



Biblioteconomia e os **Ambientes de **Informação****

**Guilhermina de Melo Terra
(Organizadora)**

 **Atena**
Editora

Ano 2019

Guilhermina de Melo Terra
(Organizadora)

Biblioteconomia e os Ambientes de Informação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora

Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof^a Dr^a Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof.^a Dr.^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof.^a Dr.^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
B582	Biblioteconomia e os ambientes de informação [recurso eletrônico] / Organizadora Guilhermina de Melo Terra. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Biblioteconomia e os Ambientes de Informação; v. 1) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-341-5 DOI 10.22533/at.ed.415192205 1. Arquivologia. 2. Biblioteconomia – Pesquisa – Brasil. 3. Ciência da informação. I. Terra, Guilhermina de Melo. II. Série. CDD 020.981
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Biblioteconomia e os Ambientes da Informação”, editada pela Atena Editora compreender uma série, constituída por dois volumes, cujas temáticas encontram-se ligadas à área da Ciência da Informação. Esta área, compreende um campo interdisciplinar, voltado para o processo de “[...] análise, coleta, classificação, manipulação, armazenamento, recuperação e disseminação da informação” (SILVA, 2015, p.1).

Nesta perspectiva, os capítulos que compõem este Volume 1, de forma benéfica, tratam acerca da aplicabilidade da informação, em diversos suportes, junto às organizações, de modo a melhor cumprirem sua missão organizacional, uma vez que os artigos versam sobre a ação da biblioteca, sobre a atuação dos profissionais que atuam nos mais variados espaços informacionais, sobre os processos técnicos e de automação a serem implantados nas bibliotecas e, por fim, sobre as inúmeras práticas desenvolvidas, exclusivamente, nas bibliotecas universitárias dos mais variados estados brasileiros.

No que se refere ao **Eixo “Ação da Biblioteca”**, este volume apresenta os primeiros quatro capítulos da obra, assim distribuídos: o primeiro capítulo, intitulado “A atuação da biblioteca especializada na divulgação e democratização da ciência” apresenta as ações da biblioteca do Instituto do Cérebro da UFRN, frente à divulgação das ações voltadas para o acesso à informação de forma democratizada. O segundo capítulo, denominado “A biblioclastia no início do século XXI: faces de uma tragédia” visa tratar do quadro de destruição dos acervos das bibliotecas escolares de vários países da Ásia, em decorrência de fenômenos naturais e humanos. Intitulado “A biblioteca Semente Social como *lócus* de memória, identidade e cultura da área Itaqui-Bacanga”, o terceiro capítulo trata sobre o papel social da Biblioteca Semente Social, em relação à memória, identidade e produção cultural de Itaqui-Bacanga. Fechando este primeiro eixo, temos o capítulo quarto, “A contribuição da biblioteca universitária para a informação científica de acesso aberto”, o qual apresenta a atuação da biblioteca universitária como facilitadora na divulgação de informações científicas, bem como apresenta as fontes de informação de acesso aberto da Universidade Federal do Ceará.

O **Eixo “Atuação Profissional”** é constituído, também, por quatro capítulos. Definido como capítulo cinco, o artigo “A gestão de documentos de imagens em movimento em emissoras de televisão: um estudo de caso”, investiga a atuação do bibliotecário, frente ao acervo constituído por imagens em movimento, pertencente a uma rede de televisão do estado de Minas Gerais/Brasil. O sexto capítulo, “Biblioteca Pública Infantil de Sergipe: uma experiência com projetos de incentivo à leitura a partir da primeira infância”, apresenta as atividades voltadas para o incentivo à leitura, desenvolvidas pelos profissionais, junto ao público infante-juvenil e adulto, ao espaço da biblioteca em tela. Intitulado “ONG para crianças e adolescentes: a experiência

de atuação de um estudante de Biblioteconomia”, o sétimo capítulo visa relatar a experiência vivida por um discente do Curso de Biblioteconomia, junto às ações práticas desenvolvidas com as crianças e adolescentes que frequentam uma ONG do estado de São Paulo/Brasil. Por fim, o capítulo oitavo, denominado “Satisfação do bibliotecário de trabalhar em biblioteca escolar” pretende diagnosticar o nível de satisfação dos bibliotecários que atuam nas bibliotecas escolares das redes pública e privado do Espírito Santo/Brasil.

