

O Papel da WEB 2.0: Da promoção das Bibliotecas Escolares às questões de marketing

PEDRO RAFAEL NETO GOMES

Agrupamento de Escolas Serra da Gardunha – Fundão

pedrorafaelgomes@gmail.com

ANTÓNIO PEREIRA PAIS

Instituto Politécnico de Castelo Branco / Escola Superior de Educação

antoniopais@ipcb.pt

MARIA DA GRAÇA GUILHERME DE ALMEIDA SARDINHA

Universidade da Beira Interior

mggds@ubi.pt

Resumo:

As Bibliotecas Escolares detêm hoje um papel fundamental não apenas na promoção da leitura, mas também no desenvolvimento de actividades potenciadoras de vínculos com o Currículo Nacional do Ensino Básico e as com as Tecnologias de Informação. Com efeito, as Tecnologias de Informação e Comunicação trouxeram consigo novos ventos a que a Sociedade da Informação não é alheia, sendo a partilha e a comunicação permanente um desígnio da actualidade. Mas, se todos estes factores exigem mudança ao nível das mentalidades, de que forma pode o Professor Bibliotecário, enquanto mediador, fazer deste lugar um cenário aprazível e ao mesmo tempo interventivo e interactivo? Será que podemos então aplicar o vocábulo "Marketing" à Biblioteca Escolar? A metodologia seleccionada para atingir os objectivos que nos propusemos alcançar é do tipo qualitativa, assentando numa narrativa de observação participante, sendo desenvolvida segundo uma metodologia de investigação-acção, resultante da interacção sinérgica entre a acção e a investigação, ou seja, entre a teoria e a praxis. Visto a temática escolhida e respectivos objectos em investigação se situarem num campo muito vasto, que abrange as bibliotecas escolares, as bibliotecas públicas e a promoção da leitura, optámos por focalizar a nossa investigação nos aspectos concretos, no que diz respeito às redes de aprendizagem, de cooperação e partilha, bem como no papel crucial da promoção da leitura, através dos seus mediadores, na construção de pontes entre as respectivas instituições. Assim, foram aplicadas as análises SWOT e PEST, no âmbito do desenvolvimento de uma planificação estratégica, conceitos clarificados nesta investigação, com o intuito de ser construído um Plano de Marketing da Biblioteca Escolar, aplicado neste estudo.

Palavras-chave:

Biblioteca Escolar, Tecnologias de informação, Literacia, Web 2.0, Marketing.

1. O estudo

A presente investigação vem, de algum modo, valorizar as parcerias nas bibliotecas escolares, públicas e até universitárias no sentido de que é fundamental avançarmos para o que se refere ao trabalho em rede, o trabalho entre estas instituições, vantagens e desvantagens destas parcerias e cooperação. Assim, como nos refere Kepa Osoro, “[...] aquellos que estamos convencidos de la necesidad de establecer puentes sólidos, cálidos y vitales entre la escuela y las bibliotecas públicas...tenemos la obligación de dar un paso al frente [...]” (1997: 26), é prioritário que todos os que sentimos a necessidade de criar verdadeiras parcerias de trabalho em rede, comecemos por despertar e cativar o interesse dos outros intervenientes.

As bibliotecas públicas e escolares devem ser complementares, levando a cabo actuações conjuntas, que permitam aproveitar os recursos, mediante uma cooperação baseada nas tecnologias da informação.

As directrizes da IFLA/UNESCO de 2003 para os serviços da biblioteca pública estabelecem a necessidade de colaborar com o sistema educativo, num sentido mais amplo, seja em escolas ou outras organizações educativas.

Distingamos como esta colaboração se apresenta, nas finalidades da biblioteca pública, onde se contempla o acesso ao conhecimento disponível em diversos suportes, a fim de proporcionar e apoiar a educação informal e formal em todos os seus níveis, no qual se inclui a escola, mas não apenas ela. Além disso, apresenta outras formas de colaboração com os estabelecimentos de ensino, na parte que se refere à cooperação e partilha de recursos. “Uma das relações institucionais mais importantes para a biblioteca pública é a que estabelece com as escolas locais e o sistema educativo na área abrangida pelo serviço” (IFLA/UNESCO, 2003).

