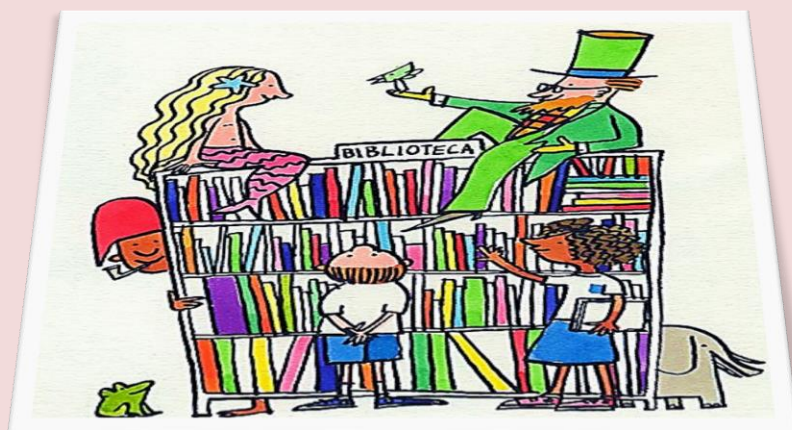


**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

LUANA NARCISO ROSENDO

MARKETING INFANTIL: despertando a Bela Biblioteca Escolar Adormecida



**JOÃO PESSOA
2014**

LUANA NARCISO ROSENDO

MARKETING INFANTIL: despertando a Bela Biblioteca Escolar Adormecida

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação de Biblioteconomia do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a. Me. Maria Meriane Vieira Rocha

Co-orientadora: Me. Angélica Clementino Simões

JOÃO PESSOA
2014

R813m

Rosendo, Luana Narciso.

Marketing Infantil: despertando a bela biblioteca escolar adormecida./ Luana Narciso Rosendo. – João Pessoa, 2014.

61f.: il.

Monografia: Curso de Graduação em Biblioteconomia – Universidade Federal da Paraíba.

Orientadora Me. Maria Meriane Vieira da Rocha.
Co-orientadora: Me. Angélica Clementino Simões.

1. Biblioteca escolar. 2. Marketing. 3. Endomarketing. I.
Título.

BC/UFPB

CDU: 658.8(043.2)

LUANA NARCISO ROSENDO

MARKETING INFANTIL: despertando a Bela Biblioteca Escolar Adormecida

Trabalho de conclusão de curso apresentada
ao Curso de Graduação de Biblioteconomia
do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da
Universidade Federal da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Me. Maria Meriane Vieira Rocha/UFPB
Orientadora

Me. Angélica Clementino Simões
Co-orientadora

Prof. Dra. Edna Gomes Pinheiro
Examinadora

Prof. Ms. Edilson Targino de Melo Filho
Examinador

Ao Criador, por ensinar a acreditar que tudo
é possível. A mim, por tornar possível.

Dedico

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida e sabedoria dada a todo o momento.

À Universidade Federal da Paraíba, pela oportunidade de crescimento e aprendizado durante cada disciplina cursada, sem dúvidas nunca sairia desta instituição sendo a mesma pessoa.

Ao curso de biblioteconomia por proporciona o meu crescimento em diversas áreas do conhecimento, por abrir um novo norte na minha formação profissional.

Aos professores do curso de biblioteconomia pela contribuição na minha vida acadêmica e pela influência na vida profissional.

À Meriane Vieira Rocha, minha orientadora que com muita atenção, dedicou o seu valioso tempo para me orientar passo a passo deste trabalho.

À Angélica Simões, um anjo que entrou em meu caminho e me ajudou a desenvolver a produção do meu TCC.

Agradeço a minha mãe, meu incentivo maior Vera Lucia Narciso Rosendo.

Agradeço a minha vó, uma mulher de força e coragem Dulce Rosalina Narciso.

À minha amiga, companheira e fiel escudeira Laýlla Lima da Silva, por todos os momentos de força.

À minha amiga de curso, companhia de trabalhos acadêmicos e de vida Aline Keyla.

Às escolas Lourdinas, QI, Dorotéia, João XXII e seus respectivos colaboradores: Gerusa do Nascimento, Allisson de Farias, Raquel de Melo, Maria do Carmo Aragão e Nayra Karoline por ter aberto as portas para que eu pudesse entrevista e aplicar os questionários.

Aos amigos e colegas que fizeram parte dessa história e contribuíram diretamente e indiretamente para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Enfatizar que a biblioteca escolar funciona como um centro de recursos educativos, integrado ao processo de ensino- aprendizagem e tem como objetivo desenvolver a leitura e informação. Analisa a questão do Marketing e Endomarketing aplicado a bibliotecas escolares de Instituições privadas do Município de João Pessoa. A metodologia foi constituída de caráter exploratória, articulada com pesquisa de campo, sendo 05 (cinco) gestores destas bibliotecas escolares de ensino fundamental em João Pessoa-PB. O instrumento de coleta de dados foi o questionário, contendo questões abertas e fechadas. Ressalta, o marketing como uma ferramenta que cria e agrega valor aos procedimentos adotados na instituição. Conclui-se que não há um planejamento pleno e ações apoiadas no marketing, práticas que promovem e divulgam seus produtos e serviços. Recomendamos que sejam delineadas diretrizes para a implantação do marketing nas unidades de informação estudadas, com o intuito de facilitar o acesso do público alvo e valorizar o espaço de atuação do bibliotecário e da disseminação da informação o espaço que é disseminado o conhecimento e o próprio profissional bibliotecário.

Palavras-Chave: Biblioteca Escolar. Marketing. Endormarketing.

ABSTRACT

Emphasize that the school library serves as a center of educational resources , integrated with the teaching-learning process and aims to develop reading and information. Examines the issue of Marketing and Endomarketing applied to private institutions of school libraries in the municipality of João Pessoa. The methodology consisted of exploratory articulated character with field research , with five (05) managers of these school libraries in elementary school in João Pessoa- PB . The data collection instrument was a questionnaire containing open and closed questions .Points out , as a marketing tool that creates and adds value to the procedures adopted in the institution . We conclude that there is not a full planning and actions supported in marketing practices that promote and advertise their products and services . We recommend that guidelines for the implementation of the marketing information units studied , in order to facilitate access of the target audience and enhance the performance space of the librarian and the dissemination of information space which is widespread knowledge and professional are outlined own librarian.

Keywords: School Library. Marketing.Endormarketing.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 - Sexo dos Bibliotecários	42
GRÁFICO 02 - Faixa etária dos bibliotecários.....	42
GRÁFICO 03 - Carga horária de trabalho.....	43
GRÁFICO 04 - Formação Acadêmica.....	44
GRÁFICO 05 - Ações que promovem o incentivo a leitura.....	45
GRÁFICO 06 - Distribuição de livros para as crianças.....	46
GRÁFICO 07 - Aplicação das técnicas de marketing utilizadas pelas biblioteca.....	47
GRÁFICO 08 - Frequência que os professores utilizam a biblioteca com a turma.....	48
GRÁFICO 09 - Atividades que contribuem para promoção/divulgação da biblioteca.....	49
GRÁFICO 10 - Participação de algum tipo de formação/planejamento com professores e coordenadores da escola.....	50
GRÁFICO 11 - Sinalização na biblioteca	51
GRÁFICO 12 - Satisfação dos usuários com os serviços da biblioteca.....	52

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01- Estrutura adotada para elaboração deste trabalho.....	13
FIGURA 02 - Acervo da biblioteca João XXIII.....	38
FIGURA 03 - Espaço de leitura da Biblioteca João XXIII.....	38
FIGURA 04 - Espaço de estudo da Biblioteca do QI Colégio.....	39
FIGURA 05 - Espaço de estudo da Biblioteca do QI Colégio.....	39
FIGURA 06 - Acervo da biblioteca do Colégio Século.....	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2BIBLIOTECAS ESCOLARES NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO.....	14
2.1 Biblioteca Escolar x Arranjo e Organização	16
2.2BIBLIOTECÁRIOS ESCOLARES: habilidades e competências.....	23
3BIBLIOTECA ESCOLAR E O MARKETING EDUCACIONAL	27
3.1 BIBLIOTECA ESCOLAR: Marketing e Endomarketing.....	28
3.2COMPOSTOS DE MARKETING NA BIBLIOTECA ESCOLAR.....	31
3.3 PEQUENOS USUÁRIOS, GRANDES LEITORES: Marketing para crianças.....	33
4CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	35
4.1CLASSIFICAÇÃO E TIPO DO ESTUDO.....	35
4.2CAMPO E O UNIVERSO DE ESTUDO.....	36
4.2.1Colégio Lourdinias e sua Biblioteca.....	36
4.2.2Colégio e Biblioteca do Externato Santa Dorotéia.....	37
4.2.3Colégio e Biblioteca João XXIII.....	38
4.2.4Colégio e Curso QI e sua Biblioteca.....	39
4.2.5Colégio Século e sua Biblioteca.....	40
4.3TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	41
4.4MÉTODOS DE ANÁLISE DOS DADOS.....	41
5ANÁLISE DOS DADOS.....	42
5.1PERFIL DOS COORDENADORES DAS BIBLIOTECAS.....	42
5.2INCENTIVO A LEITURA.....	45
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS	
APÊNDICE	

1 INTRODUÇÃO

A sociedade da informação e do conhecimento é assinalada pela pluralidade de informações e aceleração de seus processos de produção e disseminação, tornando-se necessário preparar cidadãos cada vez mais capazes de selecionar, avaliar, interpretar e utilizar as fontes informacionais.

Para se adaptar às transformações provocadas pela globalização e revolução informacional, foram necessários avanços, quanto à atualização e capacitação de profissionais, devido, principalmente, ao uso de novas tecnologias de informação e comunicação.

As bibliotecas, como espaços de informação, também foram inseridas nesse contexto de mudanças e há algum tempo utilizam as novas tecnologias de comunicação, no entanto, para êxito de qualquer informação. Nessa perspectiva, o marketing e suas técnicas auxiliam os gestores a definir seu mercado, criar e adequar o seu produto/serviço para que realmente alcance o público que dele necessita.

As bibliotecas por muito tempo não utilizavam técnicas de marketing, hoje as aplicam compreendendo que o mesmo desenvolve a missão de atender as necessidades dos usuários.

Em um país como o Brasil, a educação deve ser uma prática social, baseada no diálogo, do qual se estabelece relação para integrar o aluno e sua cultura no contexto da comunidade escolar, proporcionando experiências a partir das diferenças de cada um deles, pressupondo que não há um saber melhor ou pior, mas que há saberes diferente.

A biblioteca escolar funciona como um centro de recursos educativos, integrado ao processo de ensino- aprendizagem e tem como objetivo desenvolver a leitura e informação. É comum às escolas destinarem um espaço para leitura que geralmente são chamadas de “salas de leitura”, onde, as experiências indicam que na prática esses espaços são mal utilizados; quanto as bibliotecas escolares, quando existem, vêm sendo utilizada de forma inadequada, ou seja, vem sendo usadas como “depósitos” ou ocupadas por pessoas incapacitadas para exercer a função necessária para desenvolver as atividades que uma Biblioteca precisa.

O sucesso da biblioteca na escola vai estar ligado ao pessoal que nela atua e é necessário ter em mente: Quem é? O que faz? Como o faz? O professor como

agente do processo ensino-aprendizagem e principal desencadeador das ações desenvolvidas na escola, deve atuar diretamente na formação e utilização do acervo, na formação do gosto pela leitura e pesquisa e análise crítica, selecionando criteriosamente o material, como também na escolha de atividades para que a Biblioteca Escolar faça parte do dia-a-dia do aprendizado aluno até tornar-se uma prática corriqueira.

O bibliotecário é o elemento de ligação entre a sala de aula e a biblioteca e vários atributos lhe são exigidas: vocação, dedicação, responsabilidade, competência, boa saúde, proatividade entre outros. Nesse contexto, se faz necessário que o professor e o bibliotecário juntos, planejem as atividades que irão ser desenvolvidas com os alunos, de forma que, a disseminação da informação seja mais rápida, melhor utilizada, adequada e oportuna. (QUINHÕES, 1999).

As instituições escolares, principalmente as privadas, são um grande nicho no mercado de trabalho e isto requer esforço contínuo interdisciplinar de todas as áreas da organização. Devem elas se esforçar para satisfazer as necessidades dos consumidores (pais e alunos) e hoje, um bom diferencial na educação é a apresentação do ambiente físico de todos os setores da instituição.

As crianças, os jovens, os professores e os bibliotecários, necessitam de um aprendizado contínuo para utilizar os novos instrumentos de informação que são colocados a cada dia, com sua dinâmica e rapidez. Diante dessa nova realidade, o bibliotecário deve desenvolver competências que variam de acordo com as metas e o grau de desenvolvimento do país. Assim, espera-se, deste profissional, que ele esteja preparado para administrar, negociar e consolidar produtos de informação nas diferentes organizações, privadas e públicas, com um compromisso de liderança, além de atitude inovadora e criativa (FLORES N.; VARGAS A., 2007).

Nesse contexto, o Bibliotecário é o administrador principal na construção do relacionamento entre a instituição informacional e os usuários, nesse caminho, o endomarketing é um dos requisitos para o sucesso deste elo de relacionamento. De acordo com Sousa (2008, p.29) o bibliotecário é o “profissional qualificado para implantar, implementar e administrar unidades de informação e documentação, bem como gerenciar recursos informacionais da geração ao uso da informação”.

Assim, baseado na importância que o marketing e o endomarketing, com suas técnicas representam para a organização e com base no contexto apresentado, a motivação por investigar essa temática surge diante do crescente número de

escolas privadas no município de João Pessoa e consequentemente como a biblioteca dessas instituições participam dentro do contexto escolar.