Para compor o **Eixo “Processo Técnico”**, o capítulo nono, definido como “A viabilidade da metodologia de Sara Shatford para a indexação de fotografias: o acervo fotográfico da Escola de Música da UFRN”, trata dos resultados do estudo voltado para a aplicabilidade da metodologia Sara Shatford durante o processo de indexação das fotografias pertencentes ao acervo da Escola de Música do UFRN, enquanto que o décimo capítulo, definido como “Sistema de classificação do conhecimento jurídico em artigos científicos da Ciência da Informação” apresenta os resultados do estudo acerca da definição do número de classificação que recebem as obras que tratam da temática jurídica, tomando por base a Classificação Decimal de Direito (CDDir).

Entre os capítulos décimo primeiro e décimo quarto temos os artigos que tratam do **Eixo “Automação de Biblioteca”**. Assim, o décimo primeiro capítulo, “A prática de ensino e a gestão de automação de Unidades de Informação” objetiva apresentar os procedimentos referentes à elaboração de um plano diretor de informática para a Biblioteca Pública Municipal do Paço do Lumias, localizada no estado do Maranhão/Brasil. Intitulado “Avanço das novas tecnologias e uso em nuvens aplicáveis às bibliotecas”, o capítulo décimo segundo, trata da aplicabilidade do ambiente web e dos serviços em nuvens para o armazenamento do acervo das bibliotecas, em prol da satisfação dos seus usuários. O décimo terceiro capítulo, denominado “Digitalização e disponibilização *online* da coleção de jornais ituanos do Museu Republicano Convenção de Itu (MRCI-MP/USP)” relata o processo de digitalização do acervo da Biblioteca do Museu Republicano Convenção de Itu. Finalizando este eixo, o décimo quarto capítulo, “Informatização das bibliotecas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA): sistema Pergamun, da concepção à ação”, trata das etapas de implantação do processo de automação das bibliotecas do IFPA.

Fechando este Volume 1, o **Eixo “Biblioteca Universitária”** é formado por dez artigos. Posto isto, o capítulo décimo quinto, “Biblioteca universitária e as redes sociais: interação e trocas na construção do conhecimento”, analisa o uso de blog e *facebook* como ferramenta de comunicação pela Biblioteca da Unifesp – Campo Osasco. O capítulo décimo sexto, “Biblioteca universitária inclusiva: rompendo a invisibilidade da acessibilidade para os usuários com deficiência ou limitação”, aborda sobre a necessidade da biblioteca universitária está pronta a atender todos os usuários de forma isonômica, necessitando, portanto, apresentar condições de acessibilidade aos usuários com deficiência ou limitação. Definido como “Educação universitária e livro eletrônico para atingir as metas da Federação Internacional de Associação de