Esta colaboração traduz-se, sempre, numa melhoria da qualidade dos serviços e na satisfação dos utilizadores. Devemos acrescentar que um maior conhecimento entre as entidades que participam, a relação entre estas e o seu ambiente, contribuem, certamente, para a valorização da história cultural local, desde uma óptica economicista, que permite a optimização de recursos e facilita a sua gestão. Além disso, toda a colaboração possibilita ampliar a difusão das bibliotecas, divulgar a sua função e promover novos utilizadores. O trabalho colaborativo facilita também o estabelecimento de padrões comuns de procedimentos e a avaliação das necessidades de recursos e serviços. “Bibliotecas escolares e bibliotecas públicas têm, no contexto da sociedade contemporânea, responsabilidades educativas, formativas e culturais acrescidas, obrigando a adequar as suas respostas às dinâmicas sociais presentes em cada momento” (Calçada M. T., 2008).

Nesta perspectiva, as bibliotecas públicas e escolares, trabalham ambas em função de um conceito alargado de educação, de formação, de dinamização cultural, princípios que entusiasma a cooperação entre as bibliotecas, e que têm vindo a ser melhorados através da implementação dos (SABE) Serviços de Apoio às Bibliotecas Escolares. A sua implementação nas autarquias é recomendada através do documento *Lançar a Rede de Bibliotecas Escolares*, sendo que estes serviços já se encontram em funcionamento em muitas das bibliotecas municipais do nosso país. “O Ministério da Cultura deverá proporcionar apoio técnico indispensável à execução dos programas das escolas, através dos seus serviços competentes ou de colaboração com os serviços das autarquias. Deverá ainda financiar a criação dos SABE nas bibliotecas da Rede de Leitura Pública” (Veiga, et al., 1996: 55).

Aos SABE cabe desenvolver materiais de apoio para as equipas responsáveis pelas Bibliotecas Escolares sobre as diversas tarefas de organização, gestão, definição de uma política de tratamento da informação, adequada e uniforme para todo o concelho e ajudar no desenvolvimento de práticas pedagógicas dos diferentes estabelecimentos/ níveis de ensino. Os SABE devem também fomentar a ideia de integração das Bibliotecas Escolares numa rede concelhia de bibliotecas.

Ziarnik considera que as bibliotecas públicas e escolares devem trabalhar juntamente, porque só trará benefícios para todos os membros da comunidade:

For people of all ages in community, excellent library service is provided when school, public, and other (including corporate and hospital) librarians work together and refer individuals to whichever library or librarian can best answer a question. We hope to live as a community of learners, with access to many library collections and online database (2003: 20-21).

A autora destaca a importância do trabalho entre bibliotecas, pois, assim, a competência dos bibliotecários será superior, permitindo dar respostas eficazes aos utilizadores e promover o desenvolvimento das colecções, assim como o acesso à base de dados e respectivo catálogo em linha.

A Resolução do Parlamento Europeu de 1998, sobre o papel das bibliotecas na sociedade moderna, O *Comunicado de Leuven* de 1998 e a *Declaração de Copenhaga* de 1999, insistem na necessidade de serem criadas redes de bibliotecas que venham a potenciar a política de informação, que, por sua vez, irá ter um papel fulcral na preservação da memória de cada local, região e país, como foi definido na Conferência de Copenhaga:

Prepare a national information policy for the development and coordination of all relevant resources, in the public interest. This policy framework will recognize the vital and unique role of public libraries as access points for the majority of citizens and be supported by suitable library legislation (1999: 2).

Na sequência do enunciado, estas redes em que se integram, entre outras, as bibliotecas públicas e as bibliotecas escolares, devem funcionar numa base de intercâmbio de conhecimentos, de cultura e de construção de uma sociedade de informação democrática, aberta, transparente, ao serviço dos cidadãos, numa formação contínua durante a vida, apostando, assim, na aprendizagem ao longo da vida.

1.1. Avaliação da instituição - BECRE

1.1.1. Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta do planeamento estratégico e da gestão para a qualidade e para a competitividade, utilizada nas organizações para antecipar problemas, identificar oportunidades e combater debilidades. Apesar de inicialmente pensada para o mundo empresarial, a aplicação deste tipo de instrumento pode ser muito útil na avaliação da gestão de serviços educativos, como a biblioteca escolar. É uma análise proactiva que se antecipa aos problemas organizacionais e ambientais que possam prejudicar a BE, permitindo, também, identificar as forças e fraquezas, o ponto de partida para que possam ser ultrapassadas.

