



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO MÉDIO, TÉCNICO E EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
CURSO DE GESTÃO PÚBLICA - TECNOLÓGICO**

DEISE LORENA CORDEIRO DE ARAUJO

**BIBLIOTECA DE OBRAS RARAS ÁTILA DE ALMEIDA: UM CASO
SINGULAR DE VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL
'LITERATURA DE CORDEL'**

**CAMPINA GRANDE
2020**

DEISE LORENA CORDEIRO DE ARAUJO

**BIBLIOTECA DE OBRAS RARAS ÁTILA DE ALMEIDA: UM CASO
SINGULAR DE VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL
'LITERATURA DE CORDEL'**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Gestão Pública – Tecnológico da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Pública.

Área de concentração: Gestão Pública.

Orientadora: Prof. Dra. Sibeles Thaise Viana Guimarães.

**CAMPINA GRANDE
2020**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A658b Araujo, Deise Lorena Cordeiro de.
Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida [manuscrito] :
um caso singular de valorização do patrimônio cultural
'literatura de cordel' / Deise Lorena Cordeiro de Araujo. - 2020.
22 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação EAD em
Gestão Pública - Tecnológico) - Universidade Estadual da
Paraíba, EAD - Campina Grande , 2020.
"Orientação : Profa. Dra. Sibebe Thaise Viana Guimarães ,
Pró-Reitoria de Ensino Médio, Técnico e Educação à
Distância."
1. Literatura popular. 2. Cordel. 3. Patrimônio cultural. 4.
Biblioteca Átila Almeida. 5. Marketing público. I. Título
21. ed. CDD 398.2

DEISE LORENA CORDEIRO DE ARAUJO

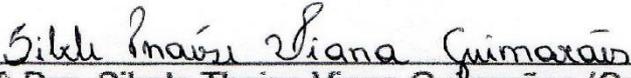
BIBLIOTECA DE OBRAS RARAS ÁTILA DE ALMEIDA: UM CASO SINGULAR
DE VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL 'LITERATURA DE
CORDEL'

Trabalho de Conclusão de Curso
(Artigo) apresentado à Coordenação
do Curso de Gestão Pública –
Tecnológico da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão Pública.

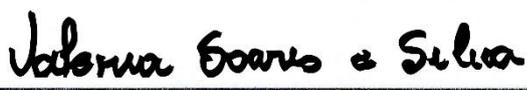
Área de concentração: Gestão
Pública.

Aprovada em: 25 / 08 / 2020.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dra. Sibelu Thaise Viana Guimarães (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Ma. Jaysa Eliude Aguiar dos Santos
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Ma. Valéria Soares e Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	06
2	REFERENCIAL TEÓRICO	07
2.1	O cordel e sua relevância para a cultura brasileira.....	07
2.2	O cordel e o conceito de patrimônio cultural.....	08
2.3	As ferramentas do marketing público como auxiliar da valorização do patrimônio cultural	10
2.4	A Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida: origem e caracterização	12
3	METODOLOGIA	13
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	14
5	CONCLUSÃO	20
	REFERÊNCIAS	21

BIBLIOTECA DE OBRAS RARAS ÁTILA DE ALMEIDA: UM CASO SINGULAR DE VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL ‘LITERATURA DE CORDEL’

ÁTILA DE ALMEIDA RARE WORKS LIBRARY: A SINGULAR CASE OF VALUATION OF THE CULTURAL HERITAGE ‘CORDEL’

Deise Araujo¹

RESUMO

A Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida é um acervo pertencente à Universidade Estadual da Paraíba, que tem sob sua guarda vários materiais informativos de grande valor histórico. No entanto, sua maior peculiaridade é a notória coleção de cordéis, tipo de literatura popular típica do Nordeste brasileiro, que em setembro de 2018, foi declarado como patrimônio cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN. Este trabalho traz um estudo de caso acerca deste equipamento cultural pertencente ao poder público do Estado da Paraíba, sob tutela da UEPB. Os objetivos deste artigo são destacar a importância da Biblioteca Átila de Almeida como instrumento de valorização do patrimônio cultural denominado cordel e pesquisar as formas de divulgação e acesso à Biblioteca, além de realizar uma entrevista com a gestão do órgão. Como arcabouço teórico para sustentação das estratégias de valorização da Biblioteca, o marketing público figura como apoio para análise das ações passíveis de realização pela UEPB. Concluiu-se que a UEPB empreende ações na promoção da biblioteca através de divulgação em seu portal na Internet e através das redes sociais, porém, o investimento em marketing público pela Universidade e pelo Governo do Estado da Paraíba perante a relevância da Biblioteca deve ser crescente e contínuo.

Palavras-chave: Cordel. Patrimônio cultural. Biblioteca. Paraíba. Marketing público.

