



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

JEFFERSON FERREIRA LOPES

NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS: um ato
de preservar a informação utilizando o marketing como aliada

JOÃO PESSOA
2018

JEFFERSON FERREIRA LOPES

NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS: um ato de preservar a informação utilizando o marketing como aliada

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Biblioteconomia do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel.

Orientadora: Prof^a Ma. Ismaelly Batista dos Santos

JOÃO PESSOA
2018

L864n Lopes, Jefferson Ferreira.

NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS
CONHECIMENTOS: um ato de preservar a informação utilizando o
marketing como aliada / Jefferson Ferreira Lopes. – João Pessoa, 2018.
76f.: il.

Orientador(a): Profª Msc. Ismaelly Batista dos Santos Silva.
Trabalho de Conclusão de Curso (Biblioteconomia) – UFPB/CCSA.

1. Marketing . 2. Marketing Bibliotecário. 3. Preservação de Acervos. I.
Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:07(043.2)

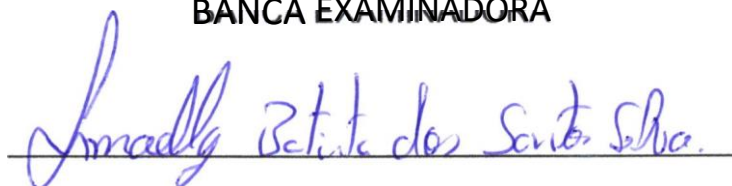
JEFFERSON FERREIRA LOPES

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Biblioteconomia do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel.

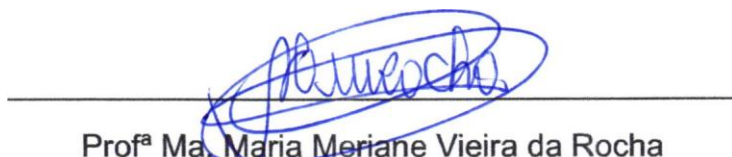
Orientadora: Prof^a Ma. Ismaelly Batista dos Santos Silva

Aprovado em 05/12/2017.

BANCA EXAMINADORA



Prof^a Ma. Ismaelly Batista dos Santos Silva
(Orientadora — UFPB)



Prof^a Ma. Maria Meriane Vieira da Rocha
(Examinadora — UFPB)



Prof^o Me. Edison Targino de Melo Filho
(Examinador Externo - IFPE)

À Deus, o Senhor da minha vida, que nas horas mais difíceis, Ele com seu infinito amor, guiou-me com perseverança nesta jornada. A Maria, mãe de Deus que sempre intercedeu por minhas conquistas. Aos meus pais, meu irmão, e a toda minha família que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa da minha vida. Com todo meu amor e gratidão, por tudo que fizeram e fazer por mim.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado o maior presente que é a vida, coragem para seguir sempre em frente e sabedoria para concluir mais um sonho. Todas as minhas vitórias serão sempre Tuas também, pois a força que me faz lutar e persistir provém apenas do Teu amor.

Aos meus pais Maria de Lourdes e Francisco José que não só neste momento, mas em toda a minha vida estiveram comigo, ao meu lado, fornecendo o apoio, compreensão e estímulo em todos os momentos.

Agradeço a minhas avós Maria de Fátima Lopes (*in memoriam*) e Estelita Ribeiro da Silva (*in memoriam*), como também a minha tia Maria das Dores Lopes (*in memoriam*) as quais foram as maiores incentivadoras em meus estudos e que se estivessem aqui presente, estariam radiantes por mais esta conquista em minha vida.

Meus agradecimentos a meu irmão, tias, primos e primas que de alguma forma também contribuíram para que o sonho da graduação se tornasse realidade.

Aos meus amigos, por confiarem em mim e por estarem do meu lado em todos os momentos da vida.

Aos colegas de por fazerem parte desta jornada onde o valor da nossa amizade não foi provado apenas nos momentos de alegria, mas principalmente nos momentos de dificuldades com os quais convivemos durante cinco anos e carregamos a marca de experiências comuns que tivemos.

A minha orientadora, professora Ismaelly Trajano Batista, por sua serenidade, competência, ética, dedicação e paciência.

A minha amiga Lucineide Lima que me auxiliou no desenvolvimento da minha pesquisa. Sempre acreditando no meu potencial. Sou muito grato por todo incentivo e disponibilidade em meu auxílio.

A todos os professores do curso que foram tão importantes na minha vida acadêmica e no desenvolvimento desta monografia.

Agradeço as bibliotecárias Zefinha, Rosilene e Josélia, da biblioteca setorial do CCEN/UFPB que mais uma vez, abriram as portas da biblioteca para a realização deste trabalho e de tantos outros. Obrigado por sempre me acolherem com carinho e amor.

Por fim agradeço aos usuários que foram avaliados e os responsáveis pelos mesmos que permitiram as avaliações para o desenvolvimento desse trabalho.

“[...] educar para preservar [...]”
(GOMES et al, 2013)

RESUMO

A falta de cuidado com o livro pode causar danos irreversíveis, provocando a diminuição de sua durabilidade. Nessa perspectiva a conservação preventiva tem a responsabilidade de oferecer ações que prevejam a redução de vetores ou mesmo retardo da deterioração e assim oferecendo melhores condições de proteção aos acervos. A pesquisa em tela, tem por objetivo analisar campanhas educativas sobre a preservação documental na busca de conscientizar os usuários da biblioteca do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN) da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, quanto a importância dos cuidados a serem tomados para além de preservar, prolongar a vida do material utilizado diariamente por centenas de usuários. Em observância ao alcance dos objetivos, os procedimentos metodológicos seguiram a proposta da pesquisa exploratória numa abordagem quanti-qualitativa, tendo como instrumento de coleta de dados, o questionário e exposição. Os resultados da pesquisa revelam que na perspectiva dos usuários as campanhas educativas, tem um papel importante na construção da consciência humana, contribuindo assim no repensar de suas atitudes indevidas com o manuseio dos materiais bibliográficos. O estudo abordado levou aos usuários a reflexão de que o ato de preservar deve ser uma preocupação frequente para aqueles que usufruem do acervo da biblioteca do CCEN/UFPB. Entretanto, alcançou uma nova visão para a temática na preservação e conservação de acervos, aliando-se com o marketing na possibilidade de pesquisas futuras. Concluindo-se que esta pesquisa incentive outras instituições a utilizar de campanhas educativas na busca de orientar seus usuários enquanto ao uso correto do livro, uma vez que se trata de um bem coletivo.

Palavras-chave: Marketing. Marketing bibliotecário. Preservação de Acervos.

ABSTRACT

The care lack with the book can cause irreversible damages, provoking the decrease of his/her durability. In that perspective the preventive conservation has the responsibility of offering actions to foresee the reduction of vectors or even retard of the deterioration and like this offering better protection conditions to the collections. The research in screen, has for objective to analyze educational campaigns about the documental preservation in the search of becoming aware the users of the library of the Center of Sciences Exact and of the Nature (CCEN) of the Federal University of Paraíba - UFPB, as the importance of the cares the they be taken for besides preserving, to prolong the life of the material used daily by hundreds of users. To reach the objectives of this study, the methodological procedures followed the proposal of the exploratory research and descriptive approach in a quantitative-qualitative approach, having a questionnaire as instrument of data. The research results shows that educational campaigns, in the perspective of the users, has an important construction of human consciousness, contributing to rethink their attitudes with the handling of bibliographic materials. The approached study took to the users the reflection that the action of preserving should be a frequent concern for those that enjoy the collection of the library of CCEN / UFPB. However, it reached a new vision for to the theme in the preservation and conservation of collections, allying with the marketing in the possibility of future researches. It is ended that this research motivates other institutions to use of educational campaigns in the search of guiding their users while to the correct use of the book, once it is a very collective one.

Keywords: Marketing. Marketing Librarian. Preservation of Collections.

.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Figura 1 – Os 4 Ps do Mix de Marketing.....	22
Figura 2 – Espaço térreo da biblioteca.....	31
Figura 3 – Balcão de atendimento.....	31
Figura 4 – 1º pavimento.....	32
Figura 5 – Material de exposição.....	33
Figura 6 – Livros danificados.....	34
Figura 7 – Usuários na exposição.....	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero.....	35
Gráfico 2 – Faixa etária.....	36
Gráfico 3 – Frequência de uso dos serviços da biblioteca.....	37
Gráfico 4 – Conhecimento de maneira prévia dos UP's nos possíveis danos causados pelo uso impróprio do livro.....	39
Gráfico 5 – Adoção de algum procedimento para evitar danos do livro por parte dos UP's	39
Gráfico 6 – Abordagens para construção do conhecimento sobre preservação e conservação.....	41
Gráfico 7 – Escala de nível de conhecimento sobre preservação e conservação.....	43
Gráfico 8 – Escala de nível de interesse despertado pelos UP's na questão do expositório ou mesmo o folder na importância da preservação e conservação.....	45

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Aplicação do Mix de Marketing na biblioteca.....	23
Quadro 2 – Respostas dos UP's em relação a finalidade no uso da biblioteca.....	38
Quadro 3 – Métodos usados para prevenir danos ao livro.....	40
Quadro 4 – Opinião dos UP's acerca das abordagens apresentadas na campanha.....	42
Quadro 6 – Compreensão sobre o conceito de conservação preventiva.....	44
Quadro 6 – Reação dos UP's quanto a realização da campanha.....	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	OBJETIVOS	16
1.1.1	Geral	16
1.1.2	Específicos	16
2	CONTEXTUALIZAÇÃO DO MARKETING	17
2.1	MARKETING EM BIBLIOTECAS	18
2.1.1	Métodos e técnicas de Marketing aplicadas em bibliotecas	21
3	PRESERVAÇÃO E CONSERVAÇÃO DE ACERVOS	24
4	METODOLOGIA	25
5	BIBLIOTECA SETORIAL DO CCEN/UFPB	27
6	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	32
6.1	A CAMPANHA	32
6.2	DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS USUÁRIOS/PARTICIPANTES	35
6.3	A FINALIDADE DOS USUÁRIOS/PARTICIPANTES NA UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS OU ACERVO DA BIBLIOTECA	37
6.4	CONHECIMENTO DOS POSSÍVEIS DANOS CAUSADOS PELO MAU USO DOS LIVROS	38
6.4.1	Adoção de algum procedimento para evitar danificar o livro	39
6.5	Abordagem na construção do conhecimento sobre preservação e conservação do livro	40
6.5.1	Sucesso ou Fracasso das abordagens apresentadas	41
6.6	NÍVEL DE CONHECIMENTO SOBRE O TEMA PRESERVAÇÃO E CONSERVAÇÃO DO LIVRO	42
6.6.1	Conceito de conservação preventiva	43
6.7	NÍVEL SATISFATÓRIO DO EXPOSITÓRIO E O FOLDER	44
6.8	COMENTÁRIO E SUGESTÕES DOS UP'S EM RELAÇÃO A CAMPANHA	45
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
	REFERÊNCIAS	49
	APÊNDICE A - MINUTA DA CAMPANHA	57
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO	67
	APÊNDICE C – MATERIAIS UTILIZADO NA CAMPANHA	69

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço das mídias digitais e da grande quantidade de informações disponíveis via internet e toda essa explosão “informacional” do século XXI o uso de livros impressos talvez não receba os cuidados necessários para sua preservação, exigindo maior reforço e dinamização por parte dos gestores dos centros de informação, no caso do tema em foco, as bibliotecas.

Desde a pré-história com o surgimento do papiro é visível a durabilidade de documentos impressos em meio físico, a exemplo de livros, no entanto, mesmo tendo uma boa durabilidade é importante ressaltar que nenhum material resiste a maus cuidados, onde destaca-se o desgaste do livro por má utilização frequente sem os devidos cuidados em prol de sua preservação.

Desta forma, para as unidades de informação, aqui entendidas como: as bibliotecas, arquivos, museus e centros de documentação. Uma de suas maiores preocupações deve estar relacionada a preservação do seu acervo, investindo em uma conservação preventiva, visando o desacelerar de sua deterioração procurando identificar fatores (internos e externos) que provocam seu desgaste.

Um ponto a ser observado pelos gestores está relacionado ao marketing social que envolve bibliotecas. Utilizando de suas ferramentas na preservação e conservação do livro, envolvendo os usuários numa troca de comunicação visando provocar a mudança de comportamento, na pretensão de eliminar os problemas sociais existentes.

Neste sentido a conservação preventiva tem a responsabilidade de propiciar ações que prevejam a suavização de vetores ou mesmo retardo da deterioração de suportes e ambientes, oferecendo melhores condições de proteção aos acervos.

O estado em que se encontram os acervos de muitas unidades de informações nos leva a crer que é indispensável a adoção de uma política de preservação, de maneira que as ações de forma efetiva proporcionem a proteção e a integridade dos documentos, visando prolongar a vida útil dos livros, como forma de proteger a informação e memória documental de seu acervo.

Entre os principais vetores que acometem os acervos estão os fatores ambientais, agentes biológicos, estrutura física, furto e vandalismo. Todos estes, no

entanto precisam ser evitados, principalmente em uma unidade de informação que tem como objetivo disseminar a informação e promover a sua contínua circulação.

De forma geral existem vários exemplos de fatores que colaboram com os danos sobre o material do acervo, como exposição ao sol, chuva, armazenamento em locais úmidos, colagem de fita crepe ou esparadrapos, clips, grampo, uso de canetas, marcadores de texto, o manuseio com mãos sujas e gordurosas, páginas rabiscadas e rasgadas, dobras para marcações de páginas, e muitos outros fatores que agredem os livros ou outros documentos nas unidades de informação.

Ante o exposto, que reflete a visão da literatura, as justificativas destes trabalho e escolha da temática estão atrelados a apresentação de um trabalho na disciplina optativa Preservação e Conservação do Acervo do quadro curricular do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), onde se teve contato com vivências no que tange a preservação e conservação de documentos, bem como a partir disto foi sugerido um Programa de Planejamento para Preservação de Acervo (PPP), para a biblioteca setorial do CCEN/UFPB.

Neste mesmo sentido, a partir de enumeras conversas com a Bibliotecária que cuida dos pequenos reparos dos livros danificados que culminou na elaboração do referido PPP, em especial uma delas foi vital para suscitar a possibilidade de não haver uma consciência por parte dos usuários no que tange a maneira adequada de manusear o livro. Pois, ela recebia constantemente, materiais danificados por má utilização dos usuários, como capas arrancadas, lombadas caídas, páginas rasgadas, livros rabiscados e entre outros.