O termo SWOT vem do inglês e é o acrónimo das palavras *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). Assim, a ideia central da análise SWOT é avaliar os recursos e as capacidades internas (Pontos Fortes e Pontos Fracos) e os factores externos à organização (Oportunidades e Ameaças).

1.1.2. Análise PEST

A análise PEST - Factores Externos que influenciam uma organização nas dimensões Políticas; Económicas; Sociais e Tecnológicas - permite gerir estrategicamente uma organização, ao delimitar os obstáculos do ambiente externo que urge contornar ou modificar. Através da identificação dos factores externos, que constituem uma ameaça à concretização da missão da BECRE, o professor bibliotecário poderá agir no sentido de definir objectivos e estratégias que permitam minimizar o seu impacto, reagindo, assim, à sua influência eventualmente nefasta.

1.2. O Marketing e a BECRE

A Biblioteca Escolar encontra-se a caminhar na senda de um novo paradigma, o da Biblioteca Escolar e Centro de Aprendizagens (BECA), ao caminhar para uma rentabilização eficiente e eficaz dos recursos educativos existentes, para poder e dever dar resposta aos seus utilizadores / clientes, num processo de ensino e aprendizagem.

O Professor Bibliotecário deverá ser um verdadeiro estratega capaz de prever as necessidades dos utilizadores, do currículo, do sistema de ensino em geral. A Biblioteca Escolar como Centro de Aprendizagens deverá promover os seus serviços tornando-os atractivos e competitivos com outros serviços culturais e/ ou recreativos. Para tal, a Biblioteca Escolar terá de implementar autênticas técnicas de marketing que podem surgir da sala de aula como nos refere Saggs:

Your library or classroom is in sense a business. You are selling an education and the enjoyment of reading. Any other business in today's world must include advertising in its business plans. The same is true for the librarian or classroom teacher. The trick is to do this advertising without spending a fortune or using up all of your even more valuable time (2008: 3).

O conceito de marketing, aplicado a organizações sem fins lucrativos, já vem sendo abordado por diversos autores, como é referido no artigo de Pinto & Barrulas:

A partir de certa altura, verificou-se que também as organizações que não visam fins lucrativos podiam beneficiar das mesmas técnicas, para melhorar a sua performance e a capacidade de resposta. Um marco importante para essa mudança de visão foi o artigo de Philip Kotler e Sidney Levy intitulado Broadening the concept of marketing, publicado no Journal of Marketing em 1969 (2004).

No mesmo estudo, as autoras consideram que o marketing bibliotecário se pode definir como um conjunto de actividades que a biblioteca realiza, a fim de identificar as necessidades informativas dos nossos utilizadores, para satisfazê-las de forma rentável, antecipando-nos a elas, na medida do possível. Consideremos a posição dos autores supracitados:

Assim, as bibliotecas, tal como as organizações lucrativas, procuram manter relações de troca com o seu público, pelo que necessitam de adoptar técnicas que auxiliem essa relação com o mercado, ou seja, com os seus utilizadores: apesar de não visarem fins lucrativos, as bibliotecas possuem um mercado e entram em constante relação com ele (Pinto & Barrulas, 2004).

Segundo a IFLA - International Federation of Library Associations and Institutions - no documento de Directrizes para as Bibliotecas Escolares (2002), no seu Capítulo 5, no ponto 5.2, refere o seguinte: "A biblioteca escolar deve dispor de uma política escrita de marketing e de promoção, especificando objectivos e estratégias. Deve ser trabalhada em cooperação com a gestão da escola e com o pessoal docente."

Segundo este documento, a Biblioteca Escolar deverá apresentar um discurso de política de marketing, onde devem ser abordados os seguintes aspectos:

- objectivos e estratégias;
- plano de actividades assegurando se os objectivos são atingidos;
- métodos de avaliação.

