



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
COMUNICAÇÃO SOCIAL
DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E COMPUTAÇÃO:
FUNDAMENTOS E APLICAÇÃO

BIBLIOTECA LIVRO LIVRE

Professora: Márcia Marques

Camila Shiratsubaki - 12/0027917
Fabíola Mariano - 12/0023491
Gabrielle Lobo - 11/0148614
Luis Felgueira - 13/0243517
Pedro Nóbrega - 12/0020297
Thiago Botelho - 11/0152433
Victor Morgado - 12/0023491

Brasília, Junho de 2016

SUMÁRIO

Resumo.....	02
Mapa Mental do Projeto.....	03
Mapa Conceitual do Projeto.....	05
Biblioteca Livro Livre.....	07
Campanha Parte 1.....	0
Mapear os interesses e disponibilidade de materiais dentro do CEDOC.....	08
Pesquisa com os públicos.....	10
Sugestão de Questionário.....	12
Mapeamento de materiais do CEDOC.....	14
Campanha Parte 2.....	15
Promoção da Biblioteca Livro Livre e campanha de manutenção.....	15
Conceito.....	15
Objetivos.....	15
Metas.....	15
Estratégias.....	16
Ações.....	16
Campanha Parte 3.....	20
Criação da identidade visual.....	20
Conceito.....	20

Resumo

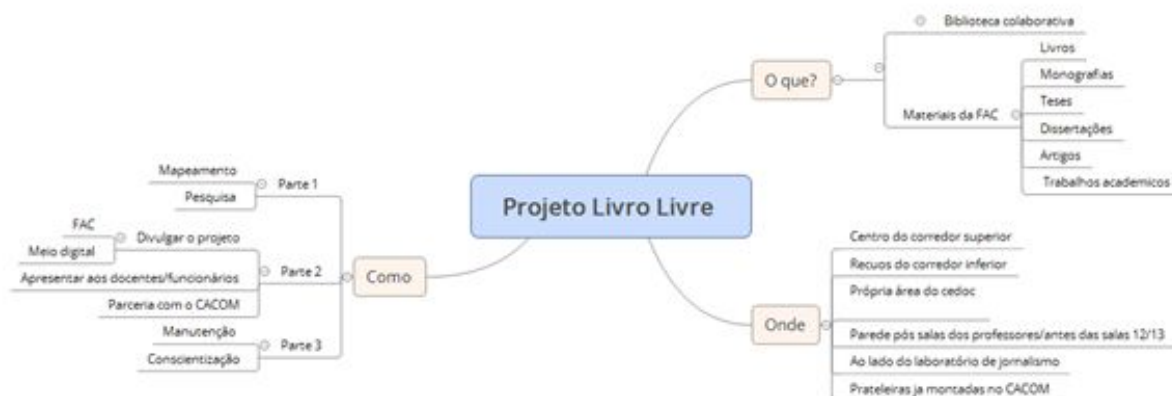
A Biblioteca Livro Livre consiste em um espaço aberto e colaborativo no qual os alunos os corpos discente e docente da Faculdade de Comunicação (FAC) terão acesso a livros, monografias, teses, dissertações, artigos e trabalhos em geral, produzidos na FAC Faculdade de Comunicação. O trabalho tem como objetivo fazer com que o projeto consiga ser realizado, para isso é necessária a adesão por parte dos alunos, professores e funcionários para que a biblioteca seja amplamente utilizada e preservada. Tendo isso em vista, o projeto foi dividido em quatro etapas: (i) mapear os interesses e disponibilidade de materiais existentes no Centro de Documentação (CEDOC), (ii) definir a identidade visual do projeto, (iii) elaborar campanha de promoção e manutenção da Biblioteca Livro Livre. Esse material será apresentado em forma de planejamento de comunicação.