Dessa forma, a presente pesquisa é norteada pelas seguintes questões: Como os bibliotecários estão se dispondo com ações e estratégias de marketing e endomarketing para o público infantil e juvenil? Esses profissionais estão realmente preparados para atuarem nessa sociedade denominada por tantos autores como a sociedade da informação? Existe realmente a preocupação dos bibliotecários em realizarem ações de marketing para atrair seus usuários?

Por esse anglo nosso objetivo geral é analisar as competências e habilidades dos bibliotecários, baseado nas atividades de marketing e endomarketing, voltadas para o público de biblioteca escolar infantil e juvenil e os específicos são: Descrever o perfil da biblioteca e dos bibliotecários; Categorizar os serviços oferecidos pelas bibliotecas; conhecer e descrever as ações de marketing que as bibliotecas escolares utilizam para atrair seu público e de que forma as empregam e delinear o nível de satisfação dos usuários.

A investigação a estas questões poderão evidenciar aos profissionais da área a importância do marketing direcionado ao público infantil e juvenil em bibliotecas escolares, assim, como nortear as atividades afins.

Dentro dessa perspectiva, apresentamos nosso estudo dividido em sete partes, como podemos observar na figura abaixo:

FIGURA 01 - Estrutura adotada para elaboração deste trabalho

- ✓ 1 Introdução: apresenta-se o tema, a problematização, justificativa para a execução do trabalho e objetivos.
- ✓ 2 Caminhando pelo universo da biblioteca escolar na sociedade da informação, desvendando seu papel na escola.
- ✓ 3 O marketing educacional, como atrair pequenos usuários.
- ✓ 4 Trilha Metodológica: relata-se os procedimentos e as técnicas estatísticas adotadas.
- ✓ 5 Resultados e Análises: apresentam-se os resultados alcançados por meio de tabelas, gráficos e figuras.
- ✓ 6 Considerações finais: finaliza-se demonstrando o alcance dos objetivos e sugerindo a elaboração de futuros trabalhos.
- ✓ Referências

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

2 BIBLIOTECAS ESCOLARES NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Ao longo das últimas décadas, a informação foi adquirindo uma importância de tal modo que se começou a falar do surgimento da Sociedade da Informação. Esta sociedade segundo Garcez (2009, p.12) “é o termo atribuído à atual sociedade que vem se constituindo ou se formando em função das TICs, que visa armazenar e transmitir dados e informações a “baixo custo””.

A sociedade da informação apresenta grandes mudanças para todos os setores da sociedade, onde, baseada na informação e na tecnologia, gera um grande desafio às escolas em pleno século XXI. Segundo Takahashi (2000, p. 43) a “educação é o elemento-chave na construção de uma sociedade baseada na informação, no conhecimento e no aprendizado”, logo, são necessárias mudanças no ensino e no funcionamento das bibliotecas escolares.

Nesse contexto, além da habilidade para aprender, a sociedade da informação exige dos cidadãos um processo contínuo de aprendizagem, afinal, diante da globalização e das constantes atualizações tecnológicas, a informação é cada vez mais construída e disseminada e a sociedade precisa estar sempre em processo permanente de mudanças, no que se refere ao acompanhamento dessa evolução. Logo, para adequar as crianças à sociedade da informação, faz-se necessário apresentar a elas recursos informacionais que as coloquem neste mundo em constante transformação. Assim, mais que habilidades tecnológicas, são indispensáveis criar condições para que este público desenvolva a assimilação de conteúdos e estabeleça uma consciência crítica diante da grande quantidade de informações disponíveis.

Nesse intuito, para atender as necessidades da Sociedade da Informação, distinguidas a partir de maio de 2010 por novas exigências do Ministério de Educação – O MEC instituiu a Lei nº 12.244/2010 que recomenda para as escolas públicas e privadas as seguintes normas:

Art. 1º As instituições de ensino públicas e privadas de todos os sistemas de ensino do País contarão com bibliotecas, nos termos desta Lei.

Art. 2º Para os fins desta Lei considera-se biblioteca escolar a coleção de livros, materiais vídeo gráficos e documentos registrados em qualquer suporte destinados a consulta, pesquisa estudo ou leitura.

Parágrafo único: Será obrigatório um acervo de livros na biblioteca de, no mínimo, um título para cada aluno matriculado, cabendo ao respectivo sistema de ensino determinar a ampliação deste acervo conforme sua realidade, bem como divulgar orientações de guarda, preservação, organização e funcionamento das bibliotecas escolares.

Art. 3º Os sistemas de ensino do País deverão desenvolver esforços progressivos para que a universalização das bibliotecas escolares, nos termos previstos nesta Lei, seja efetivada num prazo máximo de dez anos, respeitada a profissão de Bibliotecário, disciplinada pelas Leis nos 4.084, de 30 de junho de 1962, e 9.674, de 25 de junho de 1998.

A biblioteca sempre desempenhou papel fundamental no desenvolvimento da sociedade e na formação de leitores, sendo vista como uma grande aliada na construção do conhecimento. Assim, a relevância das bibliotecas se faz lembrada no âmbito escolar, onde seus usuários estão no processo de aprendizado das mais diversas áreas do conhecimento.

Atualmente, a biblioteca escolar é vista por diversos autores como um lugar onde se desenvolve o processo educacional, onde se compartilha o conhecimento, estabelecendo uma mediação entre informação e usuário. Conforme Côrte; Bandeira (2011, p. 6) a biblioteca escolar:

Serve de suporte aos programas educacionais, atuando como um centro dinâmico, participando, em todos os níveis e momentos, do processo de desenvolvimento curricular e funcionando como um laboratório de aprendizagem integrado ao sistema educacional.

Nessa linha de pensamento, Campelo (2008, p. 11) descreve a biblioteca escolar como sendo “[...] o espaço por excelência para promover experiências criativas de uso da informação”. A autora ainda destaca que, reproduzindo o ambiente informacional da sociedade contemporânea, a biblioteca pode aproximar o aluno de uma realidade que ele vivencia no dia a dia, não apenas como profissional, mas, como cidadão.

Sendo assim, com o intuito de contribuir para o entendimento de que a biblioteca não deva ser entendida apenas como um fenômeno social e cultural, mas sim, como uma instituição social das mais complexas e importantes do sistema de

construção do conhecimento e comunicação humana, uma vez que, quando bem utilizada, tem o efeito catalisador na transformação para a sociedade da informação.

A sociedade da informação é o principal traço característico sobre o desenvolvimento, o mundo está em uma rápida e maciça transformação em termos sociais, culturais, políticos e econômicos. Este processo de transformação afeta quase todas as estruturas organizacionais. Uma das estruturas afetadas deste processo é a biblioteca com as suas características organizacionais, culturais e sociais, já que vem com a missão de coletar, preservar e disseminar a informação, com o objetivo de atender às necessidades informacionais da sociedade.

2.1 Biblioteca Escolar x arranjo e organização.

Em concordância com a afirmação de Milanese (1989), a eficiência de uma biblioteca deve ser medida pela rapidez com que é possível localizar um livro, e desta forma, entende-se que a organização da informação nas bibliotecas se faz exatamente para atender a esse anseio, ou seja, para poupar o tempo do leitor, como bem dizia Ranganathan.

Os sistemas de classificação mais utilizados em bibliotecas são a Classificação Decimal Universal (CDU) e a Classificação Decimal de Dewey (CDD), onde, as bibliotecas escolares devem optar por um desses sistemas. Nesta mesma perspectiva, Hoffman e Pereira (2006) também afirmam que a biblioteca escolar deve ter o compromisso de educar seus usuários no uso e manuseio adequado dos documentos que compõem o seu acervo, tornando-os aptos a utilizarem bibliotecas em quaisquer outras instituições por eles frequentadas. Por esse motivo, as autoras, igualmente defendem o uso de princípios básicos de organização utilizados em nível nacional e internacional nas bibliotecas escolares, como forma de proporcionar aos seus usuários a compreensão dos sistemas utilizados para o controle dos acervos, bem como das regras de funcionamento em outras instituições.

A escolha do sistema classificatório para este tipo de biblioteca varia entre os autores, como exemplo, Pimentel (2007), Silva (2002) optam pela CDU, e Kuhlthau (2006) e Hilleslieini e Fachin (2000) sugerem a CDD.

A representação de matérias bibliográficas pertencentes ao acervo de uma biblioteca escolar deve ser elaborada de maneira que possa suprir as necessidades de seus usuários. Dessa forma, sinalizar o acervo através do uso das cores se torna

uma prática que traz diversos pontos positivos no desenvolvimento da criança na utilização do acervo.

De acordo com Simão, Schercher e Neves (1993, p.29) o código de cores pode ser definido como “[...] um sistema de cores que reúne as obras através das cores convencionadas para representar o assunto e seus aspectos, pode estar aliado aos sistemas de localização fixa ou relativa ou se constituir em modalidade independente”.

Assim, a organização das informações nas bibliotecas escolares realmente pode fazer a diferença, pois, tal arranjo favorece a recuperação da informação de forma independente e auxilia as crianças de modo geral.

Desenvolver um ambiente em que as crianças sintam prazer de frequentar e em que ao mesmo tempo, consigam criar algumas competências fundamentais para seu aprendizado é um dos objetivos da biblioteca escolar.

Ao falar em atividades possíveis de serem trabalhadas no espaço da biblioteca, estamos referindo-nos aos incentivos ao gosto pela leitura, à capacidade dos alunos de buscar, selecionar e interpretar as diferentes informações disponíveis no acervo.

No entanto, para isso, os professores e os bibliotecários devem conhecer e estar preparados para atender as crianças em diversos estágios de sua formação. As atividades que são apresentadas a seguir devem corresponder ao desenvolvimento das crianças, bem como suas necessidades cognitivas.

As crianças possivelmente sejam o público que requer mais atenção dentro da biblioteca, porque necessitam de um acervo que seja claro e de fácil acesso e de maior assistência dos profissionais que trabalham na biblioteca.

a) Hora do Conto - essa é uma atividade tradicional na biblioteca. É importante que o professor e o bibliotecário saibam identificar qual é o tipo de livro adequado para cada faixa etária dos alunos. Nas antigas sociedades agrárias, contar histórias era natural, ou seja, os mais velhos estavam sempre contando casos e lendas. Realmente, não se sabe quando esse costume de contar histórias se instituiu como prática social, porém, pode-se afirmar que é bem antigo e de uma ordem universal.

O objetivo da “Hora do Conto” é contar histórias de forma alegre e agradável, a fim de atrair as crianças para o universo da literatura e dessa maneira, ajudar na formação de novos leitores.

Esta hora é um momento reservado para contar histórias normalmente conhecidas pela narradora. Segundo Melo; Neves (2005, p.3) “o sucesso desta atividade vai depender da arte da narradora em descrever fatos com emoção e originalidade, com o intuito de prender a atenção do ouvinte na história que está sendo narrada”.

As escolas precisam revitalizar o hábito de contar histórias, resgatando esta arte milenar. A contadora de histórias Busatto, (2003, p. 45-46) diz por que devemos contar histórias:

Conto histórias para formar leitores; para fazer da diversidade cultural um fato; valorizar as etnias; manter a História viva; para se sentir vivo; para encantar e sensibilizar o ouvinte; para estimular o imaginário; articular o sensível; tocar o coração; alimentar o espírito; resgatar significados para a nossa existência e reativar o sagrado.

Outro fator fundamental é a preparação do ambiente, pois, as crianças devem estar sentadas confortavelmente, e não deve haver ruídos que desviem a atenção delas enquanto a história estiver sendo narrada. Para criar expectativa, podem-se utilizar músicas, fantoches e teatro. O bibliotecário, também pode preparar a “hora do conto” utilizando CDs, vídeos e DVDs, dessa forma estará facilitando e dando mais recursos para o contador de histórias. O importante é que ao final da atividade, as crianças possam expor o que chamaram sua atenção, ou seja, interpretar a leitura e resumir o que foi lido.

b) Jogos educativos e recreativos - algumas crianças são competitivas desde muito cedo e incluir jogos educativos na aprendizagem e leitura pode ser um bom caminho a seguir. O exercício de soletrar é sempre popular, outra ideia é fazer uma competição sobre a maioria dos livros lidos durante todo o ano ou fazer um gráfico que complete o progresso de cada criança, onde, elas podem provar que leram os livros concluindo um breve resumo. São atividades de lazer as quais podem ser desenvolvidas na biblioteca e tem como objetivo atrair as crianças e desenvolver a integração, tais como: jogos de xadrez, gamão, damas, ludo, quebra-cabeças, jogo de memória. Logo, essa seção precisa, sempre da

assistência contínua da bibliotecária, a fim de que os competidores não perturbem o silêncio necessário da biblioteca.

c) Atividade no computador - Visto que os computadores da escola ficam quase que sempre nas bibliotecas, podem-se encontrar muitos aplicativos para as crianças trabalharem. Algumas ideias para atividades no computador, além da aprendizagem regular, são programas que ensinam aos alunos a como criar gráficos e que são lidos ao longo da aprendizagem. Outra idéia é fazer com que as crianças se animem criando os próprios livros, isto, com os incentivos dos professores e do bibliotecário.

d) Exposições de livros - A biblioteca deve manter uma exposição permanente de livros recém-chegados, bem como de outros documentos de interesse, a fim de divulgar conhecimento e informação. A produção intelectual dos integrantes da comunidade escolar também pode ser alvo de exposição, que deve ser organizada pelo responsável da biblioteca em conjunto com o professor. Exposições artísticas ou culturais, referentes a assuntos da atualidade ou material relacionado a alguma disciplina específica também podem ser exibidos com grande aplicação. Conforme Melo; Neves (2005, p.3) a exposição de livros tem como finalidade:

Conduzir o frequentador da biblioteca a conhecer livros ou assuntos existentes desconhecidos do leitor. As exposições de livros constituem elemento de atração da criança abrindo-lhe a curiosidade por determinados livros. Dando-lhe completo domínio sobre a escolha infantil. A exposição deverá ser realizada em um ponto estratégico, para que possa ser facilmente percebida e manuseada.