Diante de toda esta preocupação existente sobre preservação e conservação, fez com que este autor enxergue que esta realidade continuaria acontecendo caso não realizasse uma formação direta para que o usuário tenha o devido conhecimento, sobre o contexto, da preservação deste bem que se faz vital para se ter acesso à informação.

Durante o levantamento bibliográfico da elaboração do PPP, deparamo-nos com o artigo “Educar para preservar: o lúdico como estratégia de conscientização no processo de preservação da memória documental”, dos autores Gomes, et al (2013) a qual foi publicado no XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação.

Este artigo relata a execução de um projeto realizado na Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco, e nas bibliotecas públicas municipais de Olinda e Jaboatão dos Guararapes em que seu objetivo era proporcionar a conscientização, de forma lúdica, a importância da preservação dos acervos e da memória documental.

Partindo deste ponto que a ideia foi fundamentada para elaboração desta pesquisa na criação e realização de uma campanha educativa, intitulada de “Não dobre a folha do livro, dobre os seus conhecimentos: um ato de preservar a informação”, no qual o objetivo é orientar e sensibilizar os usuários acerca do uso correto e na preservação do material bibliográfico.

A biblioteca setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), acolheu a ideia da realização da campanha, acreditando na relevância da pesquisa na conscientização e movimentação de seus usuários para a conservação da memória de seu acervo e, portanto, diminuindo as perdas bibliográficas.

Desta forma a conscientização na educação do usuário, torna-se uma ferramenta importante com o intuito de incentivar sobre cuidados e respeito com o livro, ressaltando a devida importância na preservação e conservação, a fim de prorrogar o processo de restauração.

Nesta perspectiva que as campanhas educativas acontecem, pois mostram na prática o quanto é importante preservar para não restaurar.

Mediante o exposto, emerge a seguinte problemática de pesquisa: **Até que ponto as campanhas educativas sobre preservação documental que visam formar a consciência do usuário são eficazes?**

Com o propósito de responder a esse questionamento, traçamos os seguintes objetivos:

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Geral

- Analisar a eficácia de campanhas educativas sobre preservação documental a partir da perspectiva dos usuários da Biblioteca do CCEN/UFPB.

1.1.2 Específicos:

- Conhecer estratégias de preservação adotadas na Biblioteca do CCEN/UFPB;

- Identificar a relevância de ações de Marketing no âmbito da Biblioteca do CCEN/UFPB

- Caracterizar mecanismos de interação entre Marketing e Preservação de Acervos.

Antes, no entanto, de nos debruçarmos sobre os resultados propriamente ditos da investigação, façamos a partir da próxima sessão a contextualização do aporte teórico como estratégia de nivelamento dos saberes aqui apresentados.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO MARKETING

Existem diversos conceitos para definição do termo marketing que, por sua vez, passou por diversas mudanças desde sua concepção até os dias atuais, uma das características do marketing é a padronização de comportamentos exigidos em certas organizações inclusive instituições de ensino, como alternativa eficaz para garantir o fornecimento de um serviço de qualidade a seus clientes.

Para Zenone (2010) o desenvolvimento de atividades e campanhas voltadas para a conscientização de clientes e capacitação na prestação de um produto/serviço é essencial para que os colaboradores possam oferecer um serviço de qualidade, já para os clientes essas campanhas podem servir como uma maneira de conscientização do uso dos diversos serviços oferecidos, com eficiência e eficácia, este é o grande desafio para uma gestão de marketing moderna.

Para que se possa ter ideia da dimensão da junção de ideias, e ações voltadas para a qualidade através do marketing buscamos na literatura autores que falam do surgimento do marketing e suas principais funções.

O marketing surgiu durante a Revolução Industrial, com as inovações tecnológicas, o aumento da população e de seu poder aquisitivo, a produção em massa, a divisão do trabalho, a especialização da mão-de-obra e o surgimento das grandes corporações no final do século XIX e início do século XX em nações denominadas industrializadas e que foram responsáveis por uma mudança do ambiente, que se tornou fértil para o surgimento dessa área de estudos (MIRANDA; ARRUDA, 2004).

Entretanto, com o avanço tecnológico, o marketing foi se modificando, alargando em novas definições. Richer (1994) destaca que o marketing já passou por

fases diferentes, havendo épocas em que suas definições eram relacionadas com transferência de posse no momento da compra e venda de propriedades.

De abordagem oposta à de Richer (1994), Oliveira (1985) ressalta que o marketing não está relacionado apenas a compra e venda de produtos, mas também como sendo uma forte ferramenta para com o desenvolvimento de produtos/serviços, potencializando à comunicação e crescimento destes no mercado. Neste caso, o marketing influencia no comportamento de seus clientes junto ao produto/serviço oferecido.

De acordo com Kotler e Bloom (1988, p. 2) o marketing pode ser definido como sendo “uma análise, planejamento, implementação e controle cuidadoso de atitudes e programas formulados que visam proporcionar trocas voluntárias de valores ou utilidades do público alvo, com o propósito de alcançar metas e objetivos organizacionais”.

O marketing representa valores que vão além da venda de um produto ou serviço, a partir do momento em que seu foco, venha ser o cuidado na satisfação das necessidades do cliente. Nesta perspectiva Rocha, Silva e Maia (2012, p. 350) definem marketing como “um processo gerencial que busca a identificação das necessidades dos usuários/clientes e que procura adiantar-se a elas com uma oferta que assegure que sejam totalmente satisfeitas”.

Desta forma, para a captação dos desejos e necessidades do cliente é importante se criar um plano estratégico para determinar ações que serão tomadas, e a que forma serão aplicadas no mercado. Ferreira (2015) salienta a importância da criação de um Plano de Marketing, no qual determinará os caminhos e ações que a organização seguirá para alcançar seus objetivos.

Portanto, o marketing busca tornar a organização visível no mercado competitivo, estendendo de forma criativa e cuidadosa suas ferramentas, percebendo através das mesmas as necessidades e desejos de seus clientes, correspondendo expectativas e aumentando sua credibilidade no mercado.

2.1 MARKETING EM BIBLIOTECAS

A biblioteca tem como finalidade a prestação de serviços de caráter informativo, mesmo não tendo visão financeira é necessário o uso de ferramentas de marketing,

como qualquer outra organização, visando manter ativo seus clientes/usuários, como também a captação de novos públicos e mercado.

Neste contexto, Oliveira (1985) aponta que o marketing nas bibliotecas favorecerá a imagem da biblioteca, atrairá novos usuários e oferecerá um serviço de qualidade na satisfação das necessidades da comunidade alvo.

Considerando a biblioteca como um setor em potencial dentro de uma instituição, entende-se que a informação é um produto a ser comercializado com características peculiares a tantos outros serviços e produtos oferecidos, onde profissionais precisam atender as expectativas dos usuários na busca de suprir suas necessidades informacionais (AMARAL, 1990).

No conceito clássico do marketing os bens e objetos são trocados por dinheiro, já no caso de bibliotecas deve-se pensar nos benefícios de trocas que o marketing oferecerá as pessoas que utilizarão dos seus serviços e produtos (SAGAHARA; FUENTES; OLIVEIRA, 2003).

Neste sentido, o marketing em bibliotecas é um conjunto de atividades administrativas que possibilita o encontro satisfatório entre as necessidades, desejos e perspectivas do usuário com a biblioteca (AMARAL, 1990).

Rocha, Silva e Maia (2012) destacam que no acesso do acervo e serviços oferecidos numa biblioteca é relevante a elaboração de estratégias de marketing na busca da conquista e satisfação de seus usuários. Não diferente de outras estratégias, se faz necessário primeiro um planejamento na articulação das tomadas de decisões.

Dessa forma, a utilização das estratégias de marketing, possibilitará a criação, desenvolvimento, promoção e distribuição dos produtos e serviços informacionais que serão consumidos pelos usuários, sendo assim aplicado para o aumento da produtividade da unidade de informação, transformando seus recursos tradicionais e contribuindo no crescimento da transformação de sua imagem (OLIVEIRA; PEREIRA, 2003).

Segundo Rodrigues (2013) as ações utilizadas pelo marketing nas bibliotecas pretendem favorecer a qualidade e melhorias no atendimento aos usuários e na prestação de serviços, tendo seu foco maior na instituição e na relação com seu público.

De acordo com Amaral (1990):

O marketing contribui, beneficemente, para o desenvolvimento social, econômico, cultural e político da biblioteca, pois suas atividades respeitam os princípios legais e éticos vigentes e visam, prioritariamente, a satisfação do usuário.

Para as bibliotecas, o marketing tem muito a oferecer, pois existem inúmeras ferramentas que podem ser utilizadas não exclusivamente para atingir as metas da instituição, mas para oferecer produtos e serviços de acordo com o perfil do usuário (FERREIRA, 2015).

Para os bibliotecários é um desafio transferir os conhecimentos do marketing, no qual seu incentivo é a lucratividade, para a realidade das bibliotecas, principalmente no serviço público (SILVA, 2008).

Neste sentido, percebemos que o marketing será utilizado pelos bibliotecários com menos exigência, visto que quando se trata em bibliotecas, a informação é primordial, ou melhor dizendo, o acesso a ela. Sendo assim, a informação é um fator essencial, no avanço da transformação da sociedade, pois é indispensável no desenvolvimento do conhecimento (SAGAHARA; FUENTES E OLIVEIRA, 2003).

Se faz necessário que a biblioteca entenda seus usuários para que no momento da elaboração de estratégias e planos o objetivo seja a satisfação destes ao acesso a informação (OLIVEIRA, 2008).

Desta forma, ao aplicar ferramentas de marketing o bibliotecário descobrirá as necessidades de seus usuários, fazendo assim um planejamento de forma satisfatória.

Sagahara, Fuentes e Oliveira, (2003) afirmam que na adoção do marketing, é fundamental para o bibliotecário conhecer seus usuários, assim coletando informações e necessidades para traçar seus perfis, na finalidade de conhecer e melhorar seus desejos e dificuldades.

Os mesmos autores ressaltam que ao adotar essas técnicas, o bibliotecário implicará numa mudança no planejamento da biblioteca, buscando se qualificar para atuar diretamente na sociedade, e para isso é necessário manter-se sempre atualizado em especial com inovações tecnológicas.

Silva (1999) reforça ainda que pode ocorrer a desvalorização do bibliotecário, caso ele não busque modificar seu comportamento diante da necessidade de mudança imposta pelas tecnologias, redes e perfis variados de usuários.

Percebemos que as ferramentas do marketing aplicadas nas bibliotecas, poderão auxiliar no seu desenvolvimento interno e externo, principalmente na utilização de seus produtos e serviços, compreendo assim as necessidades informacionais de seus usuários e na busca de satisfazê-los.

2.1.1 Métodos e técnicas de Marketing aplicadas em bibliotecas

Em qualquer setor é importante destacar a importância do profissional para melhoria e preservação do ambiente e materiais nele inclusos. Nas palavras de Selene e Munhoz (2011) nota-se que o fator humano interfere de forma definitiva no meio em que ele vive, tendo sua formação importância ímpar para a organização.

Partindo do pressuposto apresentado podemos ressaltar que profissionais do “conhecimento” a exemplo de bibliotecários, precisam ter à disposição sistemas de informação que permitam tomadas de decisão, em sintonia com a estratégia empresarial, funcionando como motivação para atingir os objetivos programados.

Diante disso, a criação de um planejamento prévio, será importante para os bibliotecários antes de qualquer tomada de decisão na adoção de medidas que propõem a melhoria dos produtos/serviços prestados pela biblioteca.

O plano de marketing, será necessário para a primeira etapa no desenvolvimento gerencial da biblioteca, já que será através dele que motivará todos os envolvidos no processamento dos objetivos proposto (BEZERRA, 2012).

Desta forma para a satisfação dos usuários, é fundamental que bibliotecas adotem métodos e técnicas de marketing. Tais técnicas segundo Amaral (1990) proporciona o bem-estar social e econômico numa biblioteca, pois resultará na satisfação das necessidades de informação da comunidade atendida.

Mas primeiramente deve-se ser feito um diagnóstico de como se encontra a unidade de informação, quais as necessidades de seus usuários e o que se precisa melhorar, pois é a partir de dados coletadas, que será feita a elaboração dos objetivos que a biblioteca pretende alcançar (BEZERRA, 2012).

Ao reforçar a questão da adoção do marketing em bibliotecas, Amaral (2008) ressalta a importância de reconhecer o usuário como consumidores de informação e assim adequar seus interesses e necessidades nas ofertas dos produtos e serviços oferecidos.

Relata Oliveira (1985) que muitos dos bibliotecários utilizam cartazes, programações especiais, notícias em rádio e jornais, para divulgação de produtos/serviços de suas bibliotecas, acreditando eles que estão realizando marketing. Mesmo estas práticas sendo eficiente, este impulso para a visibilidade da biblioteca é simplesmente uma parte do composto do marketing chamado de marketing mix.

O marketing mix é constituído por um conjunto de elementos que tem a finalidade de desenvolver atividades que exerce influência sobre o consumidor (DALOSTO, 2009).

Corroborando com este pensamento Amaral (2008) salienta que o marketing mix trata-se de um conjunto de ferramentas ou variáveis que a empresa ou organização utiliza para alcançar seu objetivo no mercado-alvo.

As principais ferramentas do marketing são compostas por 4 elementos essenciais, que na maioria das vezes é conhecido como “4 Ps” (BOTELHO et al, 2013). Denominado pelo o Professor Eugene Jerome McCarthy os 4 Ps são: Produto, Preço, Promoção e Praça (AMARAL, 2008). Em sequência, a Figura 1, elucidada por Kotler e Keller (2006), mostra os quatros elementos que formam o chamado composto de marketing.

Figura 1 – Os 4 Ps do Mix de Marketing.



Fonte: Kotler e Keller (2006).

Estes elementos, portanto, pode-se entender que funciona como etapas na elaboração dos objetivos de uma organização, na persistência de atingi-los.

Neste contexto, Machado et. al (2012) destacam que a empresa oferece um bem ou serviço (produto), o consumidor precisa ser informado da existência deste produto ou serviço (promoção), devendo este ser disponibilizado em diversos tipos e locais de vendas (praça) e por último o valor proposto pela empresa sobre o produto (preço).

No quadro abaixo, vejamos a aplicação do marketing mix nas bibliotecas, adaptadas com base em Botelho et. al (2013).

