

A importância do uso da biblioteca no ambiente universitário.¹

Jéssica Andrade OLIVEIRA²
Thatiana Cardoso CABRAL³
Cinthia Moreira GIL⁴
Vanessa de Moraes RIBEIRO⁵
Universidade Veiga de Almeida, Cabo Frio, RJ

RESUMO

O trabalho foi desenvolvido pela agência UVA – Agência Experimental de Publicidade e Notícias e em conjunto com a disciplina de Oficina de Propaganda da Universidade Veiga de Almeida, campus Cabo Frio. As ilustrações apresentadas neste paper foram criadas para uma campanha a ser veiculada dentro da própria instituição, em que retrata a relação dos alunos da universidade com a biblioteca da instituição, a fim de demonstrar para os mesmos a facilidade existente em encontrar referências bibliográficas e a grande importância dos livros, estimulando o uso do ambiente não só no período das provas.

PALAVRAS-CHAVE: Livros; Universitários; Ilustração; Biblioteca.

1 INTRODUÇÃO

Diariamente é possível conviver com diversas expansões da tecnologia, inclusive as que permitem acesso à internet, como tablets, computadores, notebooks, celulares etc, possibilitando uma ferramenta de auxílio na construção do conhecimento, cuja circulação, disponibilidade de recursos de informação e acesso extremamente facilitado fazem com que as pessoas tenham maior preferência por acervos digitalizados e bibliotecas digitais do que bibliotecas físicas encontradas em escolas, universidades e outrem. Segundo Fagundes, “a aplicação eficaz das tecnologias digitais consiste em enriquecer o mundo do aprendiz para sustentar interações produtivas e favorecer o desenvolvimento de sua inteligência” (2008, p. 12).

A internet é, hoje, uma das fontes mais ricas de consulta por conta de sua facilidade tanto para pesquisas quanto para divulgar informações. No entanto, tal vantagem gera duas situações: se por um lado democratiza a divulgação de ideias e reforça a liberdade de

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria de Produção Transdisciplinar, modalidade Charge / Caricatura / Ilustração.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: jessica.oliveira@hotmail.com

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: thatiaana@gmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: cinthiagilp@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora e coordenadora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Veiga de Almeida (campus Cabo Frio – RJ), mestre em comunicação pela UERJ, email: ribeiro.vanessa@gmail.com

informação, por outro acaba por permitir que indivíduos possam publicar o que bem entendem sobre assuntos variados, incluindo os de caráter acadêmico, sem uma base lógica ou apenas baseados em deduções. Tal cenário obriga o internauta a filtrar a informação de qualidade e separar o conteúdo realmente merecedor de crédito do que é apenas um palpite anônimo. Nem tudo o que está na internet merece nossa atenção. O problema é que não é possível separar automaticamente e com precisão as informações úteis das descartáveis. Se no passado a dificuldade era encontrar as fontes de informação por sua limitação, o problema agora é selecionar as de qualidade dentre centenas de fontes diversas.

A internet não seleciona a informação. Há de tudo por lá. A Wikipédia presta um desserviço ao internauta. A internet ainda é um mundo selvagem e perigoso. Tudo surge lá sem hierarquia. A imensa quantidade de coisas que circula é pior que a falta de informação. O excesso de informação provoca a amnésia. Informação demais faz mal. Quando não lembramos o que aprendemos, ficamos parecidos com animais. Conhecer é cortar, é selecionar. (ECO, 2011, p. 24 - 26)

Diante desse cenário, temos a Biblioteca, que se diferencia da internet como uma ferramenta para o desenvolvimento do ser, de sua autonomia intelectual e também do processo de ensino e aprendizagem, contendo fonte de conhecimento autêntica por conta dos livros, revistas, enciclopédias e outros recursos que a compõem. A biblioteca é um berço de memória e herança cultural. De acordo com Carrière, “biblioteca é como a memória humana, cuja função não é apenas a de conservar, mas também a de filtrar.” (2010, p. 38 - 39)

É através do livro que se pode ampliar o entendimento a respeito das informações que cercam as pessoas, de sua autonomia de pensamento e decisão, de sua capacidade de encontrar respostas para os problemas enfrentados e de sua consciência diante dos direitos e deveres das pessoas, pois o contato com o livro enriquece culturalmente e socialmente. Além disso, o livro, em si, possui autenticidade comprovada por conta dos estágios necessários para transformar aquele conteúdo em um livro propriamente dito, o que inibe a publicação de informações inúteis ou errôneas que podem ser encontradas na internet.

