

PRÁTICAS DE INOVAÇÃO E MARKETING EM BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: OFERTA DE RECURSOS NÃO-CONVENCIONAIS - PROTETORES AURICULARES, SACOLAS E GUARDA-CHUVAS

Patricia Valerim (Universidade Feevale) - patricia.valerim@gmail.com

Bruna Heller (Universidade Feevale) - bruninhah.heller@gmail.com

Sabrina Leal Araujo (Feevale) - sabileal@yahoo.com.br

Resumo:

O presente trabalho aborda práticas de inovação e marketing realizadas pela Biblioteca da Universidade Feevale, que são a oferta de guarda-chuva e sacolas retornáveis e a oferta de protetores auriculares. Os objetivos da pesquisa foram descrever o contexto que originou a proposição destes serviços considerados não convencionais, e constatar seus benefícios e impactos, tanto para instituição quanto para os públicos atendidos, através do referencial teórico e da análise de dados. A metodologia trata-se de uma pesquisa bibliográfica, descritiva e exploratória quanto aos fins. Quanto à sua natureza, é uma pesquisa qualitativa. Estas ações acarretaram resultados positivos para os públicos, para a instituição e para as bibliotecas, pois oportunizaram a melhoria no relacionamento, a divulgação, a valorização da marca, o fortalecimento da imagem e o reconhecimento do posicionamento inovador, e também a preservação do acervo, a facilitação da vida acadêmica, no que tange o transporte, proteção e conforto ambiental.

Palavras-chave: *Inovação; bibliotecas; empréstimo não-convencional; preservação do acervo*

Área temática: *Eixo 1 - Gestão sustentável*

Subárea temática: *Marketing da Sustentabilidade (Divulgação ou disseminação?)*

1 Introdução

Por muitos anos, as bibliotecas foram as principais fontes de recuperação de informação, pois multiplicaram-se após a invenção da imprensa de Gutemberg, adentrando à sociedade e às diversas comunidades que não tinham acesso a qualquer fonte de informação. Com o aprimoramento das tecnologias de informação e comunicação houve um *upgrade* das bibliotecas que, adaptaram-se ao cenário da época, assim sistematizando a informação, passando de modelos que muitos e muitos anos foram tradicionais, à inovação que veio a ser um facilitador.

Ainda, não somente a parte técnica biblioteconômica precisou adequar-se ao novo cenário da informação, ou seja, houve a necessidade de acompanhar também o usuário e as suas respectivas necessidades, pois com a popularização da internet a recuperação da informação *online* tornou-se de mais fácil acesso do que frequentar uma biblioteca física.

Para isso, as bibliotecas reinventam-se¹ e criam estratégias para a sua adaptação. Observa-se no ambiente das bibliotecas universitárias uma crescente preocupação na oferta de serviços diferenciados, como forma de atender às expectativas de seus usuários ou ainda de captar a atenção deles para continuarem frequentando o espaço físico, frente à concorrência digital que oferece uma gama de atrativos, além do fator comodidade.

Neste contexto, algumas questões merecem atenção, como a preservação do acervo e o conforto ambiental, que podem ser trabalhadas por meio de ações que desenvolvam a conscientização dos alunos quanto ao cuidado com os livros e materiais emprestados e também quanto ao bem-estar do público quando usa o ambiente da biblioteca.

A Biblioteca² da Universidade Feevale, ao longo dos anos, vem implementando novos serviços que reforçam cada vez mais a comunicação com a comunidade acadêmica, seja por meios de serviços presenciais ou por meio da utilização das novas tecnologias disponíveis pela Web 2.0. Não tratam apenas de serviços técnicos, mas também de ações que agregam na formação cultural e social dos usuários.

Inserida em uma instituição de ensino superior com ações inovadoras, a Biblioteca da Feevale vem sempre se desafiando a repensar suas ações, ouvindo as sugestões dos seus públicos, observando as tendências de mercado e adaptando à sua realidade. Seguindo o exemplo do empréstimo de fone de ouvido e de lupas de aumento para pessoas com baixa visão, que são recursos que auxiliam no processo de acesso à informação, a Biblioteca da Feevale passou a emprestar dois itens inusitados: sacolas e guarda-chuvas retornáveis. Também passou a ofertar, gratuitamente, protetores auriculares como forma de minimizar os ruídos da futura obra de ampliação.

A partir do exposto, o presente trabalho pretende descrever o contexto que originou a proposição do serviço de empréstimo de recursos sacolas e guarda-chuvas e da oferta de protetores de ouvido, e constatar os benefícios e impactos destes novos serviços, tanto para instituição quanto para os públicos atendidos, através do referencial teórico e da análise de dados. Espera-se também, que este estudo sirva de referência para encorajar outras bibliotecas na oferta de serviços diferenciados, a exemplo dos que serão descritos neste artigo.

