteca e instrumento dinâmico de interação do usuário com a biblioteca.

As Tecnologias da Informação e de Comunicação (TIC) ganharam destaque como um processo cada vez mais usual na disseminação da informação. Entre estas Tecnologias podemos destacar os blogs, e-mails, *facebook*, *instagram*, *twitter* e *youtube*. As TIC, de acordo com Silva et al (2015 apud Buhalis,1998), é atribuído aos desenvolvimentos mais recentes dos *hardwares*, *softwares* e das tecnologias de comunicação, utilizadas para o processamento da aquisição, análise, armazenamento, recuperação, divulgação e aplicação da informação. Deste modo, o uso das TIC constitui o canal ideal para produção do estreitamento da relação entre a unidade de informação e seus usuários. É dentro deste contexto que podemos observar a importância das TIC para o marketing na biblioteca e o aperfeiçoamento dos serviços prestados pela biblioteca junto aos seus usuários.

No ano de 2016, na disciplina de Pesquisa de Desenvolvimento de Coleções, foi realizada uma visita técnica à Biblioteca Pública de Osório que serviu de estímulo para realização do presente trabalho. Durante o roteiro realizado na Biblioteca foram apresentadas diversas ações culturais e serviços que esta instituição presta à comunidade osoriense, verificando-se esta Organização cumprir um relevante papel como centro de desenvolvimento da leitura, informação e conhecimento da sociedade do município de Osório.

As TIC têm se consolidado como ferramentas digitais de relacionamento que possibilitam uma comunicação mais efetiva e personalizada da unidade de informação com seus usuários. A biblioteca pública por suas características atende um público variado de usuários que podem ser estudantes, idosos, pesquisadores, trabalhadores, instituições públicas, privadas entre outros. Logo, é de relevante importância um estudo de análise do mercado que possibilite a biblioteca pública identificar qual mídia social tem a preferência dos usuários e, de posse deste conhecimento, saber utilizá-lo da melhor maneira com a finalidade de atender de forma peculiar as necessidades informacionais de seus usuários.

A internet possibilita o acesso remoto em tempo integral e a superação de distâncias de espaço geográfico, tornando-se o suporte adequado para a troca de informações de usuários que utilizam as TIC na busca e uso de informações para os mais diversos fins.

As TIC consolidaram-se na contemporaneidade como espaços dinâmicos para disponibilização de conteúdos institucionais como: horário de atendimento, missão, visão, valores, nome da biblioteca, email, endereço com mapa de localização da instituição, mural de eventos virtual, espaço para postagem de fotos, entre outros recursos que podem ser ativados e disponibilizados de acordo com o interesse da organização e dos recursos oferecidos pelas mídias sociais na construção destes espaços virtuais.

Devido às possibilidades de recursos que uma página institucional oferece, o estudo caracteriza-se junto aos usuários da Biblioteca Pública de Osório para identificar as mídias sociais mais utilizadas pelos usuários, readequando as mídias sociais existentes na Biblioteca Pública de modo a melhorar a comunicação virtual da unidade de informação com seus usuários ou criar perfis baseado nas mídias sociais mais utilizadas pelos usuários da biblioteca.

Outro dado importante a ser analisado são as ações e serviços informacionais prestados pela Biblioteca Pública Fernandes Bastos de Osório, pois muitas das atividades desenvolvidas precisam ser avaliadas, readequadas ou até descontinuadas por não atenderem mais os interesses dos usuários da instituição.

A identificação das demandas de maior interesse dos usuários possibilitará a Biblioteca Pública de Osório oferecer ações e serviços mais elaborados aos seus usuários por meio do conhecimento mais detalhado do perfil da comunidade que a frequenta. Isso poderá proporcionar uma visão mais integrada desta unidade de

informação e a sociedade na qual a mesma está inserida e que utiliza os serviços disponibilizados pela Biblioteca.

Deste modo a partir do problema de investigação foi formulado o seguinte questionamento: Como as ações oferecidas pela Biblioteca Pública de Osório contribuem para o *marketing* de serviços junto à comunidade?

O objetivo geral foi definido para verificar as ações realizadas pela Biblioteca Pública de Osório sob a ótica do *marketing* de serviços. Os objetivos específicos se constituem nos seguintes: identificar quais os principais serviços informacionais, oferecidos pela Biblioteca Pública de Osório, tem visibilidade junto à comunidade; observar a oferta de serviços prestados que contribuem para a divulgação da Biblioteca e o acesso da comunidade osoriense e analisar as ações realizadas pela Biblioteca Pública de Osório que resultam no *marketing* da unidade de informação.

## 2 MARKETING EM BIBLIOTECAS E/OU UNIDADES DE INFORMAÇÃO

O termo unidade de informação pode ser entendido também como sinônimo de Biblioteca, pois Amaral (1988, p.15) conceitua como:

[...] todo tipo de organização atuante na área de informação e/ou documentação, que trabalhem os registros do conhecimento em todo qualquer tipo de suporte, independentemente de sua designação. São consideradas unidades de informação, todos os tipos de bibliotecas, mapotecas, centro/serviço/departamento/sistema de informação e/ou documentação, de acordo com a sua área de atuação e extensão.

Tendo em vista que alguns autores utilizam o termo “unidades de informação” referindo-se às bibliotecas foi tomada a decisão de utilizar o termo “biblioteca” uma vez que se entende que “unidades de informação é generalista não especificando a instituição “biblioteca”.

*Marketing* em bibliotecas pode ser compreendido como ferramenta para identificar necessidades informacionais de usuários com o propósito de satisfazê-las e, de acordo com Vieira (2014, p.202), “*marketing* em bibliotecas” pode ser definido como: “o conjunto de esforços concentrados na promoção eficiente da satisfação de usuários que necessitam e utilizam produtos e serviços de informação”.

Teixeira e Estabel (2014, p.78) apresentam como um dos pressupostos do *marketing* a característica dos “desejos” definindo como “necessidades humanas moldadas pela cultura e pelas características individuais. Os desejos são mutáveis e se alteram, conforme as transformações ocorridas na sociedade”. As autoras afirmam que, por isso, “o *marketing* deve se dirigir para criar novos desejos (produtos) com o objetivo de assegurar a sua própria existência.”. (TEIXEIRA; ESTABEL, 2014, p.78). Os desejos são infinitos, mas os recursos para realizar os desejos são limitados. Para satisfazer os desejos e alcançar a satisfação, há necessidade de recursos financeiros que originam a demanda, sendo assim, necessidades, demandas e desejos das pessoas “sugerem que existem produtos disponíveis” para atendê-las. Para as autoras “um produto é qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para satisfazer parcialmente uma necessidade ou desejo.”. (TEIXEIRA; ESTABEL, 2014, p.79). Daí a importância do *marketing* em

relação à biblioteca no sentido de que as pessoas da comunidade têm desejos e demandas que os serviços da biblioteca podem atender e devem satisfazer

Dentro deste contexto é possível depreender a importância que os profissionais em Biblioteconomia devem dar em conhecer os instrumentos de *marketing* e aplicá-los à biblioteca em que atuam.

De acordo com Baptista (1988), o *marketing* teve sua origem na superprodução de bens do sistema capitalista. Na I Guerra Mundial a produção industrial ficou centralizada no conflito, não havendo quase fabricação de bens de consumo. Segundo o autor, com o fim do conflito as empresas retornaram à produção normal e não tinham dificuldade em alocar seus produtos no mercado, haja vista que a procura era maior que a oferta.

Conforme Baptista (1988), com o mercado consumidor em expansão, ocorre um enorme desenvolvimento industrial e todos começam a manufaturar com a finalidade de aproveitar o bom momento. As empresas então começam a produzir acima da capacidade de consumo do mercado consumidor, gerando a crise de superprodução.

Fernandes (1983), afirma que o *marketing* surge neste momento como um modo de resolver os problemas do excesso de produção e crescimento das vendas com sentido puramente comercial. A saturação dos mercados e a situação problema vivenciada pela sociedade da época levou as indústrias a uma mudança de pensamento, deslocando a ênfase da produção para a fase de processo do consumo. Esta nova lógica de mercado possibilitou a transição da revolução industrial para a revolução de *marketing*. A adoção do marketing como solução para os problemas de consumo leva ao desenvolvimento de conceitos cuja finalidade é tornar mais claro o entendimento neste novo modelo de visão dos negócios.

McCarthy (1976) faz uma divisão do conceito de *marketing* em três períodos: a era da produção antes de 1930, a era das vendas de 1930 a 1950 e a era do *marketing* após 1950.

A American Marketing Association (1948), com sede nos Estados Unidos, definiu *marketing* como “A execução das atividades de negocio que encaminham o fluxo de mercadorias e serviços, partindo do produtor até os consumidores finais.”.

No ano de 1969, Kotler e Levy realizaram um estudo sobre organizações sem fins lucrativo e sepropuseram à aplicação das técnicas de *marketing* nestas instituições.

Kotler (1978) define *marketing* como a análise, o planejamento, a implementação e o controle de programas cuidadosamente formulados e projetados para propiciar trocas voluntárias de valores com mercado alvo, no propósito de atingir objetivos organizacionais.

O *marketing* constitui uma ferramenta essencial para a gestão de bibliotecas, pois os serviços e produtos oferecidos pela biblioteca têm como prioridade atender as necessidades e desejos informacionais de seus usuários.

Dentro deste contexto, Vieira (2014) relata que a implantação do *marketing* nas bibliotecas deve seguir as seguintes observações:

- a) Identificação dos usuários e necessidades;
- b) definição de objetivos e metas;
- c) integração do *marketing* às operações da biblioteca;
- d) avaliação responsiva quanto aos interesses dos usuários.

Conclui-se, deste modo, que o bibliotecário responsável pela biblioteca deve desenvolver um plano de *marketing* com instrumentos de pesquisa que permitam identificar tendências e demandas dos usuários, tomando as decisões mais adequadas para realizar as ações necessárias de ajustes na prestação de serviços da biblioteca que esteja sob sua responsabilidade, com o propósito primordial de satisfazer as necessidades informacionais de seus usuários.

Teixeira e Estabel (2014), em uma publicação sobre marketing, afirmam que o composto de *marketing* é a combinação de elementos variáveis que o compõe. Já para Kotler e Bloom (1988), o composto de *marketing* pode ser compreendido como a combinação específica de variáveis controláveis que a organização utiliza para atingir metas no mercado-alvo. O composto de *marketing* é também chamado de 4Ps, sendo este um conjunto de ferramentas para implementação da estratégia de *marketing*. Estes elementos são conhecidos como: produto, praça, preço e promoção.

Para compreender melhor os 4Ps, utiliza-se alguns autores como referência:

#### **a) Produto:**

De acordo com Kotler (1978), produto é qualquer coisa oferecida ao mercado para aquisição e consumo. Nas bibliotecas, no entanto, serviços podem ser entendidos como produtos. Conforme Silveira (1992), o serviço é um produto

intangível e pode ser entendido como uma atividade que permite a satisfação de desejos, necessidades e resolução de problemas de clientes.

Neste sentido, e considerando ainda as bibliotecas, a informação pode ser entendida como um produto que proporciona benefícios aos usuários na satisfação de suas necessidades informacionais. (SILVEIRA,1992).

Dentro deste contexto, é importante que a biblioteca tenha bem definido a sua linha de produtos de informação para posteriormente poder alinhar estes materiais em função das necessidades informacionais de seus usuários.

#### **b) Praça:**

Conforme Teixeira e Estabel (2014), praça compreende as atividades de loja, logística e canais de distribuição.

Segundo Silveira (1985), o principal canal de distribuição de uma biblioteca é o local físico onde a mesma está situada.

Neste aspecto, pode-se compreender a distribuição em uma unidade de informação como o seu acervo físico, serviços *on-line* como guias de trabalhos acadêmicos, atendimentos telefônicos, entre outras ações.

#### **c) Preço:**

O preço, em regra, diz respeito a quanto vale um serviço ou produto para o consumidor. Conforme Silveira (1992), o fato das bibliotecas serem instituições sem fins lucrativos e, mantidas em sua maioria pelo poder público, reforça a tradição de se oferecer serviços e produtos de forma gratuita.

No entanto, pode-se verificar que com a tendência de orçamentos menores para as bibliotecas e a necessidade de atualização de acervos e sistemas de informação para atendimento de novas demandas informacionais dos usuários, observa-se a possibilidade de cobrança pelo uso de determinados serviços prestados, como forma de angariar recursos para os investimentos necessários na atualização dos acervos.

#### **d) Promoção:**

De acordo com Silveira (1992), a promoção é o processo de comunicar ao mercado a existência e disponibilidade de um determinado produto.

Segundo Gomes (2005), a promoção tem os seguintes objetivos: informar clientes sobre a existência de produtos e serviços, onde obter esses produtos e serviços e lembrar a existência de produtos e serviços.

Pode-se depreender, deste modo, a importância do desenvolvimento de um programa promocional por parte da unidade de informação que utilize técnicas variadas de contatos pessoais e mídias junto aos usuários da informação.

Esse programa deve ter a finalidade de situar os usuários nos serviços que irão melhor atender e satisfazer suas necessidades informacionais.

Desse modo, depreende-se a importância do *marketing* em qualquer tipologia de bibliotecas. Como este estudo teve como contexto a biblioteca pública, apresenta-se o conceito, a missão, os objetivos e as características sobre a biblioteca pública.

### **3 A BIBLIOTECA PÚBLICA: CONCEITO, FUNÇÕES E SEU PANORAMA NO BRASIL**

De acordo com o jornalista Thiago Reis em reportagem veiculada pelo Portal G1 de notícias, em 02 de novembro de 2014, o Brasil tinha uma biblioteca pública para cada 33 mil habitantes, em média, sendo 6.148 no país. Este levantamento foi feito com base nos dados do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), do Ministério da Cultura (MinC), atualizados no segundo semestre do ano de 2014.

O G1 verificou que o índice era o mesmo de cinco anos atrás. Apesar de terem sido criados mais espaços no período, o aumento da oferta não foi maior que a taxa de crescimento da população, e a meta do governo de zerar o número de municípios sem bibliotecas também não tinha sido alcançada ainda. Nesse ano, 115 cidades ainda não contavam com o equipamento de cultura e, em 2009, eram 361.

Segundo o Manifesto IFLA/UNESCO (1994), “A liberdade, a prosperidade e o desenvolvimento da sociedade e dos indivíduos são valores humanos fundamentais.”. Esses valores só serão alcançados “quando os cidadãos estiverem na posse da informação que lhes permita exercer os seus direitos democráticos e ter um papel ativo na sociedade. ”.

O Manifesto ainda considera que a biblioteca pública representa “porta de acesso local ao conhecimento” e ainda “fornece as condições básicas para uma aprendizagem contínua, para uma tomada de decisão independente e para o desenvolvimento cultural dos indivíduos e dos grupos sociais.”. Representa, portanto, a preocupação da UNESCO em relação à biblioteca pública como signatária de “força viva para a educação, a cultura e a informação, e como agente essencial para a promoção da paz e do bem-estar espiritual nas mentes dos homens e das mulheres.”.

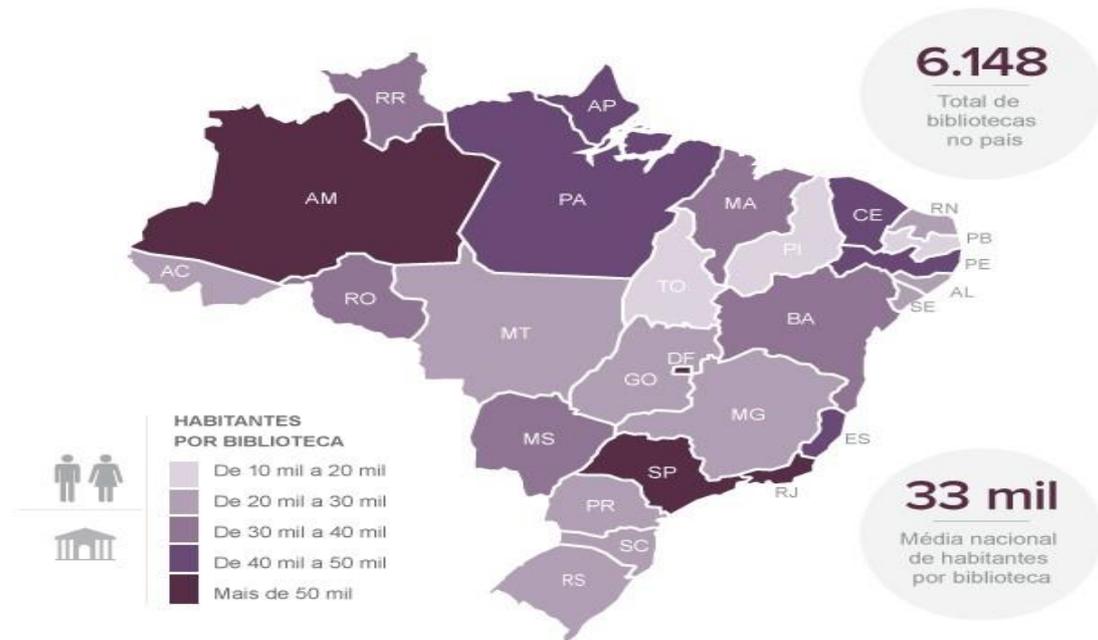
A biblioteca pública é considerada o “centro local de informação”, devendo tornar acessíveis, aos seus usuários, “... o conhecimento e a informação de todos os gêneros.”. “Os serviços da biblioteca pública devem ser oferecidos com base na igualdade de acesso para todos, sem distinção de idade, raça, sexo, religião, nacionalidade, língua ou condição social.”.

A Figura1 apresenta um panorama das bibliotecas públicas no país, com a média nacional de habitantes por biblioteca:

**Figura 1 - Panorama das bibliotecas públicas no Brasil**

**Bibliotecas públicas**

Rio é o estado com a pior taxa de habitantes por biblioteca do país



ESTADO	BIBLIOTECAS	POPULAÇÃO	HABITANTES/ BIBLIOTECA
● AC	38	776.463	20.433
● AL	114	3.300.938	28.956
● AP	18	734.995	40.833
● AM	66	3.807.923	57.696
● BA	441	15.044.127	34.114
● CE	203	8.778.575	43.244
● DF	37	2.789.761	75.399
● ES	79	3.839.363	48.600
● GO	258	6.434.052	24.938
● MA	221	6.794.298	30.743
● MT	143	3.182.114	22.253
● MS	81	2.587.267	31.942
● MG	894	20.593.366	23.035
● PA	193	7.969.655	41.294
● PB	229	3.914.418	17.094
● PR	471	10.997.462	23.349
● PE	194	9.208.551	47.467
● PI	227	3.184.165	14.027
● RJ	148	16.369.178	110.603
● RN	165	3.373.960	20.448
● RS	494	11.164.050	22.599
● RO	53	1.728.214	32.608
● RR	16	4.88.072	30.505
● SC	298	6.634.250	22.263
● SP	847	43.663.672	51.551
● SE	79	2.195.662	27.793
● TO	141	1.478.163	10.483

Fonte:<http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/11/brasil-tem-uma-biblioteca-pública-para-cada-33-mil-habitantes.html>

### 3.1 As Bibliotecas Públicas no Brasil

Em conformidade com Almeida (1997), no século XVIII surgiram na Europa e nos Estados Unidos as primeiras bibliotecas públicas com acesso gratuito e formadas por um acervo geral de livros. Estas eram financiadas por famílias abastadas cujo interesse era divulgação de ideias, descobrimentos e invenções.