Assim, apresentar o livro e a leitura as crianças é um desafio, alguns obstáculos precisam ser vencidos. O bibliotecário precisa assumir o seu papel de mediador, direcionando as suas atividades para os interesses dos alunos, ser criativo e estar disposto a interagir com eles.

Dentre essas atividades, temos muitas outras, como: familiarizando-se com a biblioteca, conhecendo os materiais impressos, varal literário, peças teatrais e etc. No entanto, o que se deve ter em mente é como o bibliotecário vai desenvolver de

forma criativa essas atividades, sempre com o intuito de atrair os docentes para a Biblioteca, onde esta deve ser vista como o lugar do aprendizado prazeroso.

2.2 BIBLIOTECÁRIO ESCOLAR: habilidades e competências

Muitas bibliotecas escolares ainda possuem em seu quadro, professores readaptados, trabalhando nas bibliotecas, onde sem dúvida alguma a pessoa adequada para ocupar o lugar destes profissionais é o bibliotecário.

A principal atividade de um bibliotecário dentro de uma biblioteca escolar é atender as necessidades informacionais da escola, além das atividades técnicas, como também ser visto como um educador capaz de transmitir a essência da competência informacional.

Campelo (2003, p.3) afirma que:

Uma das funções do bibliotecário seria a de professor, encarregado de ensinar não apenas habilidades que vinha tradicionalmente ensinando (localizar e recuperar a informação), mas também envolvido no desenvolvimento de habilidades de pensar criticamente, ler, ouvir e ver enfim aprender a aprender.

A escolarização tornou-se obrigatória a partir do século XIX no Brasil, institucionalizando o ensino e proporcionando o direito à educação às crianças das camadas mais populares. Essa institucionalização do ensino é a escola, que atua como uma comunidade educativa formada por alunos, professores, profissional técnico administrativo, pais, especialistas em educação e outros colaboradores.

Um grande desafio tem sido frente ao papel educativo do bibliotecário, com a falta de entendimento dos professores em acreditar na competência desses profissionais, no que tange a contribuição na formação, em relação ao ensino/aprendizagem dos alunos. Nesse sentido Rocha (2006, p. 24), ressalta que:

O bibliotecário deve trabalhar em parceria com os docentes, compartilhando visões e conhecimentos comuns e vendo-se como semelhantes, entendendo que a base da cultura da informação é a democratização. Dessa forma haverá uma maior facilidade na formação de profissionais que tenham competência informacional.

Dentro desse contexto, entende-se que a escola, no seu coletivo, é o espaço privilegiado de formação da criança, do adolescente e do jovem. Seu papel é entendido como devendo ir além da socialização do conhecimento. A escola é considerada como uma instituição sociocultural, organizada e pautada por valores, concepções e expectativas, onde seus membros são vistos como sujeitos históricos e culturais que relacionam suas ideias, acordando ou contrapondo-se aos demais (MOTA, 2004).

Nessa perspectiva, a biblioteca, quando inserida no contexto escolar, tem como objetivo ser um espaço que auxilie o processo de ensino/aprendizagem. Logo, de nada adiantaria uma bela biblioteca escolar, com espaço físico e acervo suficiente às necessidades da comunidade escolar, se ela não dispõe de um bibliotecário escolar, com sensibilidade e competências que mantenha a mesma atraente e oportunizando aos usuários a descoberta de aprendizagens significativas e trabalhando sempre em parceria com os docentes. Assim, Rocha (2006, p. 20) destaca que:

O profissional competente é aquela que sabe agregar valor ao seu aprendizado, colocando-o em prática e ensinando os usuários a se tornarem cada vez mais autônomos em suas atividades numa unidade de informação.

As atividades dos bibliotecários escolares sofrem a influência das tecnologias da informação e comunicação (TICs), que pautadas na velocidade de transmissão de dados e facilidade de interagir com a comunicação.

A concepção interdisciplinar do bibliotecário diante dos novos desafios sociais em bibliotecas escolares públicas e/ou privadas exige especialização e reforça a importância deste profissional diante da crescente produção, sistematização e socialização da informação e do conhecimento.

Para Caldin (2003) o bibliotecário é o profissional ideal para gerenciar uma biblioteca escolar, a ele compete fazer com que esta unidade de informação funcione de modo apropriado e dinâmico. Para que sejam eficientes, os serviços de informação dependerão do talento, da competência e da habilidade de seus profissionais que devem renovar-se de maneira criativa.

Dessa forma, observa-se que a biblioteca escolar está cada vez mais desempenhando novos papéis, deixando-se de ser apenas uma guardiã de livros,

tornando-se um espaço multifuncional, ou seja, ela passa a ser um local para desenvolver um conjunto de atividades atualizadas e dinâmicas, de forma que a disseminação da informação seja apreendida pelos alunos.

Diante disso, o bibliotecário escolar é o profissional responsável pela gerência da biblioteca, ou seja, ele deve ser um agente proativo. A ele compete fazer com que essa unidade de informação funcione de modo apropriado e dinâmico. O referido profissional, precisa gerenciar os projetos da biblioteca de acordo com o plano curricular da escola.

Para Silva (1999, p. 76), o bibliotecário escolar é:

Uma espécie de coordenador da biblioteca, responsável, como já denota o termo, pela coordenação das sugestões, ideias, atividades vindas de todos os pontos da escola, sempre visando à transformação da biblioteca escolar num espaço dinâmico e articulado com o trabalho desenvolvido pelo professor. [...], o florescimento da postura de educador no bibliotecário escolar implica o seu desprendimento das tarefas mais técnicas. [...], não é possível admitir que o bibliotecário, especialmente o escolar, prenda-se a minúcias tecnicistas e, como consequência, relegue a planos inferiores o seu papel principal, qual seja, a orientação do leitor, sobretudo dos mais inexperientes, no contato com a biblioteca.

Assim, além das tarefas administrativas, educacionais e técnicas, o bibliotecário escolar, deve desempenhar algumas funções educativas, que se empregam no sentido de auxiliar a comunidade escolar na utilização adequada das fontes de informação, dando base para que o aluno saiba desfrutar esses conhecimentos também fora do ambiente de sala de aula.

Ely (2003) ressalta que os bibliotecários também têm uma função pedagógica e recreativa. A pedagógica, quando focalizam a educação do usuário no uso da biblioteca e das fontes de informação e a dimensão recreativa quando liga a atenção às necessidades individuais ou de grupos dos leitores.

Percebem-se os traços marcantes do perfil do bibliotecário escolar cuja preocupação não é apenas fornecer informação propriamente dita, mas orientar pessoas no alcance de conhecimentos. Podemos dizer que o bibliotecário escolar tem a responsabilidade de sugerir atividades de motivação, que estimulem o hábito de leitura, o gosto pela pesquisa e o próprio prazer de expandir o conhecimento. O papel educativo do bibliotecário escolar é similar ao do professor, pois ambos têm a função educativa dentro do processo escolar. As funções desempenhadas pelos

bibliotecários em seu ambiente de trabalho vão além de classificar, catalogar e indexar. Nessa perspectiva, vemos o bibliotecário escolar como o foco principal no que diz respeito à competência informacional, servindo de ligação entre os estudantes e a informação dentro do ambiente escolar, de forma que a biblioteca seja vista como extensão da sala de aula.

3 BIBLIOTECA ESCOLAR E O MARKETING EDUCACIONAL

Marketing é o processo social por meio do qual os indivíduos e grupos obtêm aquilo que necessitam e que desejam com a criação, a oferta e a livre comercialização de produtos e serviços, ou seja, é arte de escolher mercados alvos e de captar, manter e fidelizar clientes por meio de criação e comunicação, com isso, objetiva-se como principais ações identificar e satisfazer as necessidades mercadológicas quer sejam de serviços ou informação.

Nos dias atuais, a proposta do marketing originalmente se reconfigurou, pois, ao invés da empresa adaptar-se ao consumidor, o marketing atual busca adequar o consumidor aos objetivos da empresa. Para Kotler (1999) o marketing tem por principal responsabilidade o alcance do crescimento em receitas lucrativas, ele deve identificar, avaliar e selecionar as oportunidades, conquistar clientes nos mercados selecionados é princípio básico do marketing.

Kotler (1999) ressalta ainda que a administração de marketing seja vista como a arte da ciência da escolha de mercados alvos, da captação, manutenção e fidelização de clientes, tendo como ponto de partida o descobrimento das principais necessidades e desejo das pessoas. No caso especial do marketing educacional, é a área que utiliza estratégias e táticas mercadológicas para atrair cada vez mais clientes (alunos), determina que a instituição decida sobre as necessidades e os desejos de mercados-alvos, satisfazendo através de projetos, comunicação, serviços apropriados e prováveis (COBRA; 2004).

De acordo com Godri (1994) o marketing educacional tem como principal ponto a visualização de novos horizontes, novas possibilidades de criar cursos e atrair alunos, conquistando esse público potencial e mantendo ativa a instituição, de forma que continuem servindo de maneira que conquiste cada vez mais alunos.

Manes (1997, p. 15), afirma que “marketing educacional é o processo de investigação das necessidades sociais de aprendizagem, de modo a orientar e desenvolver programas educativos que as satisfaçam.” A maior contribuição do marketing, neste contexto globalizado e altamente competitivo, é o seu foco estratégico. O marketing tem muito a colaborar com o desenvolvimento da visão da organização, pois está vinculado às alterações ambientais, desenvolvendo atividades relacionadas a consumidores, canais e concorrentes, os quais estão inseridos nesta esfera.

Para o verdadeiro marketing acontecer, deve haver uma interação entre todos os setores, interação que os especialistas em Recursos Humanos chamam de endomarketing, isto é, o processo pelo qual valoriza o cliente interno, melhorando assim o clima organizacional, de forma que os clientes externos percebam a interação da instituição (COLOMBO, 2005).

Assim, com o passar dos anos, à medida que o marketing foi sendo mais bem estudado e, incorporado às mudanças radicais que foram acontecendo no setor da educação, principalmente em se tratando do aumento de escolas e consequentemente de alunos, as instituições precisaram se adaptar à realidade e exigências desse “novo” mercado, lançando mão de táticas para se sobressaírem a modelos educacionais mais modernos e mais eficientes. Nesse caso, as instituições de ensino precisaram tornar seu serviço muito mais atraente e divulgado, incrementando sua missão educacional.

Sendo assim, o marketing educacional se torna uma realidade presente para que as escolas conheçam seu público – que engloba alunos, pais e responsáveis, de forma que estes conheçam as suas reais necessidades; trabalhem para garantir a eficiência em seus serviços e; concomitantemente, proporcione satisfação.

Enfim, cabe reforçar as afirmativas aqui apresentadas de que o marketing tem um papel muito importante no desenvolvimento das atividades escolares, porém, deve-se ressaltar também que as observações dos ensinamentos de marketing devem ser feitas de maneira com que o seu real significado seja utilizado, evitando-se que interpretações equivocadas venham a culpar o marketing pelo fracasso no alcance dos objetivos da instituição.

3.1 BIBLIOTECA ESCOLAR: Marketing e Endomarketing

O primeiro passo para a criação de qualquer plano de marketing é saber a necessidade da instituição. No caso especial da biblioteca, pois, é muito importante saber o que a escolar quer e pretende fazer com essa unidade de informação.

O marketing dar visibilidade a biblioteca escolar, aplicando recursos, utilizando-se de ferramentas estratégicas como: cores, energias, contos, literaturas para crianças, essas são algumas das ferramentas atrativas para os leitores que são inseridos nessa viagem do saber.

O marketing é um estimulante que encoraja a inovação. Quando uma escola traça a meta de crescer 30% ao longo do ano seguinte, certamente vai focar o

objetivo sobre suas propostas. Nesse caso, é preciso saber de onde vem os 30%. Baseado nisso alguns questionamentos se faz necessário: A biblioteca pode contribuir para o alcance dessa meta? A biblioteca pode ser um ponto essencial para atrair ou até mesmo afastar clientes? Percebe-se que sim, pois, a biblioteca é um espaço proposto de incentivo a leitura, um lugar lúdico e assim, se a mesma não for uma parceira entre docentes e discentes, a escola pode não desenvolver suas atividades de forma coerente e dinâmica.

Logo, percebe-se o que o uso do marketing em bibliotecas, além de recente, ainda é restrito. Nessa perspectiva, os bibliotecários devem estar atentos para a importância da aplicação do marketing na administração dessa unidade de informação, um bom emprego de suas técnicas poderá garantir que a biblioteca cumpra sua missão, conhecendo seu público, oferecendo ao usuário o que ele necessita de maneira mais adequada e, principalmente, fazendo com que este público saiba o que a biblioteca tem a oferecer (FERNÂNDES MARCIAL, 2004).

As técnicas de marketing constituem um instrumento para aumentar e melhorar o uso dos serviços, já o Endomarketing consiste em ações de marketing dirigidas para o público interno da empresa ou organização, sua finalidade é promover entre os funcionários e os departamentos os valores destinados a servir o cliente ou, dependendo do caso o consumidor.