2 Revisão de literatura

A preservação e conservação do acervo sempre foi uma preocupação das bibliotecas que permanece até hoje, pois além de ser o meio de preservar o conhecimento, é o meio de permitir o maior uso dos materiais pelo maior número de usuários. Conforme sugere o

¹ Reinventar, segundo o dicionário Aurélio (2004, p. 1726), significa “inventar outra vez”.

² Optou-se por usar Biblioteca da Feevale para o Sistema de Bibliotecas, que é composto por duas bibliotecas (Câmpus I e II).

documento “Diretrizes Para Salvar o Patrimônio Documental” (EDMONDSON, 2002, p. 19), “A documentação cuidadosa e o controle das coleções – a ‘boa administração’ – é uma condição prévia indispensável para a preservação”. Assim, é fundamental que ações de preservação sejam incluídas nas atividades e serviços da biblioteca.

O constante manuseio, muitas vezes inadequado, de livros e documentos é um fator de degradação que ocorre em muitas bibliotecas. De acordo com Cassares (2000, p. 22), “o manuseio abrange todas as ações de tocar no documento, sejam elas durante a higienização pelos funcionários da instituição, na remoção das estantes ou arquivos para uso do pesquisador, nas foto-reproduções, na pesquisa pelo usuário etc.”.

Mársico (2013, p. 2) aponta que, além do uso inadequado, existem fatores internos (qualidade do papel, sua conservação, entre outros) e externos de degradação, que seriam os fatores de exposição ambiental a que o acervo está exposto: “umidade, temperatura, luz, poluição atmosférica”.

No Brasil, a preocupação com a salvaguarda dos bens patrimoniais culturais foi legalizada somente no fim da década de 30, com a lei nº 378 de 13 de janeiro de 1937, que criou o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. E conforme relata Aranibar (2011), a função de conservador era exercida por profissionais que estudavam em escolas especializadas na Europa, já que no Brasil não existiam instituições que ofereciam tais cursos.

A partir deste cenário, a preocupação com todos os tipos de acervos foi crescendo, obrigando instituições e profissionais a se especializarem com a finalidade de preservar seus patrimônios culturais. E como não poderia deixar de acontecer, as bibliotecas também começaram a se preocupar com este quesito.

Conforme Martins (2012, p. 19),

[...] as BUs³ buscam fazer a gestão através da inovação de produtos e serviços baseadas na gestão do conhecimento, que visa a estudar e implementar novas possibilidades de inovação, e assim, atender as demandas do ambiente educacional com diferencial.

A preocupação vai além dos materiais do acervo, engloba também a qualidade do espaço ofertado à comunidade acadêmica. Ainda nos dias atuais, as bibliotecas são muito procuradas, pelo ambiente de silêncio que facilita a concentração de seus usuários. Porém o silêncio absoluto é impraticável, em vista da biblioteca ser um espaço de integração entre pessoas, que também a procuram para socializar e realizar seus trabalhos em conjunto. Em vista desta questão contraditória, e muitas vezes considerada retrógrada, de manter o silêncio, as bibliotecas precisam encontrar um meio termo para agradar o seu público.

Segundo a NBR 10152 (1987), norma que avalia o ruído em áreas habitadas, tendo por objetivo o conforto da comunidade, os valores dB(A) dos níveis de ruído para conforto acústico, ou seja, o nível de ruído aceitável dentro de uma biblioteca, seria de 35 a 45 dB. Pereira, Silva e Sales (2011, p. 66) salientam que o ruído ocupacional excessivo pode ocasionar redução de até 60% da produtividade e o comprometimento de órgãos e funções do organismo, estresse, cansaço, entre outros.

Conforme destacam Silveira e Silva (2010, p.1), “os esforços devem ser em conscientizar os usuários de que existem níveis de ruídos toleráveis para ambientes como uma biblioteca”. Constata-se que a intervenção dos atendentes é fundamental neste processo, sempre atentos aos ruídos exagerados e se há pessoas que possam se incomodar com barulho.

Ainda segundo Silveira e Silva (2010), há as bibliotecas que adquirem dispositivos micro controlados que comandam sensores visuais e sonoros que são ativados quando o nível atinge os limites estabelecidos.

³ Bibliotecas universitárias.

Em relação às duas questões, a preservação e a oferta de um ambiente de estudo adequado, há a necessidade de elaborar ações e políticas, e para isso, é de suma importância trabalhar o marketing de serviços e produtos. O marketing é um processo muito importante na administração de empresas, não importando o ramo em que elas atuem, pois faz a conexão dos serviços e/ou produtos com os seus clientes. A cada geração que surge (X, Y), as tendências mudam, obrigando as empresas a se reinventarem para se reposicionarem no mercado, com o intuito de atingir seus clientes com maior eficácia.