Quadro 1 – Aplicação do Mix de Marketing na biblioteca.

Produto	São os serviços disponíveis pela biblioteca
Preço	Consiste em maior utilização e satisfação dos produtos/serviços
Praça	É o local de acesso para os usuários
Promoção	A são as estratégias para a fidelização do público alvo

Fonte: adaptação com base no autor.

É importante ressaltar o valor da promoção que se constitui como comunicação nos componentes do marketing mix, no qual todas as atividades de comunicação que visam promover a utilização de determinados produtos e serviços como propagandas, marketing direto, eventos, campanhas, boca-boca, entre outros necessitam de investimento para a “sobrevivência” da organização (CATIVELLI, 2013).

Os objetivos da promoção são: (a)tornar a organização e seus produtos e serviços conhecidos pelos usuários potenciais; (b)tornar o ambiente da organização e seus produtos e serviços atraentes para os usuários potenciais; (c)mostrar aos usuários reais como usar os produtos e os serviços; (d)evidenciar os benefícios dos produtos e serviços oferecidos; (e)manter os usuários reais, constantemente, bem informados sobre a atuação da organização, seus produtos e serviços. (AMARAL, 2008, p.34).

Desta maneira é preciso entender que o marketing nas bibliotecas é muito mais que uma simples divulgação de seus produtos/serviços, visto que é fundamental reconhecer os usuários como consumidores de informação.

É relevante que o bibliotecário mostre uma postura de mudança em relação ao marketing nas bibliotecas, visto que, estas ferramentas proporcionam uma série de benefícios que podem lhes auxiliar para melhorias do seu ambiente de trabalho.

3 PRESERVAÇÃO E CONSERVAÇÃO DE ACERVOS

A falta de cuidados com livros pode causar danos através de agentes biológicos, químicos e físicos, o “vandalismo” aqui citado como o desrespeito a materiais didáticos e paradidáticos provocam a diminuição de sua durabilidade.

O estado que encontramos um material, de forma rápida nos declara quem o manuseia e quais cuidados foram dados a este material.

A falta de cuidados nos acervos, por parte de usuários e/ou funcionários pode nos revelar que à ausência de conhecimento sobre ações de preservação e conservação de documentos. Trazendo então uma grande preocupação para os gestores, que tem como principal objetivo preservar o conhecimento, e disseminar os serviços para utilização de seus usuários (VALERIM; HELLER; ARAÚJO, 2016).

Costa (2003) destaca que o homem por muitas vezes acaba agindo inconscientemente, mas tendo a plena consciência que existem métodos para evitar os danos provocado no material. Desta forma, é relevante compreender melhor os conceitos e procedimentos para a preservação e conservação de acervos.

De acordo com Cassares (2000, p.1) a preservação é “um conjunto de medidas e estratégias de ordem administrativa, política e operacional que contribuem direta ou indiretamente para a integridade dos materiais”. Já Carvalho (2016), revela que preservação consiste em políticas e gestões de medidas a serem tomadas por parte administrativa na tentativa de evitar os possíveis problemas futuros, de maneira que o livro não chegue a necessitar da conservação e/ou restauração.

Deste modo, a conservação consiste em um conjunto de ações estabilizadoras capazes de minimizar o processo de deterioração instalado em documentos ou objetos, por meio de controle ambiental, manuseio adequado, acondicionamento, higienização mecânica, reparos. (CORADI; EGGERT-STEINDEL, 2008).

Para Hypólito (2010, p. 26) a conservação “é um conjunto de medidas e intervenções periódicas ou permanentes visando evitar danos ao acervo”.

Podendo-se entender que a conservação é um conjunto de técnicas que junto com a preservação tem o objetivo de prevenir e evitar maiores danos aos livros na pretensão de estender sua vida útil.

Assim sendo, necessário conhecer os conceitos de preservação e conservação de acervos já que estas ações e procedimentos são fundamentais na vida útil documental, prolongando seu uso, e diminuindo no futuro o trabalho de uma possível restauração no material danificado.

Partindo desse pressuposto a restauração é um conjunto de medidas que tem como objetivo de estabilizar ou reverter os danos físicos ou químicos adquiridos pelos documentos ao longo do tempo e do uso contínuo intervindo de modo que não comprometa sua integridade e seu caráter histórico (CASSARES, 2000).

Esse conhecimento poderá auxiliar na conscientização de usuários e dos funcionários sobre a necessidade de que todos sejam solidários e parceiros no trabalho de preservação de acervos (SILVA, 2001).

Portanto, se faz oportuno a adoção do marketing social na preservação e conservação dos acervos das unidades de informações, auxiliando no sensibilizar dos usuários a utilizar da melhor forma cabíveis os livros e os documentos.

O marketing social é um tipo de ação mercadológica institucional no qual seu principal objetivo é diminuir ou eliminar os problemas sociais, relacionado às questões de preservação, higiene, saúde pública, trabalho, educação etc. (VAZ, 1995).

Já para Kotler e Roberto (1992 apud TULIN; MOLINA, 2010) o marketing social é uma estratégia de mudança comportamental, que combina os melhores elementos das abordagens tradicionais da mudança social num esquema integrado de planejamento e ação.

Desse modo, as bibliotecas podem adotar o marketing social como uma ferramenta de transformação social na busca de conscientizar o usuário na maneira certa de tramitar e manusear o livro.

4 METODOLOGIA

Mediante os objetivos da pesquisa os procedimentos metodológicos são definidos, a pesquisa em tela caracterizando-se como sendo uma pesquisa de campo e exploratória numa abordagem quanti-qualitativa.

O caminho metodológico é uma das etapas mais importante do trabalho científico, é através dele que é retratado os procedimentos e técnicas utilizadas pelo pesquisador para obter informações sobre o problema que se tem como objetivo a resolver (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Conforme Pinto (2010, p.11) “método é a ordem que se deve impor aos diversos processos necessários para atingir um resultado desejado, constituído de um conjunto de técnicas que formam os passos do caminho a percorrer na busca da verdade”.

Para análise de dados a pesquisa segue a abordagem quanti-qualitativa, pois abrange dados quantitativos correspondendo aos resultados exatos representados por números, e o qualitativo onde pode-se analisar teoricamente, as respostas abertas dos dados coletados.

Segundo Marconi e Lakatos, (2003) a pesquisa quantitativa tem como objetivo coletar sistemática de dados apontando numericamente a frequência e a intensidade do comportamento dos indivíduos utilizando as ferramentas estatísticas de um determinado grupo ou população.

Já as pesquisas qualitativas se destacam pela busca de um entendimento maior em desvendar o porquê dos fatos, explicando o seu ponto de vista sobre determinado assunto, que esteja relacionado com o objetivo de estudo, sem fazer uso de métodos e técnicas estatísticas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

O uso de métodos quanti-qualitativos, segundo Gomes e Araújo (2004, p.7) representa um paradigma metodológico: um modelo que atende as necessidades dos pesquisadores que é a dicotomia positivista x interpretativo, quantitativo x qualitativo, cedendo lugar ao modelo chamado quanti-qualitativo, ou o inverso, quali-quantitativo, dependendo do enfoque do trabalho.

Deste modo, o estudo realizou um levantamento bibliográfico no período de janeiro a junho de 2017, nas principais fontes de informação, tais como: livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses que tratassem sobre o tema em foco, com os seguintes descritores: Marketing, Estratégias de Marketing, Marketing em Bibliotecas, Preservação e Conservação de Acervos, Estudo de Usuário, Campanhas Educativas em Bibliotecas.

4.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados, o instrumento de medida aplicado na pesquisa foi um questionário (APÊNDICE B) para levantamento de informações relevantes sobre o procedimento de preservação e conservação do livro.

O questionário é uma ferramenta que analisa as perguntas submetidas aos sujeitos da pesquisa que tem o “propósito de obter informações sobre conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas” (GIL, 2008).

Para a análise de dados foi utilizado o questionário misto, visando economia de tempo, obtenção de respostas mais rápidas e precisas.

Através do questionário misto pode-se alcançar dados que são apresentados pelos pesquisados. Na maioria dos questionários, os dados são confiáveis, exatos; pois não prejudicam a pessoa pesquisada, visto ser a mesma no anonimato. Tornando a pesquisa de forma rápida, fácil e sem despesas, na qual irá retratar os objetivos específicos da pesquisa. (MERTEN, 2011)

Contudo, a pesquisa foi alicerçada em um questionário com 10 (dez) questões, distribuído conforme a necessidade de alcance dos objetivos.

O período de aplicação foi de 13h às 17h entre os dias 24 a 26 de outubro e das 10h: 30 às 13h no dia 27 de outubro do corrente ano.

4.2 CAMPO DA PESQUISA

Ao longo dos anos as bibliotecas foram evoluindo e adaptando-se às mudanças que estabeleceram suas existentes características e seu papel social. Segundo Nunes e Carvalho (2016) estas características estão ligadas de modo histórico no progresso humano e social, e nesta perspectiva também exercem uma função valiosa para o intermédio da informação.

No decorrer do desenvolvimento humano e o surgimento das novas tecnologias, a biblioteca foi ganhando forças, crescendo e expandindo que, por sua vez, avançou conquistando seu espaço e assumindo diferentes perfis de acordo com seu público e sua finalidade. Passando a ser um organismo vivo, com cultura própria, mantenedora e gerenciadora de recursos bibliográficos, tecnológico e humano, assim

deixando de ser simplesmente um local de armazenamento e consulta de livros (SOUSA, 2009).

No entanto, suas principais funções continuam sendo a mesma, que de acordo com Alcântara e Bernardino (2012, p. 02) são a de “[...] organizar, armazenar e dispor o conhecimento humano para seu melhor aproveitamento [...]”.

Na atualidade, encontra-se espalhado pelo mundo diversos tipos de bibliotecas, como as bibliotecas públicas, escolar, particular, especializada, comunitária, universitárias (sendo esta a principal para o presente trabalho), nacional e entre outras.

Dependendo do público a qual se atende, seu papel desempenha uma importância dentro de uma instituição, principalmente em relação ao fato de serem disseminadoras de informações de todos os tipos de suportes (GIRARD Carla; GIRARD, Cristiane, 2012).

Dentre estas inúmeras caracterizações de bibliotecas, estão as universitárias que por sua vez, estão inseridas dentro das Instituições de Ensino Superior (IES) possibilitando a aproximação da universidade em atender às necessidades de um grupo social ou da sociedade em geral, através da administração do seu acervo informacional e do desempenhando uma função educativa, ao direcionar os usuários na utilização da informação (ALCÂNTARA; BERNARDINO, 2012).

De acordo com Fujita (2005) a biblioteca universitária é um sistema de informação que é parte de um sistema mais amplo, no qual, seu objetivo em seu contexto universitário é a geração do conhecimento e o desenvolvimento educacional, social, político e econômico da sociedade humana.

Já para Nunes e Carvalho (2016, p. 179) definem que:

As bibliotecas universitárias são instituições de ensino superior e estão voltadas para atender as necessidades de todos os membros da comunidade acadêmica da qual fazem parte, mas num processo dinâmico, onde cada uma de suas atividades não é desenvolvida de maneira estática e mecânica, mas com o intuito de agir interativamente para ampliar o acesso à informação e contribuir para a missão da universidade.

Nesta perspectiva as bibliotecas universitárias visam atender de forma dinâmica, as necessidades de toda a comunidade acadêmica, cuja está inserida, usufruindo todos os seus recursos disponíveis e do seu acervo.

Fujita (2005, p.100) destaca as funções básicas dentro dessa dinâmica social que, em um movimento circular, fornecem serviços para sua própria sobrevivência:

- a) Armazenagem do conhecimento: desenvolvimento de coleções, memória da produção científica e tecnológica, preservação e conservação;
- b) Organização do conhecimento: qualidade de tratamento temático e descritivo que favoreça o intercâmbio de registros entre bibliotecas e sua recuperação;
- c) Acesso ao conhecimento: a exigência de informação transcende o valor, o lugar e a forma e necessita de acesso. Por isso devemos pensar não só em fornecer a informação, mas possibilitar o acesso simultâneo de todos.

Tendo então como finalidade, em promover a educação superior de seu público alvo como docentes, discentes, pesquisadores, técnicos, funcionários, e outros interessados externos, auxiliando-os no desempenho e produtividade dos estudos, aprendizagem, consulta e pesquisa (OLIVEIRA, 2016).

Relacionado a isto, Silva, Conceição e Braga (2004, p. 135) relatam que a biblioteca universitária:

[...] está diretamente ligada ao ensino superior e é uma instituição fundamental para auxiliar no processo de aprendizagem. Sua influência está ligada ao auxílio, ensino, à pesquisa, ao atendimento a estudantes universitários e à comunidade em geral. Seu papel é suprir as necessidades de informações técnicas, científicas e literárias ao ensino, à pesquisa e à extensão.

Desse modo, não se pode negar seu papel fundamental nas IES, servindo de apoio ao tripé que lhe sustenta: o ensino, a pesquisa e a extensão. Ainda assim, a função da biblioteca não se limita apenas a um papel complementar, meramente de apoio. Consiste, em um espaço de criação, inovação e de aprendizagem (HUBNER, 2014).

A partir da premissa, é possível então perceber que há uma forte ligação entre as IES e a biblioteca universitária, tornando-se umas das principais bibliotecas, cuja missão de servir a sociedade enquanto criadora e propulsora do conhecimento, estimulando e facilitando o acesso às informações na contribuição para o aprendizado (RODRIGUES, 2016)

Portanto, a biblioteca universitária passa a ter uma grande importância para o conhecimento, bem como para aprendizagem.

Visto então que, para Melo e Rios e Freitas (2013) a biblioteca universitária é responsável por armazenar, tratar, organizar, recuperar e administrar as informações e dos materiais que registram o conhecimento das áreas afins no universo acadêmico, criando uma ligação entre o saber e a pesquisa. Porém, deve levar em consideração as necessidades específicas de cada segmento de usuários.

Não apenas encontra-se preparadas para satisfazer as necessidades informacionais dos usuários, a biblioteca universitária além disso, auxiliá-los no desenvolvimento da sua competência informacional, apoiando-os através de atividades que incentivem a leitura proficiente, produção escrita e a pesquisa. (SANTOS; GOMES; DUARTE, 2014).

Compreendendo, portanto, que a biblioteca universitária tem uma contribuição valiosa no desenvolvimento intelectual das pessoas, tornando-se crescente na evolução do conhecimento.