De acordo com a Fundação Biblioteca Nacional (FBN), (2000), no Brasil a primeira biblioteca pública foi criada em Salvador no ano de 1811. Suaiden (1995) salienta que a fundação desta Biblioteca não foi uma iniciativa Governamental, pois todo o esforço e empenho na realização deste projeto foi de iniciativa popular.

Pedro Gomes Ferrão de Castello Branco encaminhou um projeto, datado de 5 de fevereiro de 1811, ao Conde dos Arcos, governador da Capitania da Bahia, solicitando a aprovação do plano para a fundação da Biblioteca sendo que esta instituição seria mantida através da cooperação de todos os cidadãos. Ainda de acordo com as pesquisas de Suaiden (1995) Castello Branco propôs que o acervo da Biblioteca fosse formado pela doação ou empréstimo de obras que poderiam estar dispensadas de seu uso ordinário. No projeto inicial existia a preocupação com a escolha do local de instalação da Biblioteca, a casa deveria ser suficiente, em sitio agradável, arejado, e dentro da cidade. Na sala principal haveria uma grande mesa com assentos ao redor onde estariam as Gazetas mais recentes, pincel e tudo o que fosse necessário para escrita.

No recrutamento de funcionários são descritos como oficiais da casa um Bibliotecário, um moço servente, um porteiro e um moço empregado responsável pelo asseio da casa. O Bibliotecário deveria ser pessoa de boa conduta que soubesse bem ler, escrever e contar sendo desejável que tivesse conhecimento de línguas principalmente Latim, Francês e Inglês sendo que os moços serventes deveriam também saber ler, escrever e contar e o porteiro deveria ter as mesmas qualidades.

Ainda conforme Suaiden (1995), em 29 de setembro de 1829, foi fundada a Biblioteca Pública do Estado do Maranhão, cuja abertura oficial ao público se deu no dia 3 de maio de 1831 e, em seguida, a partir de iniciativas Governamentais foram criadas, em ordem sequencial, as seguintes Bibliotecas Públicas no país: (Quadro 1)

**Quadro 1 - Criação cronológicas das bibliotecas públicas estaduais no Brasil**

<b>Nome da Biblioteca</b>	<b>Estado</b>	<b>Ano de Criação</b>
Biblioteca Central do Estado da Bahia	<b>Bahia</b>	1811
Biblioteca Pública do Estado do Maranhão	<b>Maranhão</b>	1829
Biblioteca Pública Epifânio Dória	<b>Sergipe</b>	1848
Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco	<b>Pernambuco</b>	1852
Biblioteca Pública do Estado de Santa Catarina	<b>Santa Catarina</b>	1855
Biblioteca Pública do Espírito Santo	<b>Espírito Santo</b>	1855
Biblioteca Pública do Estado da Paraíba	<b>Paraíba</b>	1857
Biblioteca Pública do Paraná	<b>Paraná</b>	1857
Biblioteca Pública do Estado de Alagoas	<b>Alagoas</b>	1865
Biblioteca Pública do Ceará, atual Biblioteca Pública Governador Menezes Pimentel;	<b>Ceará</b>	1867
Biblioteca Pública do Estado do Amazonas	<b>Amazonas</b>	1870
Biblioteca Pública do Estado do Rio Grande do Sul	<b>Rio Grande do Sul</b>	1871
Biblioteca e Arquivo Público do Pará	<b>Pará</b>	1871
Biblioteca Estadual do Rio de Janeiro	<b>Rio de Janeiro</b>	1873
Biblioteca Estadual do Piauí, atual Biblioteca Estadual Desemb. Cromwell Carvalho;	<b>Piauí</b>	1883
Biblioteca Pública Estadual do Mato Grosso	<b>Mato Grosso</b>	1912
Biblioteca Municipal de São Paulo, atual Biblioteca Municipal Mário de Andrade;	<b>São Paulo</b>	1926
Biblioteca Pública do Amapá	<b>Amapá</b>	1945
Biblioteca Pública do Acre	<b>Acre</b>	1948
Biblioteca Pública do Estado de Minas Gerais	<b>Minas Gerais</b>	1954
Biblioteca Pública Câmara Cascudo (RN)	<b>Rio Grande do Norte</b>	1963
Biblioteca Pública Estadual de Goiás	<b>Goiás</b>	1967
Biblioteca Pública Dr. José Pontes Pinto (RO)	<b>Rondônia</b>	1969
Biblioteca Pública Estadual Dr. Isaías Paim	<b>Mato Grosso do Sul</b>	1981
Biblioteca Pública de Brasília	<b>Distrito Federal</b>	1990
Biblioteca Pública do Estado de Roraima	<b>Roraima</b>	-
Biblioteca Estadual Darcy Cardeal	<b>Tocantins</b>	-

**Fonte: BRASIL, 2017 adaptado de Suaiden (1995)**

Cabe salientar que segundo Suaiden (1995) a biblioteca pública tem uma importância muito grande no desenvolvimento de uma indústria editorial forte e independente, por ser a instituição que tem as melhores condições para formar um público leitor.

### **3.2 Funções e Gestão da Biblioteca Pública**

O Manifesto da IFLA/Unesco sobre Bibliotecas Públicas 1994 fornece as seguintes orientações sobre o funcionamento e gestão de Bibliotecas Públicas:

- Deve ser formulada uma política clara, definindo objetivos, prioridades e serviços, relacionados com as necessidades da comunidade local. A biblioteca pública deve ser eficazmente organizada e mantidos padrões profissionais de funcionamento.
- Deve ser assegurada a cooperação com parceiros relevantes, por exemplo, grupos de utilizadores e outros profissionais a nível local, regional, nacional e internacional.
- Os serviços têm de ser fisicamente acessíveis a todos os membros da comunidade. Tal supõe a existência de edifícios bem situados, boas condições para a leitura e o estudo, assim como o acesso a tecnologia adequada e horários convenientes para os utilizadores. Tal implica igualmente serviços destinados àqueles a quem é impossível frequentar a biblioteca.
- Os serviços da biblioteca devem ser adaptados às diferentes necessidades das comunidades das zonas urbanas e rurais.
- O bibliotecário é um intermediário ativo entre os utilizadores e os recursos disponíveis. A formação profissional contínua do bibliotecário é indispensável para assegurar serviços adequados.
- Têm de ser levados a cabo programas de formação de potenciais utilizadores de forma a fazê-los beneficiar de todos os recursos.

As funções desempenhadas pela biblioteca pública no seu papel de centro local de informação para a comunidade podem ser subdivididas em educacional recreacional, cultural e informacional.

## **Função Educacional**

A biblioteca pública, desde sua origem, teve como função primordial a educação, pois nela o usuário poderia se autoeducar e dar continuidade ao seu processo de aperfeiçoamento educacional.

## **Função Recreacional**

De acordo com Almeida Junior (1997), entende-se com função recreacional a capacidade da biblioteca pública de oferecer entretenimento para as pessoas através da leitura.

Neste contexto vemos a importância de uma biblioteca pública possuir em seu acervo uma boa estrutura literária, com obras de ficção, suspense, poesia, drama, entre outras que proporcionam ao leitor momentos de lazer e divertimento.

## **Função Cultural**

Segundo Almeida Junior (*apud* GOMES, 1978, p.247), a biblioteca pública está ligada à cultura na acepção de erudição.

No entanto, é importante que a biblioteca pública esteja alinhada com as manifestações culturais onde está inserida, a fim de promover o fortalecimento da identidade cultural da sociedade local onde presta seus serviços de informações.

## **Função Informacional**

Almeida Junior (1997) destaca que no final dos anos 60 e início dos anos 70 surge a nova função da biblioteca pública: a função informacional.

Ainda conforme Almeida Junior (1997), a função informacional na biblioteca pública passa a utilizar termos novos dentro do contexto das atividades biblioteconômicas, ou seja, a informação utilitária.

Estas informações de serventia estão relacionadas a resolução de problemas do dia a dia, como busca por vaga de trabalho, endereço de instituições públicas ou privadas, documentos de utilidade pública entre outros.

### **3.3 A Biblioteca Pública no panorama da pesquisa de Retratos de Leitura no Brasil**

A pesquisa Retratos da Leitura no Brasil em sua 4ª edição (2016), é realizada pelo Instituto Pró-Livro, instituição criada e mantida pelas entidades do livro – Abrelivros (Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares), CBL (Câmara Brasileira do Livro) e SNEL (Sindicato Nacional dos Editores de Livros), e iniciou suas atividades em 2007. Possui como principal objetivo o fomento à leitura e a difusão e acesso ao livro e tem como missão transformar o Brasil em um país de leitores. A primeira edição foi realizada no ano de 2000, a segunda em 2007 e a terceira em 2011.

Na Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2016) os entrevistados relataram que o que mais gostam de fazer no seu tempo livre é assistir televisão, escutar música ou rádio e usar a internet, já a leitura de jornais, revistas ou notícias, livros em papel ou livros digitais continuam bem distantes das primeiras opções citadas pelo público pesquisado.

Como principais formas de acesso ao livro a pesquisa aponta a compra em lojas físicas ou pela internet, presenteados, emprestados por alguém da família ou amigos. É importante salientar que os entrevistados citam especificamente o acesso ao livro por meio de empréstimo em bibliotecas de escolas, e o empréstimo por bibliotecas públicas ou comunitárias. O estudo define leitor como aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses, sendo que não leitor é aquele que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses.

Na pesquisa realizada sobre o questionamento pessoas que influenciaram o gosto pela leitura os entrevistados citaram: mãe ou responsável do sexo feminino e algum professor ou professora como os mais influentes. Os bibliotecários não foram citados na pesquisa, no entanto é também papel deste profissional a mediação da leitura em todos os níveis e fases dos indivíduos. Sobre o que a leitura significa, para quase metade dos entrevistados a leitura traz conhecimento, as outras percepções mais relevantes citadas pelos público pesquisado foram: a leitura traz atualização e crescimento profissional, a leitura me ensina a viver melhor, a leitura pode fazer uma pessoa ‘vencer na vida’ e melhorar sua situação financeira, a leitura

é uma atividade interessante, a leitura facilita a aprendizagem na escola ou faculdade e a leitura é uma atividade prazerosa.

Depreende-se deste modo que Biblioteca Pública deve consolidar-se como centro de leitura da comunidade, cumprindo esta importante função social minimizando as desigualdades de informação entre as classes sociais mais informadas e as menos informadas.

Sobre leituras em meio digital o estudo relata que 81% dos leitores são usuários da internet, já no público estudantil este número sobe para 88% dos entrevistados. Percebe-se que o acesso facilitado aos dispositivos móveis, principalmente os smartphones, contribuíram muito para o acesso à rede mundial de computadores.

A pesquisa também buscou conhecer quais atividades em geral os entrevistados realizavam na internet sendo que a principal atividade citada foi: trocar mensagens no WhatsApp ou no Snapchat. Na sequência em ordem de importância as pessoas responderam: enviar e receber e-mails, acessar ou participar de redes sociais, blogs ou fóruns, escutar música, assistir vídeo, filmes ou TV online, trabalhar ou buscar informações sobre o trabalho ou profissão, jogar e fazer compras. Sendo que as três primeiras atividades estão ligadas diretamente ao exercício da atividade de escrita e leitura.

Nas atividades relacionadas à leitura que realiza na Internet mais da metade dos entrevistados prefere ler notícias e informações em geral. Sendo que na ordem de importância os entrevistados relatam as seguintes preferências de leitura na Internet: estudar, fazer trabalho escolar ou pesquisar temas escolares, aprofundar conhecimento sobre os temas do seu interesse, compartilhar em blogs, fóruns ou nas redes sociais sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros, entre outros, ler jornais, ler livros, buscar informações sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros, editoras, lançamentos, ler revistas, escrever em blogs, fóruns ou nas redes sociais sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros, entre outros e participar de elaboração de histórias coletivas, como Fanfic, por exemplo.

Cabe salientar a importância que a Biblioteca tem no processo de auxiliar e orientar a pesquisa e elaboração de trabalhos escolares, pois esta é a segunda atividade de leitura mais importante realizada pelos entrevistados na internet. Além disso, aponta que 74% dos entrevistados responderam não lerem livros digitais

demonstrando que este é bom campo de trabalho para que a Biblioteca Pública possa realizar um programa de leituras com a finalidade de incrementar seu número de usuários.

O estudo apresenta sobre a representação da biblioteca, mais de 70% dos entrevistados responderam que este é um lugar para pesquisar ou estudar.

Na sequência, na perspectiva os entrevistados, a biblioteca representa: Um lugar para emprestar livros, um lugar voltado para estudantes, um lugar voltado para todas as pessoas, um lugar para emprestar livros para trabalhos escolares, um lugar para lazer ou passar o tempo, um lugar para consultar documentos e outros materiais do acervo, um lugar para acessar ou emprestar livros em braile, um lugar para acessar áudio-livros, um lugar para acessar a Internet, um lugar para participar de concertos, exposições e eventos, um lugar para participar de conferências, cursos e oficinas e um lugar para ver filmes ou escutar música.

É importante salientar que o empréstimo de livros é o segundo item mais citado pelos pesquisados e neste aspecto a Biblioteca Pública de Osório tem desempenhado de forma exemplar seu trabalho atendendo todos os tipos de público que usam os serviços de empréstimo da instituição.

Cabe destacar também outros aspectos citados pelos pesquisados que veem a Biblioteca como um lugar para participar de cursos, oficinas, exposições, verem filmes e escutar música, atividades estas que estão diretamente ligadas à cultura e o lazer.

Outro dado interessante é que cinquenta e cinco por cento dos entrevistados relataram que existe em sua cidade ou Bairro uma Biblioteca Pública.

O estudo também nos informa que na frequência por tipo de Biblioteca, as escolares e universitárias são as mais frequentadas pelos entrevistados, sendo que em segundo lugar aparecem as Bibliotecas Públicas como as mais frequentadas pelos usuários, é importante salientar também que 48% dos entrevistados responderem que sempre frequentam a Biblioteca Pública.

Revela que para maioria dos frequentadores das Bibliotecas, em suas avaliações pessoais, relatam que são bem atendidos nestas organizações, que as mesmas são bem cuidadas, em sua maioria são atendidos por Bibliotecários e que gostam muito da Biblioteca que frequentam.

A maioria dos entrevistados revela que o principal motivo para ir a Bibliotecas é ler livros para pesquisar ou estudar, e ler livros por prazer é o segundo motivo

mais respondido pelos frequentadores de Bibliotecas. Os pesquisados também relatam na sequência que os principais motivos que os levam a frequentar a Biblioteca são: o empréstimo de livros para trabalhos escolares, empréstimos de livros em geral, ler revistas e jornais, acessar internet, ver filmes/escutar música, participar de conferências cursos e oficinas, participar de concertos, exposições ou eventos culturais e acessar áudio.

Na referida pesquisa, para 75% dos estudantes, o principal motivo para frequentar a Biblioteca é ler livros para pesquisar ou estudar, já no questionamento ler livros por prazer observa-se que este é o motivo principal da frequência para 42% dos entrevistados não estudantes que frequentam as Bibliotecas.

Ainda os entrevistados responderam na seguinte ordem os demais motivos que os levam a frequentar as Bibliotecas: Empréstimo de livros para trabalhos escolares, consultar documentos e outros materiais da biblioteca, emprestar livros em geral, ler revistas ou jornais, acessar Internet, ver filmes/ escutar música, participar de conferências, cursos e oficinas, participar de concertos, exposições ou eventos culturais, entre outros e acessar áudio.

É importante salientar que na pesquisa os entrevistados também responderam os motivos que os levam a não frequentar as Bibliotecas na seguinte ordem: Não tem tempo, não gosta de ler, não tem bibliotecas próximas de mim, não gosta de ir a bibliotecas, acha que a biblioteca é para estudantes, a biblioteca não tem livros atuais, a biblioteca mais próxima de mim não está aberta no horário que eu posso ir, a estrutura da biblioteca mais próxima de mim é ruim e não sabe ler.

Os entrevistados responderam na seguinte sequência os motivos que os levariam a frequentar mais as Bibliotecas: Ter mais livros ou títulos novos, ter títulos interessantes ou que me agradem, ter atividades culturais, ter um bom atendimento, ter Internet, melhor disposição dos livros ou facilidade de acesso, ter horários de funcionamento ampliados (noturno e finais de semana), ter ambiente mais agradável, mais claro ou com mais luz, ter ambientes mais parecidos com livrarias e ser mais próxima de casa ou de fácil acesso.

Outros indicadores apontam que, apesar do percentual da população alfabetizada funcionalmente ter tido um incremento de 61% em 2001 para 73% em 2011, foi verificado que um em cada 4 brasileiros apenas, possui domínio pleno das habilidades de leitura, escrita e matemática.

Na investigação realizada observou-se que o gosto pela leitura é uma construção que inicia seu processo na infância, e é bastante influenciada por terceiros, especialmente por mães e pais. A pesquisa também revelou que quanto mais alta a renda, maior é a disposição dos que declaram que gostam muito de ler.

Verificou-se também que indivíduos com maior nível de escolaridade tem propensão a ter maior habilidade leitora. Com relação à leitura em ambiente digital a pesquisa mostra que os telefones celulares ou smartphones são os principais suportes utilizados para a leitura de livros digitais, e que de maneira geral, o leitor de livros digitais realiza o *download* gratuitamente da Internet dos livros que tem vontade de ler.

O empréstimo, realizado nas bibliotecas, continua sendo uma das principais formas de acesso ao livro e que 55% dos entrevistados responderam que conhece na sua cidade ou bairro uma biblioteca pública.

Sendo assim percebe-se a importância deste equipamento cultural para as comunidades locais, no sentido de disponibilizar os recursos informacionais que, na Biblioteca Pública, estão devidamente tratados e organizados para serem usados na satisfação das necessidades informacionais dos indivíduos que buscam os serviços e ações culturais desta instituição.