De acordo com a American Marketing Association *apud* Kotler (2006, p.4):

[...] o marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado.

O setor de serviços tem crescido muito nos últimos anos devido à mudança na economia mundial, o que levou as empresas a perceberem que o marketing tradicional não conseguia ser aplicado da mesma maneira que as empresas que vendem bens.

A intangibilidade é um fator predominante na prestação de serviços, pois não pode ser experimentado ou testado, segundo Hoffman (2003, p.10) “o conhecimento do serviço é obtido por meio da experiência de receber o serviço real”. Por isso se torna difícil mensurar de que maneira os produtos oferecidos pelas empresas prestadoras de serviço atingem os seus clientes.

Além dos fatores apresentados, a concorrência entre as empresas, faz com que as mesmas usem estratégias de inovação e de marketing de relacionamento para fidelizar e conquistar novos clientes.

Pensando nas questões da preservação do acervo e a preocupação com o conforto ambiental dos usuários, o empréstimo de sacolas e guarda-chuvas juntamente com a disponibilização de protetores para o ouvido, podem ser consideradas ações inovadoras, pois foram serviços pensados para melhorar o transporte do acervo, tornando-o mais seguro aos fatores do tempo e do manuseio, além de possibilitar a minimização do impacto que o ruído causa no ambiente frequentado pelos usuários.

3 Materiais e métodos

O trabalho é caracterizado como uma pesquisa empírica quanto aos meios e que se utilizou de pesquisa bibliográfica, descritiva e exploratória quanto aos fins. Quanto à sua natureza, é uma pesquisa qualitativa.

Empírica porque é constituída a partir de fontes diretas (pessoas) que conhecem, vivenciam ou tem conhecimento sobre o tema, utilizando-se do conhecimento tácito das autoras que atuam como bibliotecárias na instituição em estudo.

É considerada descritiva, uma vez que objetiva relatar a experiência de ofertar serviços diferenciados como o empréstimo de itens não documentais como sacolas e guarda-chuvas retornáveis, além da oferta de protetor auricular, e evidenciar os impactos para a biblioteca e para os públicos atendidos.

Para Lakatos e Marconi (1991, p. 183), “[...] a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, pois ela propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”.

Os estudos exploratórios, de acordo com Triviños (1995, p. 109) “[...] permitem ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema”. Marconi e Lakatos (1999) contribuem dizendo que a pesquisa exploratória tem por finalidade aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno e ainda o esclarecimento

de conceitos. Gil (2002) comunga com autores já citados, dizendo que a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, aprimorar ideias ou descobertas de intuições. O planejamento deste tipo de pesquisa é bastante flexível e geralmente envolve levantamento bibliográfico, pesquisa documental e entrevistas não-estruturadas. Para este artigo foram analisados os comentários dos públicos realizados no Facebook da Universidade Feevale e da Biblioteca.

A análise dos dados descritos e coletados permitiu considerar os seus efeitos no ambiente estudado.

4 Contextualização

Mantida pela Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (Aspeur), uma entidade sem fins lucrativos e reconhecida como de utilidade pública federal, estadual e municipal, a Universidade Feevale é uma instituição que atua em todos os níveis de formação.

Criada há mais de quatro décadas, a partir de demanda da comunidade, hoje se dedica à formação de cidadãos em diferentes áreas do conhecimento.

Um de seus objetivos maiores é o desenvolvimento regional nas dimensões educacional, cultural, tecnológica, social e econômica. Com cursos e ações inovadoras e projetos de caráter comunitário, se destaca nos cenários estadual e nacional, e também se projeta internacionalmente em função de parcerias com instituições estrangeiras. A Universidade Feevale oferece cursos de graduação, especialização, MBA, mestrado, doutorado e extensão, e ainda mantém uma Escola de Aplicação, que oferece educação básica, média e profissionalizante. Na pesquisa, são vinte e cinco grupos com cento e vinte e seis projetos em execução. E na extensão, são quarenta e seis projetos.

Em 2010 o Centro Universitário Feevale foi oficialmente credenciado pelo Ministério da Educação como universidade. Foi o coroamento de um intenso esforço iniciado em 1969, quando um grupo de pessoas se reuniu para buscar, através do conhecimento, o atendimento das demandas da comunidade e da região.

A Instituição atualmente conta com mais de dezessete mil alunos em todos os níveis de ensino e mil e quinhentos funcionários.

Os ambientes acadêmicos e os espaços de convivência dos câmpus convergem com as diversas áreas culturais, como a Pinacoteca, o Museu Nacional do Calçado e o Teatro Feevale, o maior do Rio Grande do Sul, modernos laboratórios e suas bibliotecas.