ABSTRACT

The Átila de Almeida Rare Works library is a collection which belongs to Paraíba State University, and it has under its guard many informative pieces of huge historic value. However, its biggest peculiarity is the notorious cordel collection, a kind of popular literature that’s tipic of the Brazillian northeast, which in september 2018 was declared a Brazil cultural heritage by the Historic and Artistic

¹ Graduanda do curso de tecnologia em gestão pública. E-mail: deiselorena@gmail.com

Patrimony Institute – the IPHAN. This paper's main goals are to highlight the importance of the Átila de Almeida library as an instrument of appreciation of the cultural heritage called cordel and research the forms of disclosure and access to the library, as well as an interview with the management of the library was made. As the theoretical background to support the strategies to the disclosure of the library, the public marketing stands as the backing to the analysis of the liability of the actions that can be taken by UEPB. The conclusions are that UEPB takes actions on the promotion of the Library through disclosure on its portal on the Internet and through social networks, but the investment in public marketing by the University and the state government before the relevance of the library must be growing and continuous.

Keywords: Cordel. Cultural heritage. Library. Paraíba. Public marketing.

1. INTRODUÇÃO

A Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida está localizada no campus I da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, na cidade de Campina Grande-PB. Surgiu a partir de uma doação do Governo do Estado da Paraíba à UEPB do acervo do professor e pesquisador Átila de Almeida, transformando a autarquia em detentora desta rica coleção. Neste acervo constam vários materiais informativos de grande valor histórico, dentre livros, catálogos, dicionários, jornais etc. No entanto, sua maior peculiaridade é a notória coleção de cordéis, tipo de literatura popular típica do Nordeste brasileiro, que em setembro de 2018, foi declarado como patrimônio cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN. Reconhecendo a relevância da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida para a cultura nordestina e brasileira, e como fato singular dentro da gestão pública, este trabalho procura trazer à tona as peculiaridades deste caso, dentro do serviço público, de conservação e disponibilização ao público do agora patrimônio cultural brasileiro, o cordel.

Este estudo de caso foi motivado pela escassez de trabalhos a respeito deste equipamento cultural na gestão pública estadual, fazendo-se necessário que mais estudos e maior relevância sejam direcionados a esta Biblioteca. Será apresentado um breve panorama geral deste caso de incentivo à preservação da cultura nacional engendrado pela Universidade Estadual da Paraíba, que cumpre o papel de detentora de rico acervo de cordel e tem como dever conservar e possibilitar o acervo à consulta de pesquisadores e entusiastas do cordel. Como arcabouço teórico deste estudo, enfatizamos como o marketing público pode ajudar as Instituições públicas a divulgarem seus serviços prestados à população e como a UEPB tem trabalhado neste sentido a fim de valorizar seu patrimônio.

Portanto, os objetivos principais deste trabalho são, através do estudo de caso, destacar a importância da Biblioteca Átila de Almeida como instrumento

de valorização do patrimônio cultural denominado cordel, e pesquisar como a UEPB, vinculada ao poder público estadual, tem atuado na preservação e divulgação do patrimônio cultural regional, especificamente o cordel. Para tanto, primeiramente foram analisadas as formas que a Universidade utiliza para divulgar a biblioteca e as maneiras que o usuário pode acessar seu conteúdo. Foi realizada também uma entrevista com a vice coordenadora da gestão do Sistema Integrado de Bibliotecas da UEPB (SIB), para verificar a maneira como a gestão da UEPB tem reconhecido o valor de seu patrimônio e como tem gerido e divulgado a biblioteca face a grande relevância do cordel atualmente.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O cordel e sua relevância para a cultura brasileira

Declarado em setembro de 2018 como patrimônio cultural do Brasil, o cordel é um tipo de literatura popular trazida ao Brasil por Portugal, tendo este nome por se apresentarem na forma de folhetos presos a pequenas cordas, ou cordéis. Caracteriza-se por ter sua produção realizada a custos muito baixos, sendo apresentada pendurada em cordas e cujo suporte físico geralmente é papel do tipo jornal, e impressão também de baixo custo. Tornou-se popular no nordeste brasileiro muito por essas características se adequarem à realidade da região.

No Nordeste, (...) por condições sociais e culturais peculiares, foi possível o surgimento da literatura de cordel, de maneira como se tornou hoje em dia, característica da própria fisionomia cultural da região. Fatores de formação social contribuíram para isso; a organização da sociedade patriarcal, o surgimento de manifestações messiânicas, o aparecimento de bandos de cangaceiros ou bandidos, as secas periódicas provocando desequilíbrios econômicos e sociais, as lutas de família deram oportunidade, entre outros fatores para que se verificasse o surgimento de grupos de cantadores como instrumentos do pensamento coletivo, das manifestações da memória popular. (BATISTA, 1979, pág. 4)

O trecho acima destaca as temáticas desta expressão cultural, temas voltados à realidade que se diferencia do restante do Brasil pelos grandes

desafios que geograficamente e historicamente a região enfrenta. Por isso, essa arte é de tamanha importância como forma de manifestação que não está classificada nas academias de arte e nos livros de inspiração europeia. É uma expressão que, devido ao seu caráter econômico, foi por muito tempo desprezada.