No entanto, na distribuição de Bibliotecas Públicas por unidades da Federação pode-se observar graves deficiências, com muitas cidades sem este importante equipamento cultural, cuja falta agrava as deficiências de formação de leitura e acentua as desigualdades de informação entre as classes sociais.

Na continuidade do enfoque sobre os usuários que acessam os serviços da biblioteca pública é importante perceber quem são os usuários da biblioteca pública.

## **4 USUÁRIOS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS**

Nesta seção serão tratados o conceito de usuários e os serviços ofertados pela biblioteca pública que estes clientes utilizam.

Também é importante apresentar como os serviços da biblioteca pública são utilizados pelos usuários, reais e potenciais, de uma comunidade.

### **4.1 Quem são os usuários da biblioteca pública?**

De acordo com Cunha (2015), todas as pessoas precisam de informação para se locomover, comprar, dirigir, ou qualquer outra coisa. Dentro destas circunstâncias, podemos perceber que as pessoas têm necessidade e desejos informacionais variados.

Logo, conforme Neveling e Wersig (1976 apud CUNHA, 2015), o usuário da informação é definido como a pessoa ou organização que necessita informação especializada de um centro ou serviço de informação existente ou em fase de planejamento.

Nas bibliotecas, segundo Cunha (2015), usuário refere-se geralmente a pessoas, grupos de pessoas, comunidades, bibliotecas e instituições que usam os serviços da unidade de informação.

Ainda em conformidade com o autor, os usuários dividem-se em reais e potenciais sendo os usuários reais aqueles que usam regularmente ou esporadicamente os serviços da biblioteca e os usuários potenciais aqueles que poderiam usar a biblioteca e os serviços oferecidos, mas por qualquer razão não estão utilizando.

Cunha e Cavalcanti (2008 apud CUNHA, 2015) apresentam os seguintes tipos de usuários:

- a) Usuários com necessidades especiais
- b) Usuário delinquente
- c) Usuário em experiência
- d) Usuário experiente
- e) Usuário externo
- f) Usuário final

- g) Usuário interno
- h) Usuário novato
- i) Usuário ocasional
- j) Usuário potencial
- k) Usuário problema
- l) Usuário real
- m) Usuário simultâneo.

Podemos entender desta forma que a partir do conhecimento dos diversos tipos de usuários é possível realizar uma composição de serviços que possa atender às demandas identificadas, oferecendo serviços que sejam avaliados de forma positiva pelos usuários.

#### **4.2 Como usam os serviços da biblioteca?**

O serviço de referência e informação (SRI) é uma atividade na qual o bibliotecário necessita ter experiência, pois de acordo com Grogan (2001) “Exercer a arte do serviço de referência é a única maneira satisfatória que existe para aprendê-la”.

A experiência possibilita que o bibliotecário oriente da forma mais adequada possível os usuários em suas pesquisas e estudos, sendo que dentro deste contexto o bibliotecário é o mediador da informação demandada pelos usuários.

A Biblioteca Pública também pode prestar o Serviço de Referência Virtual para seus usuários através do correio eletrônico/email, telefone, chat, facebook, whatsapp ou outra plataforma digital na qual seus clientes leitores têm preferência de uso. Cabe destacar que neste tipo de mediação o bibliotecário também atenderá usuários de outras nacionalidades fazendo uso preferencialmente do idioma inglês por ser a língua mais utilizada na comunicação científica mundial, o horário de atendimento fica ampliado recebendo pedidos nas 24h do dia devido aos diferentes fusos horários dos países onde moram os usuários de outras nacionalidades, sendo necessário que o Bibliotecário conheça bases de dados, recursos da web, e entenda de processos de digitalização de documentos, cujos arquivos digitais, por exemplo, poderão ser enviados com segurança de criptografia para o próprio whatsapp do solicitante se tiverem no máximo 100 MB de tamanho.

De que maneira os usuários utilizam os serviços da biblioteca? A resposta a este questionamento leva o profissional da informação a realização de um estudo de análise do mercado.

Por meio de uma entrevista realizada com a bibliotecária Adriana Costa, da Biblioteca Pública de Osório, identificou-se que por parte do público frequentador da biblioteca existe a predominância de uso desta unidade de informação para realização de trabalhos escolares, leitura de jornais e eventos como a hora do conto.

## 5 A BIBLIOTECA PÚBLICA, O MARKETING DE SERVIÇOS E AS AÇÕES JUNTO AOS USUÁRIOS REAIS E POTENCIAIS

De acordo com Macedo e Modesto (1999 apud Silva, 2015) a biblioteca pública é a porta de entrada para o conhecimento, a educação, a informação e o lazer.

A uniformidade do acesso para todos e a disponibilização as comunidades de todo o tipo de conhecimento é um dos pilares primordiais das atividades realizadas pelas Bibliotecas Públicas.

Esta instituição tem o compromisso de proporcionar a seus usuários diversos gêneros de obras, literatura, informações básicas sobre os governos, serviços públicos e imprensa oficial. Oferendo condições para que os cidadãos possam se auto-instruir, discutir problemas, e participar de atividades de lazer e cultura.

O Portal do Marketing (2000) traz em sua página na internet a seguinte definição sobre *Marketing* de Serviços:

O *Marketing* de Serviços pode ser definido com o conjunto de atividades que objetivam a análise, o planejamento, a implementação e o controle de programas destinados a obter e servir a demanda por produtos e serviços, de forma adequada, atendendo desejos e necessidades dos consumidores ou usuários com satisfação, qualidade e lucratividade.

Dentro deste contexto as bibliotecas públicas estão identificadas como instituições prestadoras de serviço de informação, sendo seu objetivo principal a satisfação das necessidades informacionais de seus usuários.

Para realização desta importante tarefa se faz necessário que a Biblioteca Pública utilize as ferramentas de *marketing* de serviços com o intuito de elaborar um plano de *marketing* que possibilite a unidade de informação traçar metas, estabelecer objetivos e atingir resultados satisfatórios de eficiência e eficácia junto aos usuários que utilizam os serviços de uma Biblioteca Pública.

A elaboração de um plano de pesquisa de mercado fornece a unidade de informação dados de extrema importância que auxiliam a identificar com boa precisão os usuários reais e potenciais de uma Biblioteca Pública.

E a correta utilização das ferramentas de *marketing* subsidia as decisões do Bibliotecário na escolha e elaboração de atividades culturais que promovam uma

nova dinâmica na relação entre Biblioteca Pública e usuário da informação promovendo o encantamento do público frequentador pela instituição.

Quando se relaciona a biblioteca pública, o *marketing*, as redes sociais e as ações da biblioteca junto aos usuários reais e potenciais, não se pode deixar de registrar o conceito de mediação, nesse processo de biblioteca e comunidade.

Para Moro e Estabel (2012, p.44)

A mediação se caracteriza como conceito fundamental na teoria vygostkyana, quando afirma que 'o fato central de nossa psicologia é o fato da ação mediada', e o fenômeno psicológico só existe pelas mediações, como pressuposto da relação 'eu-outro'. [...] A mediação é processo e 'não está entre dois termos que estabelecem uma relação', mas é a 'própria relação' do sujeito com outro sujeito através do terceiro elemento: o semiótico.

Para as autoras, o "vocábulo 'mediador' deriva do latim *mediatore*, e significa aquele que 'medeia' ou 'intervém'. A mediação é entendida como a relação do homem com o mundo e com os outros homens...". (MORO; ESTABEL, 2012, p.42).

Dando continuidade ao referencial teórico a próxima seção abordará, em continuidade ao assunto, as redes sociais.

## 6 REDES SOCIAIS

Nesta seção serão descritos o histórico, a importância na sociedade e quais são as principais redes sociais utilizadas na contemporaneidade.

Em uma sociedade que utiliza diariamente as redes sociais em seu processo de comunicação se faz necessário que o bibliotecário tenha conhecimento do processo de desenvolvimento das redes sociais e suas possibilidades de uso no aperfeiçoamento dos canais de relacionamento da Biblioteca e seus usuários.

### 6.1 Histórico

De acordo Gabriel (2010), as redes sociais existem a pelo menos três mil anos, quando homens se sentavam ao redor de fogueiras para conversar sobre vários assuntos. Ainda segundo o autor, o que mudou ao longo da história foi a abrangência e a difusão das redes sociais promovidas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) na medida em que iam se desenvolvendo.

Podemos entender deste modo que a invenção da escrita, do telegrafo, do computador, do rádio, do telefone celular, entre outras, contribuíram muito para o crescimento e difusão global do processo de comunicação na sociedade.

Conforme Gabriel (2010), as redes sociais primitivas estavam limitadas pelo espaço, tempo, idioma, mas na atualidade as redes sociais digitais transpuseram as barreiras físicas de forma surpreendente.

É possível inferir a partir desta idéia que hoje dispomos de vários recursos e ferramentas que auxiliam as pessoas no processo de comunicação e superação de obstáculos naturais ou artificiais.

Com redes sociais funcionando 24 horas por dia, as questões de tempo relacionadas ao fuso horário deixaram de ser um problema. O mesmo podemos dizer do espaço, já que, praticamente, a totalidade das comunicações realiza seu trânsito por ondas de rádio frequência e programas específicos de tradução auxiliam em muito a troca de mensagens entre pessoas que desconhecem o idioma do seu amigo virtual.

Gabriel (2010) afirma que a essência das redes sociais é a comunicação e as TIC são os elementos que estimulam as interações e o relacionamento entre as pessoas.

Deste modo podemos visualizar o grande valor que as redes sociais cada vez mais vão adquirindo junto à sociedade contemporânea.

## **6.2 Importância na Sociedade Atual**

Segundo Gabriel (2010), rede social é uma estrutura social formada por indivíduos que são ligados por tipos específicos de interdependência.

Estas interações sociais são extremamente variadas podendo ser trocas financeiras, parentesco, amizade, entre outras afinidades que os membros de uma determinada rede social possuem.

Existem na internet milhares de sites de redes sociais com os mais variados focos de interesse sendo que muitas pessoas participam de diversos grupos conforme vão interagindo e sendo cativadas pelos conteúdos que são disponibilizados nestas estruturas sociais.

Na atualidade, por exemplo, cresce de forma impressionante a importância das redes sociais como ferramenta de promoção de empresas e produtos.

## **6.3 Principais Redes**

No mundo destacam-se hoje como os principais sites de redes sociais: o Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Flickr, Blog e WhatsApp.

### **6.3.1 FACEBOOK**

Segundo Barefoot (2010) o Facebook foi lançado no ano de 2004 por Mark Zuckerberg na Universidade de Harvard. Inicialmente, de acordo com Barefoot (2010), o site imitava o Harvardfacebook, que era um guia distribuído aos calouros que mostrava os perfis dos alunos, professores e funcionários.

Atualmente a rede possui mais de 750 milhões de usuários ativos sendo este o espaço ideal para conhecer pessoas e instituições.

As páginas institucionais do Facebook permitem realizar estatísticas sobre rotina e costumes dos fãs, quantidade de visualizações, entre outros dados, consolidando-se na atualidade como uma poderosa ferramenta para o Marketing na era digital.

### 6.3.2 TWITTER

De acordo com Barefoot (2010), o twitter é um microblogging que permite a publicação na Web de mensagens muito curtas, que não podem ultrapassar 140 caracteres. Segundo o autor, estas mensagens podem conter informações do mundo real, pensamentos aleatórios do dia-a-dia ou links para conteúdos uteis na web.

O Twitter é uma ferramenta importante para divulgação de notícias de atualização rápida de informações.

### 6.3.3 YOU TUBE

Segundo Barefoot (2010), o site do YouTube foi fundado por três ex-funcionários da PayPal: Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim no ano de 2005. Ainda de acordo com o autor, o objetivo dos fundadores era claro: tornar-se o Walmart de Vídeos.

O foco do YouTube são vídeos e o usuário pode fazer upload de publicações ou download de vídeos de forma gratuita. Com os celulares permitindo a gravação de vídeos de boa qualidade e a popularização de programas de edição de vídeo é possível, por exemplo: a gravação de vídeos de treinamento, aulas para cursos de formação profissional entre outras atividades com esta ferramenta.

### 6.3.4 INSTAGRAM

De acordo com o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais do Governo Executivo Federal (BRASIL, 2014), o instagram é uma mídia social com foco em fotos.

O instagram permite que seus usuários criem perfis, façam publicação e compartilhamento de fotos e vídeos e utilizem filtros para mudar a aparência de suas publicações.

O instagram ainda permite o compartilhamento de publicações com outras redes sociais como o Facebook e o Twitter.

### 6.3.5 FLICKR

Segundo o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais do Governo Executivo Federal (BRASIL, 2014), o Flickr é um grande repositório de fotos e recursos gráficos como: desenhos, infográficos e outros formatos de imagens.

O Flickr permite a criação de álbuns por temas e classificações.

### 6.3.6 BLOG

Conforme o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais do Governo Executivo Federal (BRASIL, 2014), Blog é um conceito que permite que o usuário possa montar seu próprio veículo de comunicação na Web.

Segundo Barefoot (2010), você pode criar seu próprio software de blog e existem plataformas gratuitas para construção, como o Blogger e o WordPress.com.

Este constitui um importante espaço virtual para acompanhamento das atividades de uma instituição por exemplo.

Notícias relevantes e links interessantes devem ter atenção especial no espaço virtual do blog.

### 6.3.7 WHATSAPP

De acordo com a página oficial do WhatsApp (2017):

O WhatsApp foi fundado por Jan Koum e Brian Acton que, juntos, passaram quase 20 anos no Yahoo. O WhatsApp juntou-se ao Facebook em 2014, porém continua operando como um aplicativo independente e com o foco direcionado em construir um serviço de mensagens que seja rápido e que funcione em qualquer lugar do mundo. (WHATSAPP, c2017).

Ainda segundo a página oficial do Whatsapp (2017):

O WhatsApp começou como uma alternativa ao sistema de SMS, e agora oferece suporte ao envio e recebimento de uma variedade de arquivos de mídia: fotos, vídeos, documentos, compartilhamento de localização e também textos e chamadas de voz. Nossas mensagens e ligações estão protegidas com criptografia de ponta-a-ponta, o que

significa que terceiros, incluindo o WhatsApp, não podem lê-las ou ouvi-las. Por trás de cada decisão, encontra-se o nosso desejo em possibilitar que as pessoas se comuniquem sem barreiras em qualquer lugar do mundo”.

A Whatsapp (2017) também informa que “Mais de 1 bilhão de pessoas, em mais de 180 países usam WhatsApp para manter contato com amigos e familiares, em qualquer hora, em qualquer lugar”.

Logo percebe-se a importância deste aplicativo para promoção das ações e serviços das Bibliotecas Públicas junto aos usuários.

## 7 METODOLOGIA DO ESTUDO

Nesta seção será descrita a metodologia utilizada para realização do estudo. Quanto à natureza a atividade desenvolvida se caracteriza como uma pesquisa aplicada envolvendo um trabalho prático voltado para interesses locais.

Quanto à abordagem, é uma pesquisa qualitativa buscando coletar informações sobre as ações oferecidas pela Biblioteca Pública de Osório procurando não quantificar os dados, mas pondo em evidência o aspecto qualitativo caracterizado pelo entendimento das relações e influências mútuas dos agentes dessas ações: a unidade de informação e os usuários da biblioteca.

A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta dos dados e de acordo com Denzin e Lincoln (2010, p.17):

A pesquisa qualitativa é uma atividade situada que localiza o observador no mundo. Consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo. Essas práticas transformam o mundo em uma série de representações, incluindo as notas de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes.

Ainda conforme Lüdke e André (1986) a pesquisa qualitativa possui as seguintes características:

- a) Estudo qualitativo que se desenvolve numa situação natural;
- b) Tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados;
- c) Os dados coletados são predominantemente descritivos;
- d) A preocupação com o processo é bem maior do que com o produto;
- e) O significado que as pessoas dão as coisas e a vida são o foco de atenção do pesquisador;
- f) A análise dos dados tende a um processo indutivo;
- g) Envolve a obtenção de dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada.

As autoras (1986) relatam também que o desenvolvimento do trabalho de pesquisa é regido por três fases:

- a) **1ª Fase: Aberta ou exploratória** – nesta etapa ocorre o surgimento das questões ou pontos críticos iniciais, originados no exame da literatura, das observações e depoimentos de especialistas sobre o problema;

- b) **2ª Fase: Coleta de dados** – a partir da identificação dos elementos chaves e os contornos do problema procede-se a coleta de informações utilizando instrumentos mais ou menos estruturados;
- c) **3ª Fase: Análise sistemática e a elaboração do relatório** – neste estágio faz-se necessário juntar a informação, analisa-la e torna-la disponível aos informantes para que manifestem suas reações sobre a relevância do que e relatado.

A pesquisa qualitativa, em questão, tem como norte os princípios enunciados por Lüdke e André buscando o aprofundamento e a compreensão do tema proposto no presente trabalho.

Na coleta de dados o instrumento se alicerça em um questionário de múltipla escolha com perguntas abertas e fechadas. O instrumento foi criado no modelo de formulários do Google Drive, que possibilita o envio por email do formulário para o endereço eletrônico da Biblioteca e permite também, após aberto o formulário, a inserção dos dados e o envio das respostas para a base de dados do Google Drive.

O questionário foi aplicado pelas auxiliares da Biblioteca Pública de Osório, durante o período de uma semana, junto aos usuários da unidade da informação. Depois de recebidos na base de dados do Google Drive, foi utilizado o processo de geração de relatório eletrônico e integrado no sistema de formulários do ambiente.

O questionário de múltipla escolha foi apresentado à Bibliotecária Adriana Costa, diretora da Biblioteca Pública, que solicitou ajustes nas perguntas de modo a facilitar o entendimento para os usuários e adequá-lo às necessidades de pesquisa da Instituição.

Na análise das perguntas fechadas do questionário de múltipla escolha, foi realizada a tabulação onde serão agrupados e contados os dados, e em seguida realizada a análise estatística dos mesmos.

Nas perguntas abertas realizou-se a apresentação, a interpretação e a análise das respostas. Na modalidade para a apresentação dos dados coletados foram também utilizados gráficos, possibilitando uma compreensão melhor dos dados coletados e sua análise e resultados.

## 8 CONTEXTO DO ESTUDO

A cidade de Osório está localizada na microregião do litoral setentrional do Estado do Rio Grande do Sul, no Litoral Norte do Estado a 95 Km da Capital.

O mapa a seguir apresenta a posição geográfica da cidade de Osório no Estado do Rio Grande do Sul.