É diante desta vertente que o trabalho foi elaborado. Percebendo a necessidade da valorização dos livros e sua importância quanto ao acúmulo de conhecimento e aprendizado e informações de credibilidade, evidencia-se uma urgência na conscientização sobre o uso da biblioteca por parte dos alunos da Universidade Veiga de Almeida.

2 OBJETIVO

Conscientizar os alunos da Universidade Veiga de Almeida sobre a importância da biblioteca da instituição em todo período letivo, já que é um ambiente de fácil acesso rico de informações e confiável por suas fontes e autores.

3 JUSTIFICATIVA

O tema foi pensado com base na realidade da instituição. Os universitários possuem acesso a um acervo enorme de livros, artigos, e outros tipos de bibliografias na biblioteca da UVA, mas não utilizam os benefícios disponíveis. Grande parte dos semestres a biblioteca é pouco frequentada e o número de cadastrados é bem menor em relação ao de matrículas, sendo que este número só muda nas semanas de prova onde encontram um lugar calmo para o estudo. Diante disso, houve a necessidade de criar uma campanha para ser veiculada dentro da própria instituição a fim de causar entendimento dos alunos do quanto é importante e rica a biblioteca, e o benefício que pode causar a eles. A intenção é que os estudantes percebam como estão muito pertos e que possuem livre acesso às bibliografias de autores renomados e de muita capacidade intelectual e que isto também os estimule à leitura.

Escolhemos ilustrações para que seja possível uma maior liberdade para trabalhar as ideias, o conceito e as imagens dos autores, permitindo também que fique de forma inusitada, atraindo a atenção das pessoas. As ilustrações redimensionam as informações. De acordo com Newark “a ilustração é uma forma de composição meticulosa e esmerada. Mesmo as menores partes de um desenho foram conscientemente produzidas para que a imagem possa completar ou apresentar, por si só, o conceito que deseja comunicar” (2009, p. 86).

A escolha dos autores foi feita por pesquisas na própria universidade, em busca dos autores que são mais estudados pelos universitários para facilitar o entendimento da mensagem a ser transmitida e para um maior alcance. A instituição possui matérias obrigatórias em todos os cursos, o que facilitou a identificação dos autores de conhecimento geral dos alunos através da ementa das matérias.

Conhecido por suas doutrinas comunistas, Karl Marx foi um autor escolhido por ser fonte de estudo das matérias Sociologia e Filosofia, as quais são obrigatórias em todos os

cursos. O Manifesto do Partido Comunista é uma de suas obras mais conhecidas e a mais estudada pelos alunos da universidade.

Sigmund Freud conhecido por criar a Psicanálise, é um importante personagem para o trabalho, já que faz parte de muitos conteúdos como nos cursos de Administração, Psicologia, Comunicação Social, Direito, Pedagogia, Educação Física e Enfermagem.

Philip Kotler se tornou referência em Marketing e é utilizado em muitas aulas, o que explica sua inclusão nas ilustrações. Os cursos Comunicação Social e Administração utilizam o autor como base em diversas matérias.

Outro filósofo que se faz presente no ensino da universidade é Michel Foucault, grande referência da Antropologia e muito estudado através da matéria Filosofia, contando também com matérias de outros cursos que se baseiam em suas obras.

Famoso por sua obra O Príncipe, Nicolau Maquiavel serve como referência bibliográfica nas matérias Filosofia e Sociologia, em que os estudantes conhecem seus pensamentos sobre ciência política. Maquiavel é um autor que não poderíamos deixar de ilustrar por ser muito estudado e popular entre os alunos da instituição.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Por conta do tema da campanha foram feitas pesquisas com o material de ensino das aulas, o que permitiu a escolha dos autores que seriam trabalhados em forma de ilustração.

Desenvolvemos as ilustrações com lápis HB, 4B e 6B, o que facilitou os traços nas ilustrações. Os papéis trabalhados foram Canson A3 para desenho de 140 g/m². Também foram utilizados régua de 30cm, Curva Francesa, Compasso 9000 Trident profissional com Articulador Universal (adaptador para lápis e canetas). Após a finalização dos desenhos nos papéis, reforçamos os traços com caneta Naquim 0,05; 0,1; 0,2; 0,3; 0,5 e 0,8 para facilitar a vetorização. Transferimos os desenhos dos papéis para o computador através de um scanner e, com o software Adobe Illustrator, as imagens foram vetorizadas para serem editadas e pintadas. As ilustrações foram coloridas e encaixadas com o programa Adobe Photoshop CS3. Após concluído o processo dos desenhos, utilizamos o CorelDRAW X5 para a diagramação das peças publicitárias juntamente com os textos.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A campanha é representada por cinco peças, e cada uma delas é composta por uma mesma identidade visual para que os alunos possam perceber que estas peças fazem parte de uma mesma campanha. As peças da campanha serão cartazes, que como uma importante mídia no planejamento da nossa campanha, o cartaz precisa passar a correta mensagem para o público, que de acordo com Newton Cesar (2006, p. 50) nos fala para não se usar muito texto, devendo-se colocar as informações básicas, pois o consumidor não está em casa lendo confortavelmente e assim dispostas a ler os detalhes.