Embora exista em todo o território nacional, foi no Nordeste que a literatura de cordel se desenvolveu de uma forma excepcional, sobretudo nos últimos cem anos – justamente porque foi a partir dessa época, mais ou menos, que o povo conseguiu fazer uso da imprensa no Brasil. A grande vantagem da literatura de cordel sobre as outras expressões da literatura popular é que o próprio homem do povo imprime suas produções do jeito que ele as entende. (LUYTEN, 1984, pág. 40).

Portanto, o cordel significa para a cultura nacional uma representação popular que ainda necessita ganhar visibilidade e destaque na cultura brasileira, como representante de um povo que, mesmo sob condições econômicas adversas, não deixou de produzir arte e conteúdo literário de rica expressão.

2.2. O cordel e o conceito de patrimônio cultural

A Constituição Federal conceitua patrimônio cultural, em seu artigo 216, como sendo os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. Nesta definição, estão as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. Por sua vez, o artigo 215 preconiza que o Estado deve garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, devendo apoiar e incentivar a valorização e a difusão das manifestações culturais, protegendo as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. (BRASIL, 1988).

Em setembro de 2018, o Instituto do Patrimônio Histórico e Cultural Nacional (IPHAN) reconheceu o cordel como Patrimônio Cultural Brasileiro. Este marco para a cultura nacional fortalece a necessidade de o Estado fomentar mais instrumentos de divulgação, preservação e valorização, principalmente neste novo patamar que o cordel agora alcança. Políticas públicas culturais sempre se fizeram necessárias para a memória da cultura do povo nordestino ser perpetuada, e a partir deste fato, fortalece-se a elaboração de mais e melhores políticas, agora apoiadas pelo status de patrimônio que o cordel finalmente detém.

O cordel é uma arte que é produzida a baixo custo, de pouco interesse comercial, criada por artistas populares, que pouco recebem atenção da mídia comercial. Portanto, a preciosidade deste gênero literário tão importante para a cultura nordestina deve receber atenção do Estado.

No âmbito da cultura, a experiência histórica demonstra que apenas a ação dos particulares não é suficiente para garantir o acesso igualitário às manifestações culturais e a promoção da produção artística sem discriminação de origem, especialmente consideradas, no caso brasileiro, as desigualdades regionais que assolam o país. Por essa razão há a necessidade de intervenção do Estado.

O papel principal do poder estatal, assim, está em atuar nas questões que dificilmente seriam assumidas pela iniciativa privada. Se esta visa precipuamente promover manifestações artísticas que possam resultar em lucro, o Estado deve se preocupar em tornar efetivas as palavras da Constituição independentemente da questão puramente econômica, direcionando sua ação ao apoio e incentivo das mais diversas manifestações culturais, tendo em vista sempre o objetivo nacional de reduzir as desigualdades sociais e regionais, estampado no art. 3º, inciso III, da Carta Magna: 11. O Estado, assim, tem como norte a democratização da produção cultural, do que decorre o dever de levar a cultura a todos os cidadãos, principalmente àqueles que não têm condições econômicas de consumir os produtos culturais que se reverterem em valor financeiro. (LISOWSKI, 2015, pág. 161).

Portanto, cabe à Universidade Estadual da Paraíba, como órgão público e detentora de enorme acervo da arte do cordel, gerir, preservar e divulgar melhor o patrimônio cultural que tem em mãos, para garantir o acesso à cultura nordestina ao seu povo e para fortalecer o cordel a nível nacional, impulsionado pelo atual e recente *status* de patrimônio cultural da nação.

2.3. As ferramentas do marketing público como auxiliar da valorização do patrimônio cultural

A ciência do marketing é um conjunto de estratégias e ferramentas que coordenam os processos de troca entre empresas e público alvo. Pode-se aplicar o marketing para corrigir mercados, divulgar produtos, atrair novos consumidores, dentre muitas possibilidades que estruturam as ações que as empresas devem tomar nos seus mercados. Como ferramentas que esta ciência utiliza para segmentar e estruturar suas ações, temos o composto de marketing, ou *marketing mix*, constituído de quatro ingredientes principais, os chamados 4 'Ps' do marketing: ter um produto, estabelecer seu preço, estruturar um sistema de distribuição - a praça do produto - e promovê-lo, ou seja, fazer chegar ao público alvo as informações acerca do produto estabelecido. (COBRA, 2006)

Para atingir o objetivo geral deste trabalho, um enfoque foi dirigido ao último 'P' – relativo à promoção, que está intimamente ligada à comunicação e à persuasão, que enseja o convencimento do consumidor em relação às qualidades do produto que a empresa detém. Acerca desta ferramenta específica do marketing, Sousa (2011) esclarece que:

A comunicação de marketing é utilizada para informar, educar e, regra geral, persuadir um mercado alvo relativamente a um comportamento desejado. A palavra promoção é usada especificamente no sentido de comunicação persuasiva e constitui o quarto "P", ferramenta através da qual se conta assegurar que os públicos-alvo conhecem as ofertas ou acreditem que experimentarão os benefícios prometidos e sejam inspirados a agir. Essa comunicação representa a voz da marca e é projectada e realizada para realçar a oferta, determinada por decisões já tomadas relativamente ao produto, preço e praça (local). Os objetivos de marketing de uma organização contam com essa ferramenta para oferecer suporte. (pág. 65)

O marketing aplicado ao setor público é um ramo da referida área do conhecimento cujo objetivo é dirigir os esforços do marketing tradicional para as necessidades e perspectivas da sociedade, e não somente do mercado. O marketing público objetiva incluir também as pessoas sem poder aquisitivo; é o marketing que é aliado da gestão pública através da construção de uma

comunicação eficaz, e da adoção de planejamentos e programas viáveis visando contribuir para a efetivação da cidadania e também para o acesso à cultura. (KOTLER *apud* RIBEIRO e OLIVEIRA, 2013).

Uma das facetas desta área do conhecimento é a proposta de facilitar a informação, a divulgação e o acesso do seu público ao serviço oferecido. No caso das organizações públicas, o marketing público oferece uma janela teórica para abordar as melhores maneiras de permitir ao cidadão o acesso aos diversos serviços disponibilizados pelas Instituições, incluindo a cultura em suas dimensões menos abrangidas pelo setor privado. Butler e Collins *apud* Cezar (2019) enfatizam o papel que o marketing público pode representar para o serviço público:

Muitos sabem o papel da prefeitura municipal, das sedes de governo e de suas principais secretarias, no entanto, muitos órgãos públicos, ministérios, órgãos da Presidência da República e entidades da administração indireta, como as autarquias, fundações públicas e empresas estatais, ainda representam uma incógnita para certos grupos sociais. O marketing de organizações e serviços públicos tem por função principal trazer a sociedade a de fato participar da vida pública, usufruindo de seus direitos enquanto cidadão, uma vez que promove a ela a possibilidade de acesso às várias áreas que se desdobram das políticas públicas. (pág. 29).

Portanto, de acordo com a citação acima, podemos inferir que o estímulo a uma maior participação da sociedade através do bom usufruto das políticas públicas existentes, pode conduzir ao estado de bem estar social almejado nas fases de planejamento das políticas públicas e que muitas vezes, não são alcançados nas avaliações das mesmas.

O marketing público, ao proporcionar às Instituições públicas a divulgação e valorização dos seus serviços, também as exalta e promove a sua sustentabilidade e durabilidade, já que elas podem passar a gozar de prestígio junto aos usuários que conhecem o serviço e podem conquistar novos olhares para sua atuação junto à sociedade.

Essa proposta também cria um mecanismo de identidade junto aos cidadãos que já utilizam seus serviços como meio para posicionar uma

imagem positiva e fortalecer a oferta de novos serviços. Esse tipo de marketing é muito comum quando se procura enaltecer aspectos relevantes de instituições, como a qualidade do ensino das universidades federais ou a ampla cobertura de agências bancárias e serviços ofertados pelos bancos públicos. (CEZAR, 2019, pág.30)

Portanto, a Universidade Estadual da Paraíba pode utilizar-se dos mecanismos da comunicação como ferramenta do marketing público para divulgar e valorizar seu equipamento cultural, histórico e regional, atraindo a atenção da sociedade, valorizando o seu uso e possivelmente, conquistando investimentos e pressão da sociedade por melhorias e constante conservação do seu patrimônio.

2.4. A Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida: caracterização do ambiente de pesquisa

A Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida está localizada no campus I da Universidade Estadual da Paraíba, na cidade de Campina Grande-PB. Surgiu a partir de uma doação do Governo do Estado da Paraíba à UEPB no ano de 2003, constando do acervo do professor e pesquisador Átila de Almeida, tornando a UEPB detentora desta rica coleção.

Átila Augusto Freitas de Almeida foi um professor de física paraibano, que também foi jornalista, pesquisador e folclorista. Constituiu ao longo de sua vida um grande acervo de títulos de notória raridade, composto de vários materiais informativos, dentre livros, catálogos, dicionários, xilogravuras, jornais etc. No entanto, a maior peculiaridade deste montante é a grande coleção de cordéis, tipo de literatura popular típica do Nordeste brasileiro, que recentemente, foi declarado como patrimônio cultural do Brasil. A Biblioteca então, começou a receber acervos de cordéis de vários autores e colecionadores, tornando-se a maior detentora de acervo de cordéis da América Latina.

