

PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DOS PRINCÍPIOS ORGANIZACIONAIS



Desenvolvido por:
Carla A. Almeida e Carlise Borges

Consultoras de Comunicação & RP

Maio-Junho/2022

SOBRE O PROJETO

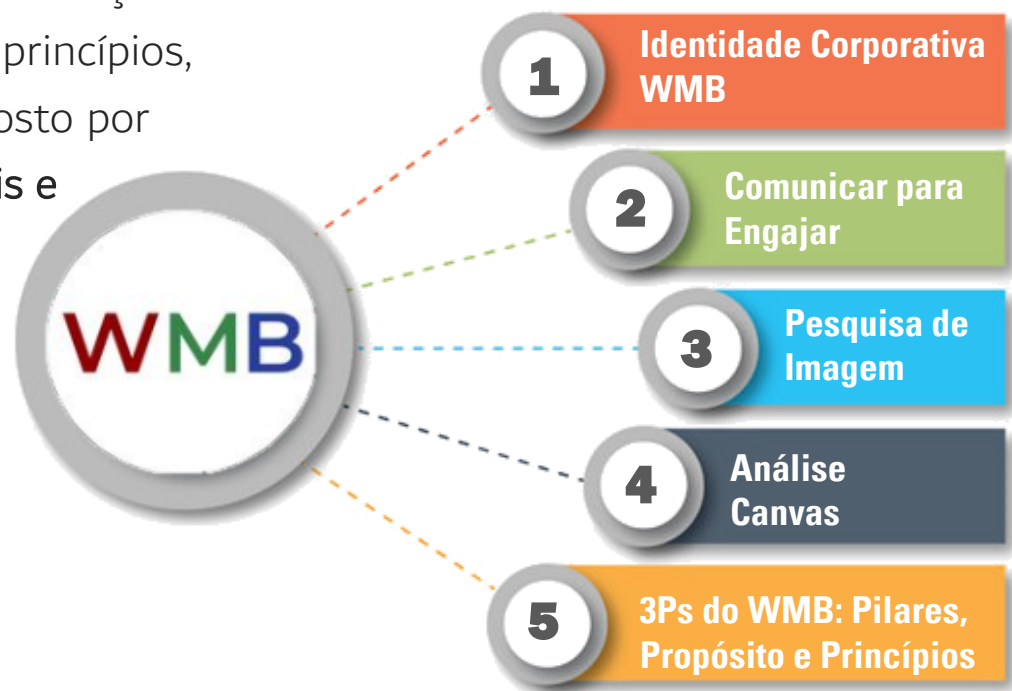


A PRE SEN TA ÇÃO

Em setembro de 2021, o WMB iniciou o desenvolvimento colaborativo de um plano estratégico que se estenderá ao longo de 2022 para ser implementado em 2023

Os princípios organizacionais que atualmente orientam sua atuação foram elaborados em 2016. Porém, a evolução, e fortalecimento do grupo, somados ao momento de planejamento, demandam a atualização da missão e visão do WMB, bem como a definição dos valores que deverão nortear as ações e comportamentos da organização

O projeto envolveu a construção colaborativa dos novos princípios, por um processo composto por cinco etapas sequenciais e interconectadas:



1ª ETAPA

IDENTIDADE CORPORATIVA WMB

Grupo de usuários
WMB
Wiki Movimento Brasil



A PRE SEN TA ÇÃO

Nessa primeira etapa, para auxiliar a construção dos princípios organizacionais, foi realizado um levantamento de dados secundários – também conhecido como pesquisa “Desk Research”; extremamente relevante para se ter a compreensão de quem é o WMB, o que faz, como faz e dos elementos e atributos que compõem sua identidade organizacional, fundamental para o desenvolvimento da etapa 3 (Pesquisa de Imagem)

Fontes de consulta:

<https://wmnobrasil.org/>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Funda%C3%A7%C3%A3o_Wikimedia

<https://wikimediafoundation.org/>

https://meta.wikimedia.org/wiki/Wiki_Movement_Brazil_User_Group/pt-br

https://commons.wikimedia.org/wiki/Commons:UG_Wikimedia_in_Brazil?uselang=pt-br#Members

https://meta.wikimedia.org/wiki/Wiki_Movement_Brazil_User_Group/Diversity_Plan/pt-br