Nas peças encontram-se ilustrações, cujo cada um, explora as principais características marcantes dos autores para que haja uma fácil identificação e entendimento dos alunos sobre as peças. Estes autores estão dentro livro para que tenha uma ligação com o objetivo da campanha: a importância dos livros.

Karl Marx foi elaborado na peça de acordo com suas conhecidas ideias comunistas. Na mão direita, exibe o livro “Manifesto do Partido Comunista”, o qual é fonte de estudo em muitas instituições de ensino, assim como na Veiga de Almeida. Na ilustração o autor está acima de livros, o que representa sua fama por conta de seus pensamentos e por estar presente em muitas obras bibliográficas. Ao lado da sua imagem está a representação da sua intensa participação como objeto de estudo, o quadro negro. Nele está a famosa frase de Karl Marx “Proletários de todos os países, Uni-vos” para uma maior identificação dos alunos perante a peça. O quadro negro feito e a maçã intensificam que as ideias do filósofo perpassam por muito tempo. Abaixo do quadro negro está a imagem da mulher de Marx, a qual teve grande importância em sua vida.

Freud está representado como passava a maior parte do seu tempo e como é conhecido por muitas pessoas, fumando charuto e trabalhando com a psicologia. A figura do diabo e do anjo faz ligação com a personalidade do ser humano que o autor sempre estudava. O detalhe de o diabo estar rindo e do anjo nervoso faz uma relação divertida entre as personalidades da ilustração. O divã foi elaborado de acordo com o real divã do autor, detalhando até suas cores.

Na ilustração do Kotler estão em evidência suas diversas obras bibliográficas, já que são muito utilizadas nas ementas das disciplinas na universidade, o que causa identificação com o autor. A imagem trata de uma sala de aula em que o autor aparece como o professor, pois ainda dá aulas na Universidade de Northwestern. A lousa branca e o notebook foram feitos para demonstrar o tempo atual, detalhado também com a banana como a marca do

computador. A bandeira dos Estados Unidos da América aparece no fundo representando o país do autor.

O desenho do Foucault foi feito de acordo com o local em que desenvolvia por grande parte do tempo suas pesquisas. O livro na mão do autor representa sua bibliografia famosa e que serve sempre como base de estudo. A cabeça aberta do Foucault junto com os elementos indica a riqueza de seus pensamentos e ideias, como também de onde veio toda sua inspiração para seus livros.

Maquiavel aparece saindo de sua famosa pintura, a única imagem do filósofo, já que o tempo que ele viveu não tinha recursos para fotografia. Na imagem ele está saindo do quadro e tentando alcançar a ampulheta, o que representa a passagem de todos seus pensamentos e trabalhos durante décadas, assim como também do livro em cima da ampulheta. A caneta de pena como caneta faz relação ao tempo em que ele viveu.

O livro que se tornou base de todas as peças também foi feito em forma de ilustração, para os elementos se encaixarem de forma natural. A fonte foi escolhida para o título e o texto das peças foi escolhida por ser semelhante à letra de caligrafia.

Como se não bastassem os recursos imagéticos, a peça ainda é composta com um texto que completa o entendimento da mensagem. O título “Você já visitou ____ (nome do autor) hoje?” foi elaborado para criar um sentido de interação da peça com o leitor. O sentido logo é esclarecido na frase situada no canto direito da peça “Ele está bem pertinho esperando por você. Visite a biblioteca, divida esse espaço com os grandes nomes da área acadêmica”, deixando claro que aquele autor encontra-se na biblioteca, incentivando o aluno quanto ao uso deste espaço na universidade e conscientizando quanto a importância dos livros.