O acervo de cordéis da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida é composto por títulos que datam a partir do ano de 1907. As obras somente

podem ser consultadas nas dependências da Biblioteca. O *site* do órgão disponibiliza um catálogo digital para que o pesquisador baixe o arquivo em sua casa e possa escolher um dos 18.625 cordéis listados. Após escolhido o título, o pesquisador deve anotar o código de recuperação da referida obra e agendar uma visita à Biblioteca para consultar *in loco* o material disponível. O agendamento é feito através de formulário no *site* da Biblioteca. O pesquisador, ao chegar no acervo físico, é orientado por um dos funcionários e realiza sua pesquisa nos itens disponíveis apenas no ambiente da Biblioteca. Ela faz parte do conjunto de Bibliotecas da UEPB, denominado SIB - Sistema Integrado de Bibliotecas.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa se caracterizou por ser um estudo de caso, pesquisando-se o caso da Biblioteca Átila de Almeida como iniciativa do poder público associada ao agora patrimônio cultural brasileiro cordel. A abordagem da pesquisa deu-se por forma qualitativa. O ambiente da pesquisa foi a Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida. Chizzotti (2008) nos esclarece acerca das peculiaridades do estudo de caso:

(...) objetiva reunir os dados relevantes sobre o objeto de estudo e, desse modo, alcançar um conhecimento mais amplo sobre esse objeto, dissipando as dúvidas, esclarecendo questões pertinentes, e, sobretudo, instruindo ações posteriores. (pág.135)

Inicialmente, foi feita uma breve revisão bibliográfica acerca dos temas que permeiam o caso analisado, como o embasamento em lei vigente, bem como acerca da conceituação do cordel e do que é patrimônio público, e a necessidade do poder público de investir em sua divulgação e valorização através das ferramentas teóricas do marketing público. Já para a coleta de dados, as opções escolhidas foram a entrevista semi-estruturada com a gestora da biblioteca alvo deste estudo, além de pesquisa e exploração do site oficial da Biblioteca, um dos principais veículos de conhecimento da população acerca do equipamento público, assim como uma das suas principais portas de entrada no caso desta Biblioteca.

A entrevista foi uma das técnicas de coleta de dados escolhida para buscar informações sobre a maneira com que a Universidade Estadual da Paraíba tem lidado com a responsabilidade de dirigir e manter uma biblioteca de tamanha importância para a sociedade e para a cultura brasileira, principalmente com o novo fato elucidado nesta pesquisa a respeito do cordel ter sido denominado, recentemente, patrimônio cultural brasileiro.

Gil (2009), acerca da importância da entrevista como técnica de pesquisa, afirma que:

a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada no âmbito das ciências sociais. Psicólogos, sociólogos, pedagogos, assistentes sociais e praticamente todos os outros profissionais que tratam de problemas humanos valem-se dessa técnica, não apenas para coleta de dados, mas também com objetivos voltados para diagnóstico e orientação. (pág. 109)

Portanto, o objetivo da entrevista neste estudo de caso foi para auxiliar no esclarecimento do objeto de estudo e visualizar um panorama do contexto em que a Biblioteca se insere na conjuntura pública e na disponibilização de serviços e cultura à população.

Por fim, houve a análise dos resultados da pesquisa, objetivando revelar e destacar a importância da Biblioteca Átila de Almeida como um caso singular na gestão pública estadual de valorização da cultura através de uma política pública de preservação e divulgação do patrimônio público.

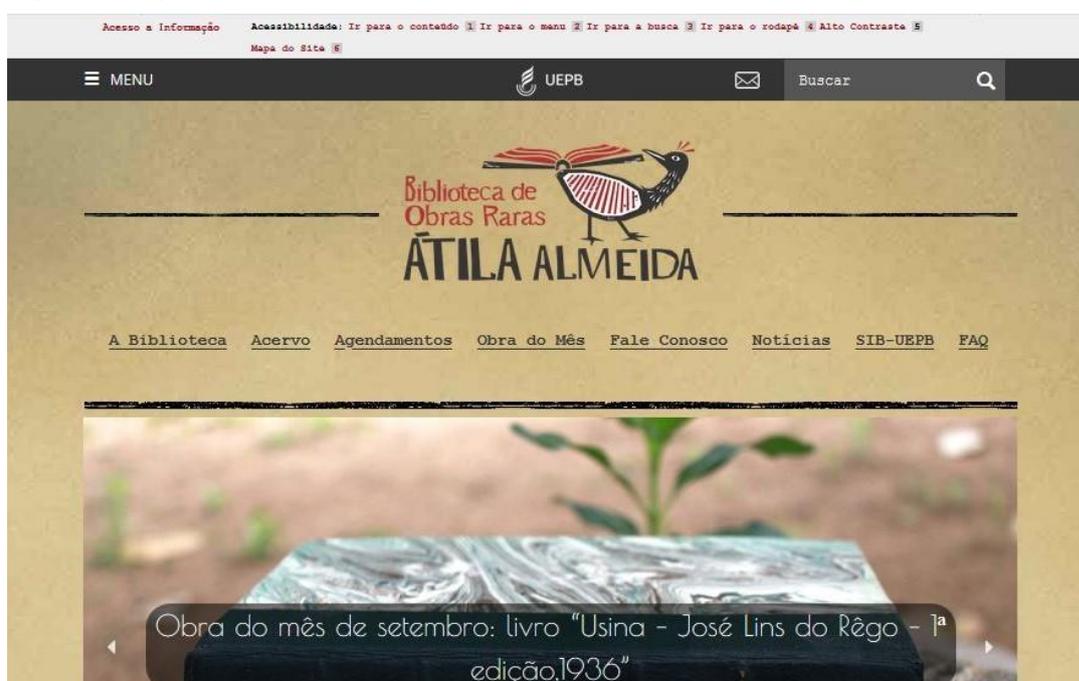
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Utilizando das informações acerca do estudo das ferramentas que o marketing público disponibiliza, foram analisadas as maneiras que a Universidade Estadual da Paraíba utilizou para efetivar a promoção e comunicação de seu produto - o alvo deste trabalho - proporcionando meios de divulgação e melhor aproveitamento de um dos seus produtos que cada vez mais vem ganhando relevância no contexto cultural da sociedade.