<https://drive.google.com/file/d/1ln4PvtFG0UV-jeZ07tkCH0AA28oBEo1d/edit>

https://br.wikimedia.org/wiki/Processo_estrat%C3%A9gico_Wiki_Movimento_Brasil_2022

[Wiki Movement Brazil User Group/Report \(relatórios anuais de atividades\)](#)

[Twitter, Instagram, Facebook, Youtube e LinkedIn do WMB](#)

DES TA QUES

SOBRE O WIKIMEDIA FOUNDATION

Missão

Is to empower and engage people around the world to collect and develop educational content under a free license or in the public domain, and to disseminate it effectively and globally.

Quem Somos

We are the people who keep knowledge free.

O que fazemos

We help everyone share in the sum of all knowledge. We take care of the technical infrastructure, the legal challenges, and the growing pains.

Como fazemos

We build new features and tools to make it easy to read, edit, and share from the Wikimedia sites. Above all, we support the communities of volunteers around the world who edit, improve, and add knowledge across Wikimedia projects.

Visão

Imagine a world in which every single human being can freely share in the sum of all knowledge. That's our commitment.

Nosso Compromisso

We share a commitment to free knowledge and work together with our community.

Pilar Central - Estratégia 2030

"Open the Knowledge" - making it more diverse, more equitable, accessible and inclusive.

O que queremos

We want to make it easier for everyone to share what they know. Unlock the world's knowledge (to promote radical knowledge equity).

The wiki* way is... fazer edições ruins fáceis de corrigir, em vez de difíceis de fazer. É toda a razão para criar um wiki em primeiro lugar, em vez de um site (como a maioria dos sites) onde a edição é permitida apenas por alguns editores aprovados, e quaisquer alterações desejadas pelo grande público devem ser enviadas como sugestões para, e, em seguida, implementado por esses editores autorizados. Tal sistema torna o processo de obter as mudanças desejadas mais complicado e, portanto, torna o público menos propenso a se preocupar com elas

*palavra derivada do havaiano e que significa rápido

DES TA QUES

SOBRE O WIKIMEDIA FOUNDATION

Objetivos e Direção
Estratégica para 2030:



“Wikimedia will become the essential infrastructure of the ecosystem of free knowledge, and anyone who shares our vision will be able to join us.”

