

## **Marketing, Comunicação & RP: Factores Críticos de Sucesso das Bibliotecas?**

*Pedro Estácio*

Partindo da introdução aos conceitos de marketing, comunicação e relações públicas desenvolve-se a reflexão em torno da aplicação dos mesmos ao contexto dos serviços de informação e documentação, através da qual procurará aferir-se se e em que medida podem considerar-se factores críticos de sucesso das bibliotecas e de que modo podem traduzir-se em vantagem competitiva num contexto em permanente mudança.

Não basta contudo saber aplicar os conceitos, conhecer ou dominar as técnicas e estratégias de marketing e de comunicação para garantir o sucesso e a vantagem competitiva. Estes dependem igualmente da adopção de “atitudes e comportamentos de marketing” (cultura de marketing), que não podem ser dissociados da aquisição e desenvolvimento de competências específicas nesta área pelo profissionais da informação-documentação (saberes/saber-fazer/aptidões).

Adquiridas as competências e criadas as condições para o desenvolvimento de uma cultura de marketing, torna-se possível evoluir para a constituição de “equipas de marketing e comunicação” que se ocuparão do desenho do plano de marketing, aqui entendido como parte integrante do plano estratégico da unidade de informação, sobre o qual se enunciarão sumariamente os principais componentes e objectivos.

A concluir, enunciam-se algumas boas práticas que, se deseja, possam contribuir para o sucesso da estratégia e do plano de marketing bem como alguns recursos e ferramentas de apoio ao desenvolvimento dos mesmos.

---

*Pedro Estácio*  
*Bibliotecário, Faculdade de Letras, UL*