Mapa Mental do Projeto

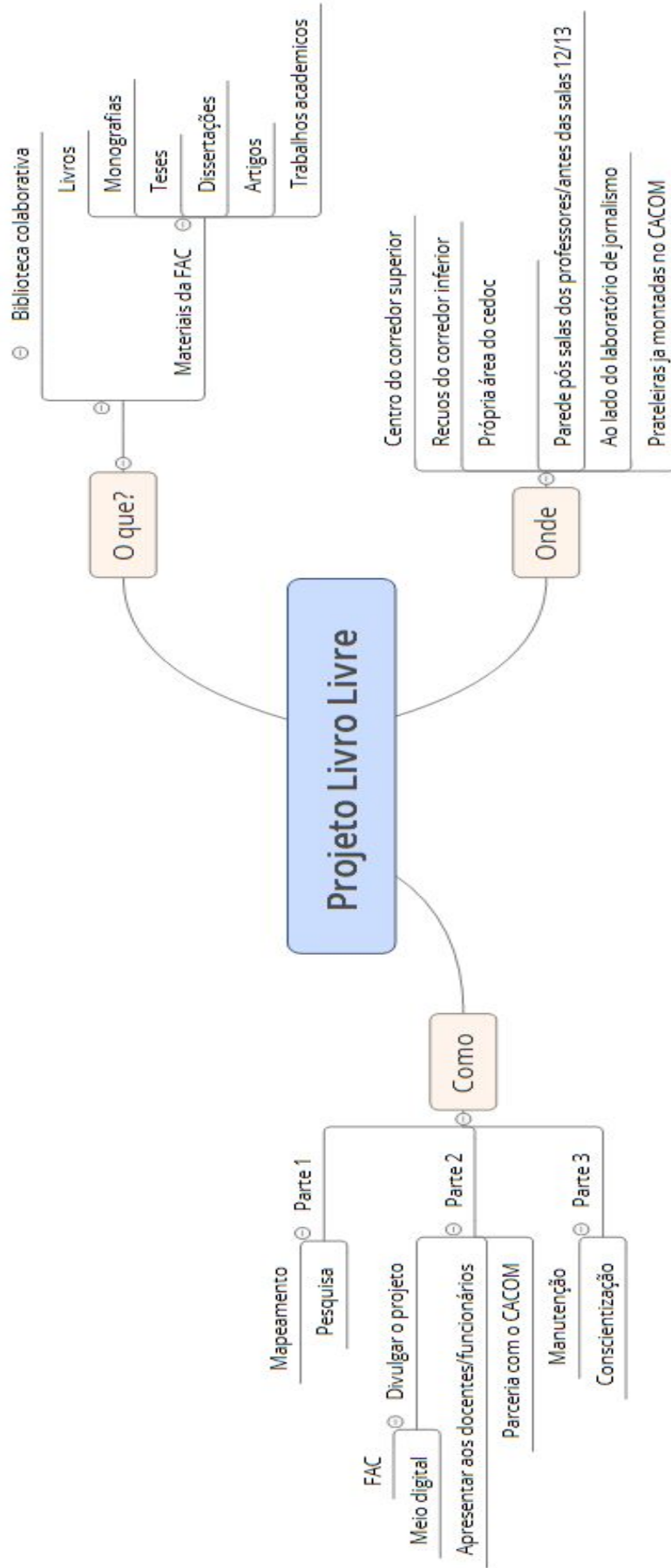
O Mapa Mental foi feito para auxiliar na compreensão e organização de informações relacionadas ao projeto, nele contém todas as etapas a serem feitas, é possível que ao mesmo tempo se tenha uma visão ampla e específica acerca do planejamento geral.

Os mapas mentais procuram representar, com o máximo de detalhes possível, o relacionamento conceitual existente entre informações que normalmente estão fragmentadas, difusas e pulverizadas no ambiente operacional ou corporativo. Trata-se de uma ferramenta para ilustrar ideias e conceitos, dar-lhes forma e contexto, traçar os relacionamentos de causa, efeito, simetria e/ou similaridade que existem entre elas e torná-las mais palpáveis e mensuráveis, sobre os quais se possa planejar ações e estratégias para alcançar objetivos específicos¹

O mapa em questão teve como ponto de partida a palavra central, Projeto Livro Livre, tema do estudo, a partir de então as palavras chaves referentes as etapas, e pontos importantes a serem desenvolvidos foram colocadas.