Na óptica de Martin (2005) um plano bem pensado liga estritamente a comunidade com a Biblioteca Escolar. Embora sejam os alunos os principais utilizadores da biblioteca, a comunidade é

um bom meio de divulgação, através de notícias para os órgãos de comunicação social que vão contribuir para o reconhecimento do trabalho da Biblioteca escolar no seio da Comunidade.

No contacto com os utilizadores/clientes, devemos ter em conta as seguintes questões:

- ter a ideia que o utilizador é o mais importante para a Biblioteca;
- formar e motivar o staff que está em contacto com os utilizadores. Os assistentes operacionais que estão na Biblioteca Escolar devem estar confiantes e transmitir uma boa imagem da biblioteca;
- gerir adequadamente as reclamações e sugestões;
- transmitir só a informação necessária, utilizando as palavras adequadas aos diversos segmentos de mercado;
- ser amáveis e atentos, cuidando as mensagens corporais e o tom de voz, tentando, assim, assegurar o tratamento cordial com todos os utilizadores;
- criar um clima de confiança, tanto com os utilizadores internos como com as outras bibliotecas e instituições, favorecendo as relações de cooperação, intercâmbio e parcerias.

Outro momento considerado bastante eficaz para a promoção da Biblioteca Escolar é a visita de autores às escolas. Nessa fase, é um bom momento para a biblioteca enviar informação para os órgãos de comunicação social, dando visibilidade à iniciativa e convidando a comunidade educativa a juntar-se ao evento, em especial aos pais e encarregados de educação.

O sistema de sinalização deve ser claro e entendível, actualizado. Não deverão ser utilizados signos demasiado ambíguos e as mensagens devem ser simples, sugestivas e chamativas para que possam ser lidas rápida e correctamente. Devem estar colocadas em locais estratégicos, visíveis a uma certa distância.

2. Planificação estratégica

A figura 1 apresenta o esquema de planificação estratégica.



Figura 1 – Esquema de Planificação Estratégica

Vejamos a explicação de cada parâmetro utilizado:

Os 4 A(s) propostos remetem para a **análise** (identificar o mercado); a **adaptação** (dos produtos e serviços); a **activação** (colocar os planos de acção em acção) e a **avaliação** (análise SWOT e PEST esforços realizados pela organização).

Os 4 C(s) traduzem-se em **Consumers wants and needs** (necessidades e desejos do consumidor ou cliente); **Communication** (comunicação ou promoção); **Cost to satisfy** (custo para satisfazer a necessidade) e **Convenience to buy** (conveniência de compra).

Os 4 P(s), conceito apresentado por McCarthy em 1960, é o mais tradicional utilizado por profissionais de marketing: **Product** (produtos disponíveis, produzidos); **Price** (preço dos produtos, quer de aquisição quer possíveis para venda); **Promotion** (promoção e divulgação) e **Place** (aqui traduzido por praça, mas que poderemos considerar o lugar, o canal de distribuição, neste caso a biblioteca). Várias análises são realizadas a partir desses conceitos, que culminando numa identificação de vários factores a respeito de cada "P", havendo alguns autores que incluem um 5º P de **People** (pessoas).

A esta etapa do marketing corresponde, com a fase de seleccionar estratégias de planificação, a chamada planificação estratégica. Na figura 2 podemos observar a Matriz de Ansoff, - também conhecida como Matriz de Produto/ Mercado sendo concebida por Igor Ansoff na década de 1950 - considerada um bom instrumento para gerir ideias, quando seleccionamos estratégias, ao podermos observar a expansão do produto/ mercado. Esta matriz conhecida por Matriz Produto/ Mercado, enquadra-se num modelo utilizado para determinar oportunidades de crescimento, normalmente em unidades de negócio.

		Produtos	
		Existentes	Novos
Mercados	Existentes	Penetração de Mercado	Desenvolvimento de Produtos
	Novos	Desenvolvimento de Mercado	Diversificação

Figura 2 - Matriz de Ansoff

A Biblioteca Escolar, ao implementar o sistema de organização de marketing, necessita de contar com sujeitos portadores de motivação e competências adequadas, que sejam capazes de interagir eficazmente com todos os segmentos de utilizadores. Os recursos humanos são essenciais para levar a bom porto o programa de marketing da biblioteca, daí o aparecimento de um 5º P.