4.3 BIBLIOTECA SETORIAL DO CCEN/UFPB

A construção da Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) localizada no Campus I - João Pessoa-PB teve início em 2007, com o intuito de reunir os acervos de todas as bibliotecas do CCEN: Física, Matemática, Química, Geografia, Biologia, Sistemática e Ecologia, com funcionamento de segunda a sexta, no horário das 7:30 às 21h.

Em 2008 iniciou-se o processo de implantação da Biblioteca Setorial do CCEN com os registros de todo o acervo vindo de todas as setoriais, com exceção da Biblioteca Setorial de Química que já havia registrado todo o seu acervo junto a Biblioteca Central da UFPB.

Em fevereiro de 2009, chega o dia tão esperado, a biblioteca é aberta ao público, mas com seu acervo disponível apenas para consulta in loco. Porém, logo após sua abertura, surgiram algumas interdições pela Prefeitura Universitária com a finalidade de organizar internamente a biblioteca.

Foi então realizado serviços como o conserto do piso superior, higienização de todo o acervo e a colocação de todo o acervo das áreas de Matemática e Estatística para possível realização de empréstimos. Após todo os ajustes internos no dia 02 de outubro de 2009 a biblioteca é reaberta ao público, agora definitivamente, e com o

acervo de Informática, Estatística e Matemática disponíveis para empréstimo. Quanto aos demais acervos, continuaram-se sua inserção no sistema e assim que eram cadastrados automaticamente passaram a ser disponibilizados para o empréstimo.

Atualmente a biblioteca possui um acervo com aproximadamente 15.000 livros, das áreas de Informática, Estatística, Matemática, Física, Química, Biologia, Geografia e alguns de Engenharia, além de CDs, DVD's e monografias. Atualmente com um quadro de funcionários composto por três bibliotecárias, três Assistentes administrativos e três terceirizados.

A biblioteca é constituída em dois pavimentos: térreo e o outro 1º piso. Contendo os seguintes serviços:

- a) no térreo: guardas volumes com capacidade para 70 bolsas; balcão de atendimento.

Figura 2 – Espaço térreo da biblioteca



Fonte: Coletado pelo autor, 2017.

Trinta e sete estantes duplas faces contendo livros das áreas de Informática, Metodologia Científica, Estatística, Matemática e Obras de Referência; sala de Processos Técnicos, sala de Restauração para possíveis reparos e uma Copa que é de uso restrito dos funcionários.

Figura 3 – Balcão de atendimento



Fonte: Coletado pelo autor, 2017.

- b) no 1º piso: encontra-se um ambiente de estudo com quinze mesas redondas com quatro cadeiras cada, sete estantes duplas face contendo livros das áreas de Física, Química, Biologia, Geografia e alguns de Engenharia, Sala de Repositório, Auditório e Sala de Monografia.

Figura 4 – Espaço de estudo



Fonte: Coletado pelo autor, 2017.

Com seu funcionamento de segunda a sexta, no horário das 7h:30 às 22h.

6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Ao se tratar de uma pesquisa de natureza quanti-qualitativa, a análise dos dados foi realizada seguindo um método em conjunto: o processo de classificação para os dados retirados dos questionários, visando facilitar o trabalho da análise qualitativa e também quantitativa. Desse modo, foi utilizado os recursos estatísticos para os dados quantitativos, onde fortaleceu a pesquisa quanto aos dados reais.

Com base na formação de dados em gráficos, serviram como suporte na análise final, utilizando dos fundamentos teóricos da pesquisa.

Vejamos a seguir a aplicação da campanha educativa proposto pela pesquisa, para a conscientização do usuário em relação ao manuseio do livro.

7.1 A CAMPANHA

É inevitável o desgaste do livro, tendo em vista a sua procura para sanar as necessidades informacionais, porém o seu manuseio frequente e sua utilização inadequada provocam de forma acelerada a diminuição de sua vida útil.

Ao lidar diariamente com o livro, o usuário consciente ou inconscientemente se torna um dos causadores de sua deterioração. Rasgar, riscar, dobrar, escrever, marcar, colar fitas adesivas, usar grampos metálicos, entre outros, são formas impróprias de tratamento com o material.

Desta maneira, a Campanha de Preservação do livro tem como o slogan “NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS: um ato de preservar a informação”, tem por objetivo orientar e sensibilizar os usuários acerca do uso correto e na preservação do material bibliográfico da biblioteca setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

A proposta que optamos para esta campanha foi montar uma exposição dos livros danificados, abordando a título de exemplificação, os principais danos que ocorrem aos materiais bibliográficos.

A campanha dispôs de ações como: exposição de obras deterioradas pela má utilização, cartazes informativos, distribuição de folders e marcadores de páginas com dicas e orientações de preservação e conservação, informando aos usuários da biblioteca sobre como utilizar apropriadamente os materiais para preservá-los e quais os riscos mais comuns decorrentes de atividades inadequadas.

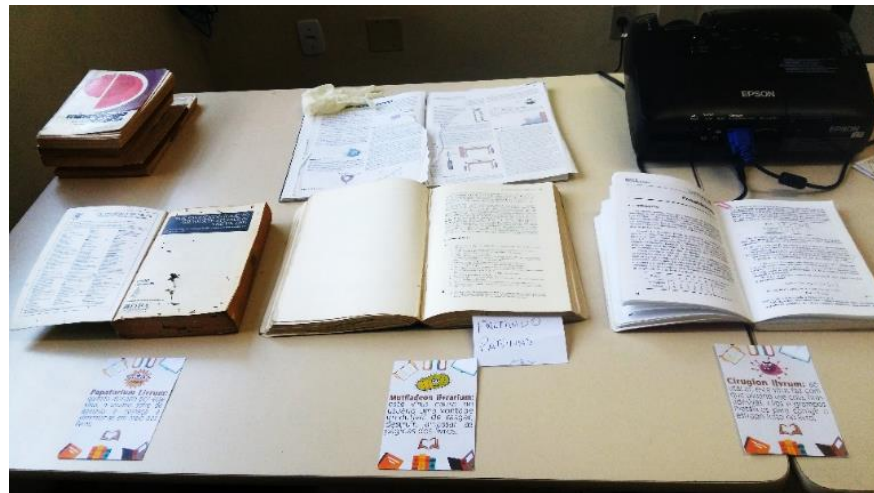
Figura 5 – Folders e marca páginas



Fonte: Coletado pelo autor, 2017.

A exposição aconteceu no pavimento térreo da biblioteca para melhor abordagem dos usuários quando estivessem dirigindo-se para o 1º piso, local de maior circulação. Assim sendo entregue folders, e convidando-os para participar da exposição, resultando-se em expor os livros danificados.

Figura 6 – Livros danificados



Fonte: Coletado pelo autor, 2017.

Deste modo, durante a exposição foi explanado alguns danos causados pelo manuseio inadequado, e tentando, a partir dali sensibilizar os usuários frente aos cuidados que devem ser adotados com os livros.

Figura 7 – Usuários na exposição



Fonte: Coletado pelo autor, 2017.

Por fim, foi entregue um questionário para ser respondido para análise do âmbito da pesquisa. Assim como, brinde de participação, foram distribuídos aos usuários/participantes marcadores de páginas que abarcava dicas e orientações de preservação e conservação, visando informar a estes sobre como utilizar apropriadamente os materiais da biblioteca.

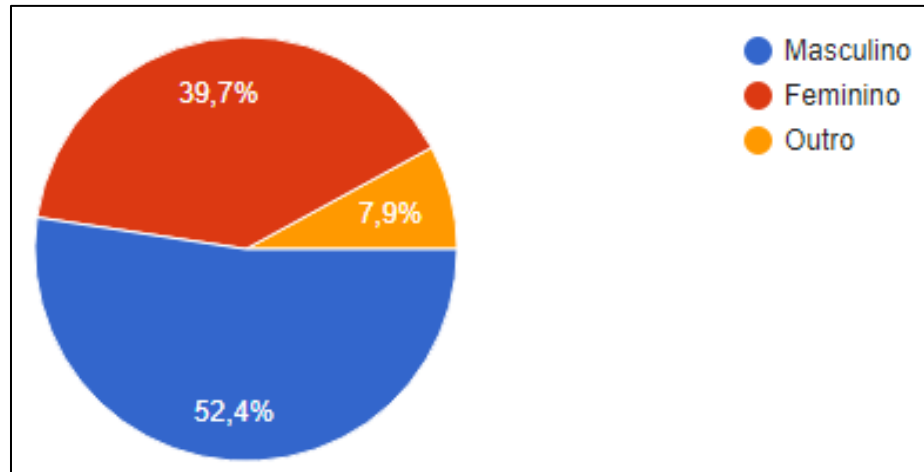
Deste modo, após a execução das atividades previstas no cronograma (APÊNDICE - A) em sequência fomos para a tabulação e análise dos dados no âmbito da pesquisa que visa a construção deste trabalho.

A análise foi apresentada através das perguntas elaboradas pelo questionário entregue para os participantes, resultando em 63 usuários/participantes (UP's), que passaram pela exposição, no qual os gráficos darão com melhor interpretação a partir da classificação dos dados retirados dos questionários.

6.2 DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS USUÁRIOS/PARTICIPANTES

A primeira questão elaborada objetivou descrever o perfil dos usuários/participantes (UP's) da biblioteca setorial do CCEN/UFPB, incluindo gênero, faixa etária, instituição de estudo/ curso, e com que frequência utilizam os serviços da biblioteca. Os resultados obtidos serão apresentados nos gráficos 1/2/3.

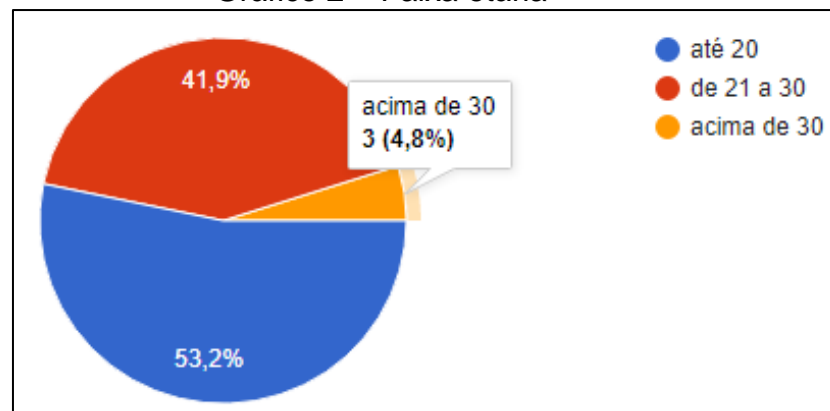
Gráfico 1 – Gênero



Fonte: Coleta de dados, 2017.

Baseado nos dados coletados, verifica-se que os UP's, foram predominantemente do gênero masculino, correspondendo a 52,4% dos participantes, já o gênero feminino representa 39,7% e de outro gênero (não informado) 7,9%.

Gráfico 2 – Faixa etária



Fonte: Coleta de dados, 2017.

A partir dos dados coletados percebe-se que 53,2% tem idade até 20 (vinte) anos. Seguindo a ordem crescente, os de 21 (vinte e um) a 30 (trinta) anos, corresponde a 41,9% em relação a faixa etária acima de 30 (trinta) anos, caracteriza em 4,8% dos usuários/participantes, correspondendo a veracidade dos resultados acima, com relação à faixa etária dos UP's.

Dos entrevistados em sua totalidade são da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), porém a biblioteca setorial do CCEN, está sempre disponível para receber a comunidade externa que desejem usufruir de seu ambiente para pesquisas e estudos. Outra parcela significativa é a frequência de usuários de diferentes cursos, utilizarem o seu espaço, além do próprio CCEN/UFPB.

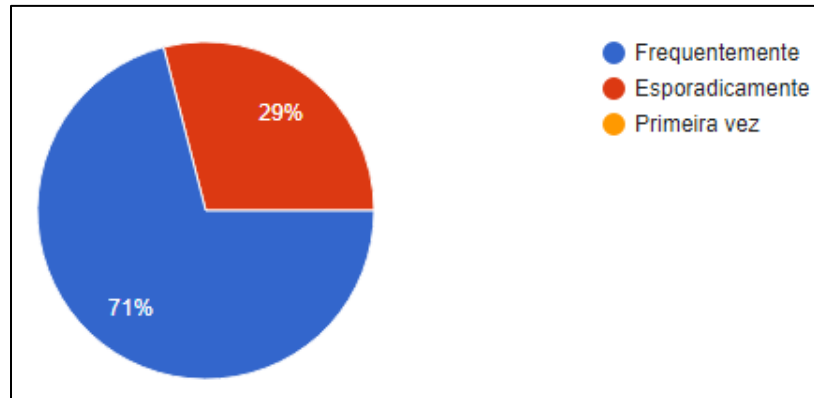
Portanto, tivemos UP's do próprio CCEN/UFPB, no quais os cursos foram Ciências Biológicas, com 8 (oito) UP's, correspondendo a 12,7%, 1 (um) de Química representado por 1,6% e 2 (dois) de Geografia com percentual de 3,2%.

Foi constatado a frequência de UP's de outros centros da UFPB, sendo dos cursos de Engenharia Ambiental com 4 (quatro) participantes, referindo-se a 6,7%, Engenharia de Alimentos, Engenharia de Produção Mecânica, Psicopedagogia, Biblioteconomia, 1 (um) participante de cada curso citado, representado por 1,6% cada. Com 10 (dez) participantes, está o curso de Engenharia Química, significando uma maior parte com 15,8%. Seguindo, teremos 4 (quatro) de Biotecnologia representando 4,7% e 2 (dois) de Química Industrial (3,2%).

O estudo nos revela que a biblioteca tem um vasto público de diferentes áreas do conhecimento. Percebeu-se também, que a biblioteca é frequentada por um público não somente da graduação, tivemos por exemplo 3 (três) discentes da Pós-Graduação, um mestrando em Química, um doutorando em Química e um doutorando em Ciências e Engenharia de Materiais representando 1,6% cada. Assim como, tivemos 1 (um) UP's no qual, era Servidor Público, equivalendo a 1,6%. Portanto, para atrair novos usuários e/ou manter os atuais, as bibliotecas partem para estratégias de marketing visando ofertar seus produtos e serviços com qualidade. Neste contexto, Oliveira (1985) já apontava que o marketing nas bibliotecas favoreceria a sua imagem, e assim consequentemente atrairia novos usuários no intuito de oferecer um serviço de qualidade na satisfação das necessidades da comunidade alvo.