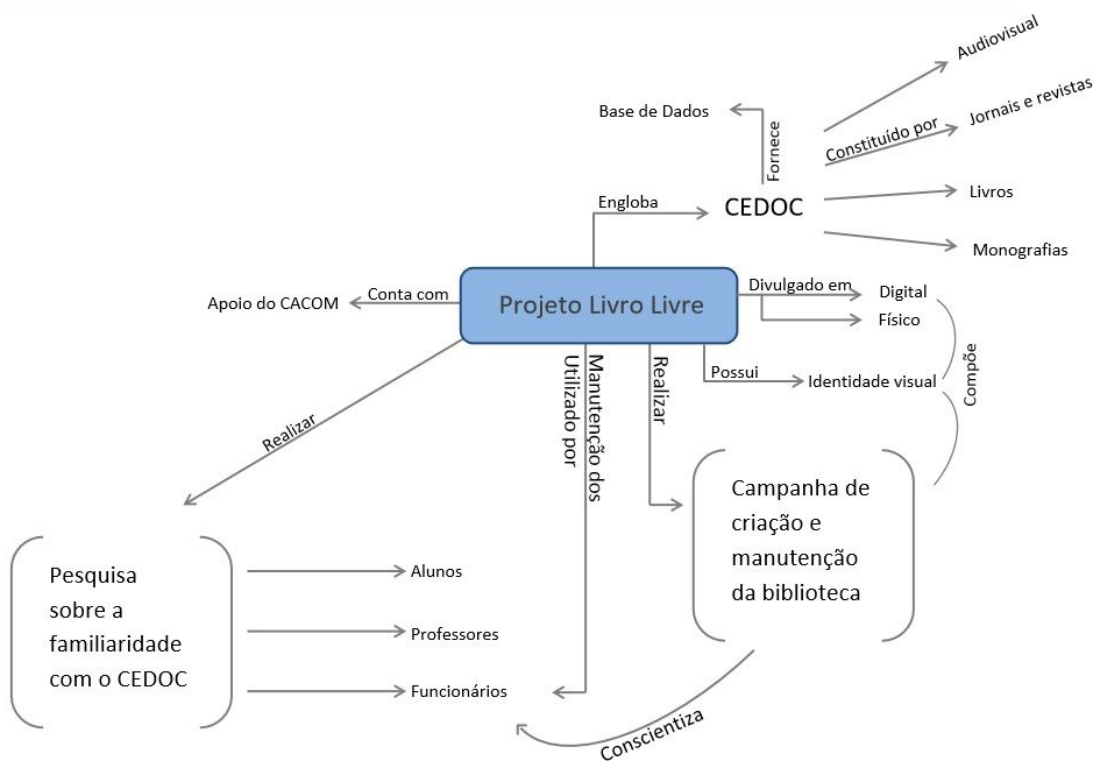
¹ Definindo Escopo em Projetos de Software (São Paulo: Novatec). 2015.