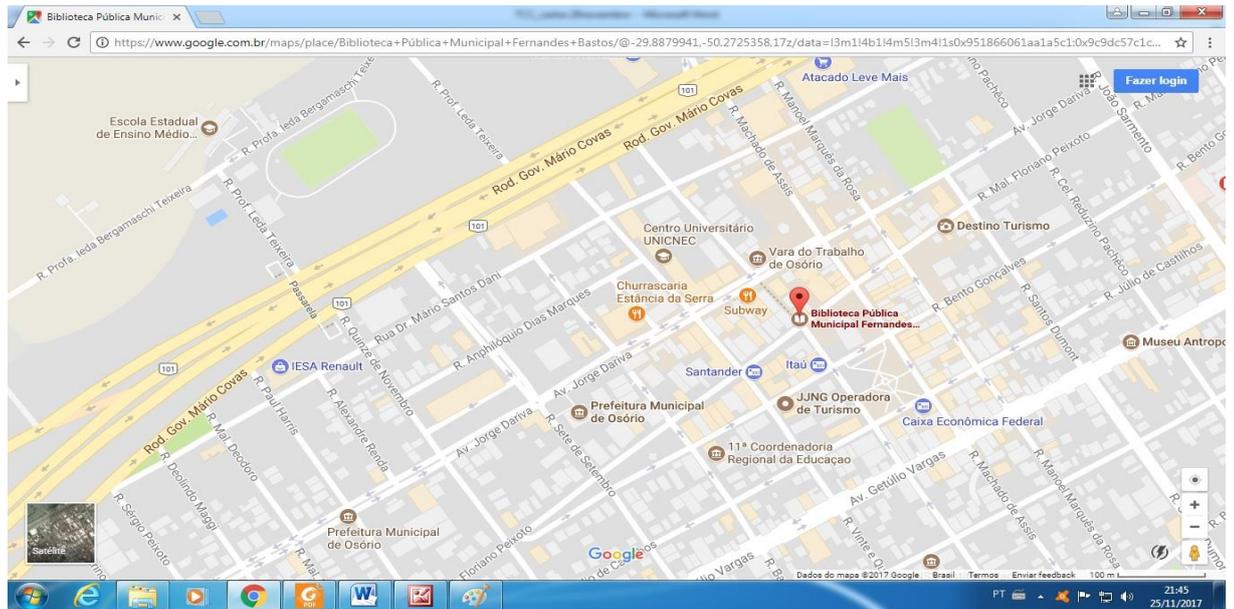
**Figura 2 - Mapa de localização de Osório no Estado do Rio Grande do Sul**



Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Os%C3%B3rio\\_\(Rio\\_Grande\\_do\\_Sul\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Os%C3%B3rio_(Rio_Grande_do_Sul))

A Biblioteca Pública de Osório está localizada na rua R. Mal. Floriano Peixoto - Centro, Osório - RS, CEP 95520-000. Nas Figuras 2 e 3 são apresentados um mapa da localização da Biblioteca Pública na cidade de Osório e uma fotografia da frente da Instituição.

**Figura 3 - Mapa de localização da Biblioteca na cidade de Osório**



Fonte: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14VzOj9alZeLyUkLAmy94hobeEg&hl=pt-BR&ll=-29.888071999999983%2C-50.270457999999996&z=17>

**Figura 4 – Fachada do Prédio da Biblioteca Pública de Osório**



Fonte: [https://www.google.com.br/search?q=biblioteca+pública+de+Osório&rlz=1C1AVFA\\_enBR770BR770&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiHhbS279rXAhXCS5AKHYECAk4Q\\_AUIDCgD&biw=1360&bih=662#imgsrc=0sSF0IU6lvLx3M](https://www.google.com.br/search?q=biblioteca+pública+de+Osório&rlz=1C1AVFA_enBR770BR770&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiHhbS279rXAhXCS5AKHYECAk4Q_AUIDCgD&biw=1360&bih=662#imgsrc=0sSF0IU6lvLx3M)

O prédio foi um dos primeiros construído no município, considerado como patrimônio histórico, servindo de sede da Prefeitura no início da municipalização.

Trespach (2016) relata em seu site na web a seguinte narrativa sobre as origens da Biblioteca Pública de Osório:

Os cerca de mil livros da Sociedade Amor à Arte, organizada em 1887, compunham a primeira biblioteca não-particular do município. Somente em 15 de março de 1943, o prefeito Juvenal José Pinto cria por decreto a primeira biblioteca pública municipal, que em 5 de julho do mesmo ano passa a denominar-se Fernandes Bastos. Até 1952 ela permaneceu no andar superior do prédio da então prefeitura, passando posteriormente por vários locais até ser instalada em definitivo novamente no prédio que fora da prefeitura. Fernandes Bastos foi intendente municipal em Osório, então Conceição do Arroio, em três oportunidades, 1912-1915, 1920-1924 e 1928-1934. Porto-alegrense, nascido em 03 de agosto de 1885, ficou órfão ainda menino. Iniciou sua formação educacional no Seminário Menor de Pareci, em Montenegro, que deixou na adolescência. Intelectual, era fluente em alemão e francês, tinha aptidão para as artes cênicas, além de tocar piano e violino. Antes de chegar a Osório, passou por Sto. Antônio da Patrulha, Passinhos e Tramandaí. Foi autor do livro Noite de Reis, de 1935, e, como correspondente do IHGRS, autor de inúmeros artigos sobre a história do Litoral Norte gaúcho. Faleceu em sua cidade natal, em 22 de setembro de 1938.

Atualmente, a Biblioteca Pública de Osório é mantida pela Prefeitura Municipal de Osório e está vinculada à Secretaria de Educação do Município. É pública e gratuita e tem como finalidade colaborar com o ensino e o aprendizado, fornecendo material de leitura e estudo. Tem como missão promover a educação e a inclusão social por meio da informação e da leitura. A Biblioteca Pública Fernandes Bastos possui hoje 5406 usuários cadastrados, um acervo de 19107 registros bibliográficos, atendendo uma média de 70 pessoas/dia.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos disponibiliza os seguintes serviços à comunidade osoriense: empréstimo, com acervo informatizado, leitura geral, jornais e revistas, setor braile, setor de áudio livros, setor infantil, Sala verde, CDs e DVDs, rede Wi-fi para acesso a internet.

A Biblioteca Pública conta com espaços adaptados para palestras e encontros com escritores, ofertando ao público frequentador as seguintes ações culturais: contação de histórias, chás e saraus literários, shows musicais, Feira do livro, Festa Julina, entre outros eventos. O quadro de pessoal da biblioteca é composto de: quatro auxiliares de biblioteca, uma servente, uma bibliotecária e uma estagiária.

Em continuidade ao contexto do estudo, as fotografias ilustram momentos e atividades de ações culturais realizadas na Biblioteca Pública Fernandes Bastos do município de Osório. (Figuras 5 a 16).

**Figura 5 - Programação de comemoração do Dia do Escritor Osoriense**



**Figura 6 - Fotopoema na Biblioteca**



**Figura 6 - Comemoração do Dia do Escritor**



**Figura 7 - Dia do Escritor Osoriense**



**Figura 8 - Evento sobre o Escritor Osoriense**



**Figura 9 - Comunidade presente com Escritores**



**Figura 10 - Escritores e Bibliotecária Adriana**



**Figura 11 - Comunidade na Feira do Livro**



**Figura 12 - Feira de Troca de Livros**



**Figura 13 - Espaço Infantil da Biblioteca**



**Figura 14 - Ludismo na Biblioteca Pública**



**Figura 15 - Pegue e Leve**



**Figura 16 - Espaço Externo da feira do Livro**



**Fonte: Brasil, 2016**

A Biblioteca Pública também realiza periodicamente a Semana do Artista Plástico, tendo em vista vários artistas da comunidade osoriense que são colaboradores das atividades que a Biblioteca realiza na cidade com a participação de autoridades, escritores, artistas e comunidade em geral. (Figuras 17 a 24).

**Figuras 17 a 24 - Semana do Artista Plástico**

**Figura 17 – Mostra do Artista Plástico**



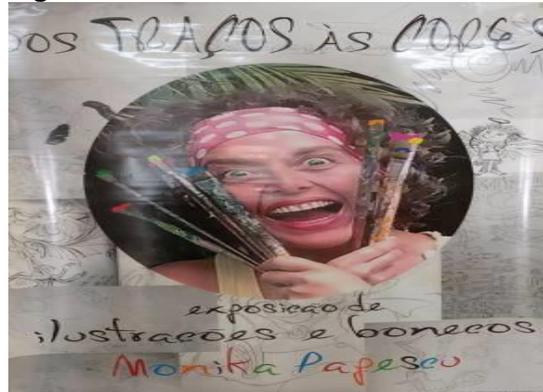
**Figura 18 – Mostra do Artista Plástico**



**Figura 19 – Mostra do Artista Plástico**



**Figura 20 – Mostra do Artista Plástico**



**Figura 21 – Mostra do Artista Plástico**



**Figura 22 – Mostra do Artista Plástico**



**Figura 23 – Mostra do Artista Plástico**



**Figura 24 – Mostra do Artista Plástico**



O horário de funcionamento da biblioteca é de segunda à sexta feira: das 8h às 12h e das 13h 15 min às 18h e aos sábados das 8h às 12h. O *software* utilizado é o Biblivre, que é específico para catalogação e difusão de acervos de bibliotecas. Nele é feito a inserção de todo o material que constitui o acervo da biblioteca. A Biblioteca utiliza como veículos de comunicação para divulgação de novidades e programações: o Facebook (perfil), Blog, Mural Cultural, Rádio Osório, jornais locais e, atualmente o WhatsApp.

## 9 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Além do conteúdo do referencial teórico para análise dos dados coletados foi utilizada a Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil que é um estudo oficial e atualizado sobre o panorama das bibliotecas no país, da qual foram extraídas informações específicas sobre Bibliotecas Públicas.

Durante o processo de seleção do melhor instrumento para realização da coleta de dados do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi verificado que o questionário de múltipla escolha com perguntas abertas e fechadas era o instrumento mais adequado a ser utilizado pois o foco da pesquisa estava centrado no marketing da Biblioteca Pública de Osório e identificar quais ações oferecidas por esta unidade de informação contribuíam para o marketing de serviços da mesma junto à comunidade Osoriense.

Foi utilizada na elaboração do questionário de pesquisa a ferramenta de formulários de pesquisa do googledrive. A escolha deste instrumento também se deve às possibilidades de controle de recebimento de respostas, visualização da quantidade de respostas recebidas e a geração automática de gráficos das respostas recebidas.

Em reunião com a Bibliotecária gestora da Biblioteca Pública de Osório Adriana foi apresentado o questionário e recolhido sugestões na retirada de uma pergunta, ajustes em outras e melhoria na formatação de apresentação das perguntas.

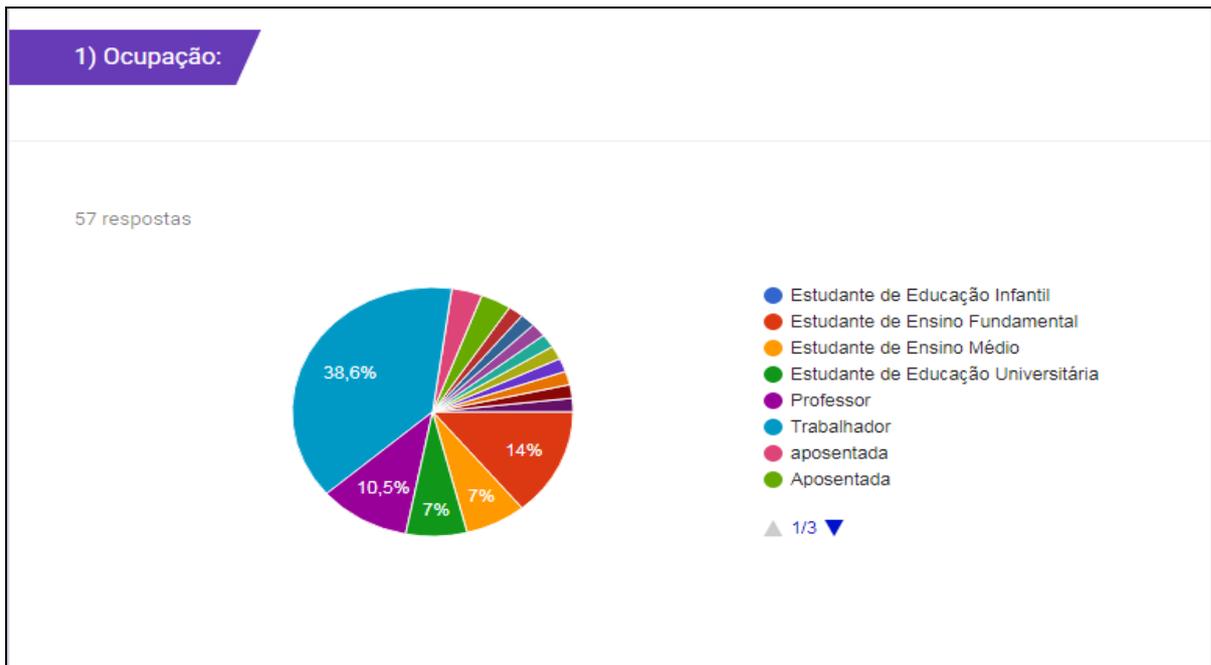
Nesta mesma reunião foi definida a realização de um teste piloto do questionário de múltipla escolha com data de realização na terceira semana de setembro e o questionário final na última semana do mês de setembro.

Posteriormente, em encontro realizado na FABICO, com a orientadora, foram apresentadas as sugestões de modificação sugeridas pela Bibliotecária Adriana e em seguida passou-se à construção do questionário definitivo que recebeu o acréscimo de mais duas perguntas. Também foi confirmado neste mesmo encontro as datas da última semana de setembro como teste piloto e a última semana de setembro o teste final, para aplicação do questionário de múltipla escolha.

Foi definido também o número de dez entrevistas por dia de modo a ser contemplada uma amostra significativa do público frequentador da Biblioteca Pública Fernandes Bastos de Osório.

Em seguida, a apresentação e a análise dos dados coletados, por meio da aplicação do questionário, (APÊNDICE A) com a comunidade frequentadora da Biblioteca Pública, apresentando os resultados contando com a participação de 60 usuários da Biblioteca Pública.

**Gráfico 1 - Ocupação da Biblioteca Pública**



**Fonte - Brasil, 2017**

Na pesquisa realizada a ocupação do público frequentador da Biblioteca está concentrada em cinco grupos principais: 38,6% trabalhadores, 14% estudantes de ensino fundamental, 10,5% professores, 7% estudantes de ensino médio e 7% estudantes universitários.

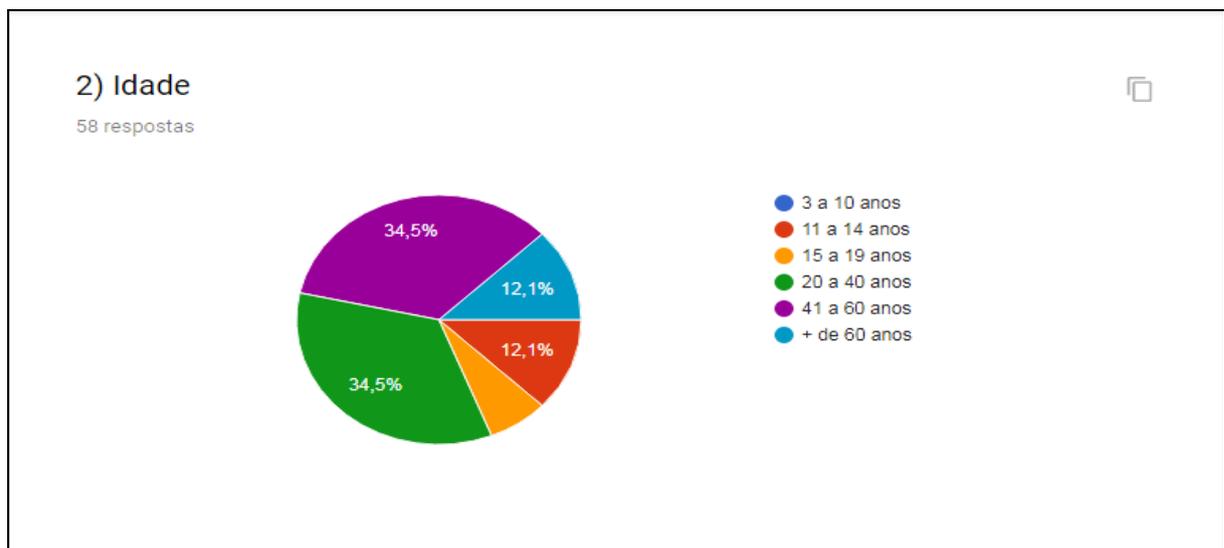
Os trabalhadores representam quase 40% dos usuários da Biblioteca Pública de Osório, e esta porcentagem também sinaliza que esta instituição está cumprindo de modo exemplar o seu papel de satisfazer as necessidades informacionais deste público frequentador. A biblioteca disponibiliza a este público ótimos serviços e ações culturais de enorme relevância que estimulam o desenvolvimento social e cultural da comunidade osoriense. Analisando sobre a ótica do *marketing* verifica-se que dois elementos do composto do *marketing* contribuem para que ocorra a presença de um número elevado de trabalhadores que frequentam a Biblioteca Pública: A Praça e a Promoção.

Segundo Silveira (1985), o principal canal de distribuição de uma biblioteca é o local físico onde a mesma está situada. A Biblioteca Pública está situada no centro da cidade de Osório, em um prédio histórico, local de grande circulação de pessoas. Outro fator importante é a Feira de Agricultura Familiar que ocorre todos os sábados pela manhã no centro da cidade, sendo que neste mesmo espaço físico está situada a Biblioteca Pública de Osório.

A grande presença de trabalhadores tem ainda como reforço o fato de que na cidade de Osório os estabelecimentos comerciais fecham das 12h às 13h 30 min, e como a Biblioteca funciona no período da tarde no horário das 13h 15 min às 18h, estes quinze minutos que antecedem o início dos trabalhos nos estabelecimentos comerciais da cidade permitem que os trabalhadores possam realizar empréstimos de livros, devoluções, participar de atividades como o “Pegue e Leve” ou da Feira de troca da Instituição.

De acordo com Silveira (1992), a promoção é o processo de comunicar ao mercado a existência e a disponibilidade de um determinado produto. A Biblioteca Pública ao promover a abertura de atendimento aos sábados, no mesmo horário da Feira de Agricultura Familiar, possibilita que seus usuários tenham acesso aos produtos e serviços ofertados pela Biblioteca contribuindo para um aumento significativo no número de usuários atendidos na consulta e no empréstimo além do acesso à internet.

**Gráfico 2 – Idade dos usuários da Biblioteca Pública**



Fonte: Brasil, 2017

Percebe-se que 34,5% dos frequentadores tem faixa etária entre 41 a 60 anos, 34,5% entre 20 a 40 anos, 12,1% mais de 60 anos, 12,1% entre 11 a 14 anos e 6,9 % entre 15 a 19 anos.