Equidade do Conhecimento

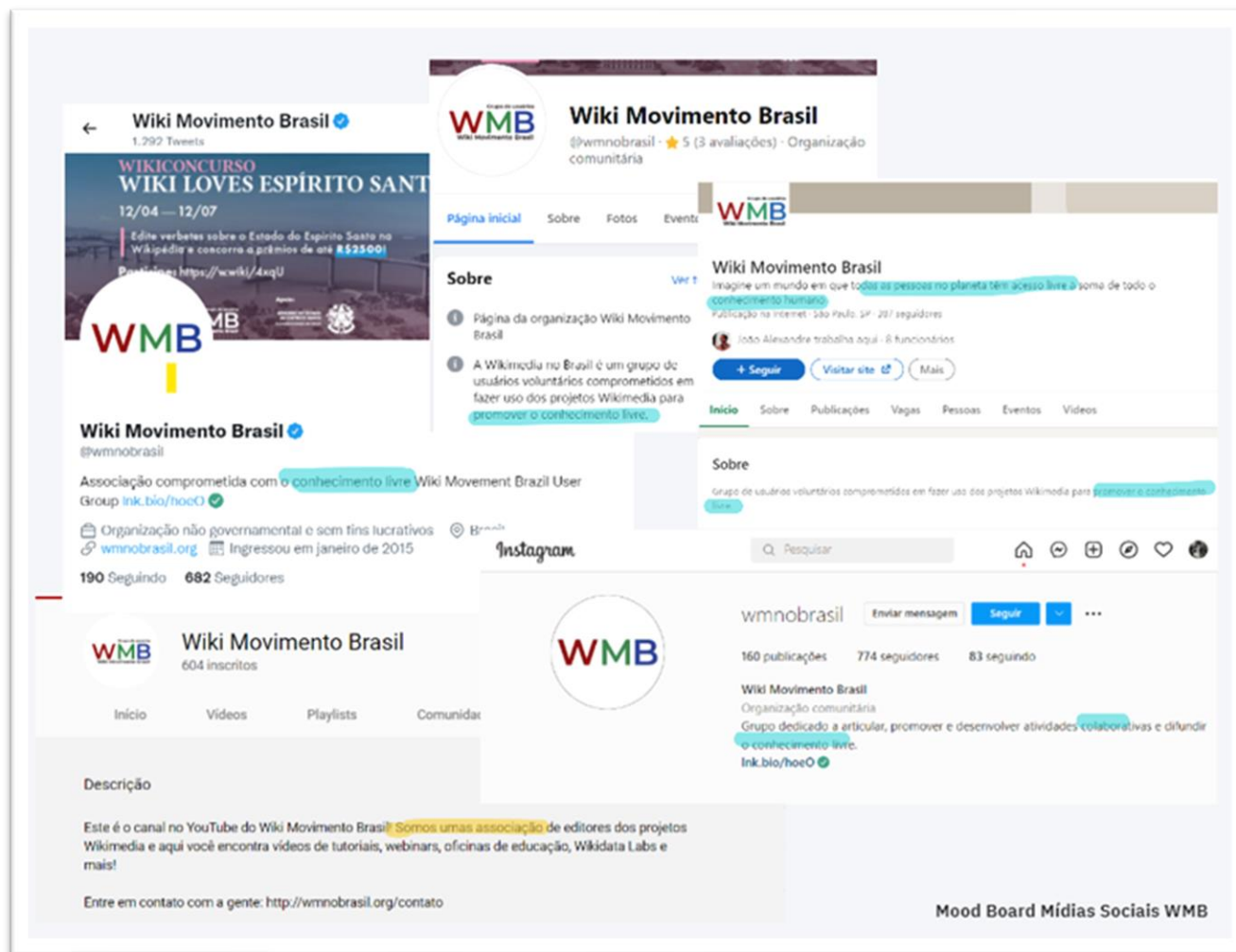
As a social movement, we will focus our efforts on the knowledge and communities that have been left out by structures of power and privilege. We will welcome people from every background to build strong and diverse communities. We will break down the social, political, and technical barriers preventing people from accessing and contributing to free knowledge.

Conhecimento como Serviço

To serve our users, we will become a platform that serves open knowledge to the world across interfaces and communities. We will build tools for allies and partners to organize and exchange free knowledge beyond Wikimedia. Our infrastructure will enable us and others to collect and use different forms of free, trusted knowledge.

DESTAQUES

SOBRE O WMB



O Grupo de Usuários da Comunidade Wikimedia do Brasil é um grupo formado por membros ativos do Movimento Wikimedia no Brasil, que tem como objetivo a organização da comunidade brasileira e a promoção e participação em projetos mantidos pela Fundação Wikimedia

2ª ETAPA

COMUNICAR

PARA

ENGAJAR

Grupo de usuários
WMB
Wiki Movimento Brasil



A PRE SEN TA ÇÃO

GUIA DE DESENVOLVIMENTO

2

Comunicar para
Engajar

A geração de conhecimento, o compartilhamento e a colaboração são parte da filosofia do Wikimedia e devem estar presentes no processo de construção dos princípios organizacionais do WMB

O engajamento à acontece quando há compreensão e clareza daquilo que será feito, por que será feito e como será feito. Por isso, foi elaborado um material (**Guia de Desenvolvimento dos Princípios Organizacionais**) destinado e compartilhado aos membros associados do WMB, explicando o que são princípios organizacionais, seu processo de revisão e a importância da colaboração de todos na elaboração da nova missão, visão e valores

O **Guia** buscou detalhar todas as etapas envolvidas na atualização da Missão e Visão e na definição do Propósito e Valores do WMB, orientar e incentivar a participação dos membros, principalmente na Pesquisa de Imagem (etapa 3)