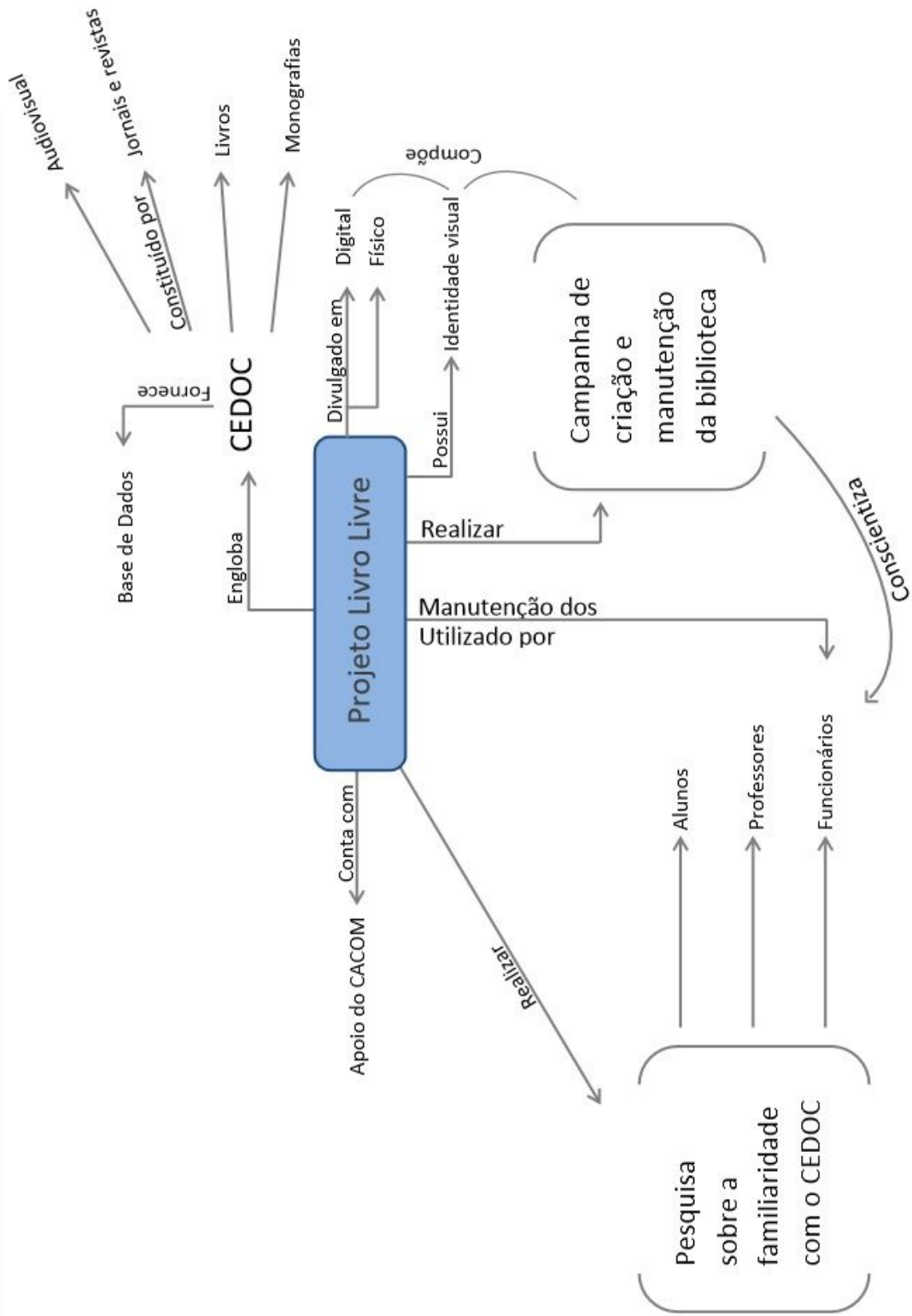


Mapa Conceitual

De um modo geral, mapas conceituais, ou mapas de conceitos, são diagramas indicando relações entre conceitos, ou entre palavras que usamos para representar conceitos. Mapas conceituais podem seguir um modelo hierárquico no qual conceitos mais inclusivos estão no topo da hierarquia e conceitos específicos, pouco abrangentes, estão feitos a partir desse principal. Sempre deve ficar claro no mapa quais os conceitos contextualmente mais importantes e quais os secundários ou específicos. Setas são utilizadas para dar um sentido de direção as relações conceituais.

O mapa conceitual do projeto foi feito com o objetivo de mostrar os principais passos a serem feitos no do projeto apresentado.





BIBLIOTECA LIVRO LIVRE

FAC-UnB

O que é?

Um espaço aberto e colaborativo no qual os corpos discente e docente da Faculdade de Comunicação (FAC) terão acesso a livros, monografias, teses, dissertações, artigos e trabalhos em geral, produzidos neste departamento.

Onde?

Mapeamos os seguintes locais como possíveis espaços para alocação de estantes móveis ou fixas dentro da Faculdade de Comunicação.

- Centro do corredor superior
- Recuos do corredor inferior
- Própria área do cedoc
- Parede pós salas dos professores/antes das salas 12/13
- Ao lado do laboratório de jornalismo
- Prateleiras já montadas no CACOM

Dentre essas opções precisamos averiguar quais espaços terão a permissão para serem utilizados, a partir disso adquirir as estantes a serem utilizadas. Uma opção é conferir dentro do almoxarifado da UnB o que está disponível e pode ser utilizado.

Como?

Campanha em 3 etapas

Temos o objetivo de fazer com que o projeto consiga ser realizado, ter adesão por parte da FAC, ser mantido e realmente utilizado.

Para que isso aconteça dividimos o trabalho em três partes:

- Mapear os interesses e disponibilidade de materiais dentro do CEDOC e com estudantes
- Definição da identidade visual e promoção da Biblioteca Livro Livre
- Manutenção da biblioteca

Campanha Parte 1

Mapeamento dos interesses e disponibilidade de materiais dentro do CEDOC e com estudantes

Pesquisa com os públicos

Estudo de usuários

O estudo de usuários em potenciais é um instrumento de planejamento de ações e tomada de decisões importantes, além de proporcionar um levantamento das deficiências da unidade de informação. É necessário perceber as necessidades antes do início do estudo de usuário, para que com as informações a instituição possa aferir os resultados, considerando todos os aspectos inerentes ao planejamento e gestão da unidade de informação.