Essa noção de cliente transfere-se para o tratamento dado ao funcionário comprometido, de modo integral com os objetivos da empresa; o comprometimento implica a adesão aos valores e objetivos da instituição por meio de endomarketing, pressupondo o trabalho em equipe, em um contexto marcado pela cooperação e pela integração dos vários setores da organização. Dessa forma, o endomarketing trabalha apoiado com o instrumental fornecido pelo próprio marketing.

As ações de endomarketing são voltadas ao público interno (funcionários das organizações) e empresas focadas no lucro, não lucrativas, governamentais e das do terceiro setor. É um processo com foco em alinhar, sintonizar e sincronizar para programar e operacionalizar a estrutura organizacional da empresa, que depende da ação para o mercado e a sociedade, objetiva facilitar e realizar trocas, construindo um elo no relacionamento com o público interno, compartilhando objetivos empresariais e sociais da organização, cativando e cultivando para harmonizar e fortalecer essas relações e melhorando, assim a imagem e o valor da instituição.

Algumas empresas veem a comunicação interna como uma estratégia de aproximação com os seus funcionários e decidem pela implantação de um programa de endomarketing. As organizações estão conscientes que devem trabalhar melhor as informações, e afirma que é preciso saber formar canais de comunicação com o público interno, aperfeiçoando para os objetivos propostos e atingindo o seu coração. (BRUM, 2005).

Desta forma observa-se a importância da implantação do endomarketing bem fundamentado e com objetivos definidos, visando atender o público interno da organização com excelência. Conforme Maxwell, (2011, p.161):

Todos nós gostamos de ouvir coisas boas a nosso respeito, todo mundo acha ótimo ser apreciado. No entanto, muita gente não recebe um retorno positivo ou manifestações de apoio no trabalho. Com frequência, o que acontece é o contrário: as pessoas se sentem desvalorizadas. Os patrões agem com soberba e tratam seus funcionários com desdém ou, pior com desprezo. E isso acaba com qualquer relacionamento, até mesmo uma relação profissional.

Uma cultura de empresa literalmente impregnada na orientação ao cliente externo deve compartilhar ao mesmo tempo, uma clara orientação ao cliente interno. Esse duplo direcionamento conjectura valores que deveriam ser básico em todas as empresas, tanto no serviço, quanto na qualidade, colaboração, espírito de melhoria contínua, profissionalismo, entrega, entre outros. Uma vez que, o fortalecimento desse vínculo entre cliente interno e externo, por meio de uma cultura com essas características e de uma liderança que a gerencie a cada dia, implica a retroalimentação e durabilidade da cultura da empresa.

A empresa que visa desenvolver o conceito de endomarketing abraça uma série de variáveis de parceria com os funcionários, tais como: a comunicação direta da liderança com a equipe, premiações internas, reconhecimentos, eventos esportivos, palestras, celebrações e ouvidoria, entre outros. Estes são aspectos que impulsionam os profissionais a se destacarem cada vez mais dentro de seus ambientes de trabalho.

De acordo com Stephens (2004), se a organização quer funcionários motivados deverá modificar continuamente o ambiente em que eles trabalham, satisfazem dos suas necessidades, para que dessa forma o colaborador cumpra as metas organizacionais.

Uma organização que desperta o interesse dos colaboradores ao projeto, a motivação e mobilização são as que mais contribuem para o sucesso dos seus objetivos. Assim, os funcionários passam a acreditar na importância do seu trabalho, focando no sucesso da empresa, essa é a grande finalidade do endomarketing.

3.2 COMPOSTOS DE MARKETING NA BIBLIOTECA ESCOLAR

A biblioteca escolar requer ações de marketing que formem mais profissionais conscientes e proativos; definam a utilização da criatividade como sendo a essência do trabalho desenvolvido, um avanço lento, mas inexorável, destacando a importância do planejamento no conjunto das atividades da biblioteca.

A tendência a uma maior integração entre biblioteca/bibliotecários e usuários, exige mudanças nas estruturas da unidade, tornando-as mais flexíveis e voltadas para as novas expectativas e necessidades do usuário, este sendo a peça mais importante e por quem toda engrenagem devem funcionar, isso implica no envolvimento não apenas de professores, bibliotecários e alunos, mas também dos diretores, de forma que todos pensem e executem em conjunto.

Uma instituição informacional que segue as técnicas do marketing, de maneira nenhuma pode deixar de fazer uso do composto de marketing. O bibliotecário deve conhecer as características e objetivos da biblioteca escolar a qual esta inserida, para assim, determinar o mercado a que se destina o produto, o preço, a praça e a promoção, os quais são peças essenciais para organizar e trabalhar com o marketing (BONAVITA e DURO, 2001).

a) Produto – oferta de serviços

Podemos considerar o produto como algo que é oferecido ao mercado, logo, o acervo da biblioteca constitui-se nesse contexto, pois o mesmo é considerado tangível, ou seja, é palpável.

Nessa perspectiva, o acervo é concentrado em computadores, televisões, fax, telefone, impressoras, etc. No entanto, também existem os serviços intangíveis, os que não podem ser tocados e nesse gênero entram um amplo leque de serviços, como: empréstimos domiciliar, acesso ao banco de dados, atividades com leitura, exposições, acesso ao catálogo entre outros.

A criação de uma biblioteca com serviço de informação eficiente e eficaz deve ser desenvolvida sob ações de recursos humanos, financeiros, materiais; o planejamento do espaço físico é fundamental para garantir as condições favoráveis de acordo com a proposta pretendida, de forma que leve em consideração o crescimento contínuo da unidade de informação; levar em consideração o crescente número de usuários da comunidade, que utiliza a biblioteca; planejar e executar novos serviços, sempre aplicando o Endomarketing, com o propósito de incentivar cada vez a dinâmica dos bibliotecários.

Todos os serviços realizados na biblioteca devem estimular a satisfação do usuário. O produto tangível, o acervo da biblioteca, praticamente é o mesmo em todas as bibliotecas escolares, portanto o diferencial se fará na prestação de serviço, na criação de atividades, onde será possível tornar a biblioteca também em um laboratório de leitura e escrita.

b) Preço – contrato

No sentido tradicional, o preço é o valor que se atribui a um produto ou serviço, tendo em conta o investimento na sua produção, a remuneração do trabalho para produzi-lo e comercializá-lo.

O preço é, provavelmente, o item menos aplicável dos conceitos de marketing aos serviços das bibliotecas como elas estão estruturadas hoje. É incontestável que, nas bibliotecas escolares, os serviços são majoritariamente gratuitos, o que permite que este serviço mantenha o seu princípio democrático de acesso à informação por parte de todos os elementos da comunidade escolar e educativa.

c) Praça

A praça também é conhecida como a distribuição, a qual é um componente que planeja a forma dos produtos e serviços, de forma que se tornem acessíveis aos usuários. Nas instituições escolares, só recentemente é que este composto está sendo valorizado como item para acrescentar valor aos serviços prestados.

Nas bibliotecas, a distribuição física do setor ou distribuição logística consiste no armazenamento do produto, organização, disseminação, controle bibliográfico, processamento do pedido, entrevista de referência, localização física do setor e o serviço ao cliente.

A distribuição é também o acesso no tempo, é necessário assegurar que o serviço esteja disponível quando o utilizador tem necessidade dele. As escolas devem assegurar o funcionamento da biblioteca, de forma eficiente e eficaz.

d) Promoção – comunicação

A promoção ou comunicação é o último fator do composto de marketing, a qual investe em usuários reais e potenciais para informá-los dos serviços disponíveis.

Na biblioteca, os principais meios de comunicação são: propaganda, contato pessoal e clima, o qual diz respeito ao ambiente físico da biblioteca, uma área de promoção que deve ser considerada. Também se podem usar instrumentos como jornais, murais, boletins informativos, guias da biblioteca, visitas orientadas, entre outros.

Dessa forma, frequentemente, o marketing é associado a fins lucrativos, como se fosse seu principal objetivo. Assim, uma biblioteca que não cobra por seus serviços, não teria motivos de desenvolvê-lo. Esta ideia é totalmente equivocada, pois se os bibliotecários trabalham com o público das mais variadas necessidades informacionais, logo o marketing aplicado à unidade de informação é uma ferramenta para conhecer seus clientes/usuários e atender, de modo eficaz, satisfazendo suas necessidades e desejos, com isso acaba promovendo sua unidade e garantindo o sucesso da instituição.

Em suma, considera-se que o marketing para bibliotecas é voltado para uma troca mútua e benéfica, entre bibliotecários, docentes e usuários, sempre com o intuito de atender as necessidades informacionais de quem dela precisar.

3.3 PEQUENOS USUÁRIOS, GRANDES LEITORES: Marketing para crianças.

O desejo de descobrir o que existe nos livros, geralmente, existe em cada criança e adolescente, no entanto, cabe à escola e familiares desenvolvê-lo, utilizando toda a sua estrutura e filosofia adotada, bem como, todo seu espaço físico. Estimular e permitir que a criança desperte o desejo de conhecer o que há nos livros, é tarefa também dos bibliotecários, que devem estar sempre atentos a conquistar usuários leitores.

No ambiente educacional, as bibliotecas são os primeiros compostos de recursos valiosos para o desenvolvimento intelectual, por proporcionar um ambiente lúdico, vivaz, multidisciplinar, que favorece ao desenvolvimento cognitivo, descoberta da linguagem, seja oral ou escrita, principalmente nas crianças.

No plano de ação da biblioteca, a aluno, sobretudo, os do ensino fundamental, são muito atraídos pelo lado visual, devido à inteligência sensório-motora, período compreendido entre o nascimento e dois anos, nessa fase as crianças desenvolvem a capacidade de reconhecer a existência de um mundo externo a eles, tendo autonomia para explorá-lo e construir sua percepção de mundo.

Nas primeiras fases do desenvolvimento seja infantil/fundamental, a biblioteca escolar é o espaço para construção do conhecimento, favorecendo para uma aprendizagem significativa, por vivenciar a situação de ensino, desses que se constituem em experimentos reais que servem como base para o desenvolvimento do pensamento. É importante destacar que a utilização do espaço do saber deve ser permeada por ações planejadas, em um trabalho em conjunto, no sentido de que esse espaço seja explorado da melhor forma possível.

As crianças há bem pouco tempo, não tinham liberdade de escolha, não eram se querem consultadas nas compras de livros direcionadas a elas mesmas. Hoje, esta realidade mudou, as elas são usuárias e consumidoras de informação, com alto grau de curiosidade, e percebe-se que muitas bibliotecas escolares, estão preparadas para essa realidade e os bibliotecários não se deram conta disso.

Não existe iniciativa das editoras em promover seus serviços, principalmente para atingir pais e educadores, que devem ser os principais incentivadores de despertar o gosto pela leitura nas crianças. O marketing entra neste cenário para alavancar esta ideia e tornar evidente o trabalho do bibliotecário como divulgador deste projeto.

4 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, é apresentada a metodologia utilizada para aplicação da pesquisa e a obtenção dos resultados. Gil (2010, p. 25) evidencia a importância da definição da metodologia quando afirma que “[...] quando o pesquisador consegue

rotular seu projeto de pesquisa de acordo com um sistema de classificação, torna-se capaz de conferir maior racionalidade às etapas requeridas para sua execução”.

Dessa forma, é necessário que classifique a pesquisa e se defina quais instrumentos mais adequados para se alcançar os objetivos da mesma.

4.1 CLASSIFICAÇÃO E TIPO DO ESTUDO

O estudo consiste em uma pesquisa exploratória, utilizando-se de um estudo de caso. Neste contexto, o estudo é de natureza quali-quantitativa, fazendo uso de estratégias do método de estudo de caso para melhor investigar o problema de pesquisa e o ambiente do colégio como fonte direta de dados, que se transformam em excelentes subsídios para o estudo.

De acordo com Amboni (1996),

- a) a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta de dados, e o pesquisador como instrumento fundamental;
- b) a pesquisa qualitativa é descritiva;
- c) o significado que as pessoas dão às coisas e à própria vida é a preocupação essencial do investigador;
- d) pesquisadores utilizam o enfoque indutivo na análise de seus dados e;
- e) os pesquisadores qualitativos estão preocupados com o processo e não simplesmente com os resultados e produtos.

Sendo assim, optou-se pelo método quali-quantitativo, pela necessidade de descrever a atual situação do objeto em estudo, bem como entender, que o processo que envolve a pesquisa é tão importante quanto os resultados.

Quanto à tipologia, a pesquisa pode ser considerada como bibliográfica, do tipo levantamento e descritiva. Bibliográfica, justifica-se por sua necessidade de obter maior conhecimento teórico sobre o tema e de levantamento por pretender colher informações de um grupo representativo de pessoas. Foi utilizado o tipo de pesquisa descritiva, por meio de levantamento de dados, para melhor identificar as características dos elementos estudados.

4.2 CAMPO E O UNIVERSO DE ESTUDO

O universo de bibliotecas escolares de Instituições privadas do Município de João Pessoa é amplo, considerando essa amplitude, trabalhamos com uma amostra de 05 bibliotecas de colégios particulares e que atende crianças da Educação Infantil até o Terceiro ano do Ensino Médio, denominadas:

- a) Colégio Lourdinas;
- b) Externato Santa Dorotéia;
- c) Colégio João XXIII;
- d) QI Colégio e Curso;
- e) Colégio Século.

A escolha dos Colégios aconteceu de forma eventual. Sabemos que os usuários das bibliotecas da comunidade escolar são compostos por professores, discentes, pais, funcionários técnicos administrativos, entre outros, no entanto, tomamos por realizar a coleta de dados com os bibliotecários ou gestores das referidas bibliotecas escolares, que foi composto por 05 sujeitos.