Bibliotecários e Bibliotecas (IFLA): reflexões”, o décimo sétimo capítulo aborda sobre a autorização da inclusão de obras digitais nos acervos das bibliotecas universitárias, bem como na bibliografia complementar das disciplinas dos cursos superiores. O capítulo décimo oitavo é intitulado “A importância da sinalização para as bibliotecas universitárias: um estudo sobre a sinalização da Faculdade La Salle – Manaus/AM”, visa verificar se a sinalização apresentada pela biblioteca da Faculdade La Salle – Manaus permite aos usuários a satisfação informacional. Com o título “Galinha quando põe canta. Biblioteca quando faz divulga? a importância do marketing na biblioteca universitária”, o décimo nono capítulo visa apresentar a necessidade das bibliotecas universitárias adotarem o marketing como ferramenta para a divulgação de seus serviços e fidelização de seus usuários. Em relação ao vigésimo capítulo, denominado “Indicadores de eficiência no consumo de energia elétrica em bibliotecas universitárias”, objetiva apresentar a experiência aplicada na Biblioteca de Ciências da Saúde da universidade Federal do Ceará, junto à rotina da biblioteca, com vistas ao uso eficiente da energia elétrica, a partir dos princípios da sustentabilidade. O vigésimo primeiro capítulo, “O estudo do usuário e a aplicação de estratégias do marketing em bibliotecas universitárias”, visa discutir acerca da importância da aplicabilidade do marketing em bibliotecas universitárias para seu funcionamento e fidelização de usuários. O capítulo vigésimo segundo, denominado “O uso da Teoria do Conceito para categorização documental e representação da memória na microbiologia como área do saber da UFRJ”, apresenta o resgate da memória da área de Microbiologia, a partir do acervo da Biblioteca do Instituto de Microbiologia da UFRJ, a partir da Teoria do Conceito. Já o vigésimo terceiro capítulo, pretende com o título “Produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca Central Prof. Clodoaldo Beckmann da UFPA: o que pensam os usuários?”, analisa os resultados acerca dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca Central Prof. Clodoaldo Beckmann da UFPA. Por fim, o capítulo vigésimo quarto, objetiva apresentar as ações utilizadas pela biblioteca da Universidade Federal do Ceará, a fim de divulgar seus produtos e serviços, por meio do *facebook*, com o título “‘Você sabia’ que é possível divulgar bens e serviços da biblioteca universitária por meio da comunicação visual?”.

Como se pode notar, este primeiro volume encontra-se recheado de reflexões capazes de contribuir para uma sólida discussão acerca da prática biblioteconômica. Por esta razão, em nome da Atena Editora, ao mesmo tempo em que agradecemos aos autores pela contribuição, desejamos aos leitores uma excelente leitura.

Guilhermina de Melo Terra

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A ATUAÇÃO DA BIBLIOTECA ESPECIALIZADA NA DIVULGAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DA CIÊNCIA	
Débora Costa Araújo di Giacomo Koshiyama Ismael Soares Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.4151922051	
CAPÍTULO 2	11
A BIBLIOTECOLOGIA NO INÍCIO DO SÉCULO XXI: FACES DE UMA TRAGÉDIA	
Josiel Machado Santos	
DOI 10.22533/at.ed.4151922052	
CAPÍTULO 3	22
A BIBLIOTECA SEMENTE SOCIAL COMO <i>LÓCUS</i> DE MEMÓRIA, IDENTIDADE E CULTURA DA ÁREA ITAQUI-BACANGA	
Valdirene Pereira da Conceição Maurício José Morais Costa	
DOI 10.22533/at.ed.4151922053	
CAPÍTULO 4	34
A CONTRIBUIÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA PARA A INFORMAÇÃO CIENTÍFICA DE ACESSO ABERTO	
Maria Naires Alves de Souza Rosane Maria Costa	
DOI 10.22533/at.ed.4151922054	
CAPÍTULO 5	50
A GESTÃO DE DOCUMENTOS DE IMAGENS EM MOVIMENTO EM EMISSORAS DE TELEVISÃO: UM ESTUDO DE CASO	
Alessandro Ferreira Costa Aline de Queiroz Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.4151922055	
CAPÍTULO 6	62
BIBLIOTECA PÚBLICA INFANTIL DE SERGIPE: UMA EXPERIÊNCIA COM PROJETOS DE INCENTIVO À LEITURA A PARTIR DA PRIMEIRA INFÂNCIA	
Claudia Teresinha Stocker	
DOI 10.22533/at.ed.4151922056	
CAPÍTULO 7	71
ONG PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES: A EXPERIÊNCIA DE ATUAÇÃO DE UM ESTUDANTE DE BIBLIOTECOLOGIA	
Edmilson Alves dos Santos Júnior Claudio Marcondes Castro Filho Paulo Rogério Gonçalves Dantas	
DOI 10.22533/at.ed.4151922057	