Os 4 M(s) neste caso, os 4 M(s) visam identificar oportunidades/ameaças que possam aparecer futuramente. Estes são: **Mensagem** (que é transmitida e recebida); **Marca** (estratégias de posicionamento e administração da marca, como a marca é reconhecida no mercado); **Moeda** (decisões sobre o dinheiro gasto, estrutura e pessoas) e **Mensuração** (medição de desempenho e controle).

O conceito dos **4 W(s)** está intimamente ligado com a aplicação do plano de marketing e com a sua avaliação. São eles: **Who** (quem o implementa, a quem se dirigiu); **Where** (onde é implementado); **What** (o que é realizado) e **When** (quando é realizado). Poderemos ainda incluir um 5º W, o **Why** (a razão, o porquê).

O Plano de Marketing da BECRE – Agrupamento de Escolas Serra da Gardunha – Fundão

Após aplicação dos modelos PEST e SWOT, procedeu-se à análise dos dados recolhidos, através de questionários efectuados no âmbito do Modelo de Autoavaliação das Bibliotecas Escolares, bem como de questionários aplicadas no âmbito da construção do documento Plano de Desenvolvimento da Colecção. Passaremos a apresentar um conjunto de propostas que a BECRE tem vindo a implementar, e que será dada continuidade nos próximos anos, como estratégias de marketing:

De seguida, apresentam-se algumas componentes do processo supracitado, sendo que algumas delas já estão activadas, bem como nos sítios da internet apresentados.

Linha Gráfica: Logótipo e Mascote

Pretende-se com a cooperação de ilustradores profissionais que colaboram com a Biblioteca escolar criar uma nova linha gráfica da biblioteca escolar, assim como um logótipo, e, posteriormente, uma Mascote. Esta linha gráfica será aplicada a todos os documentos publicados e produzidos na BECRE, assim como aplicado em materiais de promoção que irão ser desenvolvidos.

Boletim electrónico - Newsletter

Uma *newsletter*, ou um boletim, possibilita um canal directo de comunicação regular e periódica, enviada a grupos ou indivíduos de uma organização, oferecendo conteúdos específicos através de *email*. Normalmente, está associada a uma *mailing list* de uma determinada organização, de inscrição voluntária e que vai no sentido de criar vínculos com o subscritor, estimulando acções a longo prazo.

A nossa *Newsletter* é enviada aos representantes dos encarregados de educação de todas as turmas.

Não existindo uma fórmula para a periodicidade de uma *newsletter*, mas dá-se como exemplo possível a trimestral.

Estruturada por assuntos, ou por secções específicas, é fundamental a relevância do conteúdo para que haja interesse na sua leitura e na continuidade do serviço. Se a *newsletter* não oferecer nada de útil ao público-alvo, apresentará resultados nulos. Mais do que o envio regular de um *email* com novidades, a *newsletter* estabelece uma comunicação mais eficaz com os destinatários.

Canal TV BECA - Biblioteca Escolar e Centro de Aprendizagens

Criação de um Canal de Televisão interno da BECRE. Esta ideia de promoção é referenciada pelos autores Stephens & Franklin:

To alert students about activities you have planned, use your closed-circuit TV. Become a regular on the morning news, wearing a funny hat or using a signature sign-on. Give away bookmarks that promote activities and create book displays centered on student interests (2007: 91).

Este Canal de Televisão interno da BECRE fará a sua transmissão em ecrãs de plasma adquiridos para o efeito (pretende-se encontrar um parceiro local ou nacional, público ou privado, que possa disponibilizar estes equipamentos a título de doação, podendo ser aplicada a Lei do Mecenato) para difusão da informação específica da BE, em diferentes locais da escola, designadamente no átrio principal, e na entrada da BECRE, onde são recebidos todos os visitantes. Conteúdos preparados pela Equipa da BECRE com a colaboração do professor responsável pelo Clube de Áudio e Vídeo, rentabilizando, assim, o equipamento de edição digital existente na escola, devem ser disponibilizados.

"Levar os educandos a assumir no seu quotidiano uma atitude e um comportamento pautados por "uma inteligência crítica dos media" (Masterman, in UNESCO, 1984:147) ao desenvolver, através da reflexão sobre os conteúdos e os processos dos mass media, uma perspectiva de educação moral e cívica educando para o pluralismo e a tolerância, através do contacto com a diversidade de culturas, de expressões e de formas de vida. Contribuir para que os alunos devenham progressivamente descodificadores críticos de mensagens media e produtores reflexivos de mensagens media.