4.2.1 Colégio Lourdinas e sua Biblioteca

O Colégio é dirigido pelas Irmãs da Imaculada Conceição de Nossa Senhora de Lourdes.

Em 1908 o Instituto chega às terras brasileiras fundando sua primeira casa em Petrópolis, Rio de Janeiro e em 1940 instala-se no Nordeste, em João Pessoa, fundando assim, o Colégio em questão.

As atividades educativas tiveram início no dia 04 de março no prédio na Rua Monsenhor Walfredo Leal, 476. Tinham 45 alunas, sendo 12 no jardim da infância, 13 no 1º primário, 10 no 2º e 3º ano. Ainda durante o ano de 1940, começa a construção do novo prédio num terreno doado pelo Governador Argemiro de Figueiredo, situado na Avenida Epitácio Pessoa, nº 208, mais amplo e melhor estruturado.

Para enfrentar o desafio de uma proposta educativa, o Lourdinas crava suas bases na proposta cristã de educação cujo objetivo é despertar o amor, a justiça e a solidariedade do ser humano.

Há mais de 70 anos o Colégio Nossa Senhora de Lourdes, tem como lema “A Cristo por Maria”, inspirado nos princípios cristãos de liberdade e solidariedade.

A biblioteca é aberta para os alunos, professores e funcionários são compostos por didáticos, paradidáticos, livros técnicos, enciclopédias, literatura infantil e juvenil, literatura americana e brasileira, e revistas, atualmente sobrevivem através de compras e doações.

O horário de atendimento é de segunda a sexta-feira das 07h00min às 17h00min. Os empréstimos são realizados mediante a apresentação da carteirinha do usuário, quando o exemplar esta em falta, faz-se a reserva.

4.2.2 Colégio e Biblioteca do Externato Santa Dorotéia

O Externato Santa Dorotéia exerce suas atividades em João Pessoa, desde 1965 onde funcionou de início em casa alugada, na Avenida Coremas. Em 1966 transferiu-se para o Bairro Miramar, abrindo os cursos: Jardim da Infância, Pré-Escolar e Primário.

Atualmente com 43 anos, o Colégio atende criança e jovens da Educação Infantil ao Ensino Médio. Tem uma longa vida e uma linda história de educação transformadora fundamentada à luz dos valores e da Instituição pedagógica de Paula Frassinetti que dão força a sua proposta pedagógica sustentada em quatro pilares: educar pela via do coração e do amor; da simplicidade; do espírito de família e de uma instituição em que as crianças e jovens desenvolvem a consciência crítica.

Durante estes ano, o Externato teve como Diretoras as Irmãs Dorotéias: Irmã Maria Dantas – fundadora de 1965 a 1967; Irmã Maria Olívia Barros de 1968 a 1972a esta coube à construção do prédio; Irmã Anísia Vasconcelos Moura de 1973a 1975 e atualmente está a Irmã Maria Madalena Fernandes.

A Biblioteca Santa Isabel, pertence à Escola, situada na Rua Eduardo Medeiros, 89, no bairro Castelo Branco. Atende da Educação Infantil ao Ensino Médio. A biblioteca tem cerca de 3.000 títulos, que vai de livros a periódicos, atuando como suporte informacional das disciplinas, estando integrada ao projeto pedagógico.

4.2.3 Colégio e Biblioteca João XXIII

O acervo da biblioteca é composto por diversos exemplares, como: literatura infantil e juvenil, livros técnicos de psicologia, religião, ciências sociais, matemática, química, física, artes, geografia, história geral e do Brasil e diversas biografias, enciclopédias, coleção Barca, dicionários, atlas, autores paraibanos, literaturas portuguesas, inglesas, alemã e espanhola.

Todos os livros foram classificados e catalogados manualmente, apenas os paradidáticos e literatura portuguesa foram automatizados.

FIGURA 02 - Acervo da biblioteca João XXIII



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

FIGURA 03 - Espaço de leitura da Biblioteca João XXIII



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

4.2.4 Colégio e Curso QI e sua Biblioteca

Foi difícil encontrar o histórico da biblioteca e do próprio colégio. O site o qual poderia nos dar um direcionamento, não estava abrindo o link.

Destaca as ações que promove o incentivo a biblioteca que são: proporcionar um ambiente favorável à pesquisa e leitura, eventos acadêmicos voltados para a leitura e produção textual.

Sobre a organização da biblioteca, o gestor explica que os livros e estantes estão bem organizados, classificados de acordo com a CDU e catalogados, dessa forma os leitores se situam com mais conforto, sendo assim permitindo sinalização para que os usuários se orientem dentro da biblioteca.

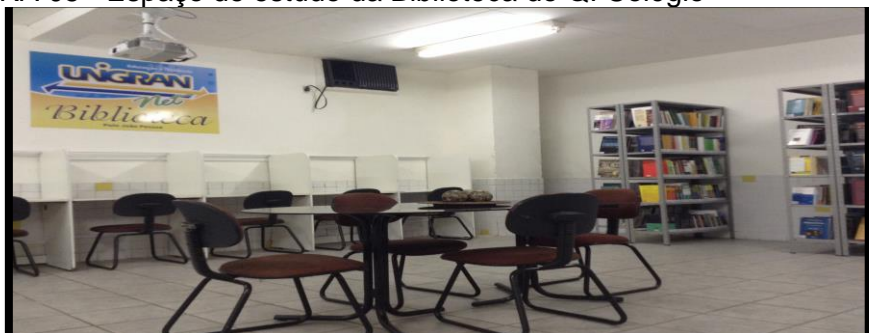
Por fim de maneira geral muito se precisa ser feito, o responsável informa que os alunos gostam muito do espaço para desenvolver suas pesquisas de leitura, é um ambiente de reflexão e encontro do conhecimento, os usuários sempre trazem sugestões, como por exemplo, ampliar a quantidade de exemplares.

FIGURA 04 - Espaço de estudo da Biblioteca do QI Colégio



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

FIGURA 05 - Espaço de estudo da Biblioteca do QI Colégio



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

4.2.5 Colégio Século e sua Biblioteca

O Colégio Século iniciou seu trabalho em 1996, concretizando assim o sonho de uma educadora Doralice Honório Dantas. Desde então, não parou de investir na educação com base na formação humana.

Nos primeiros anos era chamada Creche Escola Só Baby, onde logo surgiu a necessidade de acompanhar o desenvolvimento e crescimento dos alunos, mudando o nome para Século Colégio e Curso.

Não se sabe ao certo quando surgiu a biblioteca na escola, uma vez que quem trabalhava na biblioteca eram pedagogas. No entanto, o que se diz é que em setembro de 2013, em virtude da necessidade do profissional bibliotecário na instituição, a biblioteca foi desenvolvida para a comunidade escolar.

FIGURA 06 -Acervo da biblioteca do Colégio Século



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

4.3 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Para o levantamento dos dados foram utilizados os seguintes instrumentos de coleta: observação participante e questionário com perguntas abertas e fechadas (Apêndice A).

A observação, por sua vez, permite ao pesquisador a identificação de características importantes não mencionadas no questionário. Gil (2010, p. 100) define observação como “[...] uma técnica de coleta de dados para conseguir informações que utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade”.

4.4 MÉTODO DE ANÁLISE DE DADOS

A coletados dados foi realizada no mês de agosto de 2014, através de uma visita única a cada instituição selecionada para efeito de observações. A visita foi agendada com as responsáveis pelas bibliotecas.

Em algumas escolas, foi possível realizar fotos, em outras, não tivemos a autorização.

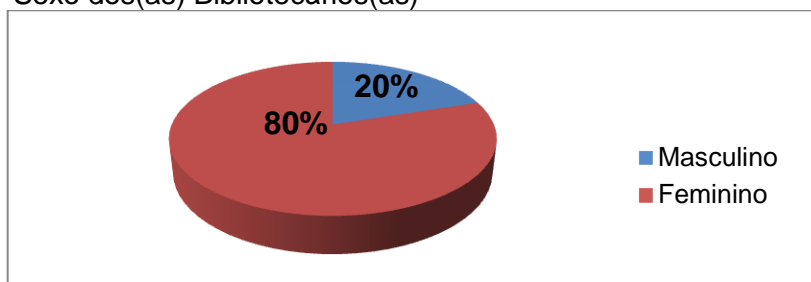
A análise dos dados ocorreu também no mês de agosto de 2014 e foi realizada sob a luz do referencial teórico. Haja vista a necessidade utilização para subsidiar a interpretação do material empírico.

5 ANÁLISE DOS DADOS

5.1 PERFIL DOS COORDENADORES DAS BIBLIOTECAS

Com relação à primeira parte da análise, as informações correspondentes são em relação à identificação dos bibliotecários no que tange: sexo, faixa etária, tempo que trabalha na instituição e formação, como podemos observar no gráfico 01, 02, 03 e 04.

GRÁFICO 01 - Sexo dos(as) Bibliotecários(as)

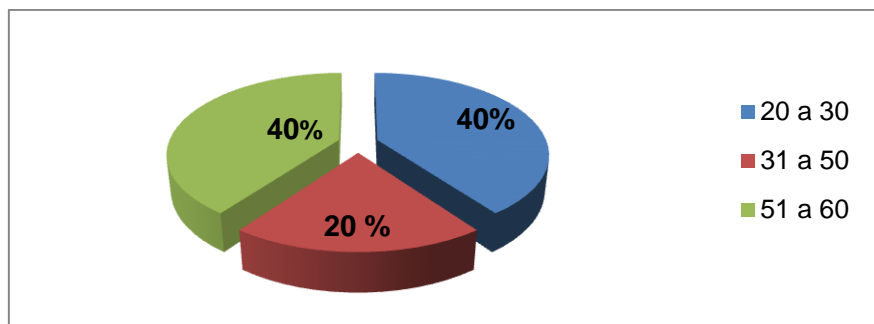


Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

De acordo com o gráfico 01, observamos que a maioria dos bibliotecários que estão nas bibliotecas escolares é do sexo feminino, o que corresponde a 04 profissionais (80%) e apenas 01 masculino (20%).

Essa constatação, pois percebemos que o curso de Biblioteconomia, constitui-se ainda como uma profissão considerada feminina. É salutar destacar que já houve evolução em relação à fundação do curso de biblioteconomia, onde eram encontradas nas Bibliotecas, apenas mulheres.

GRÁFICO 02 - Faixa etária dos bibliotecários



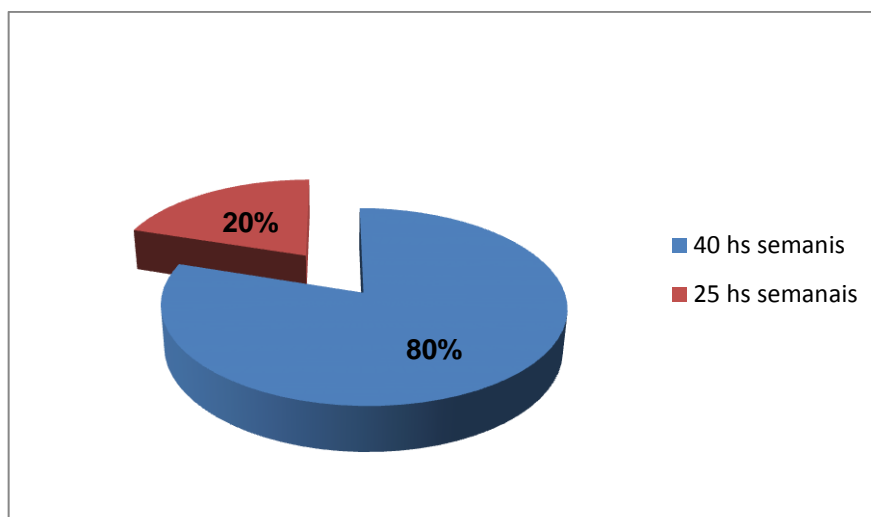
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

No gráfico 02 , percebemos que a predominância das faixas etárias 40% - 2 bibliotecários seguindo entre 20 a 30 anos e ainda a faixa etária entre 31 e 50 (20% - 1 bibliotecário 02 bibliotecários na faixa etária de 51 a 60 anos e um na faixa dos 31 a 50.

Segundo Rocha (2006, p. 44) “devemos considerar o fato de que em muitas instituições, há profissionais trabalhando há mais de 10 anos, outro que já estão aposentados e ocupam novamente vagas de trabalho no campo da profissão de bibliotecário”. O que nos leva a perceber o interesse por esses profissionais a continuar exercendo suas profissões, mesmo depois de aposentados.