Prosseguindo para identificar com que frequência estes UP's utilizam os serviços da biblioteca, chegamos os seguintes resultados:

Gráfico 3 – Frequência de uso dos serviços da biblioteca



Fonte: Coleta de dados, 2017.

Verificamos que a totalidade dos participantes usufruem dos serviços oferecidos pela biblioteca, resultando em 71% utilizam frequentemente (setenta e um por cento) e aos que fazem uso da biblioteca esporadicamente com 29% dos entrevistados. Não obtemos nenhuma resposta em relação a alternativa primeira vez.

Significou-se que a biblioteca tem uma periodicidade dos usuários, já que a boa parte deles são assíduos e usam constantemente os serviços oferecidos pela mesma.

6.3 A FINALIDADE DOS USUÁRIOS/PARTICIPANTES NA UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS OU ACERVO DA BIBLIOTECA

De acordo com os UP's, a sua maioria relatou que o propósito de utilizar os serviços ou acervo da biblioteca são para fins de estudos, pesquisas, consultas e obtenção de conhecimentos.

Neste sentido, conforme Rodrigues (2016) a biblioteca universitária tem como missão servir a sociedade enquanto criadora e impulsora do conhecimento, incentivando e facilitando o acesso às informações na contribuição para o aprendizado.

No quadro abaixo segue algumas das respostas dos dados pelos UP's:

Quadro 2 – Respostas dos UP's em relação a finalidade no uso da biblioteca

UP's	RESPOSTAS
06	<i>“Com o intuito de obter e consolidar o conhecimento necessário para um bom desenvolvimento profissional”.</i>
10	<i>“Para fins de estudos e empréstimos de material”.</i>

37	<i>“Leituras voltadas ao estudo e a adesão de conhecimento, tanto institucional quanto pessoal”.</i>
38	<i>“Utilizo com finalidade de estudo, visto que a biblioteca possui uma vasta quantidade de material que me proporciona acessibilidade ao conhecimento e proporciona um ambiente ideal para a finalidade”.</i>
52	<i>“Utilizo bastante o acervo e os serviços para estudo na biblioteca e em casa, com os livros”.</i>

Fonte: Coleta de dados, 2017.

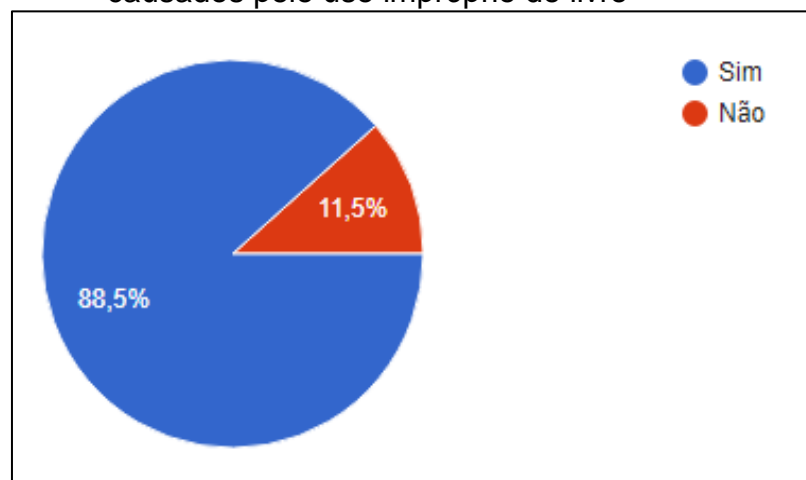
Desta forma, ressaltado por Oliveira (2016) que a finalidade da biblioteca universitária é promover a educação superior do seu público alvo, auxiliando-os no desempenho e produtividade dos estudos, aprendizagem, consulta e pesquisa.

6.4 CONHECIMENTO DOS POSSÍVEIS DANOS CAUSADOS PELO MAU USO DOS LIVROS

Entendendo-se que o livro possui uma vida útil, no qual é inevitável seu envelhecimento, contudo existem diversos fatores que podem acelerar ainda mais seu desgaste (CORADI; EGGERT-STEINDEL, 2008).

Partimos agora para uma análise do conhecimento prévio dos 61 UP's que responderam a questão, correspondendo assim 96,8%, quanto ao possível conhecimento dos danos causados pela forma indevida no uso do livro, levantamos os seguintes dados:

Gráfico 4 – Conhecimento de maneira prévia dos UP's nos possíveis danos causados pelo uso impróprio do livro



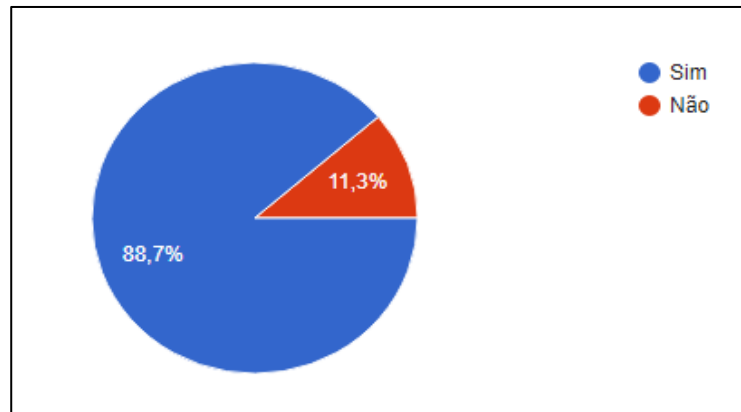
Fonte: Coleta de dados, 2017.

A partir dos dados coletados no gráfico 5, 88,5 % dos UP's afirmaram que possuem sim um prévio conhecimento sobre as danificações provocadas pelo uso impróprio do livro. Já 11,5% afirmaram não saberem dos possíveis danos.

6.4.1 Adoção de algum procedimento para evitar danificar o livro

Na tentativa de identificar se os UP's adotam algum procedimento no cuidado com os livros que tomam emprestados na biblioteca ou uso no local, buscando evitar o aceleramento da degradação do livro, chegou-se a seguinte análise.

Gráfico 5 – Adoção de algum procedimento para evitar danos do livro por parte dos UP's



Fonte: Coleta de dados, 2017.

Visto que segundo Costa (2003) o homem por algumas circunstâncias acaba agindo inconscientemente, mas tendo a plena consciência dos descuidos que provoca no material, tais como: rasgar, arrancar, dobrar, marcar, inserir grampos metálicos, alimentar-se sobre o material, colar fitas adesivas na intenção de recupera-los e entre outros maus-tratos provocado pela inexistência de cuidados.

Entretanto, com relação aos procedimentos que os mesmos utilizam para prevenir o desgaste do livro enquanto fazem uso dele, obtivemos 62 (sessenta e dois) respostas, com um percentual de 98,4%. Deste modo, 56 (cinquenta e seis) responderam que adotam sim métodos para evitar a degradação do livro, no qual representam 88,7% dos UP's. Os outros 7 (sete) correspondente a 11,3% declararam não fazer de nenhum procedimento.

Destacando-se então no Quadro 3, algumas das respostas dos UP's que disseram sim, correlação aos métodos de cuidados que usam ao utilizar o livro, quando tomado por empréstimo ou uso no local.

Quadro 3 – Métodos usados para prevenir danos ao livro

UP's	RESPOSTAS
04	<i>“Lavar as mãos antes de usar, sustenta-lo sempre por baixo e tomo bastante cuidado para não machucar a folha ao virar as páginas”.</i>
14	<i>“Evito escrever, riscar, dobrar, deixar água próxima aos livros”.</i>
16	<i>“Bem, evito pegar com as mãos molhadas ou sujas, evito fazer anotações ou marcar partes dos textos, etc”.</i>
38	<i>“Eu sempre procuro guardar o livro em um ambiente que não seja úmido, procuro ter cuidado com o manuseamento do material de forma delicada, não comer perto do livro da forma que evite ao máximo dos danos que podem ser causados ao material”.</i>
43	<i>“Evito utilizar canetas durante a leitura (para não riscar inconscientemente); evito comer enquanto leio; não deixo em locais de muita umidade”.</i>

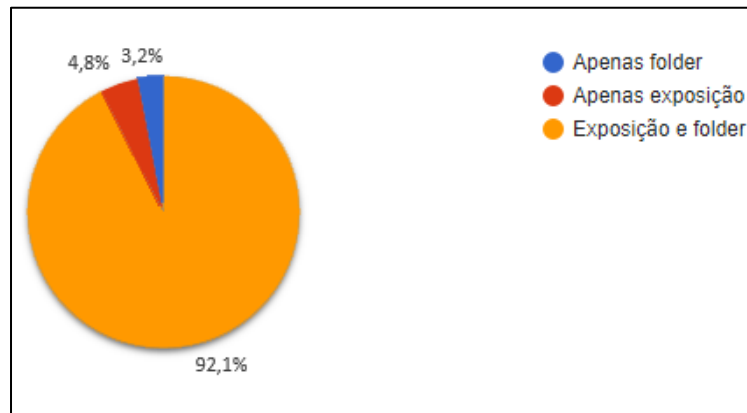
Nesta perspectiva, resulta que a maioria tem em vista um cuidado com o uso do livro, buscando sempre maneiras de evitar danificar o material, tanto na utilização no local, como tomado emprestado.

6.5 ABORDAGEM NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO SOBRE PRESERVAÇÃO E CONSERVAÇÃO DO LIVRO

Nesta análise, foi realizada dois tipos de abordagens para a construção do conhecimento sobre preservação e conservação do livro. Primeira abordagem foi a entrega do folder, que continha recomendações na utilização correta com o livro, e em seguida a exposição de alguns livros com suas respectivas danificações. Na exposição, os danos cometidos pela ação humana, estavam expressados de forma lúdica, apresentada como sendo “vírus que atacam o usuário”. O intuito era de forma dinâmica e divertida de expor os atos provocados pelo homem em relação ao material.

Dessa forma, obtemos os seguintes resultados:

Gráfico 6 – Abordagens para construção do conhecimento sobre preservação e conservação



Fonte: Coleta de dados, 2017.

Para 58 (cinquenta e oito) UP's, representando 92,1% dos UP's revelam que a exposição em conjunto com o folder é mais construtiva para o esclarecimento ao que diz respeito a preservação e conservação do livro, já para 3 (três) UP's que representam 4,8% informam que só a exposição é a melhor forma na construção deste conhecimento, porém 2 (dois) declaram que só o folder é o suficiente, representado por 3,2%.

6.5.1 Sucesso ou fracasso das abordagens apresentadas

Em seguida, buscando saber a opinião dos UP's, em relação as abordagens apresentadas anteriormente. Obtendo-se as seguintes respostas: 54 (cinquenta e quatro) responderam a questão, totalizando um percentual de 85,7%. Já 9 (nove) UP's, representando 14,3% optaram em não responder.

No Quadro 4, corresponde algumas das respostas, correlação as abordagens apresentadas na campanha.

Quadro 4 – Opinião dos UP's acerca das abordagens apresentadas na campanha

UP's	RESPOSTAS
06	<i>“O sucesso das abordagens relaciona-se a capacidade de atrair o interesse das pessoas que estão sendo informadas. Portanto,</i>

	<i>a utilização de ilustrações e de discurso esclarecedor faz-se necessário”.</i>
19	<i>“Quando só nos expressamos por folders nem sempre o usuário tem interesse na leitura. Quando só exposição aquilo exposto não fica fixo. A soma dos ambos desperta um maior interesse e curiosidade nos conteúdos expostos”.</i>
24	<i>“Acredito que exposição e folder atrelados é essencial para despertar o interesse de seu público”.</i>
61	<i>“As duas abordagens possui suas particularidades, o folder dá a capacidade do público levar esse conhecimento, numa forma física para casa e a exposição tem um maior aprofundamento e pode-se tirar dúvidas”.</i>
62	<i>“As todas atribuo sucesso apesar de o conjunto delas ser mais eficientes, todas trarão um grau de conscientização ao público alvo”.</i>

Fonte: Coleta de dados, 2017.

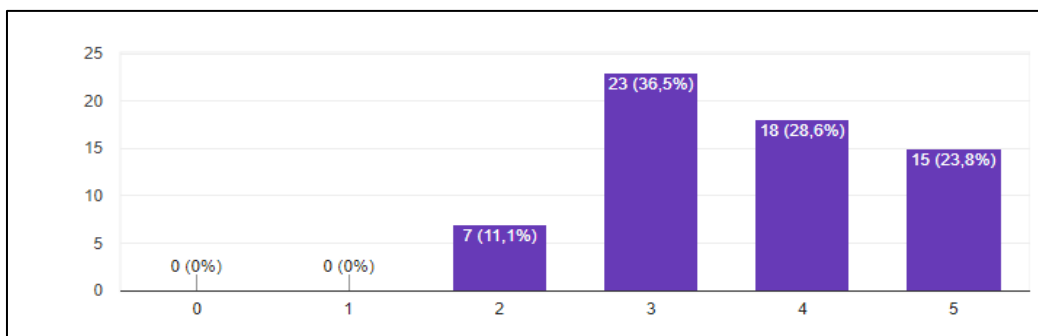
A grande maioria relatou que as abordagens possuem suas particularidades, sendo que as duas em conjuntos tornam eficientes na construção da conscientização do público alvo. Destacando que a exposição ajuda melhor na visualização e memorização dos atos inadequados.

6.6 NÍVEL DE CONHECIMENTO SOBRE O TEMA PRESERVAÇÃO E CONSERVAÇÃO DO LIVRO

O descuido com o material bibliográfico dos acervos por parte dos usuários e/ou funcionários, nos revela a ausência de conhecimento em relação a preservação e conservação dos livros, trazendo, portanto, uma grande preocupação para as bibliotecas, cujo um dos objetivos é preservar e disseminar a informação. (VALERIM; HELLER; ARAÚJO, 2016).

Nesta perspectiva, buscando analisar se há um conhecimento por parte dos UP's, quanto a preservação e conservação, resultou nos dados abaixo.

Gráfico 7 – Escala de nível de conhecimento sobre preservação e conservação



Fonte: Coleta de dados, 2017.

No que se refere em identificar o nível de conhecimento que se qualificam os UP's quanto ao tema preservação e conservação, 36,5% que se refere a 23 (vinte três) UP's afirmaram possuírem um nível 3, já em segundo lugar destaca-se o nível 4 com 28,6% no qual corresponde a 18 (dezoito) UP's.