É importante assim, que o que a biblioteca deseja descobrir quanto ao seu uso seja determinado antes do início do estudo de usuário. Por sua vez, os dados obtidos têm que se dirigir a problemas administrativos e, portanto, devem propiciar o processo de tomada de decisão por parte da administração da biblioteca ou do sistema. (FIGUEIREDO, 1983, p. 47)

Para entender quais as necessidades e interesses na FAC desenvolveremos uma pesquisa de opinião a ser feita com todos os estudantes, funcionários e professores. Essa pesquisa será feita por meio de um questionário, que servirá para embasar a estrutura e o conceito do projeto. O questionário apresentará, além das perguntas, uma pequena introdução que tem como objetivo

inteirar o entrevistado sobre o tema abordado. Dessa forma teremos um mapeamento com intuito de dar prosseguimento ao processo de construção da biblioteca do projeto.

Elaboração de Questionário

Este modelo de avaliação tem por principal finalidade proporcionar bases para a criação da Biblioteca do Projeto Livro Livre, também será um instrumento regulador e de melhoria contínua, primeiro buscando por meio do questionário obter dados que permitam avaliar a forma como será concretizado o trabalho e que resultados poderão assim ser alcançados. O questionário constitui-se assim como um meio indispensável de qualificação da biblioteca e na criação de seus objetivos.

A Pesquisa do tipo descritiva com abordagem qualitativa, com o objetivo de conhecer o perfil e verificar o interesse dos possíveis usuários da Biblioteca que será localizada nas estruturas da FAC, como ainda verificar quais formas de se direcionar e atrair os usuários potenciais. Os públicos a ser aplicado serão alunos, funcionários e docentes da Faculdade de comunicação. O objetivo desse questionário é ao fim apresentar a análise de interpretação dos dados coletados.

Pré teste

Após o questionário concluído, com as questões que acreditamos ao longo da pesquisa serem relevantes para realização do projeto, recomendamos a aplicação de um pré teste, antes do fechamento final das questões para aplicação. O pré-teste consiste na aplicação para uma amostra de indivíduos do público alvo do questionário, ainda preliminar. No pré teste serão considerados pelas pessoas que responderem a real relevância no ponto de vista delas de cada questão. Essa aplicação tem o objetivo de identificar potenciais problemas com o questionário, tais como perguntas que justifiquem sua modificação, adições necessárias para a pesquisa de algum tema a ser incluído ou eliminado, ou ainda modificações necessárias ao formato do questionário.

Sugestão de Questionário

1. Qual sua relação com a FAC
 - a. Estudante de Audiovisual
 - b. Estudante de Comunicação organizacional
 - c. Estudante de Jornalismo
 - d. Estudante de Publicidade e Propaganda
 - e. Estudante da Pós Graduação
 - f. Funcionário
 - g. Professor

2. Sexo
 - a. Feminino
 - b. Masculino
 - c. Outro

3. Caso seja aluno, qual seu semestre?
 - a. 1 ao 4
 - b. 4 ao 6
 - c. 7 ao 8
 - D. 8 em diante

4. Você busca trabalhos acadêmicos como referência para os seus próprios trabalhos?
 - a. Sim
 - b. Nao

5. Voce tem o hábito de ler enquanto esta na Fac?
 - a. Sim
 - b. Nao

6. Você costuma ir a BCE alugar livros?
 - a. Sim
 - b. Não

7. Você costuma frequentar alguma outra biblioteca pegar livros?
 - a. Sim
 - b. Não

8. Caso não tenha costume de frequentar bibliotecas em geral, qual principal motivo?
 - a. Distância
 - b. Não acredita ser relevante para seus trabalhos
 - c. Prefere materiais online
 - a. Normalmente o material da biblioteca já está desatualizado
 - d. Falta de interesse
 - e. Acredita que é difícil encontrar os materiais que precisa

9. Você costuma consultar materiais produzidos na FAC, como base para suas pesquisas?
 - a. Sim
 - b. Não

10. Além do material disponibilizado ou indicado pelo professor em sala de aula você utiliza algum material de pesquisa como complemento a seu conhecimento?
 - a. Sim
 - b. Não

11. Qual a frequência que costuma utilizar materiais da FAC ou de alguma biblioteca ?
 - a. Com frequência
 - b. Raramente

c. Não utilizo

12. Caso não utilize os materiais do departamento, qual o principal motivo ?

a. Não tenho conhecimento sobre materiais produzidos

b. Não acho relevante para meus trabalhos

c. Sei que são produzidos materiais, mas não sei onde consulta-los

d. Outro motivo _____

13. Você sabe o que é CEDOC? (Centro de Documentação)

a. Sim

b. Não

14. Você tem conhecimento que existe um CEDOC na FAC?

a. Sim

b. Não

15. Você já consultou algum CEDOC como base para suas pesquisas?

a. Sim

b. Não

16. Você acredita ser relevante a existência de um local na FAC onde serão mantidos livros, monografias, teses, dissertações, artigos e trabalhos em geral, produzidos neste departamento?