Com relação ao questionamento sobre a carga horária dos profissionais, temos os seguintes dados:

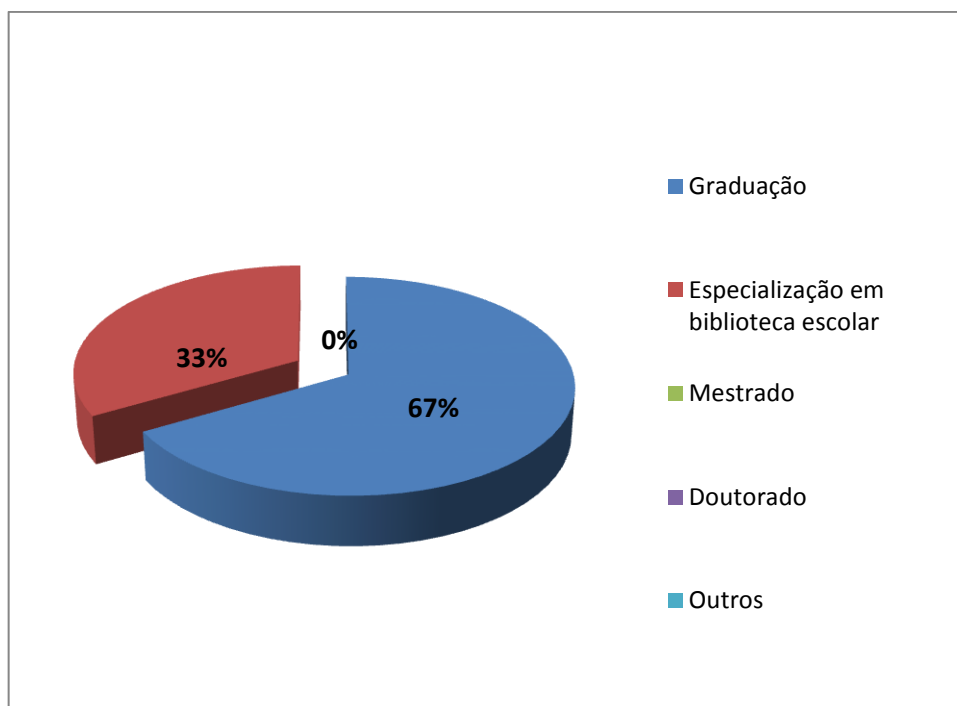
GRÁFICO 03 - Carga horária de trabalho



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Percebemos que o maior percentual é de 40 horas semanais com 04 funcionários e um com 25 horas semanais. Não podemos deixar de levar em conta o tempo de trabalho, uma vez que, a maioria dos pesquisados, estão trabalhando há bastante tempo nas escolas, três (03) variando de 08 a 17 anos e dois (02) deles são mais recentes, um (01) com apenas um (01) ano de atividades e um (01) com onze meses ressaltam que a média de carga horária de trabalho de um bibliotecário é de 40 horas semanais.

Foi perguntado sobre a formação dos bibliotecários gestores e no gráfico a seguir percebemos:



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

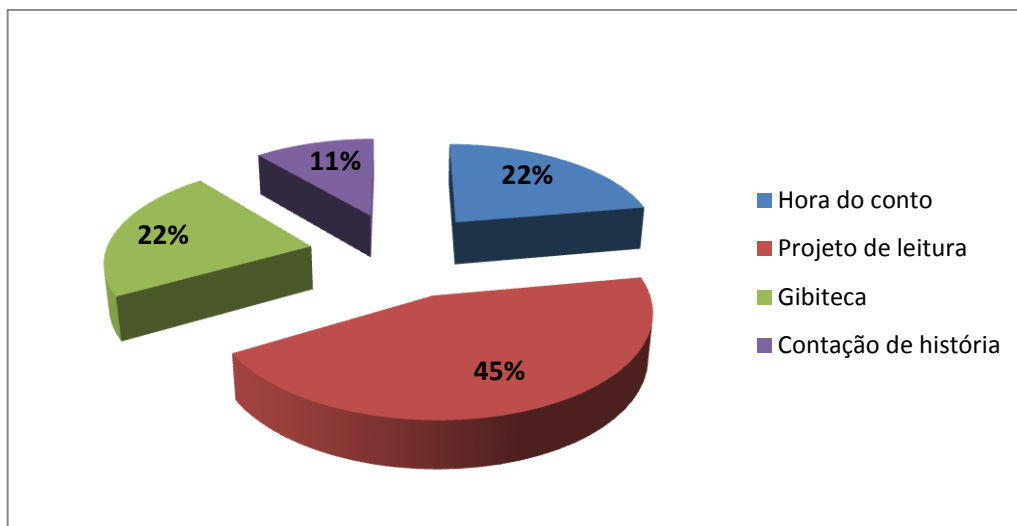
As maiorias dos bibliotecários possuem a graduação de biblioteconomia pela Universidade Federal da Paraíba. Apenas 02 (33%) profissionais fizeram especialização na área de bibliotecas escolares e um deles não é formado em biblioteconomia, é formado em redes de computadores e especialista em tecnologias para educação.

Mesmo percebendo que os bibliotecários pesquisados, em sua maioria não se preocuparam em uma formação continuada, o que não deveria acontecer, principalmente, porque estes trabalham com a educação. Assim, ressaltamos a importância também de participarem de eventos da área, fazerem especialização, Mestrados, entre outras. Dessa forma, além de se esforçarem pela construção de um novo perfil, estarão também atentos às novas exigências do mercado de trabalho.

5.2 AÇÕES DE INCENTIVO A LEITURA

Essa parte do questionário foi destinada a levantar dados sobre as ações das bibliotecas a respeito dos incentivos a leitura que as mesmas proporcionavam aos seus usuários.

GRÁFICO 05 - Ações que promovem o incentivo a leitura.



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Projeto de leituras é o foco com maior percentual praticado pelas bibliotecas escolares. Esses projetos são voltados para divulgação do acervo, premiações aos alunos que realizou mais empréstimos, exposições de murais, gibiteca, concurso de contação de histórias, realização de feiras de livros,

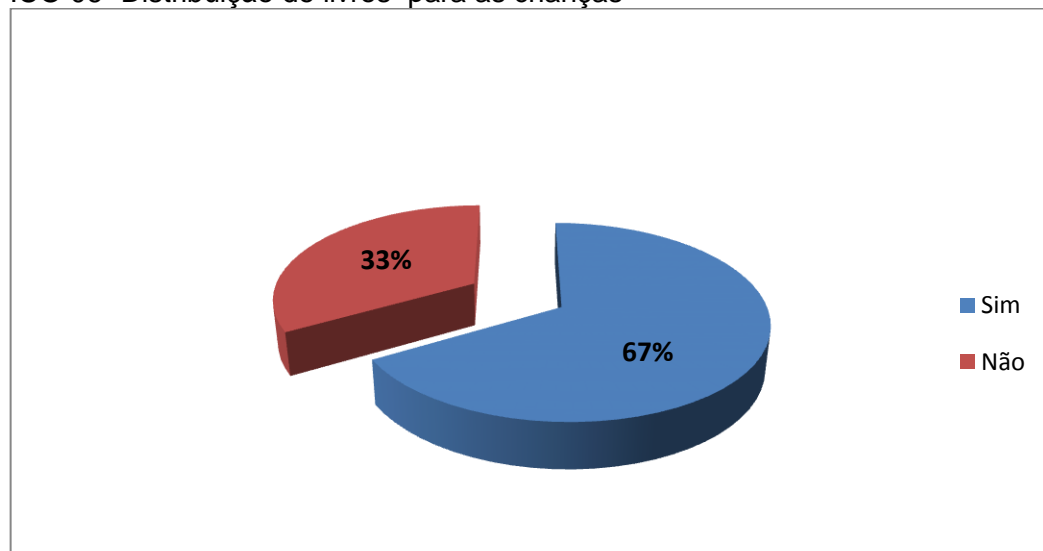
A gibiteca e hora do conto são as duas atividades que ficaram com segundo maior percentagem, seguido da contação de histórias. É salutar perceber que a gibiteca obteve um resultado significativo, afinal, percebemos que o preconceito que havia com o passar do tempo foi superado e os educadores passaram a se apropriar dos quadrinhos nos trabalhos de incentivo a leitura.

Entretanto, não podemos deixar de ressaltar a importância de romper as paredes da sala de aula, uma vez que o incentivo a leitura pode ser despertado de várias formas, como estamos na era da tecnologia e sobretudo, porque as crianças e os jovens tem acesso muito rápido a essas ferramentas, se faz necessário que escolas e bibliotecários, comecem a trabalhar também com as bibliotecas digitais, ou seja, mostrar para os alunos que as bibliotecas vão até a casa deles, fazendo-os perceber que as informações e o aprendizado não estão presos as paredes físicas de uma biblioteca.

Dessa forma, Rocha (2006, p. 54) destaca que os bibliotecários devem “saber manusear as novas tecnologias da informação, onde podemos relacionar com a capacidade dos profissionais da informação – bibliotecários estarem sempre se atualizando frente a esta ferramenta de trabalho”. Dessa forma, entendemos a importância da competência tecnológica para o referido profissional.

Em seguida, foi interesse saber se o acervo infantil era suficiente e posteriormente se seus móveis, equipamentos e objetos atendiam as necessidades dos usuários.

GRÁFICO 06 -Distribuição de livros para as crianças



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

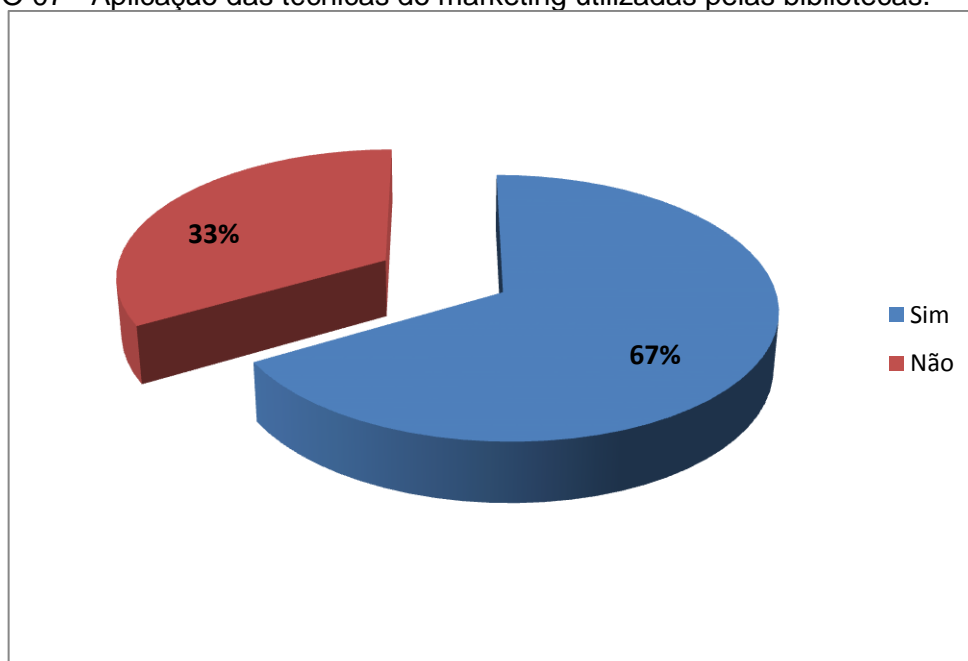
Foram analisadas as instalações físicas, móveis, equipamentos e a coleta de informações sobre o acervo, a fim de identificar os tipos e estimar a distribuição dos livros entre os usuários.

O planejamento do espaço da biblioteca deve ser feito em função do acervo e do uso que se pretende dele fazer. Além de salas para abrigar o acervo geral, a coleção de referência e a de periódicos deve ser previstas nas salas para uso individual e de grupos, como também locais específicos para uso de equipamentos tecnológicos (computadores, tablets, DVDs, entre outros); lugar separado para a coleção infantil, destinados para atividades com crianças menores; além de salas de projeções. Tal espaço facilitará o planejamento e o desenvolvimento do programa biblioteca. Se esse ideal não é possível, será necessário planejar criteriosamente as atividades na biblioteca, otimizando-se o uso dos locais disponíveis. (CALDEIRA, 2002).

De acordo com os percentuais apresentados no gráfico, 67% dos bibliotecários gestores explicam que a unidade de informação é composta de livros didáticos e paradidáticos; literaturas brasileiras e estrangeiras; mapas; DVDs; CDs e outros materiais que fazem parte do acervo para consulta em uma biblioteca; conta

com o espaço físico para acomodar o acervo; ambiente para serviços e atividades para os usuários; possui materiais que atendem os interesses e necessidades das crianças. Os pesquisados, também informaram que os móveis e equipamentos, computadores, mesas e cadeiras são suficientes. Já 33% deles afirmaram que o número de livros e móveis não é adequados para o espaço da biblioteca.

GRÁFICO 07 - Aplicação das técnicas do marketing utilizadas pelas bibliotecas.



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

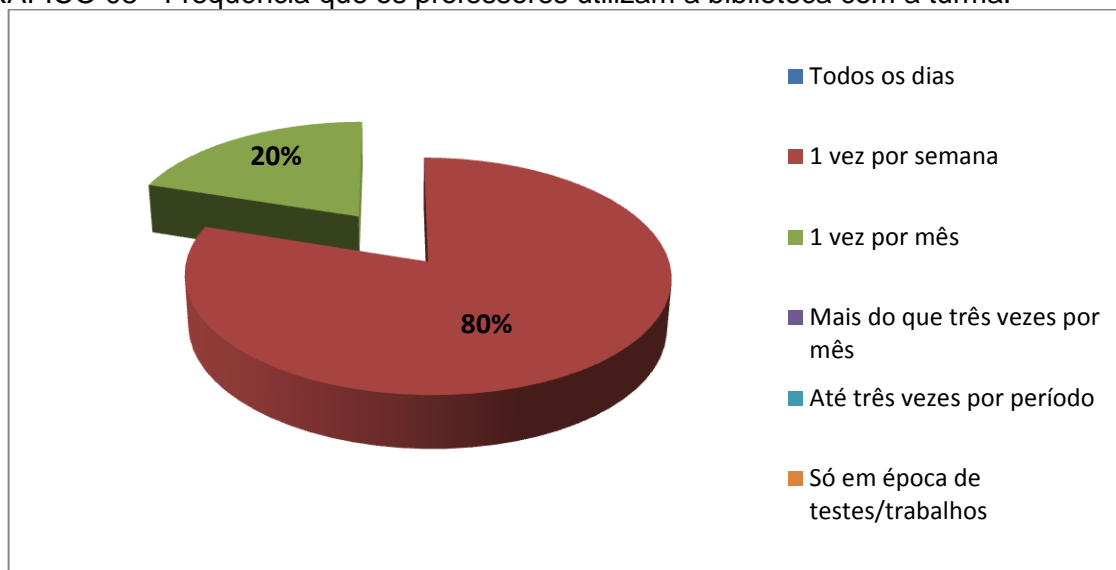
No que se refere às ações de marketing voltadas para a biblioteca escolar, se faz necessário uma prática de marketing e promoção formalizada por escrito, que especifique objetivos e estratégias (IFLA, 2005).