CAPÍTULO 8	75
SATISFAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO DE TRABALHAR EM BIBLIOTECA ESCOLAR	
Gleice Pereira	
Patrícia Nogueira Rodrigues Sobrinho	
DOI 10.22533/at.ed.4151922058	
CAPÍTULO 9	87
A VIABILIDADE DA METODOLOGIA DE SARA SHATFORD PARA A INDEXAÇÃO DE FOTOGRAFIAS: O ACERVO FOTOGRÁFICO DA ESCOLA DE MÚSICA DA UFRN	
Martina Luciana Souza Brizolara	
Carla Beatriz Marques Felipe	
DOI 10.22533/at.ed.4151922059	
CAPÍTULO 10	100
SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO DO CONHECIMENTO JURÍDICO EM ARTIGOS CIENTÍFICOS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	
Paulo Rogério Gonçalves Dantas	
Edmilson Alves dos Santos Júnior	
Deise Maria Antonio Sabbag	
DOI 10.22533/at.ed.41519220510	
CAPÍTULO 11	108
A PRÁTICA DE ENSINO E A GESTÃO DE AUTOMAÇÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO	
Cenidalva Miranda de Sousa Teixeira	
Raimunda Ramos Marinho	
DOI 10.22533/at.ed.41519220511	
CAPÍTULO 12	119
AVANÇO DAS NOVAS TECNOLOGIAS E USO EM NÚVENS APLICÁVEIS ÀS BIBLIOTECAS	
Marcos Luiz Mucheroni	
José Fernando Modesto da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.41519220512	
CAPÍTULO 13	133
DIGITALIZAÇÃO E DISPONIBILIZAÇÃO ONLINE DA COLEÇÃO DE JORNAIS ITUANOS DO MUSEU REPUBLICANO “CONVENÇÃO DE ITU” (MRCI-MP/USP)	
José Renato Margarido Galvão	
DOI 10.22533/at.ed.41519220513	
CAPÍTULO 14	140
INFORMATIZAÇÃO DAS BIBLIOTECAS DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARÁ (IFPA): SISTEMA PERGAMUM, DA CONCEPÇÃO À AÇÃO	
Adélia de Moraes Pinto	
Gisela Fernanda Monteiro Danin	
Doris Campos Mendonça	
DOI 10.22533/at.ed.41519220514	

CAPÍTULO 15	151
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA E AS REDES SOCIAIS: INTERAÇÃO E TROCAS NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO	
Andreas Leber Elaine Hipólito dos Santos Costa Maria Rosa Carnicelli Kushnir Maria Cláudia Ferreira Barbaresco	
DOI 10.22533/at.ed.41519220515	
CAPÍTULO 16	162
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA INCLUSIVA: ROMPENDO A INVISIBILIDADE DA ACESSIBILIDADE PARA OS USUÁRIOS COM DEFICIÊNCIA OU LIMITAÇÃO	
Isabel Cristina dos Santos Diniz Ana Margarida Almeida Cassia Furtado	
DOI 10.22533/at.ed.41519220516	
CAPÍTULO 17	180
EDUCAÇÃO UNIVERSITÁRIA E LIVRO ELETRÔNICO PARA ATINGIR AS METAS DA FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DE ASSOCIAÇÃO DE BIBLIOTECÁRIOS E BIBLIOTECAS (IFLA) : REFLEXÕES	
Solange Ribeiro Viegas Iransy Gomes Barros Andreia Dutra Fraguas Cila Verginia Da Silva Borges	
DOI 10.22533/at.ed.41519220517	
CAPÍTULO 18	187
FACULDADE LA SALLE – MANAUS/AM: ESTUDO DE SUA SINALIZAÇÃO	
Gisele de Lima Nagai Ferreira Guilhermina de Melo Terra	
DOI 10.22533/at.ed.41519220518	
CAPÍTULO 19	202
GALINHA QUANDO PÕE CANTA. BIBLIOTECA QUANDO FAZ DIVULGA?: A MPORTÂNCIA DO MARKETING NA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA	
Clemilda Santana dos Reis de Jesus Gerusa Maria Teles de Oliveira Rejane Maria Rosa Ribeiro Maria de Fátima Jesus Moreira	
DOI 10.22533/at.ed.41519220519	
CAPÍTULO 20	206
INDICADORES DE EFICIÊNCIA NO CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	
Raimundo Cezar Campos do Nascimento Rosane Maria Costa Valder Cavalcante Maia Mendonça	
DOI 10.22533/at.ed.41519220520	