De acordo com a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil de março de 2016, realizada pelo instituto Pro-Livro, os leitores na faixa etária de 41 a 60 anos são aproximadamente 32% da população pesquisada número este muito próximo dos 34,5% obtidos na pesquisa realizada na Biblioteca Pública de Osório.

É possível verificar na Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil também que praticamente 38% dos leitores estão na faixa dos 20 a 40 anos.

Pode-se depreender com clareza que estas duas populações citadas estão vivenciando momentos de plena atividade produtiva requerendo uma maior demanda por leitura para atender inúmeras necessidades de informação onde podemos salientar a primazia na busca de informações de caráter estudantil, profissional, saúde e lazer.

Neste aspecto é de extrema importância que a Biblioteca estabeleça uma boa Política de Desenvolvimento de Coleções (PDC), pois este é um instrumento fundamental para acompanhamento da formação e do crescimento do acervo com qualidade e que atenda às necessidades dos usuários. A importância desta questão se fundamente em que uma de suas etapas prevê o estudo dos usuários cujo principal objetivo é conhecer o perfil de seus frequentadores e adequar o acervo da unidade de informação aos interesses informacionais dos consulentes.

A PDC possibilita também ao gestor da Biblioteca tomar as decisões necessárias para realizar adequadamente o desbastamento e o descarte de materiais do acervo e também as diretrizes para seleção e aquisição de novos materiais.

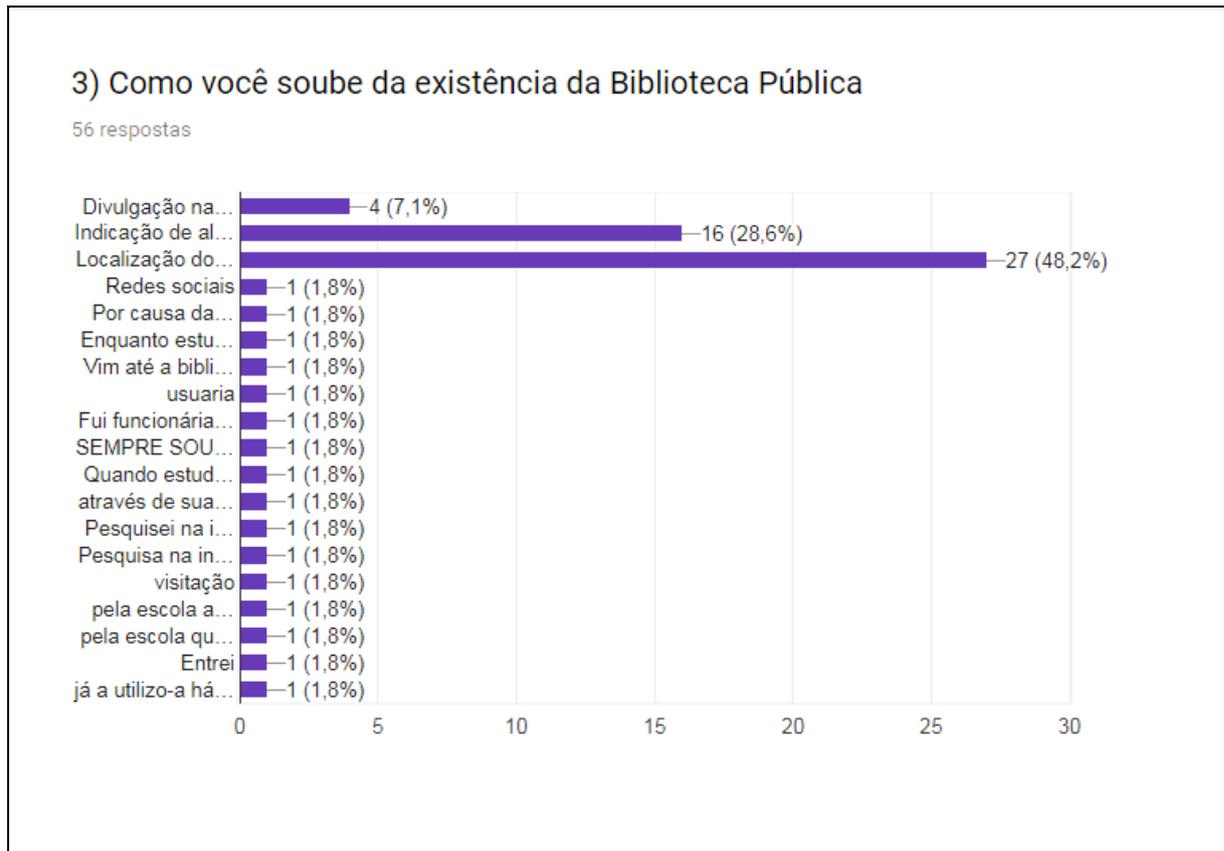
A Biblioteca Pública de Osório cumpre, de forma exemplar, esta tarefa disponibilizando um excelente acervo aos seus usuários realizando uso de uma boa PDC que possibilita a adequação do acervo às reais necessidades de informação dos leitores que freqüentam as instalações deste importante espaço cultural do município de Osório.

Investigando sobre a ótica do *marketing* percebe-se que o produto é o elemento destaque no atendimento das necessidades informacionais dos usuários por faixa etária, pois neste aspecto além da leitura em geral a Biblioteca Pública de Osório possui setores específicos como o Infantil e a Sala verde, esta por sua vez

com material riquíssimo no que tange as questões de sustentabilidade e meio ambiente.

A Biblioteca também atende Pessoas com Deficiência (PcD) e deficientes visuais com a oferta na coleção de livros em braile e áudio livros.

**Gráfico 3 – Como soube da existência da Biblioteca**



**Fonte: Brasil, 2017**

No gráfico para 48,2% dos entrevistados informam que a localização do prédio é o fator primordial para saber da existência da Biblioteca, 28,6% souberam da existência da Biblioteca por indicação de um amigo e 7,1% através da divulgação da imprensa e jornal.

Do ponto de vista do composto do *marketing* a praça é o elemento destaque sendo este o principal canal de distribuição da Biblioteca, pois de acordo com Teixeira e Estabel (2014) a praça ou ponto de venda também envolve atividades de logística, armazenamento e distribuição. Cabe salientar a posição privilegiada da Instituição localizada no Centro da Cidade de Osório, em um prédio histórico, num ambiente urbano com grande movimentação de pessoas.

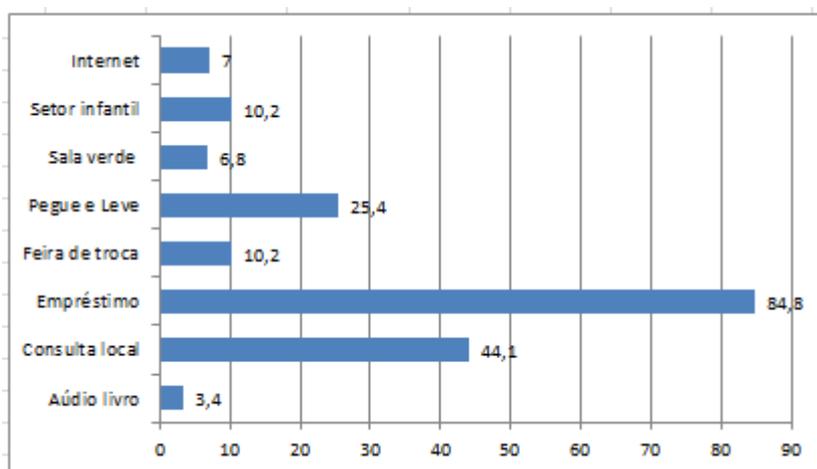
O segundo elemento do composto do *marketing* de grande importância a ser observado na análise destes dados é a promoção, pois sendo este um processo de divulgação de um produto ou serviço, e possível depreender pelo segundo dado de maior pontuação apresentado no quadro acima que o atendimento de qualidade realizado pela Instituição fez com que muitos usuários indicassem a existência da Biblioteca a outras pessoas o que é excelente para a Instituição em termos de credibilidade e confiabilidade.

A Biblioteca Pública de Osório também divulga suas novidades e programações através do Facebook, Blog, Mural Cultural e Rádio e Jornais locais sendo estes também elementos importantes na consolidação da promoção da Instituição junto aos usuários que estão localizados dentro do espaço geográfico da cidade de Osório e também de cidades vizinhas que usam os serviços e produtos ofertados pela Biblioteca Pública de Osório.

Quando foi realizada a referida pesquisa a instituição não tinha o aplicativo Whatsapp, no entanto, atencipando-se às necessidades e às sugestões dos usuários a Biblioteca Pública criou um Whatsapp Institucional que já está sendo um sucesso na renovação de livros emprestados, na busca de informações e na divulgação de serviços e ações culturais da organização.

O aplicativo também já foi utilizado em uma pesquisa na qual foi modificada e aprovada à nova página do Facebook da Biblioteca Pública de Osório.

**Gráfico 4 - Quais serviços da Biblioteca Pública de Osório você usa?**



Fonte: Brasil, 2017

Analisando o Gráfico constata-se que 84,8% utilizam o serviço de empréstimo da Biblioteca, 44,1% realizam consulta local, 25,4% utilizam o pegue e leve, 10,2%

utilizam o setor infantil, 10,2% Feira de troca, 7% internet, 6,8% sala verde e 3,4% o áudio livro.

De acordo com Silveira (1992), o serviço é um produto intangível e pode ser entendido como uma atividade que permite a satisfação de desejos, necessidades e resolução de problemas de clientes.

Examinando o quadro acima sob o composto do *marketing* o principal produto de uma Biblioteca é a informação, no entanto se faz necessário que esta receba o devido tratamento técnico para posterior disponibilização ao usuário.

O serviço de empréstimo é o preferido dos usuários da Biblioteca, mas também pode ser entendido como o principal meio de acesso ao livro, pois de acordo com a Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2016) cerca de metade dos entrevistados indicaram o empréstimo como principal meio de acesso ao livro.

A Biblioteca Pública de Osório dispõe de um bom PDC que possibilita uma adequação do acervo da Instituição às necessidades de informação dos usuários e ao aperfeiçoamento do serviço de empréstimo da Biblioteca.

Percebe-se, deste modo, a relevância deste serviço que é oferecido à comunidade osoriense, pois de outro modo haveria dificuldade de acesso ao livro devido ao fato de que muitos dos usuários não teriam recursos para adquirir os livros seja em lojas físicas ou virtuais.

A consulta local é o segundo serviço da Biblioteca Pública de Osório mais utilizado pelos entrevistados. Verificando sob o prisma do *marketing* praça é o elemento com grande destaque, pois a Biblioteca dispõe de espaços adaptados para palestras, contação de histórias, saraus literários e outros eventos culturais.

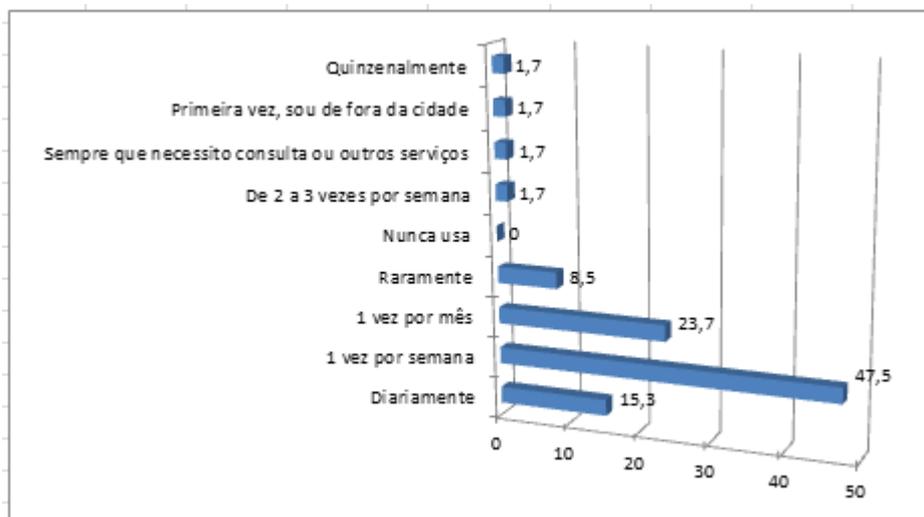
O atendimento é também um componente importante neste processo, pois de acordo com a Pesquisa (2016) 95% dos entrevistados que frequentam a Biblioteca relatam que são bem atendidos. Em termos de recursos humanos a Biblioteca Pública de Osório dispõe de quatro auxiliares de biblioteca, um servente e uma estagiária para realizar um bom atendimento aos usuários que realizam consulta local na Biblioteca.

Os serviços de pegue e leve, feira de troca são elementos importantes para renovação do acervo, estímulo da leitura e a aumento da frequência de usuários na Biblioteca, visto que no Retratos da Leitura no Brasil (2016) 32% dos entrevistados afirmaram que frequentariam mais a Biblioteca se esta tivesse mais livros ou títulos novos.

Estes serviços, sob o ponto de vista do *marketing*, colaboram para a promoção da Biblioteca junto aos usuários estimulando a demanda, além de atrair e fidelizar novos leitores para a Instituição.

O Setor Infantil é um espaço privilegiado na Biblioteca, pois oferece a este público leitor um ótimo acervo de literatura infantil, estantes infantis, tapetes, mesas e cadeiras adaptadas ao perfil destes clientes oferecendo uma rica programação infantil que estimula o gosto pela leitura, a pesquisa, o lazer e desenvolvimento cultural destes leitores.

**Gráfico 5 - Com que frequência você usa os serviços da Biblioteca Pública de Osório?**



Fonte: Brasil, 2017

No Gráfico em questão pode-se destacar que 47,5% dos usuários frequentam a Biblioteca pelo menos uma vez por semana, 23,7% frequentam uma vez por mês, 15,3% frequentam diariamente e 8,5% raramente.

Na Pesquisa Retratos (2016) 5% dos entrevistados costumam frequentar sempre a Biblioteca enquanto na Biblioteca Pública de Osório 15,3% dos entrevistados frequentam diariamente a biblioteca, ou seja, o número de frequentadores nesta modalidade é 3 vezes maior que os dados nacionais obtidos na referida Pesquisa que tem âmbito nacional.

No Retratos da Leitura no Brasil (2016) 14% dos entrevistados responderam que costumam frequentar raramente uma Biblioteca. Já, na Biblioteca Pública de Osório, o número de pessoas que frequentam raramente a Biblioteca é de 8,5%, ou seja, este número é 1,6 vezes menor que a pesquisa nacional.

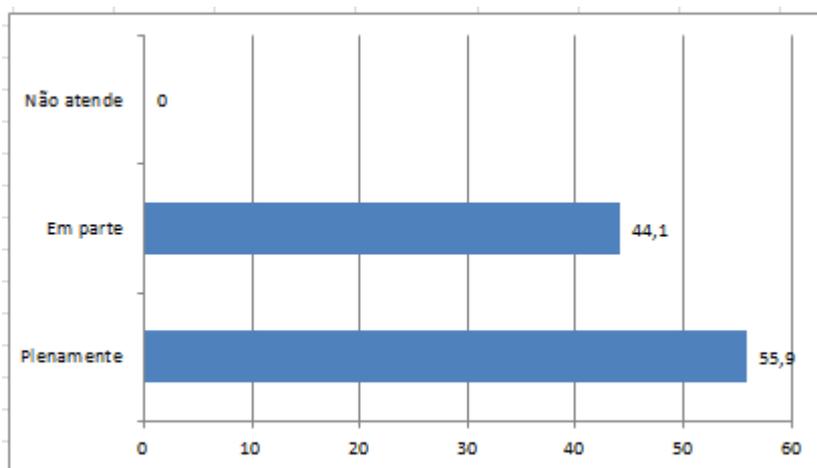
E 66% dos entrevistados no Retratos da Leitura no Brasil (2016) responderam que não costumam frequentar uma Biblioteca, embora nem todos os entrevistados nesta Pesquisa são usuários da Biblioteca. Já na Biblioteca Pública de Osório o número de respostas a esta pergunta foi zero, ou seja, a biblioteca para os usuários em importância está equiparada em igualdade de relevância com outras instituições públicas como por exemplo: Postos de saúde, hospitais, escolas, entre outros.

Analisando sob o prisma do *marketing* pode-se depreender que o produto, no caso da Biblioteca, representado pelos serviços e o acervo físico da instituição, são os elementos fundamentais que contribuíram para o enorme sucesso da organização frente aos resultados da referida Pesquisa (2016).

De acordo com o Retratos da Leitura no Brasil (2016) o que motiva 66% dos entrevistados a frequentar uma biblioteca é ler livros para pesquisar ou estudar, e para 37% dos entrevistados o motivo é a leitura por prazer.

Logo, compreende-se que a qualidade do acervo da Biblioteca Pública de Osório, aliado a uma boa e efetiva PDC, e também a um excelente programa de trocas de obras contribuíram de forma excepcional para o sucesso da Instituição junto aos seus usuários.

**Gráfico 6 - O acervo da biblioteca pública atende suas necessidades de busca?**



**Fonte: Brasil, 2017**

Para 55,9% dos entrevistados a Biblioteca atende plenamente as suas necessidades de busca e para 44,1% dos entrevistados em parte.