Seguindo então ao nível 5, 15 (quinze) UP's consideram ter um nível excelente em relação ao conhecimento na preservação e conservação do livro.

Quanto a, 11,1%, dos resultados, apresentados por 7 dos UP's, declaram tem um nível 2.

Sucedendo, que a maioria de certa forma, possuem um considerável nível de conhecimento a respeito da preservação e conservação.

6.6.1 Conceito de conservação preventiva

Preservação e conservação, palavras na qual, muitas vezes são atrelados como semelhantes ou até mesmo sinônimos, porém seus conceitos são totalmente distintos.

Preservação segundo Carvalho (2016) são os procedimentos por meio de estratégias por responsabilidade administrativa que visam à prevenção de deterioração ou dos estragos futuros no material.

E a conservação Coradi e EggertSteindel (2008, p. 355), ressaltam que “[...] consiste em métodos técnico científicos capazes de desacelerar o processo de deterioração instalado em suportes de informação”.

Antes mesmo das abordagens com o folder e o expositório, era perguntado se os UP's saberiam conceituar preservação e conservação, para que se desse início a exposição. Podendo-se perceber que muitos tinham de certa forma, um entendimento dos conceitos de preservação e conservação, outros acreditavam ser a mesma coisa.

A respeito do entendimento sobre conservação preventiva, foram destacadas as seguintes respostas, 92% revela que 58 (cinquenta e oito) participantes compreendem o conceito de conservação preventiva, logo 8% significa que o restante dos 5 (cinco), não entende e/ou preferiram em não responder.

Logo abaixo, temos o Quadro 4 com algumas das respostas dos UP's, relação a compreensão do conceito de conservação preventiva.

Quadro 5 – Compreensão sobre o conceito de conservação preventiva

UP's	RESPOSTAS
02	<i>“São iniciativas ou métodos que repara os danos do material, o livro e fazendo com que ela não chegue a fase da restauração”.</i>
06	<i>“Utilização de técnicas responsáveis pela redução de deterioração dos livros”.</i>
07	<i>“Conservação preventiva: conservar (cuidar, proteger, manter seu estado de origem) e prevenir, isto é criar formas, estratégias que viabilizem o cuidado antes do dano do material”.</i>
08	<i>“São os cuidados que são tomados previamente para manter os livros em bom estado”.</i>
11	<i>“Conservação preventiva é o ato de tomar medidas conscientes para minimizar os danos aos livros, bem como manter sua vida útil por muito tempo para os próximos usuários”.</i>

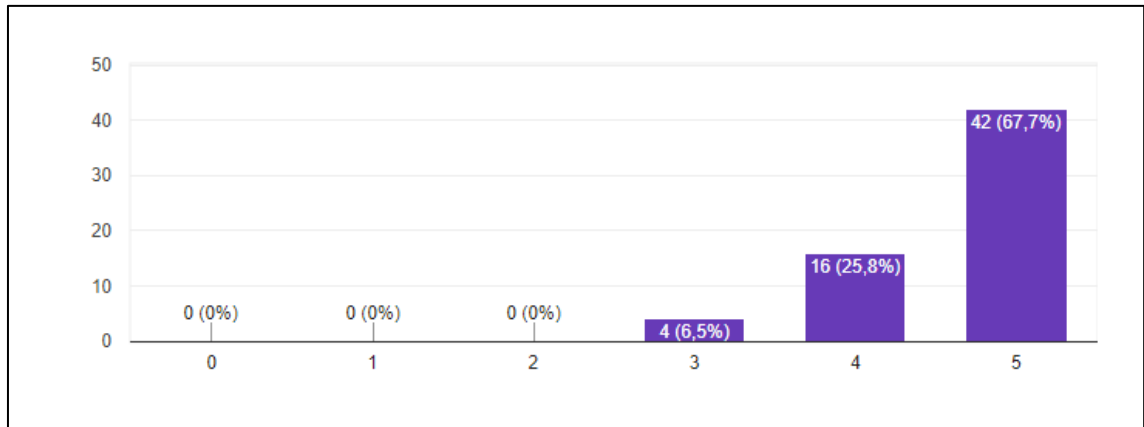
Fonte: Coleta de dados, 2017.

Partindo destas respostas, pode-se então identificar que esse conhecimento desenvolvido sobre conservação preventiva poderá auxiliar na sua conscientização, desta forma, tornando-os parceiros na preservação do acervo.

6.7 NÍVEL SATISFATÓRIO DO EXPOSITÓRIO E O FOLDER

O gráfico 8 traz o resultado do nível de interesse em que o expositório ou inclusive o folder despertou nos UP's acerca da importância da campanha na preservação do livro.

Gráfico 8 – Escala de nível de interesse despertado pelos UP's na questão do expositório ou mesmo o folder na importância da preservação e conservação



Fonte: Coleta de dados, 2017.

Segundo dados coletados o maior percentual ficou com nível 5, atribuindo a muito interessante, representando 67,7% da opinião dos entrevistados.

Em seguida temos o nível 4, com 25,8% dos resultados.

Os outros 6,5%, corresponde o nível 3, declarando que não despertou tanto interesse assim.

Identificou-se que as abordagens despertaram um excelente nível de interesse nos usuários propiciando assim um melhor entendimento na importância de preservar o livro.

6.8 COMENTÁRIO E SUGESTÕES DOS UP'S EM RELAÇÃO A CAMPANHA

Por último, para que se tenha um retorno, seja positiva ou negativa acerca da campanha, optou-se em deixar um espaço para comentários e sugestões. Foram apontadas algumas respostas no quadro abaixo.

Quadro 6 – Elogios dos UP's quanto a realização da campanha

UP's	RESPOSTAS
03	<i>“Parabéns pela iniciativa, foi de suma importância para a preservação do acervo público”.</i>
11	<i>“Parabéns pelo trabalho, os folders nas paredes cumpriram o objetivo de chamar atenção e a apresentação foi muito clara e objetiva e nos alerta a repensar e fortalecer na conservação dos materiais disponíveis para nosso crescimento educacional”.</i>
23	<i>“Exibir os livros que foram danificados foi uma estratégia muito positiva, mostrando de forma clara ao usuário algumas consequências do mau uso”.</i>

37	<i>“A apresentação foi realizada de forma clara, mostrando os aspectos visuais do meu uso dos livros”.</i>
50	<i>“Gostaria de parabeniza-los pelo trabalho, todos nós precisamos de orientação acerca do tema”.</i>

Fonte: Coleta de dados, 2017.

Percebeu-se que de acordo com as respostas obtidas, a campanha teve um retorno mais que positivo por parte dos UP's, superando as nossas expectativas. Tendo como maioria elogios, no qual parabenizam pela iniciativa da pesquisa e relatam da clareza do conteúdo abordado, que possibilitou uma nova forma de repensar no valor que o livro possui em suas vidas.

Outro ponto foram as sugestões colocadas pelos UP's, destacando que deveria estender a campanha a outras bibliotecas para que abrange mais pessoas acerca do tema abordado, já que o propósito é de suma importância na preservação do livro, porém ações como estas são quase incoerentes nas instituições.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre os bens mais preciosos dentro de qualquer acervo se destaca o livro por ser a representação materializada das diferentes expressões culturais do homem. A temática sobre “preservação e conservação” é vasta, no entanto, ao buscar apoio na literatura percebe-se que ainda são poucos os profissionais que se interessam e desenvolvem ações efetivas voltadas para esta área do conhecimento. Porém, faz-se indispensável aos bibliotecários em formação e na sua atuação profissional adquirir conhecimentos básicos sobre como preservar e conservar, uma vez que, seus conhecimentos postos em prática se convertem em benefícios ao acervo, funcionários e usuários.

O tema abordado surgiu de diversas perceptivas, uma delas é o fato de levar reflexões a estudantes e atuantes da área de Biblioteconomia. O ato de preservar deve ser preocupação frequente quanto aos acervos que guardam a memória sociocultural, e que muitas vezes são esquecidos ou não recebem o devido cuidado.

As medidas de preservação e conservação devem ser vistas pelo bibliotecário como uma forma de fazer uma melhor gestão dessas tarefas, procurando atualizar-se

sobre métodos e técnicas de conservação buscando a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Compreendeu-se que o livro tem seu desgaste natural, podendo assim ter uma vida útil bastante duradora. O descuido daqueles que o manuseiam, faz com que diminua esta possibilidade. No entanto, como foi apresentado neste trabalho, a ação de conservação preventiva pode ser uma das principais medidas a serem tomadas dentro de uma instituição, buscando anteceder a deterioração do livro, e em casos extremos de desgaste fazer uso dos meios necessários para que ele não precise ser descartado.

Para chegar às informações mais precisas que objetivou o estudo, recorreu-se a princípio ao universo da literatura científica por meio de publicações, referentes aos métodos e técnicas de marketing para uso nas bibliotecas universitárias visando a sensibilização do usuário em relação a preservação e conservação de acervo.

Porém, para chegar aos pontos relacionados a conscientização do usuário na preservação do livro, a realização da campanha educativa, foi fundamental como forma de angariar informações com a devida ludicidade para a obtenção da mudança desejada, incentivando aos usuários a refletir sobre o dever social no tratamento e cuidado com o acervo da biblioteca.

A campanha teve uma excelente receptividade por parte dos participantes, em relação a importância de preservamos o bem coletivo, que através da forma lúdica, mostrou que esse método de aprendizagem, além de conscientizar, foi um momento de transformação comportamental. Tendo como comprometimento de cada um em ser um disseminador das informações recebidas.

Acreditamos que conseguimos conscientizar boa parte dos usuários/participantes da biblioteca, não somente relacionado à utilização do material bibliográfico disponível no acervo, mas também, em se tratando de acervos pessoais, pertencente ao usuário, na consciência que o cuidado que ele tiver fará com que aumente a sua durabilidade e que mais pessoas aproveitem aquele material.

Contribuindo-se não somente para a biblioteca setorial do CCEN/UFPB, esta pesquisa pode ser estendida para qualquer tipo de biblioteca, seja ela pública, escolar, especializada, etc., que enquanto unidade de informação geradora de serviços e produtos possui a tarefa não só em oferece-los, mas também de educar, ensinar e conscientizar seu público para o uso correto de seu acervo.

A implantação desses métodos será importante para a preservação desses acervos, no combate da ação ameaçadora do homem. Para isso, é preciso um máximo de conscientização da preservação e conservação do material bibliográfico, considerando-se indispensável a realização de uma maior disseminação e apresentação, dos cuidados necessários de conservação preventiva, não apenas para a comunidade acadêmica, mas a todos que usufruem dos serviços de uma biblioteca, arquivos, etc., desta forma permitindo uma maior visibilidade ao profissional da informação que além de organizar e disseminar a informação, executa a atividade de também protegê-la.

De fato, não são todos os materiais que podem ser protegidos, por maior a dedicação de um bibliotecário, mas nem por isso a conservação preventiva deve ser abandonada ou desmerecida, precisa ser fundamentada, deste modo, uma maior consciência do cuidar do livro pode ser construída, e quem sabe assim, a ação humana deixa de ser um dos causadores da degradação do livro.

O estudo também alcançou um novo olhar à temática de preservação e conservação de acervos e com certeza não está com o conteúdo obsoleto, o que leva a servir de auxílio para pesquisas futuras.

Desejo que este trabalho de conclusão de curso incentive mais locais a aplicarem campanhas educativas na tentativa de educar seus usuários enquanto ao tratamento devido no livro, uma vez que se trata de um bem coletivo.

Por fim, conclui-se que as campanhas educativas na sensibilização do usuário no uso consciente do livro, podem revelar-se como propícias no controle preventivo do acervo, o qual poderá gerar resultados ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Francisca Lunara Cunha; BERNARDINO, Maria Cleide Rodrigues. O papel da biblioteca universitária como mediadora no processo de ensino-aprendizagem nas bibliotecas universitárias na cidade De Juazeiro Do Norte – CE. In: ENCONTRO REGIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO, 15. 2012, Juazeiro do Norte-CE, **Anais eletrônicos...** Juazeiro do Norte-CE: UFMG, 2012. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/2016> >. Acesso em: 01 nov. 2017.

AMARAL, S. A. L. Marketing e gerência de biblioteca. **Rev. Biblioteconomia de Brasília**, v. 18, n. 2, p. 311-317, 1990. Disponível em: <<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/v/a/8490>>. Acesso em: 08 Set. 2017.

_____ Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.18, n.1, p.31-44, jan./abr. 2008. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/1636/1637>>. Acesso em 11 set. 2017.

BOTELHO, Lara Batista et al. Biblioteca sem fronteiras: estratégia de marketing para formação de usuários universitários. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.18, n.1, p. 716-735, jan./jun., 2013. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/856>>. Acesso em: 08 Set. 2017.

CANTALICE, Lúcia de Fatima da Silva Soares. **Arquivos escolares: uma proposta de um instrumento de controle de acesso e uso documental para o arquivo permanente do colégio polígono**, 2014. 49f. Monografia (Graduação em Arquivologia) – Universidade Federal da Paraíba, 2014. Disponível em: <<http://www.ccsa.ufpb.br/arqv/contents/documentos/022LuciadeFatimadaSilvaSoaresCantalice.pdf>>. Acesso em 12 nov. 2017.

CORADI, Joana Paula; EGGERT-STEINDEL, Gisela. Técnicas básicas de conservação e preservação de acervos bibliográficos. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.13, n.2, p.347-363, jul./dez., 2008. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/viewFile/588/693>>. Acesso em 11 nov. 2017

CARVALHO, Yuri Teles Ank. **Conservação preventiva de acervos: a diferença entre o real e o ideal**. 2016. 31 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal Fluminense, 2016. Disponível em: <<http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/2518>>. Acesso em 11 nov. 2017.

CASSARES, Norma Cianflone. **Como fazer conservação preventiva em arquivos e bibliotecas**. v. 5. São Paulo: Arquivo do Estado / Imprensa Oficial, 2000. Disponível em: <http://www.restaurabr.org/siterestaurabr/CICRAD2011/M6%20Aulas/conservacao_Preventiva_bibliotecas.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

CATIVELLI, Adriana Stefani. Marketing aplicado em bibliotecas: análise de conteúdo dos artigos publicados em periódicos da ciência da informação. **Rev. digit. bibliotecon. cienc. inf.** Campinas, SP v.11 n.3 p.30-45 set./dez. 2013. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/19075442-Www-sbu-unicamp-br-seer-ojs-index-php.html>>. Acesso em: 09 Set. 2017.