CAPÍTULO 21	218
O ESTUDO DO USUÁRIO E A APLICAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DO MARKETING EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	
Caroline Daniela Santos de Souza Debora Cristina Bonfim Aquarone Maria Daniela da Silva Barboza	
DOI 10.22533/at.ed.41519220521	
CAPÍTULO 22	231
O USO DA TEORIA DO CONCEITO PARA CATEGORIZAÇÃO DOCUMENTAL E REPRESENTAÇÃO DA MEMÓRIA NA MICROBIOLOGIA COMO ÁREA DO SABER DA UFRJ	
Ana Paula Alves Teixeira Daniele Masterson Ferreira Patrícia Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.41519220522	
CAPÍTULO 23	241
PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELA BIBLIOTECA CENTRAL PROF. CLODOALDO BECKMANN DA UFPA: O QUE PENSAM OS USUÁRIOS?	
Elisangela Silva da Costa Suely Paraense Vidal	
DOI 10.22533/at.ed.41519220523	
CAPÍTULO 24	257
“VOCÊ SABIA” QUE É POSSÍVEL DIVULGAR BENS E SERVIÇOS DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA POR MEIO DA COMUNICAÇÃO VISUAL?	
Fabíola Maria Pereira Bezerra Francisco Jonatan Soares Diana Maria Flor de Lima Rifane Nirlange Pessoa de Queiroz Vasconcelos	
DOI 10.22533/at.ed.41519220524	
SOBRE A ORGANIZADORA.....	270

GALINHA QUANDO PÕE CANTA. BIBLIOTECA QUANDO FAZ DIVULGA?: A IMPORTÂNCIA DO MARKETING NA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA

Clemilda Santana dos Reis de Jesus

Universidade Estadual de Feira de Santana
Feira de Santana - Bahia

Gerusa Maria Teles de Oliveira

Universidade Estadual de Feira de Santana
Feira de Santana - Bahia

Rejane Maria Rosa Ribeiro

Universidade Estadual de Feira de Santana
Feira de Santana - Bahia

Maria de Fátima Jesus Moreira

Universidade Estadual de Feira de Santana

RESUMO: As bibliotecas universitárias fornecem suporte informacional as atividades de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas pelas instituições de ensino superior. Com o desenvolvimento de suas coleções em suportes variados buscam aprimorar os serviços tradicionais, criar novos e investir em tecnologia de informação e comunicação (TIC's). O presente estudo apresenta a necessidade das bibliotecas universitárias adotarem o marketing como ferramenta gerencial para captar, cativar e fidelizar usuários. Conhecer o mercado, fazer propaganda dos serviços/produtos e aperfeiçoar o relacionamento com os usuários utilizando as redes sociais e a tecnologia são ações que aumentam as possibilidades de conquistar o público e promover a biblioteca, seus serviços

e produtos. A aplicação do marketing como estratégia de gestão faz-se necessária para ofertar serviços e produtos com qualidade na biblioteca universitária.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing. Bibliotecas universitárias.