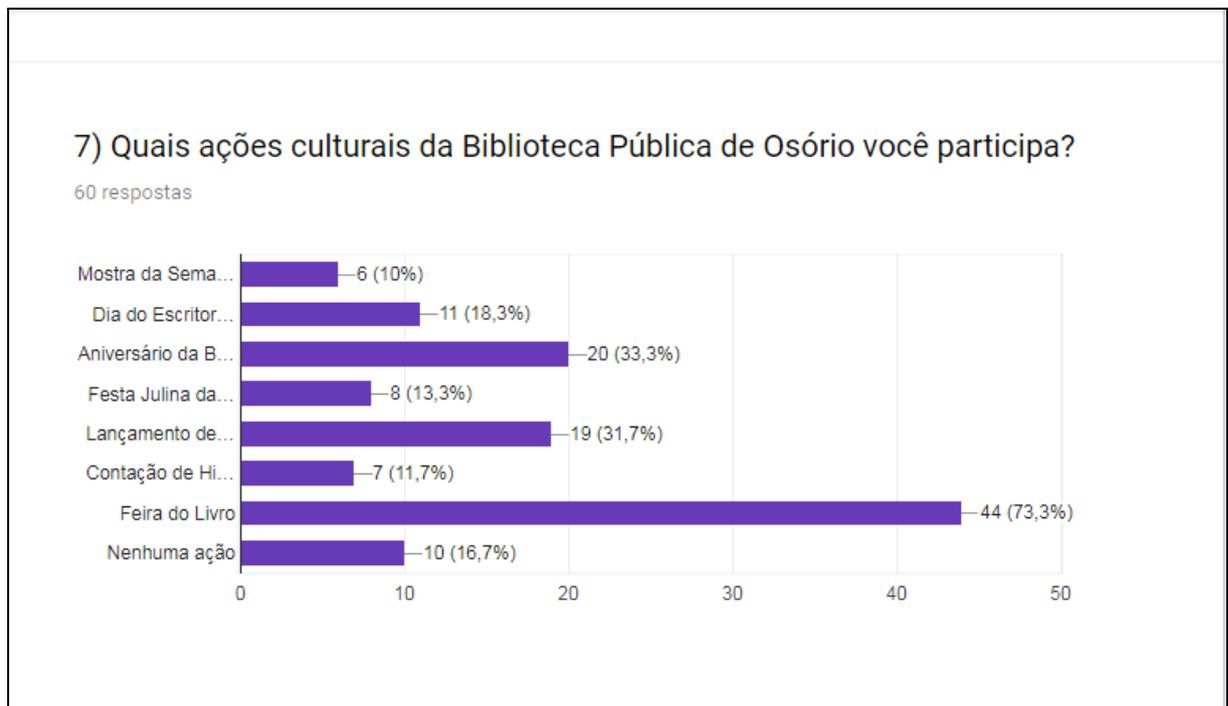
Cabe salientar que o sucesso nos resultados obtido nesta pergunta realizada aos entrevistados é fruto de um bem planejada e efetivamente aplicada PDC cujos

fundamentos são a melhoria e adequação do acervo as reais necessidades de informação dos usuários.

A Feira de Troca é outro elemento norteador neste processo de qualificação e atualização do acervo, pois possibilita que a instituição obtenha sugestões de melhoria de seus usuários de forma imediata e direta.

Logo, examinando sob a ótica do *marketing* pode-se depreender que o produto representado pelo acervo físico da instituição contribuiu de forma excepcional para o bom desempenho da Instituição frente as perguntas realizadas nas entrevistas sendo que nenhum entrevistado respondeu ao questionamento de não atendimento de suas necessidades de informação.

**Gráfico 7 – Quais ações culturais da Biblioteca Pública de Osório você participa?**



**Fonte: Brasil, 2017**

Visualizando o quadro acima 73,3% dos entrevistados participam ativamente da Feira do Livro, 33,3% do Aniversário da Biblioteca, 31,7% Lançamento de Escritores Osorienses, 18,3% frequenta o Dia do Escritor Osoriense, 13,3% Festa Julina da Biblioteca, 11,7% Contaçaõ de histórias, 10% Mostra da Semana do Artista Plástico Osoriense e 16,7% dos entrevistados não participa de nenhuma ação cultural promovida pela Biblioteca.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos possui uma riquíssima programação cultural sendo este o principal elo de ligação da instituição com a comunidade do município de Osório, pois de acordo com a FBN (2000, p.93) “O estreitamento da relação com a comunidade é fator essencial para o desempenho das funções da biblioteca pública. ”.

A comunidade osoriense tem participado de forma efetiva das ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública reconhecendo este local como um espaço de confluência social, pois segundo a FBN (2000) é necessário que os indivíduos reconheçamna biblioteca um lugar de encontro da comunidade com seus valores, tradições, história.

De acordo com a FBN (2000) “As atividades de ação cultural são serviços essenciais na biblioteca pública, pois possibilitam a participação, a troca e a interação entre os membros da comunidade. ”.

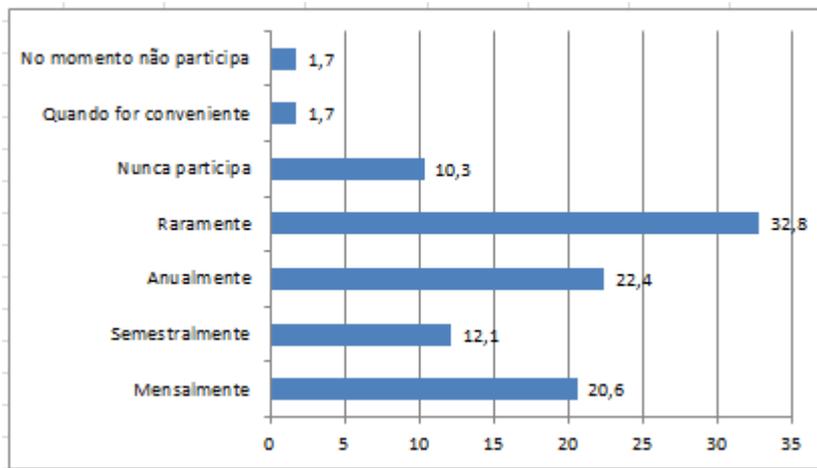
As ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública de Osório também têm impactado positivamente no processo de promoção e desenvolvimento do gosto pela leitura.

Na função de promoção da leitura destacamos o sucesso da Feira do Livro, a contação de histórias, Lançamento de Escritores Osorienses e o dia do Escritor Osoriense. No exercício da função de Centro de Lazer da comunidade destacam-se as seguintes ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública: Aniversário da Biblioteca, Mostra da Semana do Artista Plástico Osoriense e Festa Julina da Biblioteca.

As ações culturais promovidas pela Biblioteca não estão restringidas apenas à população leitora que frequenta a Instituição, mas também aos leitores em potencial.

Sob a perspectiva do *marketing* a promoção é o elemento destaque para divulgação destas ações culturais oferecidas pela Biblioteca Pública de Osório. Salientando que a Bibliotecária tem se destacado como agente cultural da Instituição planejando e organizando diversas atividades culturais.

**Gráfico 8 - Com que frequência você participa das ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública de Osório?**



**Fonte: Brasil, 2017**

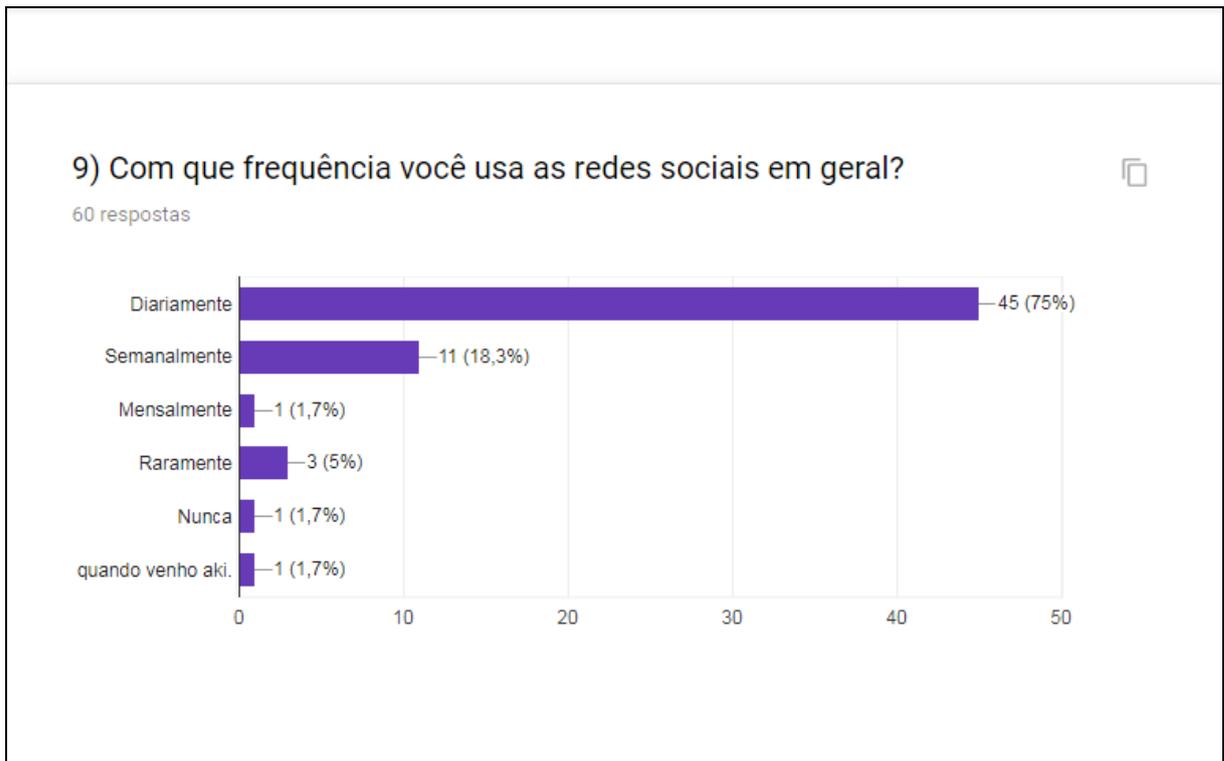
No Gráfico acima, com relação à frequência de participação nas ações culturais promovidas pela biblioteca, 32,8% dos usuários raramente frequentam, 22,4% frequentam anualmente, 20,6% participam mensalmente, 12,1% comparecem semestralmente, 10,3% Nunca participa e 1,7% somente quando for conveniente.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos, ao oferecer uma excelente programação de eventos culturais, durante o ano, para a comunidade osoriense, tem colhido como resultado deste esforço a participação efetiva da população em diversas atividades culturais promovidas pela Instituição.

As ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública contribuem também para formação de grupos com interesses comuns que ao identificar-se com uma determinada atividade cultural oferecida pela Instituição realizam um esforço adicional para participar do evento cultural ofertado.

Esta programação cultural diversificada da Biblioteca, sob a perspectiva do *marketing*, é um elemento primordial na promoção das ações culturais da Instituição e forte componente motivador que estimula a frequência dos usuários e a participação dos mesmos em diversos eventos promovidos pela organização.

**Gráfico 9 – Com que frequência você usa as redes sociais em geral?**



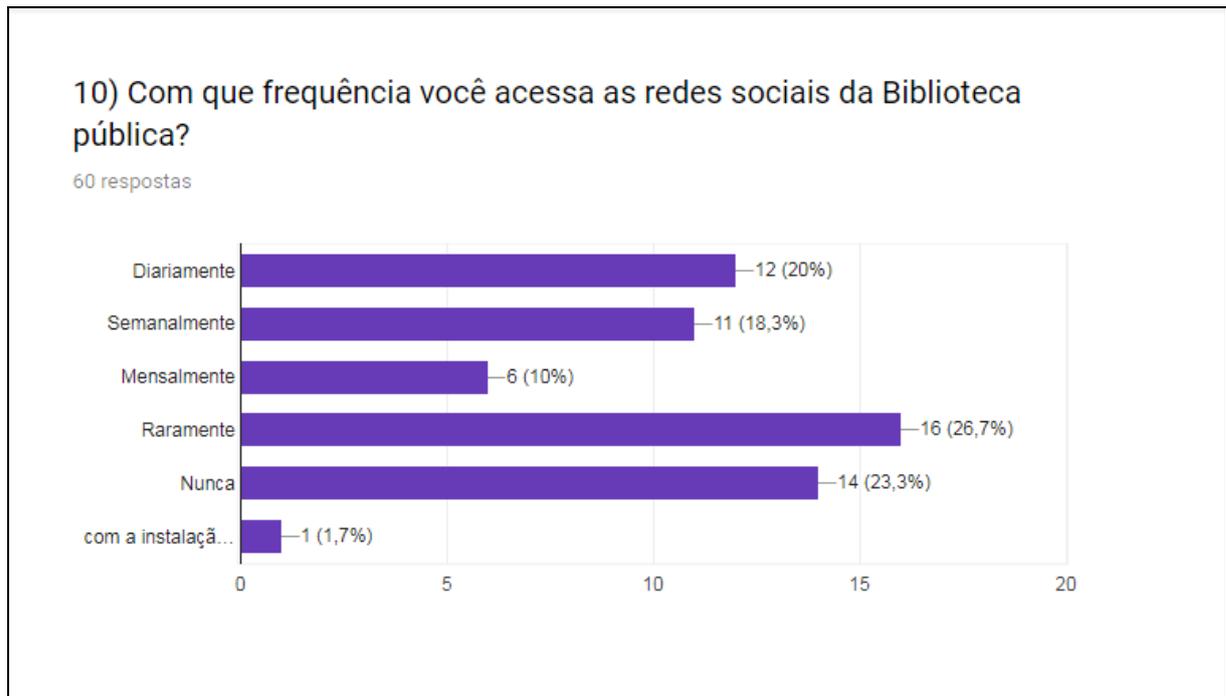
**Fonte: Brasil, 2017**

Visualizando o quadro acima percebe-se que 75% dos entrevistados usam diariamente as redes sociais em geral, 18,3% Semanalmente, 1,7% Mensalmente e 5% Raramente e 1,7% Nunca.

As redes sociais são ferramentas importantes na promoção de produtos e serviços das empresas e instituições dos mais variados fins. Os dispositivos móveis, com destaque para os telefones celulares, têm contribuído para aumento e o uso cada vez mais frequente das redes sociais. A Biblioteca Pública neste ano criou Whatsapp Institucional que tem sido bastante utilizado na renovação de empréstimos de livros da organização e divulgação de ações e serviços da Biblioteca.

Dentro deste contexto observa-se que os usuários da Biblioteca Pública Osório seguem a tendência mundial de acesso diário das redes sociais interagindo com os grupos cujos conteúdos sejam seu foco de interesse.

Sob o ponto de vista do *marketing* percebe-se que a Biblioteca Pública realiza um bom uso da promoção de suas atividades através das redes sociais, prestando um atendimento mais pessoal e qualificado que contribui para a fidelização e o fortalecimento de sua clientela.

**Gráfico 10 – Com que frequência você acessa as redes sociais da Biblioteca Pública?**

**Fonte: Brasil, 2017**

No Gráfico em questão a frequência de acesso às redes sociais da Biblioteca Pública foi respondida da seguinte forma pelos entrevistados: 26,7% Raramente acessam, 23,3% Nunca acessam, 20% acessam diariamente, 18% acessam semanalmente e 10% acessam mensalmente.

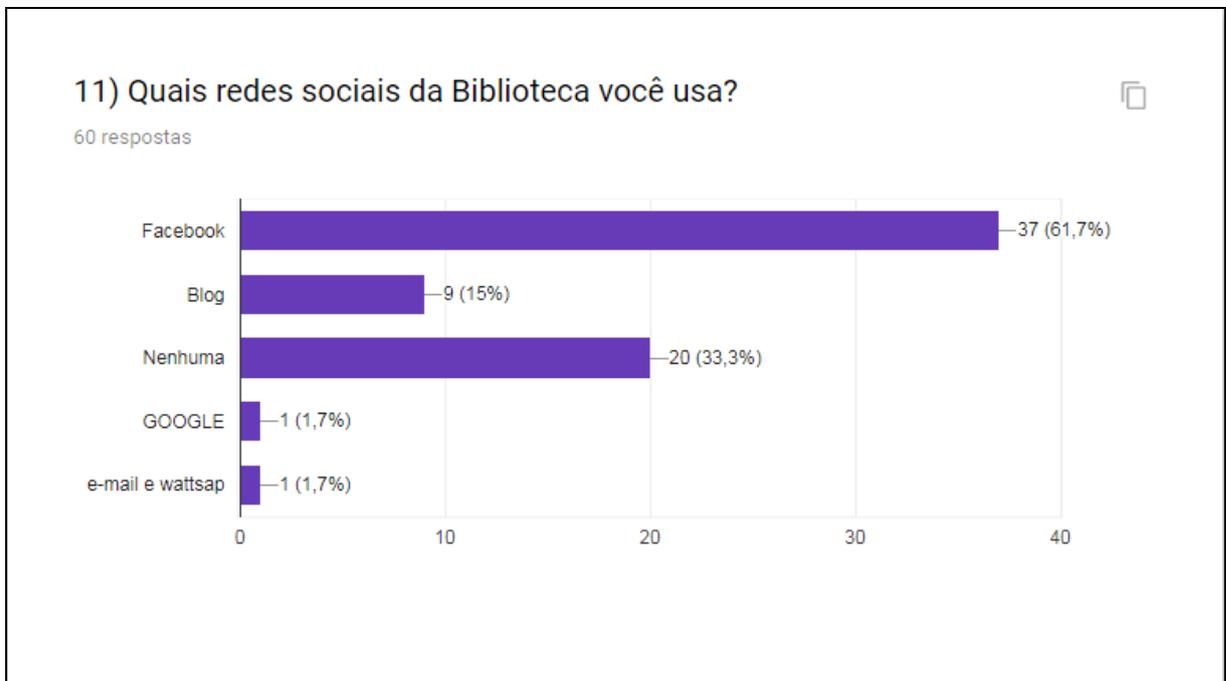
A participação dos usuários nas redes sociais ofertadas pela Biblioteca Pública é muito variada e não há uma predominância de uma frequência específica sobre as outras, variando poucos pontos percentuais. No entanto devido à importância que as redes sociais vêm adquirindo cada vez mais, na sociedade atual, faz-se necessária a realização de um trabalho de *marketing* com ênfase nas redes sociais da Biblioteca Pública de Osório com intuito de resgatar uma parcela significativa dos usuários que raramente frequentam e/ou que nunca frequentam as redes sociais da Instituição de modo a realocá-los nos grupos que frequentam diariamente ou semanalmente as redes sociais da Biblioteca.

O trabalho de *marketing* com ênfase nas redes sociais exige a elaboração de um plano sofisticado para promoção da Biblioteca junto a estes ambientes digitais que demanda a preparação de conteúdos e atividades culturais que se adaptem a aos formatos de visualização, interação e movimentação das redes sociais.

No esforço de conquistar a participação mais efetiva dos usuários nas redes sociais da Biblioteca Pública Fernandes Bastos há de se pensar na elaboração de textos curtos onde as palavras chave sintetizem o assunto e o conteúdo a ser apresentado, haja vista, a visualização rápida que se faz nas telas dos celulares, por exemplo.

Vídeos curtos e bem elaborados são fortes aliados no esforço de conquista de novos usuários para as redes sociais da Biblioteca, destacando-se aqui os institucionais que apresentam a organização e os serviços ofertados pela mesma.