A Universidade Feevale possui duas bibliotecas, uma em cada Câmpus. A biblioteca Gestão José Spohr, localizada no Câmpus I, foi recentemente ampliada e contempla aproximadamente a área de 742,49m² englobando a brinquedoteca e a biblioteca infantil, ambientes lúdicos, que despertam a curiosidade e instigam a criança a entrar no mundo dos livros. A Biblioteca Paulo Sérgio Gusmão, localizada no Câmpus II, conta com os seguintes espaços: área administrativa e processamento técnico, laboratório de informática, área destinada ao acervo, ao estudo individual, aos estudos em grupo, totalizando 2.651,87m². Para atender a demanda de aumento do acervo, além de uma oferta maior de ambientes de estudos, a instituição tem previsto para 2017, a ampliação da estrutura do prédio da Biblioteca do Câmpus II em aproximadamente 3.300m².

5 Resultados parciais

As bibliotecas da Universidade Feevale estão inseridas em um ambiente com ações inovadoras. A inovação é um dos princípios orientadores da Feevale, que a compreende como sendo o processo de melhorar ou criar algo diferente que agregue valor à Instituição e a sociedade, possibilitando o avanço do conhecimento, a partir da promoção de um ambiente

que estimule os indivíduos a agir de forma criativa e empreendedora.

Neste contexto, a Biblioteca vem sempre se desafiando a repensar suas ações, ouvindo as sugestões dos seus públicos, observando as tendências de mercado, adaptando à sua realidade, não somente no que se refere à parte técnica, mas também à formação cultural e social dos seus usuários, atendendo às suas mais diversas necessidades da comunidade acadêmica e geral.

Alguns processos buscados por algumas bibliotecas já são realidade na Feevale há algum tempo, como por exemplo: o plano de ensino integrado ao sistema de gestão, débitos de multa automáticos sem cobrança presencial, renovação por telefone, negociação de multa, decoração sustentável e caracterização em datas festivas, empréstimo com prazo estendido nas férias, mapa 3D para localização do acervo no catálogo *online*, entre outros.

Assim, no que tange o processo de circulação, a Biblioteca da Feevale aproveitou que já fazia o empréstimo de fone de ouvido e de lupas de aumento para pessoas com baixa visão, que são recursos que auxiliam no processo de acessibilidade à informação, e passou a emprestar dois itens inusitados e/ou não convencionais em bibliotecas, que são sacolas e guarda-chuvas retornáveis. Também passou a ofertar gratuitamente protetores auriculares como forma de minimizar os ruídos da futura obra de ampliação.

A sacola para transporte de livros era uma demanda recorrente, sinalizada pelos públicos atendidos pelas bibliotecas, através de relatos aos atendentes no momento do empréstimo e pelas avaliações institucionais, além do histórico de aumento de danos nos materiais em dias de chuvas. Foram pensadas em várias alternativas que pudessem contemplar a questão de praticidade de transporte e conservação do acervo, a sacola plástica foi descartada em virtude da preocupação ecológica, e a alternativa mais adequada era a sacola de tecido. A ideia começou a tomar forma no segundo semestre de 2013, com a parceria da Biblioteca com o Projeto Moda em Produção da Universidade, vinculado ao Curso de Moda, e desta forma, além do objetivo inicial buscado, atendia também outras demandas como sociais e ambientais.

Desde 2008, o projeto de extensão Moda em Produção capacita mulheres e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social nos bairros de Novo Hamburgo - RS, por meio de oficinas semanais sobre artesanato e técnicas de costura, aproveitando os resíduos das indústrias da região. O projeto incentiva a socialização, a qualidade de vida, além da responsabilidade do trabalho em grupo.

A ação social incrementou a renda de quatro artesãs atendidas pelo Projeto Moda em Produção, que orientadas pela líder do projeto e professora do Curso de Moda, fabricaram manualmente um primeiro lote de 200 sacolas com forte apelo estético devido às padronagens exclusivas. As sacolas receberam uma etiqueta com a logomarca da Universidade Feevale, uma menção ao Projeto Moda em Produção e o slogan “Produzido artesanalmente com o conceito Ecosocial”.

Figura 1: Primeira edição das sacolas retornáveis para transporte de livros.



Fonte: Biblioteca Feevale.

O empréstimo das sacolas retornáveis envolveu diversos públicos que têm acesso aos serviços das duas bibliotecas da Feevale, além dos alunos da graduação, verificou-se o empréstimo para alunos da escola, alunos da pós-graduação, professores e funcionários.