a. Sim

b. Não

17. Marque o grau de relevância dos materiais que você acredita ser importante, que CONSULTARIA no CEDOC? (Sendo 1 menos relevante e 5 mais)

Material	Grau de importância
Livros	1 2 3 4 5
Monografias	1 2 3 4 5
Artigos	1 2 3 4 5
Trabalhos feitos por voce	1 2 3 4 5
Apostilas utilizadas em sala	1 2 3 4 5
Outros. Quais? _____	

18. Marque o grau de relevancia dos materiais que você acredita ser importante, que DOARIA para o CEDOC? (Sendo 1 menos relevante e 5 mais)

Material	Grau de importância
Livros	1 2 3 4 5
Monografias	1 2 3 4 5
Artigos	1 2 3 4 5
Trabalhos feitos por voce	1 2 3 4 5
Apostilas utilizadas em sala	1 2 3 4 5
Outros. Quais? _____	

19. Dentre os materiais citados na questão anterior, dos que você possui em sua residencia, costuma consulta-los em casa?

- a. Sim
- b. Nao

Mapeamento de materiais do CEDOC

O Mapeamento será efetuado pela equipe de arquivo/biblioteconomia, sendo um dos pontos de suma importância para atingir com êxito o fins propostos por este trabalho.

O Mapeamento de materiais é uma importante ferramenta para a condução do processo, que permite o conhecimento sobre o acervo bibliográfico disponível. A partir do levantamento dos materiais existentes, reúnem-se várias informações como, a estrutura disponível, que serão essenciais para implementação do projeto.

O objetivo principal é a identificação dos materiais que estão no local para que sejam avaliados. A partir disso será possível saber o que é relevante ou não para criação da biblioteca na Faculdade de Comunicação. Separando os livros por temática e nível de interesse dos alunos, por exemplo, como será captado pelo questionário, possibilitará a criação um ambiente com livros que sejam realmente relevantes e úteis pro dia a dia do estudante de Comunicação. Além de incentivar o engajamento dos alunos e professores, o projeto visa aproximar ainda mais o aluno da Faculdade. Pretende criar um ambiente ainda mais estruturado para estudo e pesquisa sem que haja necessidade de deslocamento, e conseqüentemente criar uma nova cultura que incentiva o compartilhamento e o zelo com o material público, mas de uma maneira mais livre e menos burocrática, se diferenciando de uma biblioteca convencional. O principal objetivo é criar um sentimento de pertencimento nas pessoas, tanto pelo espaço, como pelos materiais que serão utilizados.

Campanha Parte 2

Promoção da Biblioteca Livro Livre e campanha de manutenção

Conceito

Biblioteca compartilhada aonde alunos, professores e funcionários da Fac podem ter acesso a livros, trabalhos acadêmicos e outros materiais produzidos na própria faculdade, bem como pega-los emprestado. O projeto Livro Livre reforça a ideia da troca de materiais e conseqüentemente de conhecimento. A biblioteca não terá um funcionário que fará o controle de empréstimos e devoluções. A partir de campanhas de conscientização e informação, visa-se ter um trânsito livre desses materiais onde os próprios usuários ficarão responsáveis por essa regulação e pela manutenção da biblioteca.

Objetivo

Apresentar o projeto para os estudantes de comunicação e incentivar a contribuição com livros e colaboração com a manutenção. Uma biblioteca que aproveite o material que atualmente está inutilizado no cedoc e abrir para o compartilhamento de livros de interesse de todos que muitas vezes fica guardado na estante de casa.