COSTA, Marilene Fragas. **Noções básicas de conservação preventiva de documentos**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/normas_conservacao_fio_cruz_1358966008.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

DALOSTO, Willian de Oliveira. **Marketing em bibliotecas universitárias: as bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul no contexto do final da primeira década do século XXI**. 2009. 79 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/19010>>. Acesso em 09 set. 2017.

FERREIRA, Bruna. **Marketing em bibliotecas: Uma Proposta**. 2015. 87 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/133695>>. Acesso em 31 ago. 2017.

FUJITA, Mariângela. Aspectos evolutivos das bibliotecas universitárias em ambiente digital na perspectiva da rede de bibliotecas da UNESP. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 15, n. 2, p. 97-112, jul./dez. 2005. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/33>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

GIL_____ **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRARD, Carla Daniella Teixeira; GIRARD, Cristiane Marina Teixeira
A importância da biblioteca universitária como mediadora do processo de ensino-aprendizagem na educação superior: um estudo de caso da biblioteca Paulo Freire da UEPA. In: ENCONTRO REGIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO, 15. 2012, Juazeiro do Norte-CE, **Anais eletrônicos...** Juazeiro do Norte-CE: UFMG, 2012. Disponível em:
<<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/1996>>. Acesso em: 01 nov. 2017

GOMES, Fabrício Pereira; ARAÚJO, Richard Medeiros de. PESQUISA QUANTI-QUALITATIVA EM ADMINISTRAÇÃO: uma visão holística do objeto em estudo. **Revista Rumos**, João Pessoa, v. 1, n.2, p. 149-161, 2004.

GOMES; Rosecleide da Rocha, et al. **Educar para preservar: o lúdico como estratégia de conscientização no processo de preservação da memória documental**. In: Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação, 25.; 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: CBBBD, 2013. p. 4323 – 4333. Disponível em:
<<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1580/1581>>. Acesso em: 23 fev. 2017.

HUBNER, Marcos Leandro Freitas. **A Biblioteca Universitária na formação acadêmica: história da biblioteca central da Universidade de Caxias do Sul e sua relação com a aprendizagem e o sucesso acadêmico**. 2014. 201f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Educação, Caxias Do Sul, 2014. Disponível Em:
<<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/674>>. Acesso Em: 02 nov. 2017.

HYPÓLITO, Bárbara Gomes. **Conservação de obras sacras: acervo bibliográfico**. 2010. 88f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Ciência da Informação da Fundação Escola de Sociologia e Política. São Paulo, 2010. Disponível em:
<http://www.fespsp.org.br/biblioteca/repositorio/tcc/bib/Conservacao_de_obras_sacras.pdf>. Acesso em: 18 set. 2017.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; BLOOM, Paul N. **Marketing para serviços profissionais**. São Paulo: Atlas, 1988.

MACHADO, Carolina de Mattos Nogueira et al. Os 4 P's do Marketing: uma Análise em uma Empresa Familiar do Ramo de Serviços do Norte do Rio Grande do Sul. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Associação Educacional Dom Bosco, 2012. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/32016481.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MELO, Thelma Marylanda Silva de; RIOS, Francisco Welton Silva; FREITAS, Giordana Nascimento de. A Biblioteca universitária e seu papel no desenvolvimento da competência informacional do docente: desafios e novos horizontes. In: Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação, 25. 2013, Florianópolis, **Anais eletrônicos...** Florianópolis: FEBAB, 2013. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1481>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

MERTEN, Judite. **Motivação de acadêmicos para cursos de ensino superior em cidade de pequeno porte**: um estudo de caso. Maringá, 2011.

MIRANDA, Claudia Maria Carvalho; ARRUDA, Danielle Miranda de Oliveira. A evolução do pensamento de marketing: uma análise do corpo doutrinário acumulado no século XX. **RIMAR: Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 3, n. 1, p. 40 – 57, jan/jun. 2004. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rimar/article/view/26754/14361>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

NUNES, Martha Suzana Cabral; CARVALHO, Kátia de. As bibliotecas universitárias em perspectiva histórica: a caminho do desenvolvimento durável. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.21, n.1, p.173-193, jan./mar 2016. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/2572>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

SANTOS, Raquel do Rosário; GOMES, Henriette Ferreira; DUARTE, Emeide Nóbrega. O papel da biblioteca universitária como mediadora da informação para construção de conhecimento coletivo. **DataGramZero - Revista de Informação**, v.15 n.2, p. 1-19, abr. 2014. Disponível em: <<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/download/50788>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

SILVA, Chirley Cristiane Mineiro da; CONCEIÇÃO, Márcia Regina da; BRAGA, Roberto Carlos. Serviço de coleções especiais da biblioteca central da Universidade Federal de Santa Catarina: estágio curricular. **Rev. ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 8/9, p. 134 -142, 2004. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/403>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

SOUSA, Margarida Maria de. **A biblioteca universitária como ambiente de aprendizagem no ensino superior**. 2009. 88f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-20102009-153956/pt-br.php>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

OLIVEIRA, Angela M.; PEREIRA, Edmeire C. Marketing de relacionamento para a gestão de unidades de informação. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 13, n. 2, p. 13-36, jul./dez. 2003. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/2960877-Marketing-de-relacionamento-para-a-gestao-de-unidades-de-informacao-marketing-of-relationship-for-the-information-units-management.html>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

OLIVEIRA, Daniela Assis de. Utilização de um plano estratégico de marketing como instrumento decisório na gestão da biblioteca do Senac de Florianópolis. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.13, n.1, p.174-188, jan./jun., 2008. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/548>>. Acesso em 31 ago. 2017.

OLIVEIRA, Leila Barros Cardoso. **Perspectiva para a biblioteca universitária: novas perguntas e respostas**. 2016. 81f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/1947?mode=full>>. Acesso Em: 02 Nov. 2017.

OLIVEIRA, Silas Marques de. Marketing e sua aplicação em bibliotecas: uma abordagem preliminar. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 14, n. 2, p 137-147, jul./dez. 1985. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/218>>. Acesso em 31 ago. 2017.

PINTO, Anna Carolina Martins et al. **Método e pesquisa científica**. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2010.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RICHER, Raimar. **O que é marketing**. 15. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ROCHA, Ednéia Silva Santos; SILVA, Márcia Regina da; MAIA, Margareth Barros. Estratégia de Marketing em Unidades de Informação: o uso de ferramentas da web 2.0. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.17, n.2, p.349-364, jul./dez., 2012. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/viewFile/849/pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2017.

RODRIGUES, Adriano Albino. **O serviço de referência na visão dos usuários**: um estudo de caso nas bibliotecas da Universidade Federal Da Paraíba (UFPB). 2016. 72f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal Da Paraíba, João Pessoa, 2016. Disponível em: <<http://Rei2.Biblioteca.Ufpb.Br/Jspui/Bitstream/123456789/1928/1/Aar04092017.Pdf>>. Acesso Em: 02 Nov. 2017.

RODRIGUES, Thaynan Vilas Boas. **A utilização do Marketing como ferramenta de promoção dos serviços prestados nas bibliotecas públicas de Goiânia**: um estudo comparativo entre a visão dos bibliotecários e usuários. 2013, 91 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/4246/2/TCCG%20-%20BIBLIOTECONOMIA%20-%20THAYNAN%20VILAS%20BOAS.pdf>>. Acesso em 25 ago. 2017.

SAGAHARA, Sibebe Roberta; FUENTES, Ligia Ferrari; OLIVEIRA, Silas Marques de. Marketing: uma ferramenta fundamental para o profissional da informação. **Transinformação**, Campinas, v. 15, n.1, p. 83-88, jan./abr., 2003. Disponível em: <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/1479/1453>>. Acesso em 31 ago. 2017.

SELENE, Robert; MUNHOZ, Antônio Siemsen. **Criando universidades corporativas no ambiente virtual**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

SILVA, Antônio Felipe Galvão da. Marketing em unidades de informação: revisão crítica. *Revista de Biblioteconomia de Brasília, Brasília*. v. 23/24, n. 1, p. 5-24, especial 1999/2000. Disponível em: <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/_repositorio/2010/10/pdf_c4db2d39c1_0012277.pdf>. Acesso em 31 ago. 2017.

SILVA, Antonio Felipe Galvão da. Marketing em unidades de informação: revisão crítica. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 23/24, n. 1, p. 5-24, especial 1999/2000. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/10/pdf_c4db2d39c1_0012277.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2017.

SILVA, Milena Celere de Souza. Marketing em bibliotecas universitárias. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS. 15., 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Cruesp, 2008. Disponível em: <<https://bibliotextos.files.wordpress.com/2012/07/marketing-em-bibliotecas-universitc3a1rias.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2017.

SILVA, Alessandro Meneses da. **Marketing em obras raras: promovendo e preservando a informação através da tecnologia**. 2011. 66f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Ciência da Informação Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/3682>>. Acesso em 11 set. 2017.

TULIN; Andréa Simoni Manarin; MOLINA, Carlos Eduardo Correa. Marketing social: transformação social e/ou prospecção de mercado? um estudo de caso na Unimed Resende. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 6. 2010, Niterói, **Anais eletrônicos...** Niterói: Inovarse, 2010. Disponível em: <http://www.inovarse.org/sites/default/files/T10_0261_1097_3.pdf>. Acesso em: 18 set. 2017.

VALERIM, Patricia; HELLER, Bruna; ARAUJO, Sabrina Leal. Práticas de inovação e marketing em biblioteca universitária: oferta de recursos não-convencionais - protetores auriculares, sacolas e guarda-chuvas. In: Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 19. 2016, Manaus, **Anais eletrônicos...** Manaus: UFAM 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufam.edu.br/anaisnibu/article/view/3271>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens.** São Paulo: Pioneira, 1995.

ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas.** São Paulo: Atlas, 2010.

APÊNDICE A - MINUTA DA CAMPANHA



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

JEFFERSON FERREIRA LOPES

**NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS:
um ato de preservar a informação.**

João Pessoa
2017

JEFFERSON FERREIRA LOPES

NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS:
um ato de preservar a informação.

Minuta apresentada a equipe da biblioteca setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza como parte da formalização da proposta de realização do *expositório* em quanto mecanismo de coleta de dados para elaboração da Monografia no âmbito do curso de Graduação em Biblioteconomia, da Universidade Federal da Paraíba.

João Pessoa
2017

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO.....	4
1.1 <i>Briefing</i> do evento.....	4
2 OBJETIVOS.....	5
2.1 Objetivo geral.....	5
2.2 Objetivos específicos.....	5
3 PROPOSTA	5
3.1 Programação Geral.....	5
3.2 Atividades do expositório	6
4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES.....	7
5 PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA	8
9 REFERÊNCIA	9

1 APRESENTAÇÃO

É compreensível e inevitável o desgaste do livro, tendo em vista o uso e as necessidades informacionais dos seus usuários, porém o seu manuseio frequente e sua utilização inadequada provocam de forma acelerada a diminuição de sua vida útil.

A inexistência de cuidados dos acervos, tanto por parte dos funcionários quanto dos usuários dá-se em virtude do desconhecimento de ações de preservação e conservação de documentos. Sendo, que todos os usuários e funcionários são responsáveis pela preservação documental.

Desta maneira, a Campanha de Preservação e Conservação do Acervo com o slogan “NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS: um ato de preservar a informação”, tem por objetivo orientar e sensibilizar os usuários acerca do uso correto e na preservação do material bibliográfico da biblioteca setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

A campanha conta com as ações como: exposição de obras deterioradas pela má utilização, banners informativos e distribuição de folders e marcadores de páginas com dicas e orientações de preservação e conservação, informando aos usuários da biblioteca sobre como utilizar apropriadamente os materiais para preservá-los e quais os riscos mais comuns decorrentes de atividades inadequadas.

1.1 *Briefing* do Evento

- **Tema do evento:** NÃO DOBRE A FOLHA DO LIVRO, DOBRE OS SEUS CONHECIMENTOS: um ato de preservar a informação.
- **Local:** Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza da Universidade Federal da Paraíba
- **Data:** 24/10/2017 a 26/10/2017
- **Horário:** 10:00 às 15:00
- **Público alvo:** Comunidade acadêmica do CCEN
- **Número previsto de participantes:** 150 (cento e cinquenta)
- **Condições para participação:** Entrada franca

2 OBJETIVOS:

2.1 Objetivo Geral

Esta campanha tem como objetivo principal orientar e sensibilizar os usuários no uso correto do livro e na preservação do material bibliográfico da Biblioteca setorial do CCEN/UFPB.

2.2 Objetivo Específicos

- Promover uma campanha educativa com a finalidade de conscientizar os usuários para o manuseio correto dos materiais bibliográficos
- Criar uma consciência coletiva sensibilizando a comunidade acadêmica para os cuidados necessários à conservação dos livros;
- Combater hábitos de manuseio que provocam o desgaste dos acervos da biblioteca.

3 PROPOSTA

A proposta que optamos para este projeto é montar uma exposição dos livros danificados, abordando a título de exemplificação, os principais danos que ocorrem aos materiais bibliográficos.

3.1 Programação Geral

Separaremos as obras com diferentes tipos de danos, sendo parte deste material já submetido a alguma intervenção de restauro para mostrar o quanto é minucioso e dispendioso o processo de restauração.

Em seguida, classificaremos os livros com os tipos de danos e daremos a eles uma nomenclatura que represente cada dano ocorrido. Desta forma, chamaremos a atenção do público por meio de uma abordagem dinâmica contextualizada.

Exemplos das nomenclaturas que poderão ser usadas na descrição dos danos nos materiais são:

- a) Papatorium Livrum: quando atacado por este vírus, o usuário sofre de amnesia e começa a alimentar-se em meio aos livros;

- b) Mutiladeon livrarium: este vírus causa no usuário uma vontade irreduzível de rasgar, destruir, amassar as páginas dos livros;
- c) Cirugion livrum: Ao atacar, este vírus faz com que usuário use cola, fitas adesivas, clips e grampos metálicos para corrigir o estrago feito no livro;
- d) Solarios livrarum: vírus que gosta de expor o livro em ambientes úmidos, ensolarados e molhados.
- e) Taturalidium livrum: ao contaminar, o vírus afeta as mãos do usuário fazendo rabiscos e utiliza marcadores de textos compulsivamente para grifar as informações;

No quadro 01 apresentamos de forma estruturada a etapa que antecede a realização da campanha.