A sacola repercutiu de forma positiva para os públicos, atingindo os objetivos propostos, os atendentes percebem no momento do atendimento aos públicos a satisfação pela demanda atendida, principalmente em momentos em que o usuário tem a necessidade de retirar uma quantidade razoável de livros ao que ele não havia previsto, ou em dias chuvosos, proporcionando o acondicionamento e transporte adequados. Outro fator é a sustentabilidade, devido ao caráter ecosocial do produto.

Passados um pouco mais de dois anos do lançamento das sacolas, constatou-se sucesso na ação e, uma 2ª Edição com mais 200 sacolas retornáveis foi pensada, como uma das novidades preparadas para a comunidade acadêmica para o início do ano letivo de 2016.

As 200 sacolas inicialmente confeccionadas, proporcionaram mais de 2.800 empréstimos para transporte de livros e outros fins à comunidade acadêmica. Algumas sacolas sofreram desgaste pelo uso contínuo e foram inutilizadas, sendo que muitas sacolas não retornaram às bibliotecas. Esta situação de não devolução já estava prevista dentro do escopo do serviço, ocorrendo a cobrança do valor de custo em caso de não devolução dentro do período de empréstimo proposto, devido ao usuário se interessar em adquirir a sacola por seu atrativo estético e funcional.

A opção por uma sacola retornável, confeccionada com resíduos das indústrias da região e não por sacolas plásticas, contribuiu para minimizar o impacto ambiental, levando-se em consideração o número de sacolas emprestadas. Por outro lado, a circulação do produto, englobando a não reposição para a biblioteca e o desgaste devido ao uso, também pode ser considerada uma ação positiva e gera uma economia solidária, sustentável, porque criou a solicitação de um novo lote de 200 sacolas, gerando novamente renda às artesãs do Projeto Moda em Produção.

Só no ano de 2016, abrangendo o período dos meses de janeiro a março, entre os dois câmpus foram emprestadas 269 sacolas retornáveis, com o início da 2ª edição do serviço.

Já o empréstimo de guarda-chuvas foi idealizado em 2015, ao identificar relatos dos usuários no momento da devolução de livros que foram danificados por terem sido molhados pela chuva. A ideia foi discutida na instituição e em parceria com o Setor de Marketing, foram confeccionadas 100 unidades.

O início do empréstimo foi integrado à Campanha de Preservação do Acervo, e neste momento, a Biblioteca da Feevale recebeu uma decoração especial, próximo ao balcão de atendimento, foram instalados móveis em formato de nuvens e gotas de chuva, elementos que lembram sobre a importância de cuidar dos livros, evitando que eles tenham contato com líquidos de todos os tipos. Outros cuidados com o acervo também são abordados na ação.

Figura 2: Guarda-chuvas para empréstimo.



Fonte: Biblioteca Feevale.

A circulação dos guarda-chuvas, no período de janeiro a março de 2016, totalizou entre os dois câmpus, 165 empréstimos.

No mês de março, um usuário caminhando pelas ruas da cidade de Novo Hamburgo foi flagrado utilizando o guarda-chuva, ressaltando que o uso deste serviço auxilia a vida da comunidade acadêmica.

Figura 3: Usuário flagrado nas ruas de Novo Hamburgo com o guarda-chuva.



Fonte: Biblioteca Feevale.

Para o gerenciamento do empréstimo de ambos os produtos, utiliza-se o Sistema Pergamum. Foram criados dois tipos de obras: Sacola retornável e Guarda-chuva retornável, e escolhidos alguns campos do MARC para descrevê-los, que são: 245 (Título principal), 250 (Edição), 260, subcampo c (Data de Publicação), conforme figura 4.