**Gráfico 11 – Quais redes sociais da Biblioteca você usa?**



**Fonte: Brasil, 2017**

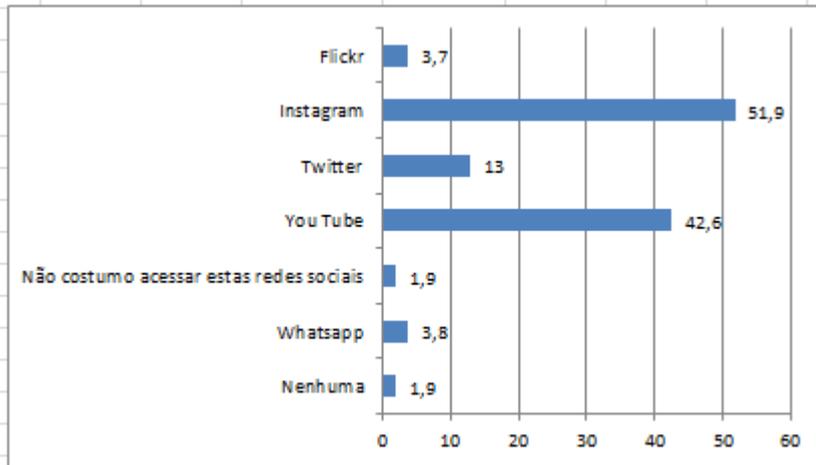
Visualizando a figura acima 61,7% usam o Facebook da Biblioteca Pública, 15% usam o Blog da Biblioteca Pública e 33,3% não usam nem o Facebook e nem o Blog da Biblioteca Pública.

Sendo o Facebook a rede social mais importante da atualidade os dados obtidos na pesquisa além de confirmar a tendência mundial demonstram a relevância que as Instituições devem dar na construção de suas páginas nesta rede social e os conteúdos que devem ser postados na mesma.

Examinado sob a ótica do *marketing* a promoção da organização nas redes sociais possibilita que a Instituição tenha um aumento significativo de usuários que acessam os serviços da Biblioteca de forma remota.

O Facebook é considerado como a rede social mais acessada da Biblioteca Pública de Osório, por isso, recomenda-se que sejam observados alguns itens de grande relevância para manter o bom desempenho de acesso desta página da Instituição junto aos usuários. O estabelecimento de uma linguagem padrão é de enorme importância para a comunicação com o seu público-alvo sendo o ideal manter um tom institucional, antes de postar textos, verificar a semântica, gramática e ortografia, de modo a qualificar as postagens textuais realizadas na página da Instituição. Realizar sondagens com os usuários fazendo perguntas abertas e analisar o conteúdo dos comentários e das respostas postadas, fotos e vídeos são elementos que contribuem para aumento do número de acessos na página da Biblioteca.

**Gráfico 12 – Quais Redes sociais você usaria para acessar a Biblioteca se a possibilidade fosse oferecida?**



**Fonte: Brasil, 2017**

Na pergunta acima os entrevistados afirmaram que usariam as seguintes redes sociais se a Biblioteca Pública oferece possibilidade de uso: 51,9% usariam Instagram, 42,6% You Tube, 13% Twitter, 3,8% Whatsapp e 3,7% Flick.

O Instagram é um aplicativo cujo foco principal está no processo de registrar e compartilhar imagens fotográficas. Os usuários da Biblioteca Pública de Osório já sinalizaram seu interesse em usar esta plataforma social, logo se propõe que a

Instituição crie uma página na referida plataforma social a fim de atender as necessidades de informação deste público-alvo cuja principal característica é a informação visual.

Examinando sob a perspectiva do *marketing* a promoção e divulgação das ações culturais realizadas pela Biblioteca Pública de Osório pode ganhar um número maior de acessos e compartilhamentos nesta plataforma social especializada em fotos e que está também integrada ao Facebook.

A Biblioteca tem registrado em imagens várias ações culturais realizadas pela Instituição como: Feira do Livro, Aniversário da Biblioteca, Lançamento de Escritores Osorienses, Dia do Escritor Osoriense, Festa Julina da Biblioteca, Contação de Histórias, Mostra da Semana do Artista Plástico Osoriense entre outras que poderiam ser disponibilizadas no Instagram atingindo um número maior de visualizações angariando mais usuários que realizariam acesso remoto através desta página institucional.

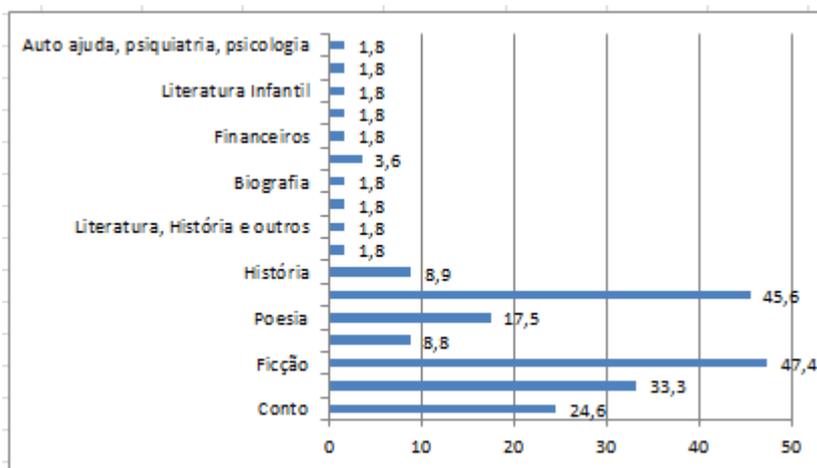
O Youtube é uma rede social cujo foco principal é a visualização, upload, download e compartilhamento de vídeos. Na pesquisa, os entrevistados sinalizaram que estariam dispostos a acessar esta plataforma social se a Biblioteca Pública disponibilizasse o acesso. Devido à importância que esta rede social tem no processo de comunicação on-line propõe-se que Instituição crie uma conta nesta rede social e desenvolva um plano de marketing digital com conteúdos que estejam engajados com as necessidades de informação deste público-alvo.

Sendo este um grupo cujo principal característica é a busca de informação através de imagens em movimento, sugere-se que a Instituição desenvolva vídeos institucionais onde se apresente dados da organização como histórico, acervo, localização, horários de atendimento entre outros de modo a despertar em seu público-alvo o interesse em conhecer e fidelizar seu acesso a página da Instituição.

Roteiros virtuais mostrando o acervo, o ambiente interno da Biblioteca e os serviços oferecidos são instrumentos de grande importância no processo de fidelização deste usuário que realiza o acesso a Instituição por meio da página virtual da Biblioteca. A postagem de vídeos das ações culturais desenvolvidas pela Biblioteca como: as apresentações teatrais, os lançamentos de livros e de escritores, as entrevistas com escritores e frequentadores da Feira do Livro, entre outros, além de enriquecer o conteúdo a ser disponibilizado na página contribuem para processo de educação e entretenimento do público.

Segundo a Whatsapp Inc. (2017) mais de 1 bilhão de pessoas de 180 países usam este aplicativo para contato com amigos e familiares. Percebe-se deste modo a importância que este software tem na promoção e divulgação dos serviços de uma Biblioteca, sendo este uma ferramenta de enorme importância para prestação de serviços mais qualificados e pessoais além de possibilitar o envio de arquivos digitais nos mais variados formatos com segurança de criptografia de ponta a ponta na comunicação de dados.

**Gráfico 13 – Quais gêneros de leitura você mais gosta?**



**Fonte: Brasil, 2017**

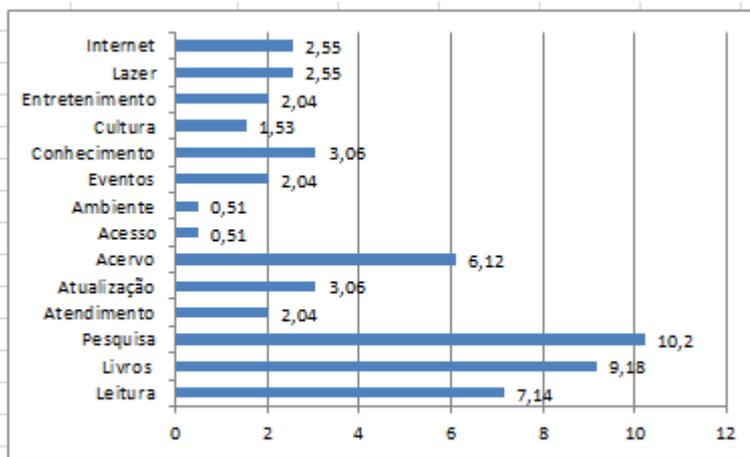
No Gráfico acima visualiza-se os seguintes gêneros de leitura que os entrevistados mais gostam: 47,4% Ficção, 45,6% Romance, 33,3% Crônica, 24,6% Conto, 17,5% Poesia, 8,9% História, 8,8% Novela.

Os dados apresentados acima demonstram a importância de aplicação efetiva de uma boa PDC, que possibilita à adequação e aperfeiçoamento do acervo as necessidades de informação dos usuários. Também se pode observar pelas respostas dos entrevistados a predominância de leitura por lazer, com o destaque de gêneros cujo enfoque são: ficção, romance, crônica e contos.

De acordo com a Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2016) 22% dos entrevistados costumam ler romance, 22% contos e 12% poesia. Os números obtidos nas entrevistas com os usuários da Biblioteca Pública de Osório estão bem acima da média nacional sinalizando que esta Instituição já tem uma consolidada e organizada população de leitores.

A Biblioteca Pública de Osório tem cumprido com seu papel como mediadora neste processo de formação de leitores, estimulando a leitura prazerosa através de um excelente acervo bibliográfico consolidando-se como espaço público de leitura.

**Gráfico 14 – Cite três necessidades de informação que te motivam a frequentar a Biblioteca Pública?**



Fonte: Brasil, 2017

O Gráfico acima apresenta as seguintes necessidades de informação que motivam os entrevistados a frequentar a Biblioteca Pública: 10,2% pesquisa, 9,18% Livros, 7,14% Leitura, 6,12% Acervo, 3,06% Conhecimento, 3,6% Atualização, 2,55% Lazer, 2,55% Internet, 2,04% Entretenimento, 2,04% Eventos, 2,04% Atendimento, 1,53% Cultura, 0,51% Ambiente e 0,51% Acesso.

Segundo a Pesquisa Retratos ... (2016) para 65% dos entrevistados o principal motivo para frequentar a Biblioteca é ler livros para pesquisar ou estudar. Os dados obtidos na pesquisa da Biblioteca Pública de Osório mostram um alinhamento com os dados nacionais e consolidam a importância que a Biblioteca tem na nobre função de educar e contribuir para aperfeiçoamento e fomento da pesquisa.

A pesquisa escolar segundo Moro e Estabel (2005, p.1) tem como princípios básicos:

[...] auxiliar o aluno a estudar com independência, planejar, conviver e interagir em grupo, aceitar as opiniões dos outros, usar adequadamente a biblioteca, utilizar as fontes de consulta, desenvolver o pensamento crítico e o gosto pela leitura, adquirir autonomia no processo de conhecimento, aprender a trabalhar colaborativa e cooperativamente, entre outros.

Percebe-se a importância do Bibliotecário como mediador no processo de pesquisa facilitando o processo de busca, localização e acesso das informações necessários a elaboração dos trabalhos escolares.

De acordo com Retratos da Leitura no Brasil (2016) para 37% dos entrevistados o segundo motivo mais importante para frequentar uma Biblioteca é ler livros por prazer e analisando os dados obtidos na pesquisa realizada junto aos usuários da Biblioteca Pública de Osório observa-se o mesmo alinhamento de preferencias observado na pesquisa nacional.

Neste aspecto, é possível depreender que a Biblioteca cumpre, de forma excelente, sua função recreacional ofertando ao seu público leitor uma gama diversificada de literatura proporcionando a seus usuários momentos de entretenimento, ludismo e lazer.

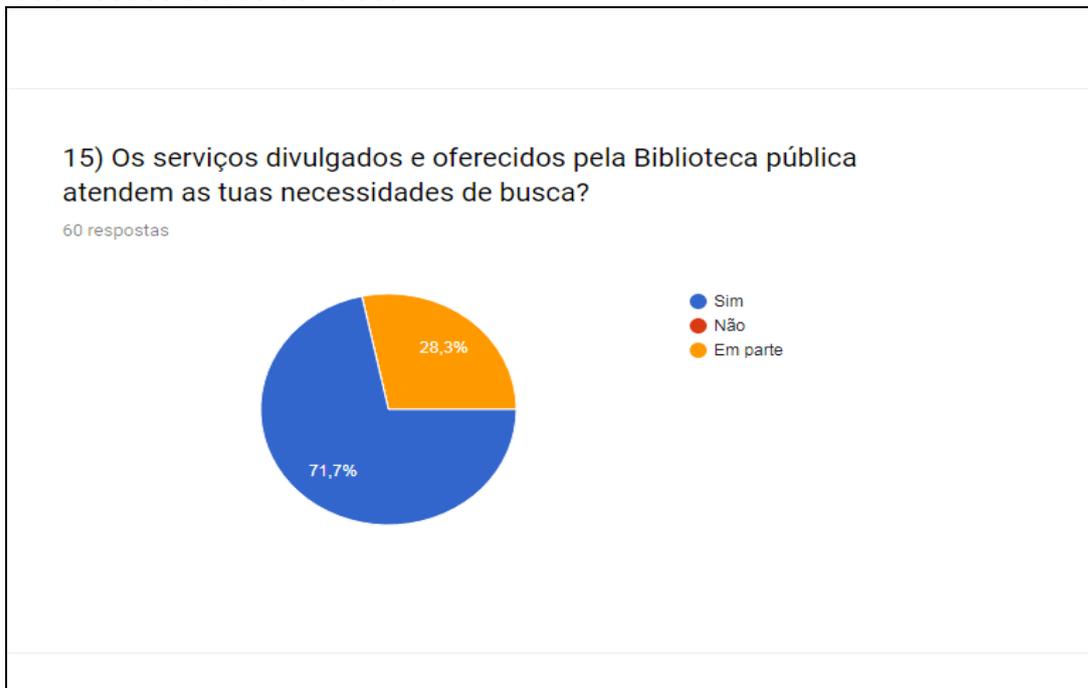
O acervo da Instituição foi o quarto motivo que levam os usuários a frequentar a Biblioteca Pública de Osório. O sucesso deste conjunto de obras da Instituição junto aos usuários se deve a uma boa PDC e uma série de critérios que nortearam a composição do acervo da Organização.

De acordo com a FBN (2000) os critérios para composição do acervo são atualização, reposição, demanda, qualidade e pluralidade.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos procura manter atualizado seu acervo inclusive divulgando no Blog e no Facebook da Instituição as novas obras adquiridas. Na reposição, os livros desgastados pelo manuseio e alta frequência de uso, são substituídos, e realizado o devido processamento técnico para que possam novamente estar prontos para a retirada junto aos usuários.

Na demanda, a Biblioteca acompanha os lançamentos editoriais e principalmente através de doações e trocas procura disponibilizar as literaturas que estão sendo mais requisitadas pelos usuários. Na qualidade, o acervo da Biblioteca é excelente por ser composto por literatura local, regional, nacional e internacional. Na pluralidade o acervo é composto de boa diversidade de ideias com obras de caráter ideológico, filosófico entre outros.

**Gráfico 14 – Os serviços divulgados e oferecidos pela Biblioteca pública atendem as tuas necessidades de busca?**



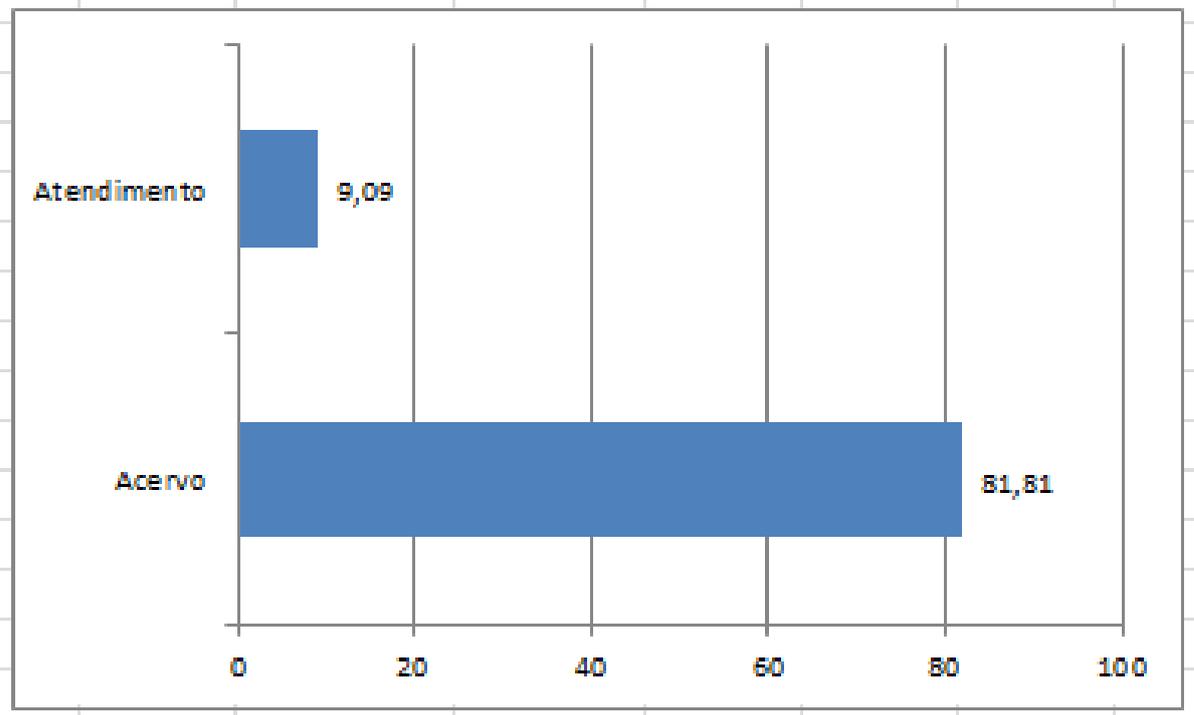
**Fonte: Brasil, 2017**

No quadro acima para 71,7% dos entrevistados os serviços divulgados e oferecidos pela biblioteca pública atendem as necessidades de busca de informação e para 28,3% dos entrevistados em parte. É importante salientar que a opção “não atende” foi zerada, isto é, nenhum pesquisado apontou que os serviços não atendem suas necessidades de busca.

Neste aspecto a Biblioteca Pública Fernandes Bastos teve um desempenho de aprovação excelente junto aos usuários, onde podemos destacar sob a perspectiva do *marketing* o elemento produto como o grande diferencial neste processo, sendo que o acervo da organização constitui a peça chave para obtenção deste bom resultado.

Na Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2016) 58% dos entrevistados informaram ter encontrado todos os livros que procuram na Biblioteca.

Logo, pode-se depreender pelos dados obtidos que a Biblioteca Pública de Osório tem cumprido seu papel como instituição garantidora do acesso a informação atendendo de maneira exemplar as necessidades de informação da comunidade osoriense que utiliza os serviços ofertados pela Biblioteca.