Para a primeira parte da coleta de dados deste estudo de caso, investigamos os canais de comunicação da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida. Constatamos que sua principal forma de comunicação com o público é através de seu site e de sua rede social na plataforma Instagram. O site possui informações básicas sobre a Biblioteca e seu funcionamento, bem como um espaço para agendamento das visitas.

O site tem uma apresentação simples e amigável ao usuário, e é de rápido acesso, disponibilizando em sua página inicial um menu com as principais informações sobre a biblioteca e links para o usuário agendar sua visita.

Figura 1. Página inicial do site da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida.

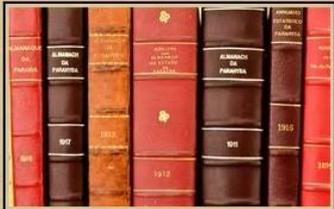


Fonte: Site da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida/Portal da UEPB

No primeiro item do menu inicial, temos um link de nome “A Biblioteca”. Ao clicar, temos um resumo das principais informações sobre o que é a biblioteca e como foi sua fundação, incluindo uma foto do patrono da biblioteca e um pequeno resumo de sua biografia. Em seguida, há um tópico a respeito da constituição do acervo da biblioteca. Neste item temos um breve resumo do que cada categoria de acervo contém, e no final do breve texto de apresentação de cada setor, temos um link para o catálogo online de cada tipo de acervo.

Figura 2. Menu com links para acesso aos catálogos online de cada setor do acervo

O Acervo

Acervo Bibliográfico	Periódicos	Cordéis
		
<p>Acervo diversificado, composto por obras raras e de referências, títulos literários, livros que tratam sobre cultura popular, arte, história e ciências exatas. Conta também com grande número de folhetos raros, que documentam discursos, leis, decretos, projetos, relatórios, estatutos e outros registros, em especial, do Estado da Paraíba. Para acessar os dados, consulte o catálogo.</p>	<p>O acervo de periódicos é composto por edições raras de revistas paraibanas e edições importantes de revistas científicas já fora de produção. Pode-se recuperar também alguns almanaques, boletins, anuários, anais, informativos, guias e catálogos. Para acessar os dados, consulte o catálogo.</p>	<p>O acervo de cordéis da Biblioteca de Obras Raras Átila Almeida é considerado como a maior coleção do gênero. Composto por títulos raros, datados a partir de 1907, nosso acervo conta com autores da nova geração de cordelistas e veteranos, a exemplo de Leandro Gomes de Barros e José Camelo de Melo Resende. A coleção, atualmente, detém 18.271 cordéis disponíveis. Para acessar os dados, consulte o catálogo.</p>

Fonte: Site da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida/Portal da UEPB

Os catálogos online são uma forma que a Biblioteca encontrou para agilizar o atendimento, que é feito mediante agendamento prévio do pesquisador. Estes catálogos, que estão separados por tipo de acervo, são constituídos de uma breve apresentação acerca do tipo de acervo ao qual se referem, seguido de instruções para o agendamento da visita à Biblioteca. No caso específico do catálogo de cordéis, há uma lista que contém informações sobre os títulos que foram catalogados até agora pela Instituição. Esta lista é constituída de código da obra, título, autor, local de publicação e ano. A recuperação do título no acervo se dá através do código de catalogação de cada obra. Esta informação consta na introdução do arquivo em formato “pdf” do catálogo online.

Como adiantado anteriormente, a forma de acesso ao acervo de cordéis se dá mediante agendamento prévio do pesquisador no site da Biblioteca. No site há um espaço para o preenchimento de dados do pesquisador e descrição do material que o usuário quer pesquisar.