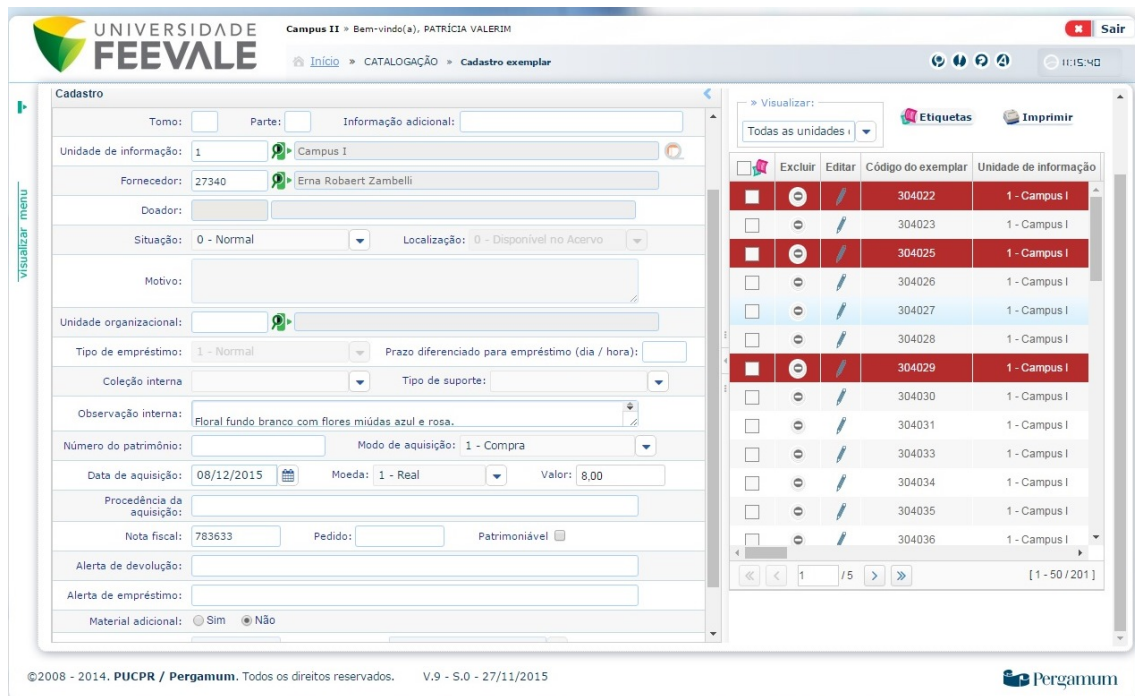
Figura 4: Cadastro em MARC das sacolas retornáveis.

	Excluir	Ordem	Campo	Indicador 1	Indicador 2	Cadastro
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	1			245843
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	3			BR-NhCUF
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	5			20151222150300.0
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	8			151222
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	40			\$a BR-NhCUF \$c BR-NhCUF
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	245	0	0	\$a Sacola retornável Feevale: \$b projeto Moda em Produção
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	250			\$a 2. ed.
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	260			\$c 2015.
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	930			\$a 1522 \$b Dec 22 2015 2:55PM
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2	930			\$b Dec 22 2015 3:02PM \$a 1522

Fonte: Biblioteca Feevale.

Para cada acervo, foram inseridos o número de exemplares correspondentes ao produto.

Figura 5: Exemplares referentes às sacolas retornáveis.



Fonte: Biblioteca Feevale.

Tanto para as sacolas, quanto para os guarda-chuvas, concede-se o prazo de 15 dias para devolução e, visando uma imagem positiva do serviço e o bom relacionamento, não é cobrada multa pelo atraso e também não é cobrado o ressarcimento em caso de avarias. O valor do produto somente é cobrado do usuário após 30 dias que ele não efetiva a devolução, neste momento o valor é acrescido à mensalidade, no entanto, devido ao apelo estético do produto, alguns usuários manifestam o interesse em possuir o produto e realmente não realizam a devolução da sacola ou do guarda-chuva.

Já a ideia de distribuir protetores auriculares surgiu também a partir de avaliações institucionais sobre a questão de ruído. Estando prestes a vivenciar uma obra de ampliação do espaço da Biblioteca do Câmpus II, a oferta teve como objetivo minimizar a questão, um certo “pedido de desculpa” pelos transtornos, para que cada indivíduo pudesse criar o seu próprio silêncio, enquanto se está em construção para proporcionar ambientes mais propícios ao estudo e concentração.

Para divulgar suas ações, a Biblioteca da Feevale tem o apoio do Marketing da instituição que divulga em diversos meios como: o site institucional e o jornal impresso da instituição. O Marketing ainda divulga para os meios externos à IES⁴, como jornais, rádios e TVs, que geram mídia espontânea. As ações também são divulgadas nas mídias sociais da Universidade Feevale e, desde 2014, a biblioteca possui sua própria Fanpage. O Facebook da Feevale conta com 120.240 seguidores e a Fanpage da Biblioteca com mais de 2.200 seguidores.

⁴ Instituição de Ensino Superior

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

Tabela 1 - Estatísticas dos serviços de agosto de 2013 a março de 2016.

	Sacolas	Guarda-chuvas	Protetores auriculares
Empréstimos	3.086 (de agosto 2013 a março 2016)	449 (de outubro 2015 a março 2016)	-----
Distribuição	-----	-----	300
Não devolvidos 1. ed.	107	6	-----
Não devolvidos 2. ed.	10	-----	-----
Descartados/dano 1.ed.	3	7	-----
Descartados/dano 2.ed.	2	-----	-----
Post Facebook institucional	1	3	0
Post Facebook biblioteca	4	3	1
Site institucional	1	1	0
Jornal de circulação nacional	1	0	0
Visualizações	4.922	24.714	2.664
Curtidas	94	1.156	40
Compartilhamentos	2	63	13
Comentários	6	40	0

Fonte: as autoras.