ABSTRACT: University libraries provide informational support for teaching, research and extension activities carried out by higher education institutions. With the development of their collections on varied media, they seek to improve traditional services, create new ones and invest in information and communication technology (ICTs). The present study presents the need for university libraries to adopt marketing as a managerial tool to capture, attract and retain users. Knowing the market, advertising the services / products and improving the relationship with users using social networks and technology are actions that increase the possibilities of winning the public and promoting the library, its services and products. The application of marketing as a management strategy is necessary to offer quality services and products in the university library.

KEYWORDS: Marketing. University libraries.

1 | INTRODUÇÃO

As bibliotecas universitárias ao longo de sua história fornecem suporte informacional às atividades de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas pelas instituições de ensino superior. Assim, estas se preocuparam com o desenvolvimento de suas coleções, adquirindo acervo em suportes variados, aprimorando os serviços tradicionais, criando novos e investindo em tecnologia de informação e comunicação (TIC's). Contudo as bibliotecas se deparam com um problema, a diminuição do fluxo de usuários. Será culpa da internet? Como reverter esse quadro?

Os bibliotecários podem fazer uso do marketing para cativar, fidelizar e aumentar o número de usuários. Para Martínez e Calvi (1998, p. 22) as bibliotecas “que não se deixam conhecer, que não sabem corresponder às expectativas de sua clientela, correm o risco de perder seu lugar na comunidade e serem desvalorizadas, esquecidas e abandonadas”.

As estratégias de marketing inicialmente eram voltadas às atividades comerciais e industriais com fins lucrativos e estendeu-se a promoção de serviços em instituições com atividades de caráter não comercial.

“O marketing aplicado a instituições, empresas e organismos culturais [...], também estuda, aprimora e promove a ‘venda’ de seus serviços, de sua imagem e de seus objetivos, e ajuda a criar uma consciência coletiva sobre sua importância e valor social” (MARTÍNEZ; CALVI 1998, p. 46).

Segundo Amaral (2001, p.31) “fazer a divulgação da biblioteca e demais unidades de informação é importante, mas apenas usar lindos cartazes para promover eventos, ou elaborar folhetos e marcadores de livro com informações sobre os serviços prestados, não é suficiente. Marketing é mais que isso!”. Seguindo a filosofia do marketing a biblioteca deve avaliar se o funcionário conhece todos os serviços e produtos oferecidos, que atividades promocionais faltam para seus serviços/produtos e quais as expectativas do mercado. Para refletir essas questões as bibliotecas precisam fazer uma pesquisa de mercado interagindo com seus usuários.

Para Ribeiro (2012)

novos meios de interação propiciaram um aumento do fluxo de usuários naquelas bibliotecas que fazem parte de uma rede social de relacionamento [...] o que mostra uma mudança na forma de acesso a informação e frequência as bibliotecas. O usuário não precisa estar fisicamente na biblioteca para realizar uma pesquisa, consultar o catálogo, ler e postar no mural informativo.

A biblioteca revisita seu papel perante a sociedade, que vai além de funcionar como “depositária de livros”, e passa a disseminadora da informação em seus variados meios. O marketing auxilia na divulgação dos serviços/produtos de informação e amplia as possibilidades de satisfazer com eficiência a necessidade informacional do usuário.

2 | E A DIVULGAÇÃO?

Dentro dessa perspectiva algumas ações podem ser realizadas com o objetivo de conquistar o público e promover a biblioteca, seus serviços e produtos. São elas:

- Identificar pontos positivos e negativos da biblioteca no que refere ao uso e qualidade dos serviços, acervo, recursos tecnológicos e satisfação do usuário;
- Promover para o usuário interno, ou seja, o funcionário, capacitação e conhecimento amplo dos serviços desenvolvidos e dos produtos ofertados pela biblioteca;
- Capacitar os funcionários da biblioteca quanto ao uso das novas tecnologias de comunicação e informação;
- Criação da *home page* da instituição;
- Incluir a rede social como parte dos serviços da biblioteca e criar uma rotina de acesso e atualização diária das informações;
- Utilizar as redes sociais para compartilhar informações levando a biblioteca ao patamar de 2.0;

O desconhecimento dos serviços/produtos pelos usuários internos, a falta de divulgação deles, a carência de recursos humanos e materiais são fatores relevantes que podem interferir na qualidade dos serviços/produtos ofertados.

