

Lógica de arranjo em bibliotecas e supermercados: um estudo comparativo.

Gabriel Henrique Ordones Ferreira de Freitas, Daniel Martínez-Ávila, Faculdade Filosofia e Ciências UNESP, Marília, Biblioteconomia, gabrielordonesf@gmail.com, Bolsa PIBIC

Palavras Chave: *layout, bibliotecas, supermercados*

Introdução

O conceito de layout é um dos elementos relacionados fundamentais relacionados com os arranjos de bibliotecas e supermercados^{1,2}. Tanto bibliotecas e outras unidades informacionais como supermercados e outros tipos de ambientes de consumo utilizam lógicas para maximizar o consumo dos materiais dispostos ao público. As bibliotecas se baseiam muitas vezes nas lógicas e dinâmicas de arranjo de supermercados ao mesmo tempo que os supermercados se beneficiam, mesmo de forma indireta, da pesquisa básica sobre classificação e arranjo da Ciência da Informação. O problema de pesquisa é: Quais são as similaridades e diferenças que podem ser percebidas na prática em relação ao arranjo em bibliotecas e supermercados?

Objetivo

O presente projeto tem por objetivo geral identificar e discutir como se articula a lógica de arranjo em bibliotecas e supermercados. Decorrendo do objetivo geral, tem-se como objetivos específicos: a) explorar na literatura científica os aspectos relacionados ao layout em supermercados b) discutir de forma comparativa como se apresenta os conceitos de layout e lógica de arranjo nos supermercados e bibliotecas. c) apresentar as características e exemplos práticos de layout dentro dos principais supermercados e bibliotecas da cidade de Marília.

Material e Métodos

Em um primeiro momento o trabalho seguiu uma metodologia qualitativa e exploratória utilizando pesquisa bibliográfica e documental que, por meio de técnicas de pesquisa em bases de dados, visou sistematizar os aspectos relacionados com o layout em supermercados. Em um segundo, momento a pesquisa trabalhou seguindo um método comparativo os casos das bibliotecas e supermercados. Em um terceiro momento foi feita uma pesquisa de campo visitando in situ diferentes tipos de biblioteca e os principais supermercados da cidade de Marília. Os diferentes layouts e arranjos foram fotografados e analisados.

Resultados e Discussão

Parente³ cita que o layout consiste em apresentar e motivar os consumidores a passar mais tempo possível na loja, estimulando-os a visitar os vários departamentos. As decisões sobre a apresentação dos produtos, plano gramas, comunicação visual e sinalização devem despertar interesse do consumidor e incentivá-lo a percorrer vários estágios do processo de compra. Tanto os produtos de supermercado como as classes dos sistemas de classificação seguem padrões de proximidade de significação procurando uma associação, encontrabilidade e recomendações de produtos complementares (livros tematicamente relacionados no caso da bibliotecas e produtos comumente consumidos juntos no caso de supermercados. Os resultados mostram que os supermercados seguem uma lógica semelhante as bibliotecas, mas ao invés de lidar com usuários e suas necessidades informacionais, lidam com clientes que tem necessidades de consumo tanto reais como promovidas, aspecto que poderia ser usado por bibliotecas para fomentar a leitura.

Conclusões

A pesquisa corroborou que a lógica de arranjo de bibliotecas e supermercados apresentam mais similaridades que diferenças. Isto significa que a formação sobre arranjo e organização do conhecimento inserida na Ciência da Informação ou Biblioteconomia apresenta maiores possibilidades de aplicabilidade que apenas as tradicionais unidades informacionais. Os princípios e pesquisa realizados nos cursos e programas de Biblioteconomia poderiam capacitar a formação de um número maior de profissionais, ou de forma alternativa, instituições de ambientes de consumo poderiam mostrar interesse em empregar formados em Biblioteconomia, já que os princípios se mostram eficazes em supermercados.

Agradecimentos

Ao professor José Augusto Guimarães e os responsáveis dos supermercados e bibliotecas.

¹ Ainley, P.; Totterdell, B. *Alternative arrangement: new approaches to public library stock*. London: Association of Assistant Librarians, 1982.

² Martínez-Ávila, D. *DDC-BISAC switching as a new case of reader-interest classification*. Getafe: Universidad Carlos III de Madrid, 2012.

³ Parente, J. *Varejo no Brasil: Gestão e estratégia*. São Paulo, Atlas, 2000.