Quadro 1 – Comentários no Facebook sobre os guarda-chuvas e sacolas

	Comentários
Guarda-chuva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eu faço uso do serviço e aprovo. Não foram poucas às vezes em que deixei este em casa e me molhei quando de viradas repentinas no tempo. Agora não mais... kkkkkk. 2. Preciso de um também. 3. É empréstimo de guarda chuva, isso? 4. Hahaha bom investimento. 5. Preciso de um. 6. MUITO útil Emoticon heart 7. Já me salvou de cada banho de chuva! 8. Adorei a campanha de preservação do acervo, com as ideias da sombrinha e da bolsa. 9. Grande ideia. Parabéns! 10. Parabéns a Feevale pela bela iniciativa. 11. Muito legal! 12. Olha aí [cita o nome de outra IES, grifo do autor] Não tem cobertura de um setor a outro e ainda querem vender guarda-chuva!! 13. Feevale é best. Só tem a crescer e melhorar.... #adoro. 14. Olha que tri não vamos mais nos molhar kkkkk. 15. vamos buscar já que a minha quebrou HAHAHAAAAHA. 16. Feevale é toop...não me vejo em outra instituição..

	<ol style="list-style-type: none"> 17. Show! 18. Eu já usei ontem 19. Essa é pra ti [cita o nome de uma colega, grifo do autor]!!! 20. Emoticon smile hehehe 21. Olha [cita o nome de uma colega, grifo do autor]!!! 22. Parabéns Feevale. São as pequenas ações q valorizam a Universidade que são. 23. Eh por isso que eu não vejo a hora de voltar a estudar. 24. Eu achei essa ideia demais! Parabéns! 25. Iniciativa! 26. Que legal. 27. Muito legal!!!! 28. Adorei, q show..... 29. Que demais! 30. Demais!!! 31. Parabéns pela iniciativa Universidade Feevale !!!! 32. Pras quartas vamos precisar! Verdade! 33. Não é uma passarela coberta até a oficina, mas já tá de bom tamanho Emoticon grin 34. Siiiiim. 35. Isso era tudo que a gente queria. 36. ! Seus problemas acabaram. 37. Emoticon tongue 38. Muito show. Parabéns a equipe envolvida na iniciativa de educação de seus usuários. Emoticon wink 39. Show! 40. Olha que ideia genial essa biblioteca teve Emoticon smile
Sacolas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Por essas e outras que te amo Universidade Feevale! 2. Emoticon heart 3. Bah vi esta foto ontem no jornal Feevale. 4. Sempre inovando! 5. Bela ideia! 6. Curiosa...

Fonte: as autoras.

Percebe-se pelos comentários realizados na rede social Facebook da Universidade e da Biblioteca, que o público reconhece que os novos serviços proporcionam benefícios em sua vida acadêmica, e por outro lado, também trazem benefícios para a instituição porque é percebido a valorização da marca e o fortalecimento da imagem institucional. Isso caracterizaria uma existência de relação de trocas, que é o conceito central do marketing. Segundo Kotler (1994, p. 24), “Através de trocas, unidades sociais – indivíduos, pequenos grupos, instituições, nações inteiras – obtêm os *inputs* de que necessitam. Ao oferecer algo atraente, recebem em troca o que precisam. Uma vez que todos participam do processo concordam em trocar, todos sentem-se melhor após a troca”. Em relação à imagem institucional Kotler (2005, p. 59) contribui dizendo que a imagem é a soma de crenças, ideias e impressões que uma pessoa tem de algo.

Tendo em vista o número de pessoas atingidas na rede social Facebook na divulgação destes três serviços inusitados, evidenciado pela quantidade de 32.300 visualizações, 1.290 curtidas, 78 compartilhamentos e 46 comentários, além de outras mídias como: Jornais de circulação regional, outras mídias sociais, site institucional, Jornal e TV Feevale, percebeu-se a adesão do público alvo, que começou a demandar pelos serviços e reconhecê-los como inovadores, reafirmando o posicionamento da Universidade Feevale. As modalidades de empréstimo relatadas neste trabalho, descaracterizam a ideia de biblioteca tradicional, pois não lida apenas com livros e outros multimeios de informação. Elas reforçam o compromisso da Universidade com a inovação, que no ano de 2015 integrou mais uma vez o *ranking* das

organizações mais inovadoras do Sul do Brasil⁵.

Cabe também relatar, que a Biblioteca da Feevale recebeu contatos de outras Instituições de Ensino Superior interessadas em saber como foi operacionalizado o processo, contactou-se com isso, que foram atingidos públicos além da Universidade, podendo servir de modelo para novas iniciativas.