Figura 3. Instruções sobre o agendamento de visita à Biblioteca

Agendamento

ANTES DE AGENDAR, LEIA ATENTAMENTE AS INFORMAÇÕES ABAIXO:

Para garantirmos a eficiência na recuperação da informação e prezando pelo atendimento ao nosso usuário, solicitamos o agendamento de sua visita à biblioteca com, no mínimo, 2 (dois) dias úteis* de antecedência, seguindo os seguintes passos:

I - Vá para a seção ACERVO (acima);
 II - Escolha o acervo que você deseja pesquisar;
 III - Consulte o catálogo e escolha a obra, anotando o código/número do caderno, ou volume (Situado na primeira coluna de todos os catálogos) ou título do material;
 IV - Preencha o formulário abaixo e aguarde confirmação da data via e-mail.

**Agendamentos feitos depois do horário de atendimento da biblioteca (das 8:00h as 17:00h) serão confirmados no dia seguinte.*

Fonte: Site da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida/Portal da UEPB

Figura 4. Espaço para preenchimento dos dados pessoais e escolha do tipo de material a ser pesquisado pelo usuário da Biblioteca.

Nome:*

E-mail:*

Telefone: Data da Visita:* Turno:*
 Manhã Tarde

Código / Título*

Condições de Visita*
 Individual Acompanhado

Material*
 Acervo Geral Periódicos Cordéis Jornais Avulsos Diário da Borborema
 Acervo Bezerra de Carvalho

Motivo da Visita*
 Monografia Dissertação Tese
 Artigo Científico Publicação
 Pesquisa Pessoal Outros

Fonte: Site da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida/Portal da UEPB

Foi pesquisada também a presença da Biblioteca nas redes sociais, que são um veículo de grande importância e alcance atualmente. Há um perfil na plataforma Instagram, aonde existem informações básicas sobre a Biblioteca e imagens de alguns dos títulos disponibilizados para pesquisa, além de fotos de eventos e visitas guiadas ao espaço físico.

Figura 5. Perfil da Biblioteca Átila de Almeida na rede social Instagram.



Fonte: Perfil oficial da Biblioteca Átila de Almeida na plataforma Instagram.

Para a segunda parte da coleta de dados, foi procurada a diretoria do Sistema Integrado de Bibliotecas da UEPB (SIB), que é o órgão da Universidade Estadual da Paraíba responsável pela gestão da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida. Foi entrevistada a vice coordenadora do sistema de bibliotecas da UEPB, Camile de Andrade Gomes. As perguntas foram feitas em consonância com os objetivos específicos definidos para este trabalho.

A primeira pergunta da entrevista foi a respeito de como funciona a Biblioteca para o público. A vice coordenadora respondeu que a Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida, diferentemente das outras bibliotecas universitárias que compõem o SIB/UEPB, atua de maneira particular, pois suas obras são consultadas somente perante agendamento. Ela explicou que esse procedimento é para que seja analisada previamente a possibilidade de manuseio do material solicitado, inclusive os cordéis, posto que muitos datam de séculos passados, ou seja, são materiais frágeis que devem ser manuseados com cuidado e orientação específica dos funcionários do órgão.

A segunda pergunta versou sobre o entendimento da Coordenação da Biblioteca a respeito da importância da atuação deste equipamento cultural do

Estado da Paraíba como uma política pública de preservação e divulgação do patrimônio cultural, o cordel. A vice coordenadora respondeu que ver que o Iphan declarou o cordel como patrimônio cultural do Brasil faz com que a UEPB, estando à frente da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida, acredite que maiores investimentos governamentais podem ser percebidos, visando a incentivar a manutenção desse equipamento cultural. O fato desta Biblioteca pertencer à UEPB traz confiança de que os trabalhos que visam à conservação e disseminação de cordéis permanecerão em desenvolvimento, por tratar-se de uma Instituição de âmbito estadual.

A terceira pergunta foi acerca de quais seriam as principais dificuldades e oportunidades que a gestão da biblioteca identifica para manutenção do órgão como elemento atuante na política pública cultural do estado da Paraíba e do Brasil. Camile comentou que o fato da biblioteca fazer parte de um órgão estadual faz com que seja presumido que esse material dificilmente se degrade por falta de conservação e manutenção, já que é uma iniciativa pública, que por mais que em tempos difíceis como o que estamos vivenciando se apresentem, sempre há um fôlego para se reerguer. Atualmente, a gestão preocupa-se em oportunizar os servidores da equipe para se capacitarem, procurando manter o nível de atualização sempre elevado, no que houver de mais recente no campo da pesquisa e práticas de conservação. Ela relatou também que o estado da Paraíba valoriza ações que visem a manutenção e divulgação das tradições nordestinas, portanto, apesar das dificuldades econômicas que o serviço público em geral atravessa, a gestão sabe que está caminhando na direção certa.