Quadro 01- Atividades pré-expositório

ATIVIDADES	DATA DE ENTREGA
Separação dos livros danificados	02/10/2017
Montagem do marcador de página	09/10/2017
Montagem do Banner	10/10/2017
Montagem do caderno de registro	11/10/2017
Montagem do Folder	12/10/2017

Fonte: elaborado pelo autor

Na próxima seção abordaremos as ações dentro da programação do expositório.

3.2 Atividades do expositório

No pavimento térreo da biblioteca abordaremos os usuários com os folders, convidando-os para a exposição que acontecerá no 1º piso da biblioteca.

Deixaremos em exposição os livros danificados na parte de maior circulação dos usuários da biblioteca. Utilizaremos dois cartazes: um com as recomendações sobre a boa utilização de material bibliográfico, outro com o tema da campanha.

No entanto, não o bastante expor os livros danificados, explicaremos seus danos, e tentando, a partir dali, sensibilizar os usuários frente aos cuidados que devem ser adotados para com os livros. Onde os usuários não venham a cometer tais erros de má utilização.

Entretanto, falaremos também sobre a expressão “conservar para não restaurar” e assim apresentaremos os custos e o quanto é trabalhoso o processo de restauração.

Por fim, entregaremos um questionário para ser respondido e depositado numa urna que servirá posteriormente como material para análise do âmbito da pesquisa. Assim como, brindes de participação, por exemplo marcadores de páginas com dicas e orientações de preservação e conservação, serão distribuídos aos usuários participantes visando informar a estes sobre como utilizar apropriadamente os materiais da biblioteca.

Quadro 02- Atividades durante o evento

ATIVIDADE (24/10)
Distribuição dos folders
Orientação aos usuários na exposição
Explicação dos livros danificados
Entrega dos questionários e o marcador de página
ATIVIDADE (26/10)
Distribuição dos folders
Explicação dos livros danificados
Orientação aos usuários na exposição
Entrega dos questionários e o marcador de página
ATIVIDADE (25/10)
Distribuição dos folders
Explicação dos livros danificados
Orientação aos usuários na exposição
Entrega dos questionários e o marcador de página

Fonte: elaborado pelo autor.

4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

A seguir apresentaremos o cronograma de atividades que consta das ações a serem desenvolvidas pelo discente, como estratégia de coleta de dados de sua pesquisa e ao mesmo tempo como mecanismo de sensibilização dos usuários da biblioteca do CCEN, frente a temática de preservação e conservação.

Salientamos que as atividades supracitadas no Quadro 03, mesmo que em parte sendo realizadas de forma conjunta com a equipe de bibliotecários do CCEN/UFPB, as ações envolvidas na pesquisa não implicarão em ônus ou para a equipe da biblioteca ou mesmo para a Instituição e seus usuários.

Quadro 03 – Cronograma de atividade para o expositório.

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta
02/10	03/10	04/10	05/10	06/10
Separação dos livros danificados	Montagem do marcador de página	Montagem do Banner	Montagem do caderno de registro	Montagem do Folder
09/10	10/10	11/10	12/10	13/10
Entrega da montagem do marcador de página	Entrega da montagem do Banner	Entrega da montagem do caderno de registro	Entrega da montagem do Folder	
16/10	17/10	18/10	19/10	20/10
		Entrega Final da montagem do Banner, folder e marcadores de páginas	Impressão dos folders e marcadores de páginas	
23/10	24/10	25/10	26/10	27/10

Organização do ambiente para a Exposição	Dia da Campanha	Dia da Campanha	Dia da Campanha	Retirada da exposição
--	------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------

Após as etapas de organização e execução das atividades previstas no cronograma passaremos para a tabulação e análise dos dados no âmbito da pesquisa que visa a construção do trabalho de conclusão de curso.

5 ORÇAMENTO DO PROJETO

Quadro 04 – Orçamento para confecção dos materiais

DESCRIÇÃO	VALORES
01 Banner	50,00
70 Impressão dos Folders x R\$ 0, 50 centavos	35,00
70 Impressões dos marcadores de páginas x R\$ 0, 50 centavos	35,00
02 Impressão das nomenclaturas na identificação dos livros danificados x R\$ 0, 50 centavos	1,00
	TOTAL
	121,00

REFERÊNCIAS

GOMES; Rosecleide da Rocha, et al. **Educar para preservar: o lúdico como estratégia de conscientização no processo de preservação da memória documental.** In: Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação, 25.; 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: CBBB, 2013. p. 4323 – 4333. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1580/1581>>. Acesso em: 25 set. 2017.

ANDRADE, Inaya Gomes de et al. Estímulo à conservação e preservação do material bibliográfico: relato de experiência. **Rev. Dig. Bibl. Ci. Inf.**, Campinas, v.10, n.1, p.145-154, jul./dez. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1901>>. Acesso em: 25 set. 2017.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO PARA LEVANTAMENTO DE DADOS DE PESQUISA

O seguinte questionário tem como objetivo coletar dados de forma anônima acerca das abordagens conceituais e procedimentais no âmbito do expositório realizado na biblioteca setorial do CCEN/UFPB no período de 24 a 26 de outubro de 2017. O conteúdo da coleta de dados versa sobre a campanha de conscientização do usuário na preservação e conservação do livro.

A presente pesquisa é parte do Trabalho de Conclusão de Curso do estudante Jefferson Lopes e conta com a orientação da Professora Ismaelly Batista, ambos do Departamento de Ciência da Informação – CCSA/UFPB.

Agradecemos sua participação na pesquisa. Informamos que a qualquer momento você pode deixar claro que não quer mais fazer parte desta.

Solicitamos que dúvidas ou esclarecimentos por gentileza entre em contato conosco através do e-mail: Jefferson Ferreira Lopes: jeffersonloops18@gmail.com

QUESTIONÁRIO

1 – Caracterização do indivíduo

Gênero: () M () F () Outro _____

Faixa etária: () até 20 () de 21 a 30 () acima de 30

Local onde estuda ou curso: _____

Com que frequência você usa os serviços da biblioteca:

() Frequentemente () Esporadicamente () Primeira vez

2 – Com qual finalidade você utiliza os serviços ou acervo da Biblioteca?

3 - De maneira prévia, você já possuía conhecimento dos possíveis danos causados pelo mau uso dos livros?

() Sim () Não

4 – Você adota algum procedimento para evitar danos aos livros que você toma e empréstimo na biblioteca? Se sim, qual (ais)?

() Sim () Não

5 – Qual das abordagens você considera mais construtiva na formação do conhecimento sobre preservação e conservação de livros.

- Apenas folder
 Apenas exposição
 Exposição e folder

6 – A que você atribui o sucesso ou fracasso da (as) abordagens anteriormente apresentadas?

7 – Em uma escala de 0 (inexistente) 5 (excelente) qual nível de conhecimento sobre o tema de preservação e conservação se qualifica?

- 0; 1; 2; 3; 4; 5

8 - Você é capaz de conceituar conservação preventiva?

9 – Em uma escala de 0 (desinteressante) a 5 (muito interessante) qual nível de interesse que o expositório ou mesmo o folder despertou em você acerca da temática e importância sobre o conteúdo?

- 0; 1; 2; 3; 4; 5

10 – Gostaria de fazer algum comentário para os pesquisadores?

Gratidão por sua colaboração!

APÊNDICE C – MATERIAIS UTILIZADO NA CAMPANHA



5 VÍRUS que contaminam o USUÁRIO

Papatorium Livrum: quando atacado por este vírus, o usuário sofre de amnésia e começa a alimentar-se em meio aos livros;

Mutiladeon livrarium: este vírus causa no usuário uma vontade irredutível de rasgar, destruir, amassar as páginas dos livros;

Cirugion livrum: Ao atacar, este vírus faz com que usuário use cola, fitas adesivas, clips e grampos metálicos para corrigir o estrago feito no livro;

Solarios livrarium: vírus que gosta de expor o livro em ambientes úmidos, ensolarados e molhados.

Tatualidium livrum: ao contaminar, o vírus afeta as mãos do usuário fazendo rabiscos e utilizando marcadores de textos compulsivamente para grifar as informações;

Faça sua parte!

NÃO dobre a folha do livro DOBRE OS seus conhecimentos

um ato de preservar a informação

— CAMPAÑA DE PRESERVAÇÃO DO LIVRO —

A campanha!

Esta campanha tem como objetivo orientar e sensibilizar os usuários no uso correto do livro e na preservação dos livros da biblioteca setorial do CCEN/UFPB.

Ao lidar diariamente com o livro, o usuário consciente ou inconscientemente se torna um dos maiores agressores do livro.

O uso inadequado destes materiais bibliográficos podem provocar sua degradação. Rasgar, riscar, dobrar, escrever, marcar, colar fitas adesivas, usar grampos metálicos, entre outros, são formas inadequadas de tratamento do material.

A seguir elencamos alguns passos para garantir a conservação dos livros da biblioteca e desta forma, estender sua longevidade.

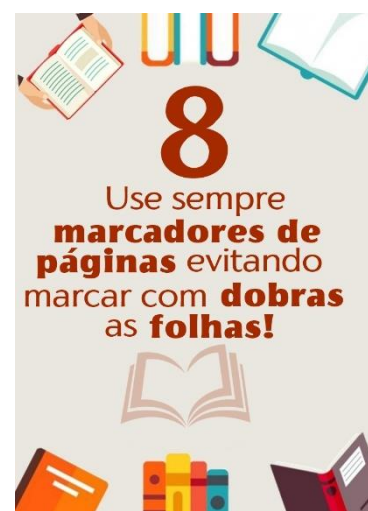
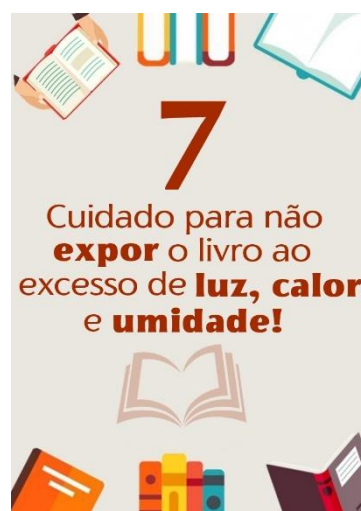
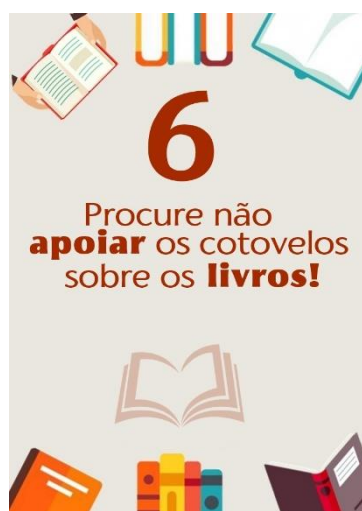
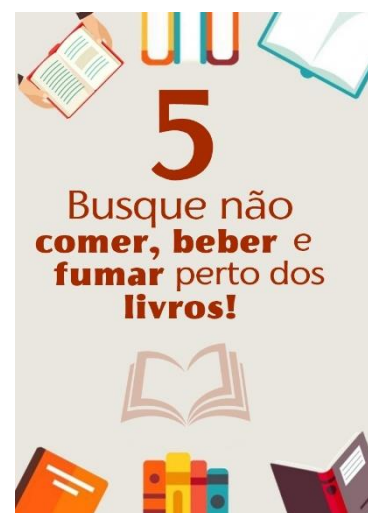
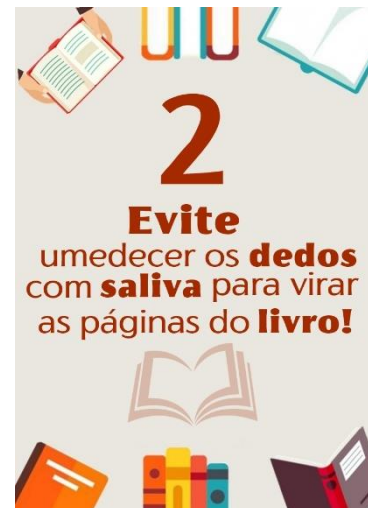
Torne estas atitudes um hábito saudável e compartilhe esta ideia.

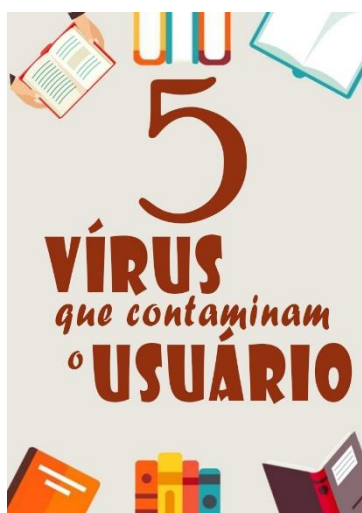
10 PASSOS para preservar o LIVRO

- Certifique-se de estar com as mãos limpas ao manusear os livros;
- Evite umedecer os dedos com saliva ou qualquer outro tipo de líquido para virar as páginas de um livro;
- Retire sempre um livro puxando-o pelo meio da lombada;
- Evite o uso de grampos, clips metálicos, fitas adesivas (durex, fita crepe) e cola branca;
- Recomenda-se não comer, beber e fumar perto dos livros;
- Procure não apoiar os cotovelos sobre os volumes de médio e grande porte durante leituras ou pesquisas;
- Cuidado para não expor o livro ao excesso de luz, calor e umidade;
- Use sempre marcadores de páginas, evitando marcar com dobras as folhas.
- Procure não escrever, grifar com canetas ou marcadores de textos;
- Evite retirar ou rasgar as folhas do livro.

“Preservar o LIVRO é preservar o CONHECIMENTO”

(Sidnei Martins)







10 PASSOS para preservar o LIVRO



Certifique-se de estar com as mãos limpas ao manusear os livros;

Evite umedecer os dedos com saliva ou qualquer outro tipo de líquido para virar as páginas de um livro;



Retire sempre um livro puxando-o pelo meio da lombada;

Evite o uso de grampos, cliques metálicos, fitas adesivas (durex, fita crepe) e cola branca;



Busque não comer, beber e fumar perto dos livros;

Procure não apoiar os cotovelos sobre os volumes de médio e grande porte durante leituras ou pesquisas;



Cuidado para não expor o livro ao excesso de luz, calor e umidade;

Use sempre marcadores de páginas, evitando marcar com dobras as folhas;



Procure não escrever, gritar ou fazer anotações com canetas e marcadores de textos;

Evite retirar ou rasgar as folhas do livro.



APÊNDICE D – FOTOGRAFIAS DA EXPOSIÇÃO