3 | CONSIDERAÇÕES

A adoção do marketing objetiva divulgar os serviços e produtos na forma tradicional (cartazes, marca páginas, murais, etc.) e também através das novas tecnologias de comunicação e informação e em redes sociais. Espera-se também melhoria da comunicação com seus usuários internos e externos e a agregação de valor social a biblioteca.

A busca pela qualidade nos serviços, produtos e atendimento na biblioteca universitária fazem parte do processo de acesso à informação. Em tempos de bibliotecas 2.0 o novo modelo é de compartilhamento da informação utilizando as TICs e adesão das instituições às redes sociais. As ações de marketing podem ser utilizadas para construir e/ou aprimorar o relacionamento usuário/biblioteca e estreitar o uso das tecnologias na promoção dos serviços/produtos.

Cada biblioteca apresenta um público alvo com características singulares e precisa reinventar-se na tarefa oferecer produtos informacionais; não basta somente aderir às novas tecnologias. Lidamos com um público exigente, com fácil acesso à informação e antenado as novas tecnologias. Investir na qualificação de seus funcionários, usar a criatividade, observar as “tendências do mercado” e o “cliente potencial” são ações necessárias para aguçar a percepção dos usuários acerca da relevância dos produtos/serviços das bibliotecas universitárias.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Sueli Angelica. Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. **Informação & Sociedade: Estudos**, 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: 18 abr. 2016.

MARTÍNEZ, Lucila; CALVI, Gian. O caráter múltiplo do espaço de leitura dentro da escola. In:_____. **Escola, sala de leitura e bibliotecas criativas: o espaço da comunidade**. 3. ed. Petrópolis, RJ : Autores & Agente & Associados, 1998.

RIBEIRO, Rejane M. Rosa. A tecnologia da informação e comunicação (tic): fator condicionante da inovação em bibliotecas universitárias. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.9, n.2, p.41-48, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_rci/index>. Acesso em: 6 abr. 2016.

SOBRE A ORGANIZADORA

GUILHERMINA DE MELO TERRA Com Pós-doutorado em Museologia, pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto (Portugal), Doutorado em Museologia, pela mesma Faculdade, Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia, pela Universidade Federal do Amazonas, Especialista em Docência do Ensino Superior, pela Universidade Católica Dom Bosco e Graduação em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Amazonas, Guilhermina Terra é professora Adjunta da Universidade Federal do Amazonas. Lotada no Colegiado de Biblioteconomia da Faculdade de Informação e Comunicação, atua tanto na graduação, quanto na pós-graduação. Membro aderente do MINON Internacional e ICOM-PT, bem como integra dois grupos de pesquisa, sendo um intitulado Grupo de Pesquisa CRISOL - Pesquisas e Estudos Culturais: Patrimônio & Memória, pela Universidade Federal do Maranhão, junto à Linha de Pesquisa Nova Museologia e Ecomuseus e o segundo grupo é intitulado Grupo de Estudo e Pesquisa em Ciência da Informação, pela Universidade Federal do Amazonas, sendo que se encontra em tramitação a criação do seu próprio Grupo de Pesquisa. Durante sua trajetória, a professora atuou como coordenadora do primeiro Curso de Especialização em Museologia da região Norte, oferecido pela Universidade Federal do Amazonas, no período de 2006 a 2007, bem como é membro do Conselho Editorial da Revista Analisando em Ciência da Informação – RACIN.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-341-5