Este projecto desenvolve-se a partir do desejo e entusiasmo demonstrado pelos alunos aquando da sua participação no Projecto de Educação para os Media na Região de Castelo a Branco, articulando desta forma com a candidatura de Aprender a Inovar com TIC apresentada pelo Agrupamento.

Entre os dados possíveis de divulgação destacamos: disponibilizar a todos os utilizadores informações actualizadas sobre: novas aquisições (novidades, com ilustração da capa e sinopses breves); *tops* de leitura (alunos, professores, funcionários e encarregados de educação); propostas de leitura; propostas de filmes; níveis de requisições efectuadas; divulgações do PNL; divulgação de concursos na BECRE; divulgação de Actividades a realizar da BECRE; divulgação de autores; *flashes* de actividades realizadas no âmbito do Plano anual, com breves legendas; depoimentos em vídeo de elementos pertencentes às estruturas pedagógicas do Agrupamento sobre a relevância e funcionamento dos serviços; "*Moche à Biblioteca*" - Depoimentos de utilizadores da BE, com as suas opiniões sobre as actividades realizadas neste espaço; "*Apanhados na BE*" – Registos de imagens digitais de "gente notável" que tenham ido à BE, demonstrando a sua efectiva utilização, nas diferentes zonas funcionais.

Pontos BECA (Biblioteca Escolar e Centro de Aprendizagens)

Instalação de postos de consulta do catálogo da BE, em diferentes locais da escola, com listas de sites de interesse (Pontos BECA) listas de links por temáticas específicas: em articulação com os conteúdos curriculares; relativas à actualidade informativa (periódicos on-line); espaços virtuais de recreação e satisfação de curiosidades; recursos electrónicos de assinatura, com certificação de qualidade.

Marca e Publicidade da Biblioteca Escolar e Centro de Aprendizagens

Publicitação da BE nos jornais locais e no frontal do edifício escolar, através de um placard (faixa) informativa, com os serviços que oferece, à semelhança do que se faz para as novas oportunidades: materiais de promoção da Biblioteca Escolar como por exemplo: pastas para as sessões de formação que são realizadas (com identificação da BE); sacos de pano para o transporte, no empréstimo domiciliário de livros ou outro fundo documental (com identificação da BE); canetas, lápis, blocos, régua, entre outro material de promoção com a marca da BE.

Os BreKist@s

Os *Brekist@s* são um grupo de alunos monitores da Biblioteca Escolar que recebem formação de utilizadores, de forma mais aprofundada, através da equipa de coordenação, desenvolvendo actividades de apoio à própria equipa.

Através dos *Brekist@s*, as actividades de formação de utilizadores são replicadas por muitos outros alunos.

Ferramentas da WEB 2.0

A fim de seguirmos as novas correntes e tendências, e permitir o maior acesso por parte dos utilizadores à BECRE, actualmente, já utilizamos diversas ferramentas da WEB 2.0 e WEB 3.0, onde disponibilizamos e partilhamos recursos electrónicos, nomeadamente em:

Slideshare (<http://www.slideshare.net/becre.eb23sg>) – partilha de ficheiros;

Delicious (<http://delicious.com/becre>)- *social bookmarking*, listas de endereços da internet para organizar classificações por palavra-chave, utilizadas para o apoio curricular das diversas disciplinas;

Scribd (<http://www.scribd.com/people/view/3930464-becre-serra-da-gardunha>) - partilha de ficheiros;

4shared (<http://www.4shared.com>) partilha de ficheiros;

Toondoo (<http://www.toondoo.com/user/becre>) criação de tiras de banda desenhada;

Blogspot (<http://becreasg.blogspot.com>) Blog da BECRE;

Youtube (<http://www.youtube.com/user/becreb23sg>) canal da BECRE;

Goodwidgets (<http://www.goodwidgets.com/>) apresentação de fotografias;

Slide (<http://www.slide.com>) apresentação de fotografias;

A BECRE nas Redes Sociais

Com o intuito de ir ao encontro de um segmento de utilizadores, os alunos, apostámos nas contas da Biblioteca Escolar em determinadas Redes Sociais, onde aqueles podem facilmente encontrar como seu “amigo” a Biblioteca da Escola, tendo, assim, um papel formativo e educativo na utilização destas redes, nomeadamente em:

Facebook (<http://www.facebook.com>) rede social de partilha de informação, iniciativas e eventos;

Twitter (<http://twitter.com/becresg>) rede social de partilha de notícias.