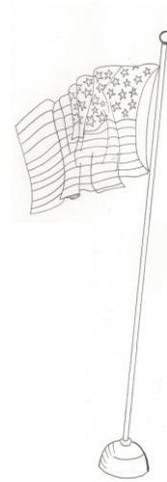
A seguir estão as ilustrações escaneadas:
Karl Marx:



Freud:



Kotler:



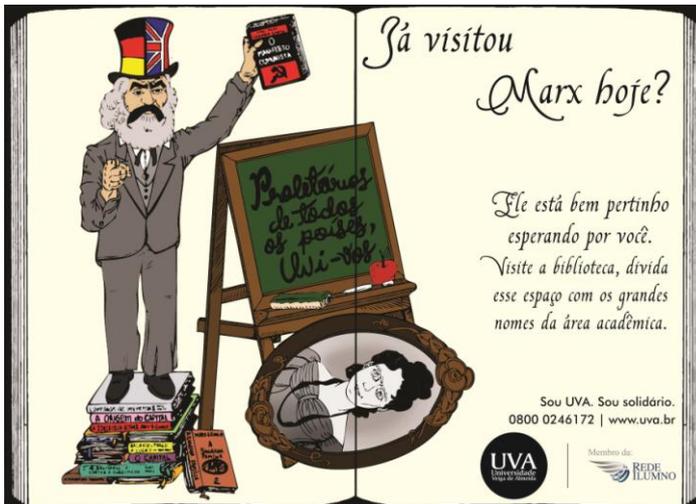
Foucault:



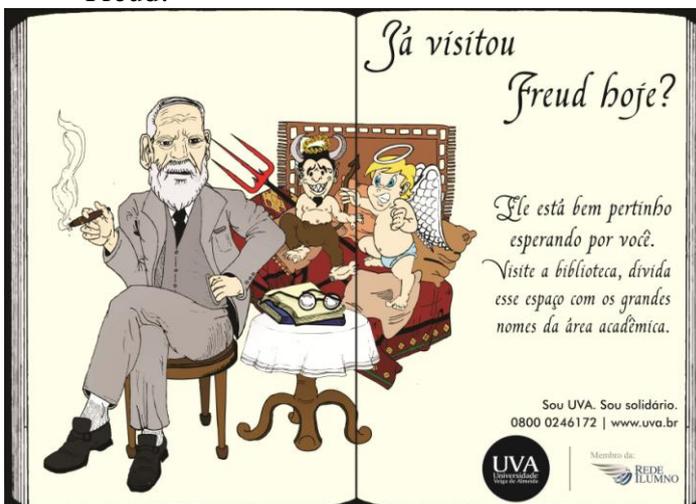
Maquiavel:



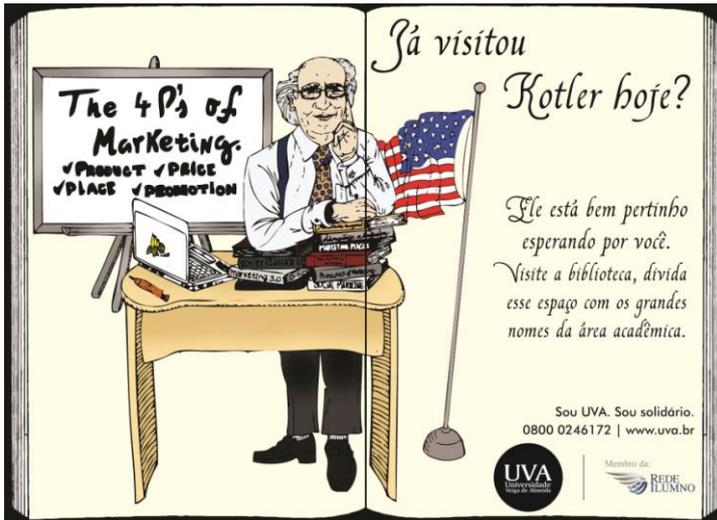
A seguir estão as ilustrações aplicadas nas peças:
 Karl Marx:



Freud:



Kotler:



*Já visitou
Kotler hoje?*

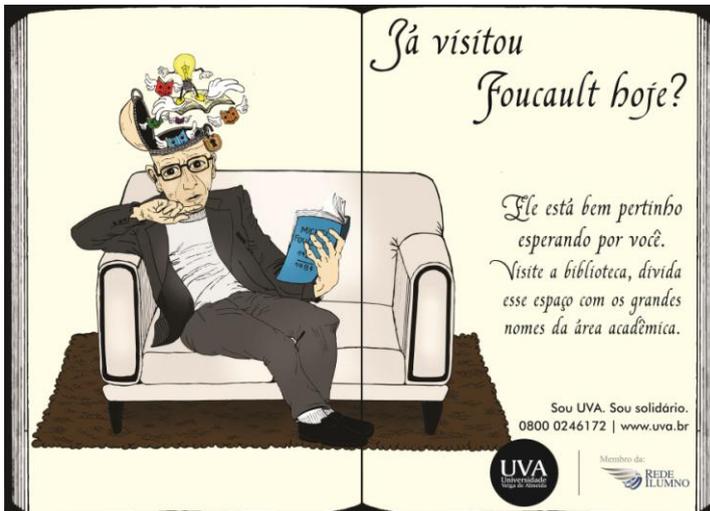
*Ele está bem pertinho
esperando por você.
Visite a biblioteca, divida
esse espaço com os grandes
nomes da área acadêmica.*