Metas

1. Tornar o projeto conhecido
2. Conseguir engajamento de alunos, professores e funcionários da Faculdade de Comunicação
3. Gerar conscientização sobre o zelo dos materiais, destacando a importância e as vantagens da manutenção e o compartilhamento do patrimônio público
4. Incentivar a doação de livros para o crescimento do acervo bibliográfico

5. Criar um novo hábito de busca e compartilhamento de conteúdo dentro da própria Faculdade

Estratégias

1. Divulgar o projeto Livre Livre no espaço físico da Faculdade de Comunicação.
2. Divulgar o projeto Livre Livre no site da faculdade e em redes sociais.
3. Elaborar escopo da campanha “Livro Livre” - Difusão da ideia, “informação” sobre como utilizar e conscientização para um “bom” uso.
4. Apresentar para os professores o projeto para que estes sejam capazes de atuar não apenas como usuários, mas também como mediadores do projeto apresentando-o para os alunos em sala de aula e ajudando na disseminação de informações sobre a sua manutenção.
5. Firmar parceria com o Centro Acadêmico de Comunicação (Cacom) para a divulgação e manutenção da biblioteca.

Ações

1. Evento de inauguração do Projeto Livro Livre

O evento acontecerá nos corredores da Faculdade de Comunicação. Contará com palestras sobre o Sedoc e o funcionamento do projeto. As palestras devem ser de curta duração (aproximadamente 30 minutos com espaço para perguntas) e em seguida os alunos serão convidados a conhecer a biblioteca.

Sugestão: Realização de um pequeno coquetel no dia da inauguração.

2. Aula inaugural para os professores da FAC.

Professores serão convidados a uma aula inaugural sobre o funcionamento do projeto para que possam informar seus alunos sobre a biblioteca nas salas de aula. Os professores também serão aptos à auxiliar os alunos com o empréstimo de trabalhos quando solicitados e com informações sobre manutenção e cuidados.

3. Parceria com o Cacom e Empresas Junior para manutenção da biblioteca compartilhada.

O Centro Acadêmico de Comunicação e as EJ's são grandes parceiros em potencial para o projeto. Pelo seu contato direto com os estudantes e professores e sua gerencia feita por alunos, o Cacom possui habilidade para se comunicar de forma eficaz com com o público alvo do projeto. Além de cartazes explicativos fixados no espaço físico do CA, seus membros serão capazes de tirar qualquer dúvida sobre o funcionamento do projeto. Além disso, a cada 15 dias, o Cacom irá publicar em suas redes sociais algum conteúdo relacionado ao projeto. O conteúdo poderá ser produzido pelos estagiários do SEDOC ou pelo próprio Cacom, a combinar.

4. Criação de perfis nas redes sociais Facebook.

É de extrema importância que o projeto possua um canal direto de comunicação com seus usuários. No primeiro momento deverá ser criado um perfil na rede social Facebook devido a seu alcance e adesão de seus usuário, em 2015 a empresa contava com 1,59 bilhão de usuários. A rede social deverá ser alimentada e gerenciada pela equipe responsável pelo SEDOC (professores e estagiários). Em um segundo momento deverá ser avaliada a necessidade de criação de perfis em outras redes sociais.

5. Gerenciar e produzir conteúdos a serem publicados no *Facebook*.

Desse modo, pode-se avaliar melhor horário para as postagens, que tipo de conteúdo o público gosta, se o público está se ampliando ou não e, a partir disso, determinar a linguagem, imagens e o tipo de texto que serão utilizados nas publicações, a hora que serão publicados e outras funções administrativas que serão anexadas ao manual. O planejamento e cronograma para responder aos

comentários também é importante. A dinâmica da rede social pede que a resposta não seja demore a ser publicada.

Monitoramento - Monitorar o engajamento e número de curtidas da página pelo menos 1 vez ao mês.

Avaliação - Avaliar se houve aumento no número de curtidas e interação com a página, e ainda avaliar se todos os comentários foram respondidos.

6. Elaborar um manual e planejamento de mídias sociais.

Para manter o relacionamento com o público e aumentar a visibilidade, é necessário que haja produção de conteúdo frequente. Para isso é necessário que o manual contenha um cronograma de postagem de conteúdo, de como mensurar a interação, do tipo de linguagem e conteúdo que devem ser utilizados e o horário de maior acesso da página. Esse manual deverá servir como base para todos os gerenciadores das mídias como forma de padronização.

Mensuração - Estabelecer metas de engajamento e visualização de conteúdo e explorar os horários de picos de acesso às redes sociais.

Avaliação - Avaliar se as metas do item anterior foram atingidas.

7. Criação de vídeo institucional sobre o projeto.

A linguagem utilizada deve ser simples e informal, e sugerimos que o vídeo seja apresentado no formato de animação para que torne a informação mais atraente de acordo com o público a que se destina. Para a realização desse produto, é aconselhável procurar como parcerias produtoras da cidade e/ou a empresa júnior da UnB Pupila Audiovisual. O conteúdo deve explicar o que é a Biblioteca Livro Livre, como participar, seu funcionamento e manutenção, bem como os

benefícios que o projeto traz para a Faculdade de Comunicação. O vídeo será publicado nas redes sociais do projeto, no site da faculdade e nas redes sociais do Cacom.