Embora estas ferramentas sejam utilizadas pela equipa da BECRE para a colocação de materiais, que habitualmente ficam disponíveis via BLOG, muitos dos utilizadores não estão familiarizados com a sua utilização, pelo que se pretende promover uma divulgação sobre estas ferramentas, possibilitando aos utilizadores da Biblioteca Escolar acederem aos documentos e recursos disponibilizados.

Como conclusão

Pretendemos, de alguma forma, com este trabalho contribuir para que surjam mais investigações e publicações no âmbito da cooperação entre bibliotecas. A partir das propostas que apresentamos, nomeadamente o Plano de Marketing aplicado às bibliotecas escolares, desejamos que estas ideias se multipliquem no sentido de promover a leitura, as diversas leituras do mundo, de um modo eficaz, capazes de formar verdadeiros utilizadores, autónomos, responsáveis, interventivos, portadores de sensibilidades que façam deles verdadeiros cidadãos.

As bibliotecas escolares fazem parte de uma rede – a Rede de Bibliotecas Escolares. No entanto, pertencem a outra rede mais alargada: rede de aprendizagens, rede de informação, rede de conhecimentos, rede de todas as bibliotecas que trabalham em prol das literacias e, em nosso entender, em prol do progresso e da democracia.

Bibliografia

- Calçada, M. T. (2008). Bibliotecas Escolares, Bibliotecas Públicas: parceria ou partilha? Obtido em Fevereiro de 2010, de Direcção-Geral do Livro e das Bibliotecas: <http://rcbp.dglb.pt/pt/noticias/Documents/Bibliotecas%20p%C3%BAblicas%20bibliotecas%20escolares.%20teresa.DGLB.pdf>
- Copenhagen Conference. (14-15 de Outubro de 1999). Copenhagen declaration. Obtido em Fevereiro de 2010, de Rede de Conhecimento das Bibliotecas Públicas: http://rcbp.dglb.pt/pt/ServProf/Documentacao/Documents/04_Copenhagen_declaration_1999.pdf
- IFLA/UNESCO. (2002). Directrizes da IFLA/UNESCO para Bibliotecas Escolares. Obtido em 21 de Dezembro de 2009, de Rede de Bibliotecas Escolares: http://www.rbe.min-edu.pt/np4/?newsId=74&fileName=SchoolLibraryGuidelines_pt.pdf
- IFLA/UNESCO. (1999). Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Escolares. Obtido em Janeiro de 2010, de Rede de Bibliotecas Escolares: http://www.rbe.min-edu.pt/np4/?newsId=74&fileName=manifesto_be_unesco.pdf
- Martin, A. M. (2005). *Seven Steps to an Award-Winning School Library Program*. London: Libraries Unlimited .
- Osoro, K. (Diciembre de 1997). *Bibliotecas Escolares - Bibliotecas Públicas: Un binomio fantástico para el siglo XXI*. Peonza , pp. 22-26.
- Pinto, M. L., & Barrulas, M. J. (2004). *A Disciplina de Marketing e a Prática do Bibliotecário: Estudo de Caso em Bibliotecas da RNBP*. Obtido em Maio de 2010, de <http://badinfo.apbad.pt/congresso8/com26.pdf>
- Saggs, G. (2008). *Look it's Books! marketing your library with displays and promotions*. London: McFarland & Company.
- Stepens, C. G., & Franklin, P. (2007). *Library 101: A Handbook for the School Library Media Specialist*. London: Libraries Unlimited.
- Veiga, I., Barroso, C., Calixto, J. A., Calçada, T., & Gaspar, T. (1996). *Lançar a Rede de Bibliotecas Escolares*. Lisboa: Ministério da Educação.
- Ziarnik, N. R. (2003). *School & Public Libraries: Developing the Natural Allience*. United States of America: ALA Editions