Conforme descreve o gráfico, concluímos que 67% dos entrevistados relatam que as técnicas de marketing utilizadas para estas ações são: exposições de quadros e cartazes, mídia impressa, jornais, exposição de datas comemorativas, divulgação de oficinas, sarau com escritores, contação de histórias e rodas de leitura.

Por outro lado 33% relatam que na biblioteca não existem evidências do marketing, segundo eles as ações não se efetuam por falta de interesse da instituição escolar ou por falta de recursos financeiros.

No gráfico a seguir foi questionada a utilização da biblioteca por parte dos professores, visto que, em bibliotecas escolares, o uso da mesma é feita ou deveria ser feita através deles.

GRÁFICO 08 - Frequência que os professores utilizam a biblioteca com a turma.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

A partir das respostas ao questionário sobre a frequência dos alunos e professores na biblioteca, verificou-se que totaliza grande parte como sendo o espaço utilizado uma vez por semana, estes representados em 80% para consultar o acervo, realizar empréstimos, estudar em grupo ou individualmente, realizar pesquisas e utilizar os computadores.

E 20% dos entrevistados informam que basicamente utilizam a biblioteca uma vez por mês. Por vários motivos: falta de interesse, estímulo e motivação dos usuários. Nesse contexto Freitas (1986) explica que a falta de hábito de alguns professores em utilizar livros como recurso de ensino - aprendizagem demonstrou que a metodologia por eles utilizada, sem a orientação do grupo, poderá provocar nos seus alunos certa rejeição pela leitura com lazer.

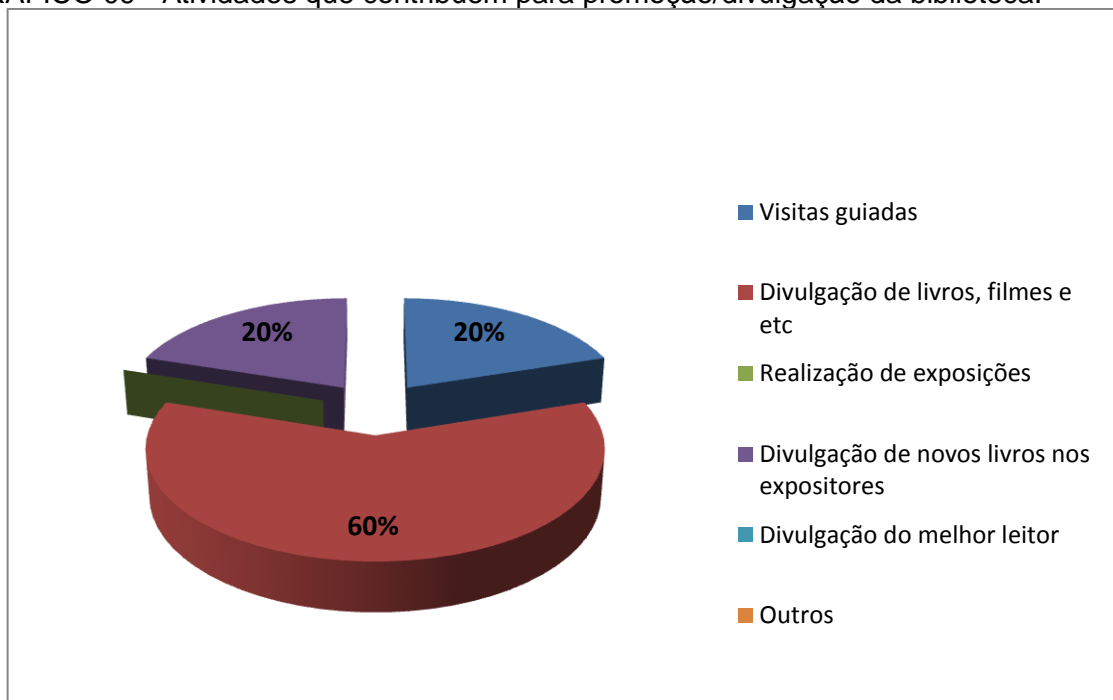
Ler é muito mais do que possuir um rico cabedal de estratégias e técnicas, é, sobretudo uma atividade voluntária e prazerosa, e quando trabalhamos a leitura devemos levar isso em conta, pois alunos e professores devem estar motivados para aprender e ensinar (SOLÉ, 1998).

Entretanto, é interessante questionar a qualidade do uso, identificar os fatores que motivam os usuários; o nível de envolvimento com o espaço; o grau de interesse com as ferramentas de uso e buscas. É importante destacar que há uma variedade de fatores quem contribuem diretamente para que o leitor freqüente e utilize a biblioteca, dentre eles podemos citar: a existência do marketing, acervo

atualizado, serviço de referência e espaço confortável. Questões como essas estão relacionadas com a gestão do espaço informacional e são vias que visam aumentar o uso da biblioteca.

E com relação à divulgação da biblioteca? Certamente que iríamos perguntar a respeito e tivemos os seguintes dados?

GRÁFICO 09 - Atividades que contribuem para promoção/divulgação da biblioteca.



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

O gráfico anterior nos mostra sobre a promoção e divulgação da biblioteca, que em sua maioria sendo representada com 60%, verificou que a realização de exposição lidera em seguida visitas guiadas e divulgação de novos nos expositores com 20%.

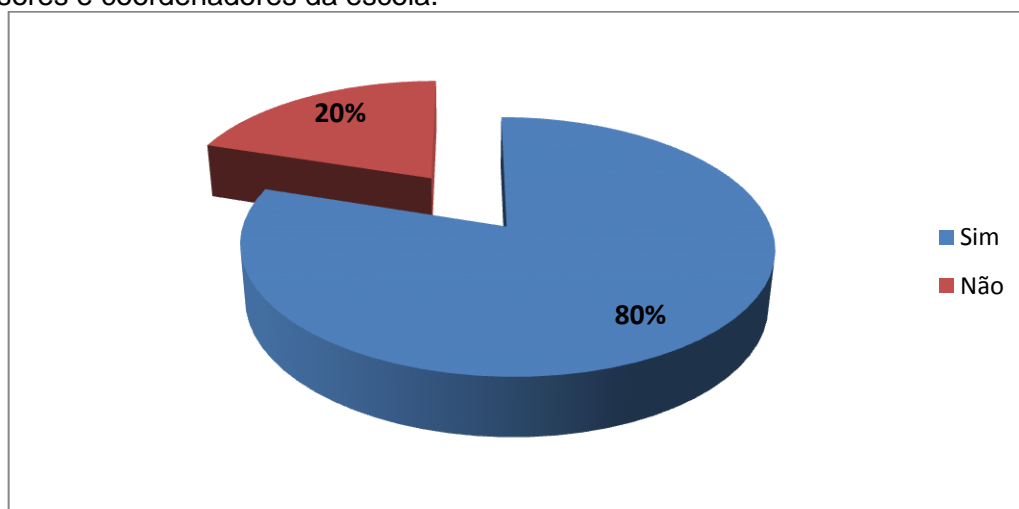
Os principais produtos da biblioteca escolar são voltados à educação, ou seja, deve ser um local em que os alunos possam ter um contato com o livro de forma livre, estimulando a criatividade a partir de brincadeiras e jogos e o contato com os livros se dê de forma natural partindo do próprio aluno (PRADO, 2003).

Para uma biblioteca ter uma estrutura que atenda satisfatoriamente as necessidades de quem a utiliza é necessária muita criatividade e disponibilidade de quem a gere, visto que promoção/divulgação tem que ser sempre inovada, para

chamar a atenção do seu público alvo, sobretudo quando o foco são crianças e adolescentes.

A seguir, perguntamos se os bibliotecários realizavam algum tipo de planejamento com professores e coordenadores das respectivas escolas.

GRÁFICO 10 - Participação de algum tipo de formação/planejamento com professores e coordenadores da escola.



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Na totalidade dos entrevistados que participam da formação e planejamento com os professores, 80% responderam que participam assiduamente junto ao corpo pedagógico da escola, enquanto que 20% não participam.

A biblioteca escolar é um dos instrumentos de desenvolvimento do currículo e permite o fomento da leitura e a formação de uma atividade científica; constitui um elemento que forma o indivíduo para a aprendizagem permanente, estimula a criatividade, a comunicação, facilita a recriação e apoia os docentes em sua capacitação e lhes oferece a informação necessária para a tomada de decisões em aula. Trabalha também com os pais de família e com outros agentes da comunidade. (CASTRILLON 1983 *apud* MAYRINK 1991, p. 304).

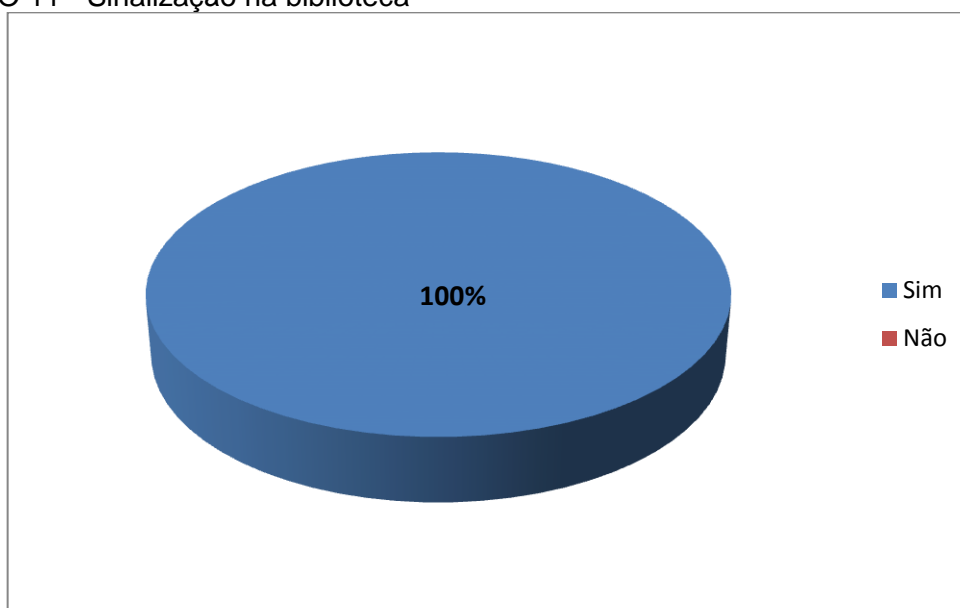
Ainda com relação aos serviços pedagógicos, existe outro leque de serviços culturais necessários, recomendáveis para bibliotecas escolares, sendo eles: feira de livros; encontro com o autor, fantástica oportunidade para o aluno ter contato com o escritor ou escritora cujo livro leu e o despertou para o mundo da leitura; concurso de poesias; comemoração de datas importantes, cívicas ou didáticas; sarau literário;

exposições temáticas, que podem ser apenas para visitação ou onde os usuários podem interagir, ativamente, com o ambiente de exposição; entre outros.

Dessa forma, podemos considerar que de forma direta ou indireta o professor utiliza o espaço e serviços da biblioteca, de acordo com o planejamento obtido entre eles.

Outro ponto pesquisado foi com relação o que os bibliotecários achavam a respeito da sinalização da biblioteca

GRÁFICO 11 - Sinalização na biblioteca



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Conforme o gráfico apresentado, verificamos que 100% dos entrevistados respondeu que o sistema de sinalização da biblioteca é visível e suficiente para proporcionar funcionalidade do acesso a informação.

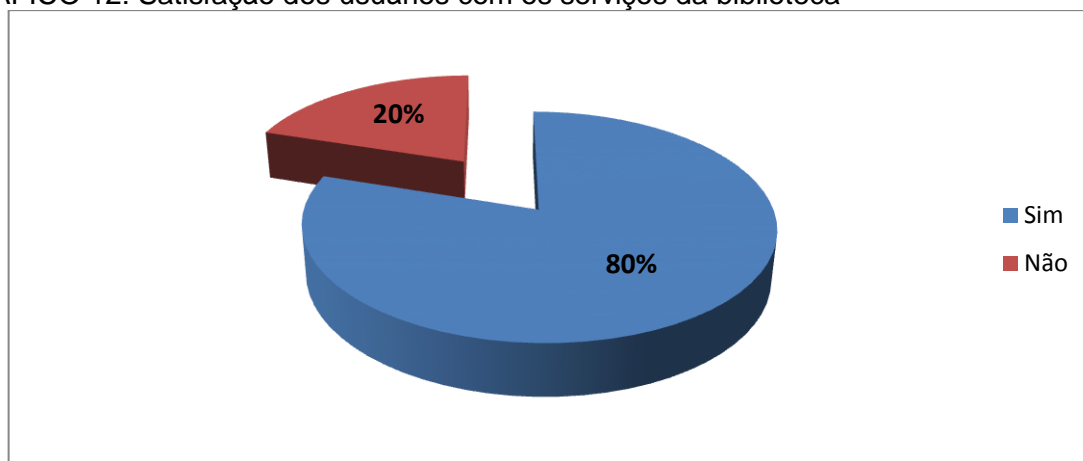
Sebin e Amaral (2008) afirmam que três tipos de informações devem ser disponibilizados aos usuários da biblioteca:

- a) Sinalização dos setores/serviços: sinalização de todos os setores, equipamentos e serviços que integram a biblioteca;
- b) Sinalização do acervo: é específica à categorização do acervo bibliográfico por este ser de livre acesso aos usuários;
- c) Sinalização institucional: informa ao usuário os procedimentos que devem ser adotados no ambiente da biblioteca.