6 Considerações parciais

Através dos dados apresentados e da análise realizada, pode-se afirmar que este estudo visualizou os resultados positivos que as ações geraram tanto para a instituição quanto para os usuários da biblioteca.

O principal benefício direto, constatado pelos usuários, foi a facilitação da vida acadêmica, devido ao auxílio no transporte proporcionado pelas sacolas, o caráter de proteção da possibilitou concluir resultados positivos tanto para os públicos atingidos quanto para a chuva proporcionado pelo guarda-chuva, e a minimização do ruído proporcionado pelo protetor auricular.

Já os benefícios para a Instituição, foram a melhoraria no relacionamento com seus usuários, a divulgação, a valorização da marca, o fortalecimento da imagem e o reconhecimento do posicionamento inovador, e também a preservação do acervo e a melhoria dos serviços das bibliotecas.

Outros benefícios indiretos percebidos foram o impacto social e ambiental, devido à geração de renda para a comunidade e o uso de resíduos industriais, que resultou na reedição das sacolas. As ações sustentáveis promovem a cultura de educação ambiental, ocasionando uma transformação em toda a comunidade acadêmica e geral.

Cabe ressaltar que o estudo teve suas limitações, devido principalmente ao uso dos dados obtidos pelas curtidas, compartilhamentos e comentários realizados em mídia social. Desta forma, seria interessante que a pesquisa fosse complementada com outros estudos, utilizando uma amostra mais representativa e de instrumentos mais formais como questionário e/ou entrevistas.

Por fim, espera-se que o artigo sirva de referência para encorajar outras bibliotecas na oferta de serviços semelhantes aos descritos neste estudo, visto os resultados positivos que pode vir a trazer para a biblioteca e seus usuários.

6 Referências

ARANIBAR, Silvana Salazar. **Terminologia de conservação do papel**: uma ferramenta necessária. 2011. 80 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2011. Disponível em: <
https://conservacaoerestaurao.files.wordpress.com/2013/05/silvana-s-tcc_cr.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10152 - Níveis de ruído para conforto acústico: procedimento**. Rio de Janeiro: ABNT, 1987.

CASSARES, Norma Cianflone. **Como fazer conservação preventiva em arquivos e bibliotecas**. São Paulo: Arquivo do Estado, 2000. Disponível em: <
<http://www.vsilva.com.br/dados/Como%20Fazer%205%20Conservar.pdf>>. Acesso em: 2 abr.

⁵ O projeto *Campeãs de Inovação* é realizado pelo Grupo Amanhã, em parceria com a consultoria especializada Edusys e com apoio técnico da Fundação Dom Cabral.

2016.

EDMONDSON, Ray. **Memória do mundo**: diretrizes para a salvaguarda do patrimônio documental. [S.l.] : Unesco, 2002. 67p

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3. ed. rev. e atual. Curitiba: Positivo, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. São Paulo: Atlas, 2000.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços**. São Paulo. Thomson, 2003.

KOTLER, Philip. **Marketing sem segredos**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 159p.

KOTLER, Philip; FOX, Karen F. A. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. São Paulo: Ed. Atlas, 1994. 440 p.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed., rev. ampl. São Paulo, SP: Atlas, 1991. 270 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 4. ed., rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 1999. 260 p.

MÁRSICO, Maria Aparecida de Vries. **Noções básicas de conservação de livros e documentos**. [S. l.]: Arquivar, 2013. Disponível em: <http://arquivar.com.br/site/wp-content/uploads/2013/09/Nocoas-Basicas-de-Conservacao-de-Livros-e-Documentos.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2016.

MARTNS, Camila Quaresma. Gestão do conhecimento para serviços de informação: análise de produtos e serviços inovadores em bibliotecas universitárias. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 26, n.1, p. 9-30, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.seer.furg.br/biblos/article/view/2515/2109>. Acesso em: 07 abr. 2016.

PEREIRA, C. A. S.; SILVA, L. C. S. SALES, F. H. S. Análise do nível de conforto acústico na biblioteca de uma escola pública. **HOLOS**, v. 4, ano 27, p. 65-91, 2011. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/621/476>. Acesso em: 05 abr. 2016.

SILVEIRA, Luhilda Ribeiro; SILVA, Keyse Rodrigo Fonseca. Análise do comportamento e condicionamento operante de usuários em biblioteca. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. Disponível em: < <http://www.repositorio.ufma.br/xmlui/bitstream/handle/1/428/Artigo%20Luhilda.pdf?sequencia=1&isAllowed=y> >. Acesso em: 2 abr. 2016.



XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação: o positivismo, a fenomenologia, o marxismo.** 1. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1995. 175 p.