Por fim, os resultados da pesquisa esclarecem que os esforços da Universidade Estadual da Paraíba estão dirigidos para uma divulgação concentrada nos meios digitais, tanto para esclarecimento das peculiaridades de funcionamento da Biblioteca, que exigem cuidados que precisam ser informados aos possíveis usuários, bem como para divulgação de seu conteúdo nas redes sociais, meio que possibilita uma comunicação mais flexível e atraente para aqueles que ainda não conhecem os serviços e a natureza da Biblioteca. A UEPB também tem ciência do valor histórico e cultural de que seu acervo é

dotado e tem procurado investir seus recursos, em especial seus recursos humanos, para continuar oferecendo com excelência os serviços que a Biblioteca disponibiliza.

5. CONCLUSÃO

Neste estudo de caso, foi exposta a experiência da Universidade Estadual da Paraíba acerca de seu equipamento cultural, histórico e científico que é a Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida, especificamente seu acervo de cordéis. De acordo com os objetivos desta pesquisa, este trabalho procurou revelar e destacar para o meio científico as peculiaridades deste equipamento cultural valioso, e explorar as ferramentas que a Universidade utiliza para oferecer à população e à comunidade científica o acesso a um acervo raro e de alto valor histórico e cultural. Conclui-se que através das ferramentas do marketing público, a UEPB deve continuar seu trabalho no sentido de ampliar o conhecimento da sociedade paraibana e brasileira a respeito de um equipamento cultural valioso, que conta uma parte significativa da história da cultura nordestina. A elevação deste ícone desta cultura, o cordel, ao status de patrimônio cultural faz emergir uma maior necessidade de atenção e valorização da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida, imputando à UEPB e ao governo do estado da Paraíba uma responsabilidade que deve ser mantida e ampliada nos próximos anos. Este trabalho intentou jogar luz sobre esta necessidade, divulgando ao meio científico as peculiaridades deste caso de conservação e valorização da cultura nordestina em uma universidade paraibana.

Poucos trabalhos científicos foram encontrados acerca da Biblioteca de Obras Raras Átila de Almeida, o que leva à conclusão de que mais estudos a seu respeito merecem ser engendrados, e este trabalho tem a intenção de dar um passo adiante neste caminho, estimular a atenção da comunidade científica para o estudo desta iniciativa da UEPB e propor também que outros estudos posteriores apontem melhorias, análises técnicas e contribuições para iniciativas semelhantes no serviço público em todo o País. A referida biblioteca é uma fonte qualificada e indispensável para os pesquisadores da cultura e da história

nordestina, portanto, este trabalho conclui-se como uma ponte para que a biblioteca tenha sua devida importância tanto para a gestão pública estadual quanto para o meio científico.

REFERÊNCIAS

BATISTA, Sebastião Nunes. **Antologia da literatura de cordel**. Fundação José Augusto, 1977.

BIBLIOTECA DE OBRAS RARAS ÁTILA DE ALMEIDA. **Site oficial**. Disponível em <http://bibliotecaatilaalmeida.uepb.edu.br/> Acesso em 29/03/20.

BIBLIOTECA DE OBRAS RARAS ÁTILA DE ALMEIDA. **Perfil oficial na plataforma Instagram**. Disponível em <https://www.instagram.com/bibliotecaatilaalmeida/> Acesso em 02/04/2020.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em 29/03/20.

BRASIL. **Legislação sobre patrimônio cultural**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2010. Disponível em <http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/503085>. Acesso em 30/03/20.

CEZAR, Layon Carlos. **Comunicação e marketing no setor público: diferentes abordagens para a realidade brasileira**. Brasília: Enap, 2019.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Literatura de Cordel ganha título de Patrimônio Cultural Brasileiro**. Site oficial do IPHAN. Disponível em <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/4833/literatura-de-cordel-e-reconhecida-como-patrimonio-cultural-do-brasil> Acesso em 29/03/20.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.

LISOWSKI, Telma Rocha. **As políticas públicas de acesso e difusão da cultura no Brasil e o caso do Programa Nacional de Apoio à Cultura**. Revista Brasileira de Políticas Públicas, Brasília, v. 5, nº 1, p. 156-169, jan-jun. 2015.

LUYTEN, Joseph M. **O que é literatura popular**. 2. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1984. (Coleção Primeiros passos, 98).

RIBEIRO, Maria de Pádua. OLIVEIRA, Elias Rodrigues. **Comunicação e marketing no setor público: uma prática que permite o fortalecimento da cidadania e a modernização da gestão pública**. Revista Gestão Pública: Práticas e Desafios, Recife, v. IV, n. 7, págs. 170 – 191, ago. 2013.

SOUSA, Anabela de. **Orientação do Marketing no Sector Público: o marketing-mix da iniciativa “Novas oportunidades”**. Economia & Empresa. nº 13, pg. 47-72, 2011