**Gráfico 15 – Serviços oferecidos**

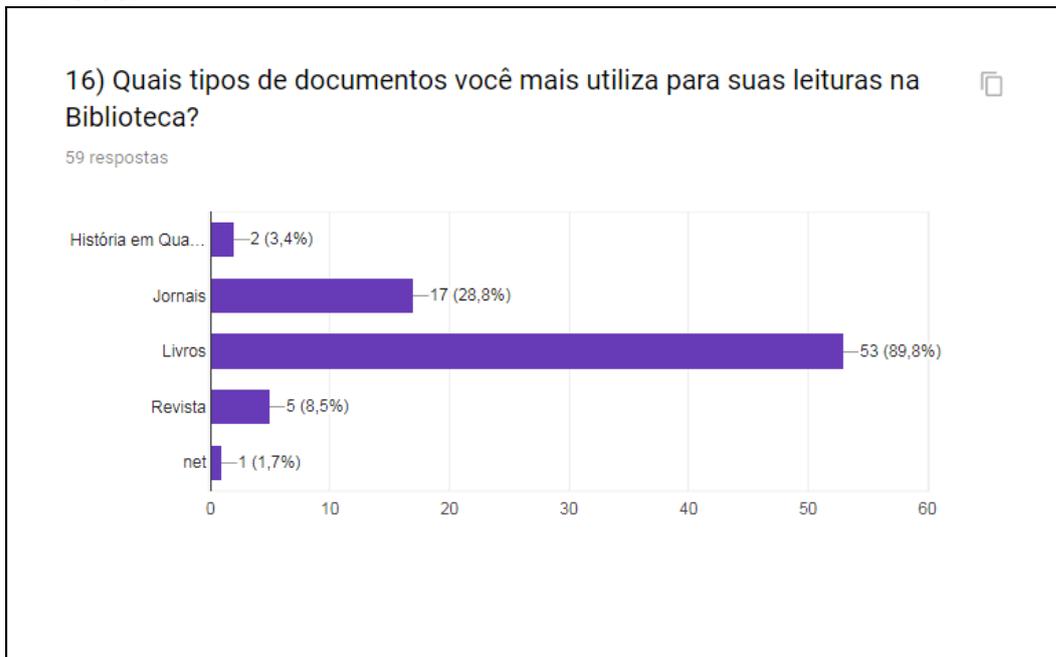
Fonte: Brasil, 2017

Na pesquisa 81,81% dos entrevistados salientaram que o acervo é o item mais importante no atendimento as suas necessidades de busca e 9,09% destacaram o atendimento da Biblioteca Pública como meio mais relevante para satisfação de suas necessidades de busca informacionais.

A qualidade do acervo da Biblioteca Pública Fernandes Bastos proporcionou que o índice de satisfação dos usuários no que tange as suas necessidades informacionais tivesse uma porcentagem de aprovação elevadíssima.

Este bom desempenho, mais uma vez, credita-se ao resultado da aplicação de uma boa PDC que promove adequações e melhorias nas coleções disponibilizadas ao público leitor estimulando o gosto pela leitura e o aperfeiçoamento profissional e social dos cidadãos que usam os serviços desta renomada instituição.

**Gráfico 16 – Quais tipos de documentos você mais utiliza para suas leituras na Biblioteca?**



**Fonte: Brasil, 2017**

No Gráfico 16, os documentos mais utilizados pela leitura pelos entrevistados foram 89,8% Livros, 28,8% Jornais, 8,5% Revistas, 3,4% Histórias em quadrinhos e 1,7% Net.

Apesar de todo material digital disponível na internet e com acesso livre dos usuários no espaço físico da Biblioteca observa-se a preferência dos usuários pelos livros físicos sinalizando que a Biblioteca deve continuar seu processo de melhoria contínua das coleções de modo atender as preferencias desta comunidade.

Os jornais constituem um instrumento importante no desenvolvimento do gosto e do prazer da leitura proporcionado ao cliente leitor informações de âmbito geral que auxiliam na formação de opinião sobre diversos aspectos dos acontecimentos sociais.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos deve continuar seu trabalho de mediadora da leitura e promotora da cultura contribuindo para desenvolvimento social da comunidade osoriense disponibilizando a esta sociedade serviços e ações culturais que proporcionem o lazer, fomentem a pesquisa e promovam a realização pessoal de seus usuários.

## 10 RESULTADOS

Nesta seção será apresentada uma síntese das análises dos dados. No início da pesquisa, buscou-se descobrir a ocupação do público frequentador da Biblioteca Pública Fernandes Bastos, de Osório, e foi constatado com grande destaque a intensa presença de trabalhadores que frequentam a Biblioteca. Este grupo representa quase quarenta por cento do público frequentador da Instituição. Investigou-se também a faixa etária dos frequentadores e verificou-se que a grande concentração do público de usuários encontra-se na faixa de 20 a 40 anos e 41 a 60 anos, cabe salientar aqui a importância de uma boa PDC para formação de um acervo institucional que atenda aos desejos e às necessidades de informação desta clientela. Verificou-se também, que para os entrevistados, a localização do prédio da Biblioteca Pública é o motivo principal que leva as pessoas a saberem da sua existência.

Da mesma forma, examinaram-se quais serviços da Biblioteca Pública Fernandes Bastos são mais utilizados pelos usuários, destacando-se o empréstimo o serviço mais utilizado. Salienta-se aqui a importância que tem a Biblioteca Pública como um dos principais meios de acesso aos livros e à leitura. Constatou-se a frequência de uso dos serviços da Biblioteca Pública evidenciando-se que esta possui uma alta frequência de uso, pois quase cinquenta por cento dos usuários afirmam que vão pelo menos uma vez por semana na Biblioteca.

Foi examinado também se o acervo da Biblioteca Pública atendia às necessidades de busca dos usuários e quase sessenta por cento dos pesquisados responderam que suas necessidades de busca foram plenamente atendidas. Da mesma forma, verificou-se quais as ações culturais da Biblioteca que os usuários participavam e, o grande destaque, com mais de setenta por cento das respostas foi a Feira do Livro.

Na pesquisa foi averiguada a frequência de participação dos usuários nas ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública de Osório e o resultado foi à presença efetiva da sociedade osoriense nas ações culturais promovidas pela instituição. Constatou-se igualmente a frequência de uso das redes sociais em geral, por parte dos usuários, e constatou-se que setenta e cinco por cento dos pesquisados usam diariamente as redes sociais em geral.

Na investigação foi examinada também a frequência de acesso às redes sociais da Biblioteca, na visão dos entrevistados, e constatou-se que ainda tem uma grande parcela de usuários que raramente usam as redes sociais da Biblioteca Pública, no entanto é possível através de um trabalho de *marketing* específico ter um incremento no acesso às redes sociais da Biblioteca, principalmente no acesso diário e semanal. Além disso, constatou-se que a rede social da Biblioteca, Facebook, é a mais usada pelos usuários com mais de sessenta por cento das respostas.

A investigação apontou que os usuários buscam as redes sociais e manifestaram o desejo que a Instituição tenha uma página no Instagram e no YouTube. Foram averiguados que os gêneros de leitura preferidos são a ficção e o romance.

Verificou-se a indicação das três necessidades de informação que motivam a frequentar a Biblioteca Pública: pesquisa, livros e leitura. É importante destacar nesse resultado, o importante papel da Bibliotecária na mediação da leitura, acesso ao livro e orientação da pesquisa.

Os tipos de documentos mais utilizados em suas leituras são os livros que representaram quase noventa por cento das respostas, vindo logo em seguida os jornais. Cabe salientar que apesar de toda a literatura digital disponível na internet os pesquisados ainda preferem o livro físico e neste requisito a Biblioteca Pública de Osório está muito bem equipada com um ótimo acervo literário que está devidamente tratado e catalogado para empréstimo ao público leitor.

## 11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho foi verificar as ações realizadas pela Biblioteca Pública Fernandes Bastos, de Osório, sob a ótica do *marketing*, buscando identificar os principais serviços ofertados, observando quais serviços contribuíam para divulgação da Biblioteca Pública e as ações da instituição que resultam no *marketing* da Instituição.

A Biblioteca Pública teve o cuidado de desenvolver e manter um excelente conjunto de ações culturais que estimula os usuários a frequentar a Instituição e participar ativamente destas atividades.

Cabe salientar o importante papel da Bibliotecária Adriana Costa na gestão e no aperfeiçoamento das funções culturais da Biblioteca, cujos resultados podem ser observados no grande número de pessoas que frequentam diariamente a instituição.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos tem aprimorado a gestão de suas atividades priorizando a satisfação das necessidades informacionais dos usuários ofertando serviços de qualidade que aproximam a Instituição da comunidade, que a percebe como um importante centro de informação e leitura da sociedade osoriense.

A comunidade da cidade de Osório tem sido privilegiada por ter a sua disposição uma Instituição cuja missão está sendo cumprida de forma exemplar. As ações culturais ofertadas pela Biblioteca Pública são um legado para a formação cultural dos cidadãos osorienses. Atividades culturais como: contação de histórias, chás e saraus literários, shows musicais, Feira do livro, Festa Julina da Biblioteca, Aniversário da Biblioteca, Semana Farroupilha, entre outros eventos, além de fomentar o *marketing* de serviços da Instituição, contribuem também para a visibilidade e o reconhecimento da Biblioteca junto às demais organizações do Município de Osório.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos também tem marcado presença nas principais redes sociais da contemporaneidade, citando-se como exemplo: sua página no Facebook, onde se depreende que propósito é interagir com seus usuários de um modo mais pessoal buscando não apenas a satisfação de suas necessidades informacionais, mas também a sua fidelização e a interação com a Biblioteca.

A Biblioteca Pública Fernandes Bastos tem cumprido de forma excepcional seu papel de centro de mediação da leitura da comunidade desempenhando com maestria esta relevante função social cujo principal propósito é minimizar as desigualdades de acesso a informação contribuindo para formação de leitores críticos, que possam crescer pessoalmente e contribuir com a sociedade produzindo profundas transformações sociais.

O estudo realizado permitiu concluir que através do trabalho árduo, uma gestão eficiente, foco no cliente, promoção de ações culturais e uma boa PDC para aperfeiçoamento do acervo institucional, permite sim que a Biblioteca Pública alcance o reconhecimento da sociedade e se aproprie novamente de seu local de destaque na comunidade como organização social, que busca a formação e o desenvolvimento individual e coletivo das pessoas no intuito de formar cidadãos, na construção de uma sociedade mais igualitária, democrática e participativa.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA JUNIOR, Osvaldo Francisco de. **Bibliotecas Públicas e Bibliotecas Alternativas**. Londrina: Ed. UEL. 1997.

AMARAL, S.A. do. Gestão da informação e do conhecimento nas organizações e a orientação de marketing. **Informação&Informação**, Londrina, v.13, Número Especial, p. 52-70, 2008.

BAEFOOT, Darren. **Manual de Marketing em Mídias Sociais**. [tradução Acauan Pereira Fernandes e Dennis Cintra Leite]. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

BAPTISTA, Sofia Galvão. Aplicação de marketing em bibliotecas e serviços de informações: uma introdução. In: **Marketing em Unidades de Informação: estudos brasileiros**. Brasília. IBICT, 1993.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais: **Identidade Padrão de Comunicação Digital do Poder Executivo Federal**. versão 2.0, 12/2014.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Manual de Estudos de Usuários da Informação**. São Paulo: Atlas, 2015.

DENZIN, Norman. K.; LINCOLN, Yvonna. S. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa : teorias e abordagens**. 2<sup>a</sup>. ed. Porto Alegre: ArtMed, 2006.

ESTABEL, Lizandra Brasil; MORO, Eliane Lourdes da Silva. **Biblioteca: conhecimentos e práticas**. Porto Alegre: Penso, 2014.

FERNANDES, Antônia Régia Mendonça. Marketing Aplicado à Biblioteconomia. In: **Marketing em Unidades de Informação: estudos brasileiros**. Brasília. IBICT, 1993.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002. (Apostila).

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. Coordenadoria do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas. **Biblioteca Pública: princípios e diretrizes**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2000. (Documentos técnicos; 6).

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**. São Paulo: Editora Novatec, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOMES, Isabela Motta. **Manual Como Elaborar um Plano de Marketing**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005.

GROGAN, Denis. **A Prática do Serviço de Referência**. Brasília: Briquet de Lemos, 2001.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil” - 4ª edição**. Março, 2016.

Disponível em: < <http://prolivro.org.br/home/index.php/atuacao/25-projetos/pesquisas/3900-pesquisa-retratos-da-leitura-no-brasil-48>> Acesso em: 29 jul.2017.

KOTLER, Philip & BLOOM, Paul N. **Marketing para Serviços Profissionais**. Trad. H. de Barros. São Paulo: Atlas, 1978.

KOTLER, Philip. **Marketing para Organizações que não Visam Lucro**. São Paulo: Atlas, 1978.

LIMA FILHO. Alberto de Oliveira. **Tudo sobre Marketing**. Portal do Marketing Copyright © 2000. 2001, Disponível em: < [http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing\\_de\\_Servicos.htm](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing_de_Servicos.htm)>. Acessado em 16 de dez.2017

LÜDKE, Menga. ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em Educação** : abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, c1986.

MORO, Eliane Lourdes da Silva; ESTABEL, Lizandra Brasil. **A pesquisa Escolar Propiciando a Integração dos Atores – alunos, educadores e bibliotecários – irradiando o benefício coletivo e a cidadania em um ambiente de aprendizagem mediado por computador**. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/17281/000578889.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 9 de dez. 2017.

MORO, Eliane Lourdes da Silva; ESTABEL, Lizandra Brasil. Mediadores de Leitura na Família, na Escola, na Biblioteca e na Biodiversidade. In: NEVES, Iara Conceição Bitencourt; MORO, Eliane Lourdes da Silva; ESTABEL, Lizandra Brasil. (Org.) . **Mediadores de Leitura na Biodiversidade**. Porto Alegre: EVANGRAF/SEAD/UFRGS, 2012. P.41-63.

SILVA, Danielle Karla Martins da; SIEBRA, Sandra de Albuquerque; REIS, Makson de Jesus. As Tecnologias da Informação e Comunicação nas Bibliotecas Universitárias Federais do Recife. In: **Revista Gestão.Org**, v. 13, Edição Especial, 2015. P. 310-320. Disponível em: <<http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg>>. Acesso em: 26 de jun. 2017.

SILVA, José Fernando Modesto da (Org.). **A Biblioteca Pública em Contexto: cultural, econômico, social, e tecnológico**. Brasília, DF: Thesaurus, 2015.

SILVEIRA, Amélia. **Marketing em Bibliotecas Universitárias**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

SILVEIRA, Amélia. **Marketing em Sistemas de Informação: visão geral**. In: Marketing em unidades de informação: estudos brasileiros. Brasília IBICT, 1993.

SUAIDEN, Emir. **Biblioteca Pública e Informação à Comunidade**. São Paulo: Global, 1995.

TEIXEIRA, Maria do Rocio Fontoura; ESTABEL, Lizandra Brasil. Marketing em Bibliotecas. In: ESTABEL, Lizandra Brasil; MORO, Eliane Lourdes da Silva. **Biblioteca: conhecimentos e práticas**. Porto Alegre: Penso, 2014. P.77-96.

TRESPACH, Rodrigo. **Biblioteca Pública de Osório comemora 73 anos**. Disponível em: <<http://www.rodrigotrespach.com/2016/07/03/biblioteca-pública-de-Osório-comemora-73-anos/>>. Acesso em 26 de jun.2017.

UNESCO; IFLA. **Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Públicas 1994**. Disponível em: <<https://www.ifla.org/files/assets/public-libraries/publications/PL-manifesto/pl-manifesto-pt.pdf>> Acesso em 26 de jun.2017.

VIEIRA, Ronaldo da Mota. **Introdução à Teoria Geral da Biblioteconomia**. Rio Janeiro: Interciência, 2014.

WHATSAPP Inc. 2017 ©. **Sobre o Whatsapp**. Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/about/>>. Acesso em 09 de dez.2017.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. [tradução: Cristhian Matheus Herrera]. 5<sup>a</sup>.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

**APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA**

1) Ocupação:

- Estudante de Ensino Infantil
- Estudante de Ensino Fundamental
- Estudante de Ensino Médio
- Estudante de Educação Universitária
- Professor
- Trabalhador
- Outros

2) Idade

- 3 a 10 anos
- 11 a 14 anos
- 15 a 19 anos
- 20 a 40 anos
- 41 a 60 anos
- + de 60 anos

3) Como soube da existência da Biblioteca Pública?

- Divulgação na Imprensa ( Rádio, Jornal...)
- Indicação de alguém
- Localização do prédio
- Redes sociais
- Outro

4) Quais serviços da Biblioteca Pública de Osório você usa?

- Áudio Livro
- Consulta local
- Empréstimo
- Feira de troca
- Livros Braille
- Pegue leve
- Sala verde

- Setor infantil
- Outros

5) Com que frequência você usa os serviços da Biblioteca Pública de Osório?

- Diariamente
- 1 vez por semana
- 1 Vez por mês
- Raramente
- Nunca usa
- Outros

6) O acervo da Biblioteca Pública atende suas necessidades de busca?

- Plenamente
- Em parte
- Não atende
- Outros

7) Quais ações culturais da Biblioteca Pública você participa?

- Mostra da Semana do Artista Plástico Osoriense
- Dia do Escritor Osoriense
- Aniversário da Biblioteca
- Festa Julina da Biblioteca
- Lançamento de escritores osorienses
- Contação de histórias
- Feira do Livro
- Nenhuma ação
- Outros

8) Com que frequência você participa das ações culturais promovidas pela Biblioteca Pública de Osório?

- Mensalmente
- Semestralmente
- Anualmente
- Raramente

- Nunca participa
- Outros

9) Com que frequência você usa as redes sociais em geral?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente
- Raramente
- Nunca
- Outros

10) Com que frequência você acessa as redes sociais da Biblioteca Pública?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente
- Raramente
- Nunca
- Outros

11) Quais redes sociais da Biblioteca você usa?

- Facebook
- Blog
- Nenhuma
- Outros

12) Quais redes sociais você usaria para acessar a biblioteca se a possibilidade fosse oferecida?

- Flickr
- Instagram
- Twitter
- You Tube
- Outros

13) Quais gêneros de leitura você mais gosta?

- Conto
- Crônica
- Ficção
- Novela
- Poesia
- Romance
- Outros

14) Cite três necessidades de informação que te motivam a frequentar a Biblioteca Pública?

15) Os serviços divulgados e oferecidos pela Biblioteca Pública atendem as suas necessidades de busca?

- Sim
- Não
- Em parte

Justifique

16) Quais tipos de documentos você mais utiliza para suas leituras na Biblioteca?

- História em quadrinhos
- Jornais
- Livros
- Revistas
- Outro