Sou UVA. Sou solidário.
0800 0246172 | www.uva.br

UVA
Universidade
Vale do Açu

Membro da
REDE
ILUMINO

Foucault:



*Já visitou
Foucault hoje?*

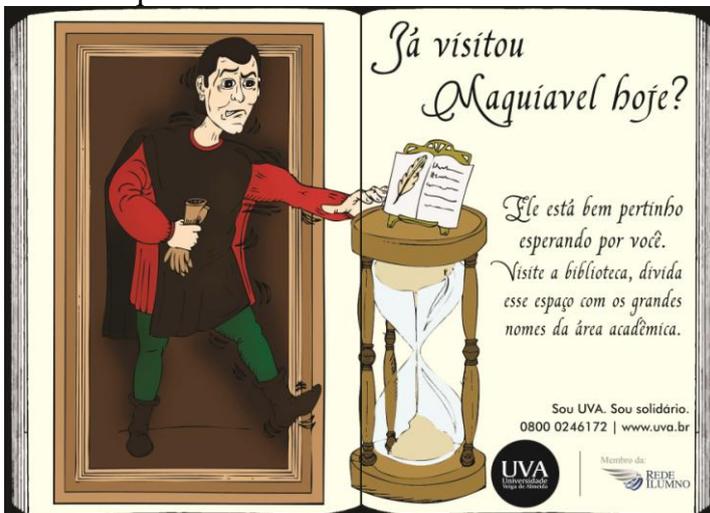
*Ele está bem pertinho
esperando por você.
Visite a biblioteca, divida
esse espaço com os grandes
nomes da área acadêmica.*

Sou UVA. Sou solidário.
0800 0246172 | www.uva.br

UVA
Universidade
Vale do Açu

Membro da
REDE
ILUMINO

Maquiavel:



*Já visitou
Maquiavel hoje?*

*Ele está bem pertinho
esperando por você.
Visite a biblioteca, divida
esse espaço com os grandes
nomes da área acadêmica.*

Sou UVA. Sou solidário.
0800 0246172 | www.uva.br

UVA
Universidade
Vale do Açu

Membro da
REDE
ILUMINO

6 CONSIDERAÇÕES

A campanha, que em um dado momento foi realizada de forma fictícia pela agência, obteve resultados positivos e foi reconhecida e aprovada pelo setor de marketing e comunicação da Universidade como uma campanha a ser utilizada para conscientizar e incentivar os universitários ao uso da biblioteca, não apenas para estudar em época de prova, mas para todos os momentos, agregando conhecimento e aprendizado.

É possível estabelecer algumas considerações finais a respeito do trabalho desenvolvido, sendo a principal delas, a contribuição que as pesquisas que nortearam a produção das peças publicitárias agregaram ao conhecimento do grupo, que inicialmente já percebiam a necessidade de campanhas que propagassem a ideia de incentivo e conscientização do uso da biblioteca, após o desfecho do trabalho, identificou-se a urgência de abordar na Universidade e na sociedade cada vez mais esse assunto.

O trabalho desenvolvido visou mostrar a importância do uso da biblioteca na Universidade e da utilização de fontes confiáveis, não só para realizar trabalhos acadêmicos, mas para ampliar o conhecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRA, Maria. **O papel da biblioteca escolar: importância do setor no contexto educacional**. São Paulo: CRB-8 Digital., v. 1, n. 2, out. 2008.

CÉSAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. Brasília: Ed. SENAC, 2006.

FAGUNDES, Léa. **Tecnologia e educação: a diferença entre inovar e sofisticar as práticas tradicionais**. Porto Alegre: 2008.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: Sedução Pela Palavra**. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

MILÃO, Luis. Entrevista com Umberto Eco: O excesso de informação provoca amnésia. **Época**, São Paulo, n. 712, 30 de dez. de 2011, p. 24 - 26.

NEWARK, Quentin. **O que é design gráfico?** Porto Alegre: Bookman, 2009.

Redação Época. Entrevista com Jean-Claude Carrière: O e-book vai desaparecer. **Época**, São Paulo, n. 6259, 14 de maio de 2010, p. 38 - 39.