Monitoramento - Medir a quantidade de acessos aos vídeos e o engajamento de curtidas e comentários nas redes sociais.

Avaliação - Com o aumento do engajamento e visualização, entende-se que mais pessoas estão recebendo informações sobre o projeto Biblioteca Livro Livre. Realizar uma pesquisa sobre a imagem do projeto após 6 meses da execução das ações desse plano.

8. Realizar palestras durante a Semana de Boas Vindas aos Calouros.

A Semana de Boas Vindas é um bom momento para se comunicar com os os alunos que acabaram de entrar na universidade. É uma ocasião em que os novos estudantes estão reunidos e que há uma maior facilidade de comunicar-se com eles. É uma oportunidade de divulgar o funcionamento do projeto, seus benefícios para a Faculdade de Comunicação, além de criar já de início uma cultura de uso e preservação da biblioteca. Palestras de no máximo 30 minutos de duração.

9. Elaboração de material impreso sobre o projeto.

Serão criados folders institucionais e cartazes com a finalidade de explicar o que é o projeto Biblioteca Livro Livre e como é o seu funcionamento. Os textos serão curtos e diretos, para que qualquer um consiga entender com facilidade. Os folders serão distribuídos na semana anterior e na semana inaugural do projeto. Posteriormente esse material também estará disponível em “bolsos” fixados nas estantes da biblioteca. Também serão confeccionados cartazes informativos que serão fixados pela Faculdade de Comunicação e no Cacom. A identidade visual elaborada para o projeto será mantida no material impreso.

10. Confeção de marcadores de página.

Confeção de marcadores de página com a logo do projeto a serem distribuídos para os usuários da biblioteca compartilhada. Os marcadores também ficaram disponíveis

Campanha Parte 3

Criação da identidade visual

Criação identidade visual para o projeto Biblioteca Livro Livre.

Uma identidade visual coerente reflete a mensagem e os valores do projeto. O uso dessa identidade visual própria dará visibilidade e destaque ao projeto, padronizando a comunicação visual para que esta seja lembrada e reconhecida por seus públicos. Será confeccionado um carimbo com a logomarca do projeto que será carimbado em todo material da Biblioteca Livro Livre que estará disponível para empréstimo.

Monitoramento - Monitorar se a aplicação da marca tem sido feita de acordo com o manual de identidade visual.

Avaliação - Verificar se a marca criada é identificada pelo público como pertencente a Biblioteca Livro Livre.

Conceito

Na conjuntura atual de digitalização o apego com o material impresso é cada vez menor. Ainda assim é comum que estudantes e ex-estudantes armazenem os livros e materiais adquiridos ao longo do seu período universitário. Enquanto isso o CEDOC que é localizado na própria faculdade reúne trabalhos, publicações e projetos que também são completamente sub aproveitados. O que não faz desse material algo sem valor, afinal carrega conteúdos responsáveis por viabilizar todo o processo de formação de gerações.

A existência de uma biblioteca de Livro Livre dentro da Faculdade de Comunicação possibilita que esse material não seja dispensado, simplesmente largado em uma estante de casa ou em meio a documentos, mas sim, reutilizado inúmeras vezes por outras pessoas.

Tendo essa reflexão como base definimos “a libertação de um pássaro” como símbolo do conceito. A ideia é que o pássaro represente o conhecimento contido nesses materiais que

consegue voar novamente e se desaprisionar da gaiola, a qual representaria o armazenamento e consequente inutilização dos materiais.

Desafios do grupo

Os principais desafios encontrados pelo grupo no decorrer do trabalho foram:

- Falta de uma cultura colaborativa na universidade. Por se tratar de uma biblioteca colaborativa deve-se criar uma conscientização sobre a cultura de compartilhamento de livros. Além disso, é criar um hábito de cuidado com o que é comunitário dentro da universidade.
- Manutenção do espaço. Por se tratar de um espaço colaborativo, não existe apenas um responsável para a manutenção do local e, mais uma vez, a conscientização é extremamente importante nesse passo. Todos os alunos da Faculdade de Comunicação devem se sentir responsáveis e envolvidos na biblioteca livre.