A sinalização destinada aos usuários da biblioteca é a linguagem específica de informações e antecipação da busca para o uso da informação. O impacto gerado por ela é de tornar o leitor autônomo dentro do espaço de leitura.

Por fim, tivemos o interesse de perguntar sobre a percepção dos usuários com os serviços da biblioteca.

GRÁFICO 12: Satisfação dos usuários com os serviços da biblioteca



Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

Na maior parte dos entrevistados, o nível de satisfação com os serviços da biblioteca foram de 80%, 20% responderam que não. Quando o bibliotecário dar sua devida atenção as atividades inerentes a uma biblioteca, ele permite que o usuário manifeste suas expectativas, quando ouvindo com interesse e solucionando seus problemas ou dúvidas.

Hoffman e Bateson (2003) colocam que é preciso que a biblioteca defina e meça a satisfação dos usuários, nunca devendo esperar por reclamações para então identificar os problemas na prestação de serviços.

Antes de a biblioteca querer melhorias em seus níveis de satisfação, deve primeiro descobrir se seus usuários estão satisfeitos ou insatisfeitos, o que pode ser feito com uma avaliação de satisfação. Usuários satisfeitos disseminam informações positivas, reduzindo o custo para atrair novos usuários, segundo Lovelock e Wright (2001, p.30) “a qualidade dos serviços é percebida, muitas vezes, nos detalhes, e o conceito de qualidade, então, deve levar em conta o processo humano, se for o caso, na geração do serviço”.

O usuário degusta vários níveis de satisfação, cada serviço prestado e avalia se suas expectativas foram atendidas ou ultrapassadas.

Assim, uma vez que o bibliotecário escuta o usuário do ponto de vista dele, mede a relevância do caso que o leitor relata, com isso pode indicar caminhos para futuras decisões.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente estudo analisamos as ações do marketing e endomarketing aplicado ao público infantil e juvenil das bibliotecas escolares de Instituições Privadas no Município de João Pessoa, a fim de incentivar as unidades de informação a adotar a administração orientada para o marketing e endomarketing como ação inovadora, capaz de melhorar os serviços oferecidos por essas organizações.

O Marketing surgiu de acordo com a necessidade e desejo do bibliotecário em tornar seu espaço de trabalho atrativo e que tornasse para o leitor um momento de prazer.

O estudo analisou os dados coletados que sugerem ações de marketing e endomarketing e competências da informação, dessa forma constataram um grande campo de atuação: a internalização do marketing em unidades de informação, demandadas pelos profissionais bibliotecários nas bibliotecas escolares.

Os gestores das unidades que aplicam ações que seguem a filosofia do marketing dentre elas: motivar, capacitar, resolver conflitos, valorizando e despertando o interesse das pessoas que integram sua equipe, sempre em busca de excelência profissional através dos serviços prestados pela biblioteca, inserido nesse contexto o bibliotecário, tornando-se um gestor de pessoas, assumindo outra função dentro da organização.

Estes gestores identificam os usuários como, consumidores de informação, e é em função deles que as bibliotecas existem e sobrevivem. Para contribuir com o crescimento e reconhecimento da instituição biblioteca e do bibliotecário como profissional da informação, é preciso conhecer, envolver, valorizar e atender bem o seu público. Dessa forma sendo vista como prática importante que contribui para a consolidação desse profissional no mercado do trabalho.

É interessante desenvolver atividades similares a esta em outras escolas, para que avalie a postura proativa do bibliotecário e busque meios que gerem

oportunidades para o aperfeiçoamento deles, de forma que desenvolvam habilidades em outras áreas, a fim de se tornar um profissional proativo e ter uma educação continuada. Nesta pesquisa conclui-se que ajustes são necessários e importantes, e as experiências com as atividades articulam o conhecimento e formas de fazer. Conclui, ainda que os usuários estão satisfeitos. Contribui para estimular estudos e pesquisas sobre o marketing infantil, na área da biblioteconomia e ciência da informação.

REFERÊNCIAS

AMBONI, Nério. **Metodologia para elaboração de trabalhos acadêmicos e empresariais**. Florianópolis: ESAG/ UDESC, 1996.

BUSATTO, Cléo. **Contar e encantar – pequenos segredos da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BRUM, A. M. **Endomarketing como Estratégia de Gestão / Encante seu Cliente Interno**. Porto Alegre: L&PM, 2005.

CALDIN, Clarice Fortkamp. A função social da leitura na literatura infantil. **Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. 15, 1º sem. 2003.

CALDEIRA, Paulo da Terra. Espaço físico da biblioteca. In: CAMPELLO, Bernadete. (Org.). **Biblioteca escolar: temas para uma prática pedagógica**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. p. 47-49.

CAMPELO, Bernadete Santos. A competência informacional na educação para o século XXI. In: _____. **A Biblioteca Escolar: temas para uma prática pedagógica**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

COLOMBO, Sonia Simões et. Al. **Marketing educacional em ação: estratégias e ferramentas**. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2005.

_____. A escolarização da competência informacional. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e documentação: nova série*. São Paulo, v. 2, n. 2, p. 63-77, dez. 2003.

CÔRTE, Adelaide Ramos; BANDEIRA, Suelena Pinto. **Biblioteca Escolar**. Brasília: Brinquet Lemos, 2011.

COLE, Michael; COLE, Sheila R. **O desenvolvimento da criança e do adolescente**. 4ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2003.

DAY, George S. (1992). Marketing's contribution to the strategy dialogue. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v.20, n.4, Fall, p.323-329.

EBERLE, Luciene; MILAN, Gabriel Sperandio. **Identificação das dimensões da qualidade em serviços**: um estudo aplicado em uma instituição de ensino superior localizada em Caxias do Sul-RS. Caxias do Sul, RS, 2009. 147 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2009.

ELY, N.H. Dimensões da biblioteca escolar no ensino fundamental. **Revista ACB**, v.8/9, p. 46-53, 2003/2004.

FLORES N., Eva; VARGAS A., Helena. El bibliotecólogo como agente activo en el proceso de aprendizaje en la universidad del Pacífico. In: JORNADAS NACIONALES DE BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS: CONOCIMIENTO PARA INNOVAR, 3., 2007, Peru. Anais Eletrônicos... Peru: Grupo de Bibliotecas Académicas Peruanas, 2007. Disponível em: <<http://opac.univalle.edu.co/cgiilib?hitno=6&infile=details.glu&luid=717705&rs=121934>>. Acesso em: 10 mai. 2014.

FREITAS, Maria Terezinha. **Educação pela leitura**: uma experiência. Florianópolis: Perspectiva, 1986

GARCEZ, Eliane Fioravante. Sociedade da informação e escola: contribuição das bibliotecas escolares. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 14, n.1, p. 9-26, jan./jun., 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisas**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HILLESLEINI, Araci Isaltina de Andrade; FACHIN, Gleisy Regina Bories. Biblioteca escolar: relato de experiência. *Rev. ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, v. 5, n. 5, 2000, p.90-103. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/download/349/413>>. Acesso em: 16 mai. 2014.

HOFFMAN, Elisângela; PEREIRA, Magda Chagas. Biblioteca escolar: carências e possibilidades. *EXTENSIO - Revista Eletrônica de Extensão*, UFSC, n. 4, 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/extensio/article/view/5587>>. Acesso em: 05 mai. 2014.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços**: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2003.

IFLA. Diretrizes da IFLA/UNESCO para a biblioteca escolar. Tradução de Neusa Dias de Macedo, Helena Gomes de Oliveira. São Paulo: IFLA, 2005. 28 p. Disponível em: <http://www.ifla.org/files/assets/school-libraries-resourcecenters/publications/school-library-guidelines/school-library-guidelines-pt_br.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2014.

LOVELOCK, Cristopher H.; WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.

Job, Rejane Cristina. **Vendem-se Bibliotecas**: estratégias de marketing cultural utilizadas pelas bibliotecas públicas do RS, Em Questão, V.10, n.2 ,2004. Disponível em: <<<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestão/article/view/107>. Acesso em: 05 jul. 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. A edição do Novo Milênio. 10^a Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall: 2000.

KOTLER, Philip; ARMOSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9^a Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12^a Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KUHLTHAU, Carol. **Como usar a biblioteca na escola**: um programa de atividades para o ensino fundamental. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MARTUCCI, Elizabeth Márcia. Fórum de debates sobre a biblioteca escolar brasileira, com base no Manifesto da UNESCO/IFLA. In:_____. MACEDO, Neusa Dias de. (Org.). **Biblioteca escolar brasileira em debate: da memória profissional a um fórum virtual**. São Paulo: SENAC, 2005. p.167-403.

Maxwell, John. **O livro de ouro da liderança**: o maior treinador de líderes da atualidade apresenta as grandes lições de liderança que aprendeu na vida. 2.ed. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2011.

MILANESI, Luiz. **Ordenar para desordenar**:centros de cultura e bibliotecas públicas. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PRADO, Heloísa de Almeida. **Organização de bibliotecas**. 2 ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 2003.

PIMENTEL, Graça. **Biblioteca escolar**. Brasília: Universidade de Brasília, 2007. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/profunc/biblio_esc.pdf. Acesso em: 05 mai. 2014.

ROCHA.MariaMeriane Vieira da.**Competência em Informação**: perfil dos profissionais da informação – bibliotecários das instituições de ensino superior privado do município de João Pessoa –PB. 2006. 64.f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

SEBIN, L. T. R. V; AMARAL, R. M. **Desenvolvimento e aplicação de um método para a sinalização de bibliotecas**. Seminário nacional de Bibliotecas Universitárias, 15. Disponível em:<http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2731.pdf>. Acesso em: 24 de ago. 2014.

SILVA, Ana Cristina Oliveira e. A biblioteca escolar e o acesso ao conhecimento:

classificar e indexar. 2002. Disponível em:

<http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/9106/1/A_Biblioteca_Escolar_e_o_acesso_a_o_conhecimento.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2014.

SILVA, W.C. Miséria da biblioteca escolar. São Paulo: Cortez, 1999.

SIMÃO, Maria Antonieta Rodrigues; SCHERCHER, EroniKern; NEVES, Iara Conceição Bitencourt. **Ativando a biblioteca escolar**: recursos visuais para implementar a interação biblioteca-usuário. Porto Alegre: Sangra-DC Luzzato, 1993.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de Leitura**. 6 ed. Porto Alegre: ArtMed, 1998.

QUINHÕES, Maura Esandola Tavares. **Biblioteca escolar**: sua importância e seu espaço no sistema educacional do Estado do Rio de Janeiro. In:_____. VIANNA, Márcia Milton; CAMPELLO, Bernadete; MOURA, Victor Hugo Vieira. Biblioteca escolar: espaço de ação pedagógica. Belo Horizonte: EB/UFMG, 1999. p. 178-182. Seminário promovido pela Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais e Associação dos Bibliotecários de Minas Gerais, 1998, Belo Horizonte.

UNESCO. Manifesto da Biblioteca Escolar. UNESCO, 1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

QUESTIONÁRIO PARA O COORDENADOR DA BIBLIOTECA

O presente questionário é parte integrante de pesquisa de conclusão do Curso de graduação em Biblioteconomia do DCI/CCSA/UFPB, que tem como tema: **MARKETING E ENDOMARKETING**: acordando a Bela Biblioteca Escolar Adormecida. Para tanto solicitamos sua colaboração no sentido de responder o questionário abaixo, para fins de coleta de dados.

Agradece,

Luana Narciso- Concluinte

Profa.Ms. Maria Meriane Vieira Rocha – Orientadora

Ms. Angélica Clementino Simões – Co-orientadora

Obrigada!

1. Sexo e idade:

() Feminino () Masculino idade: _____

2. Carga horária de trabalho:

3. Há quanto tempo trabalha na instituição?

4. Formação? Especifique

() Graduação _____

() Especialização na área de bibliotecas escolares _____

() Mestrado _____

() Doutorado _____

() Outros _____

5. Quais as ações que a biblioteca promove para incentivo a leitura?

6. Em sua opinião, a biblioteca infantil possui livros suficientes e móveis adequados para as crianças?

() Sim () Não

7. Existem na escola, evidências de aplicação de marketing, que lembrem a existência da biblioteca, tais como: folders, cartazes, banners, entre outros setores?

() Sim () Não

Se sim, quais:

8. Indique com que frequência os professores utiliza a Biblioteca em contexto com a turma:

- () Todos os dias
- () 1 vez por semana
- () 1 vez por mês
- () Mais do que três vezes por mês
- () Até três vezes por período
- () Só em época de testes/trabalhos

9. Quais atividades você considera como que mais contribuem para a promoção/divulgação da biblioteca?

- () Visitas guiadas
- () Divulgação de livros, filmes e etc
- () Realização de exposições
- () Divulgação de novos livros nos expositores
- () Divulgação do melhor leitor
- () Outros _____

10. Você participa de algum tipo de formação/reunião/planejamento juntamente com professores e coordenadores da escola?

- () Sim () Não

Se sim, explique:

11. Os usuários demonstram se orientar pela sinalização que existente na biblioteca para realizar suas buscas? Como se evidencia isso?

12. Em sua opinião, os usuários da biblioteca estão satisfeito com os serviços que a mesma oferece? Ou eles já fizeram algumas sugestões? Se sim, quais:

Obrigada!