OBS: a íntegra do Guia encontra-se ao final desse material



3ª ETAPA

PESQUISA

DE

IMAGEM

Grupo de usuários
WMB
Wiki Movimento Brasil



A PRE SEN TA ÇÃO

SOBRE A PESQUISA

3

Pesquisa de Imagem

Como parte dos trabalhos de desenvolvimento dos Princípios Organizacionais do WMB, a terceira etapa envolveu a realização de uma **Pesquisa de Imagem**, de caráter **quantitativo**, com todos os membros associados. O **objetivo** foi conhecer suas opiniões e percepções sobre a atuação da instituição

As **23 perguntas** presentes no questionário foram **divididas em três blocos** e formatadas questões objetivas de única ou múltipla escolha, Escala Likert e perguntas abertas. O bloco 3 teve como base o método GIIC – Gestão Integrada da Identidade Corporativa, desenvolvido por Ligia Fascioni, doutora em gestão do design

A **coleta de dados** foi realizada no período de 18 a 28 de maio de 2022, tendo sido o prazo final estendido até 31 de maio

O formulário foi gerado na plataforma Survey Monkey e um link para seu acesso disponibilizado para todos os 30 membros associados do WMB. Desse total, houve a **participação de 24 respondentes, 80% do público-alvo**

A PRE SEN TA ÇÃO

SOBRE A PESQUISA

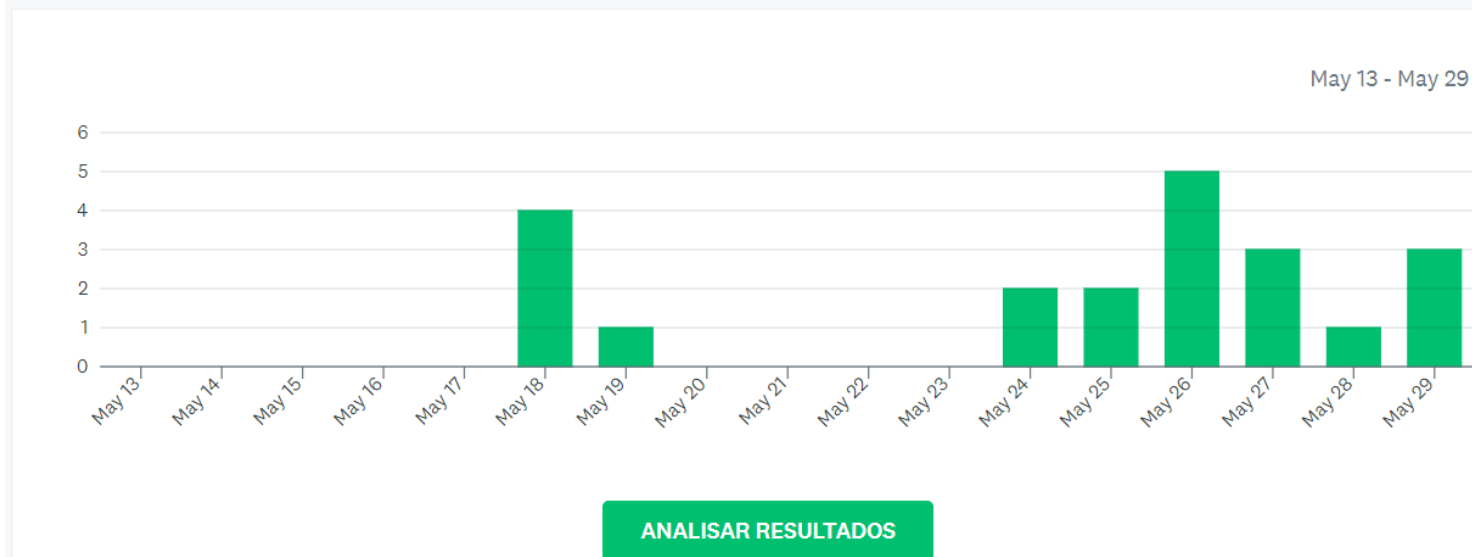
3

Pesquisa de Imagem

Em decorrência do baixo número de questionários preenchidos nos primeiros dias de divulgação da pesquisa, os dados começaram a ser analisados a partir de 28 de maio

Vale destacar que alguns participantes não responderam a todas as questões

Volume de respostas

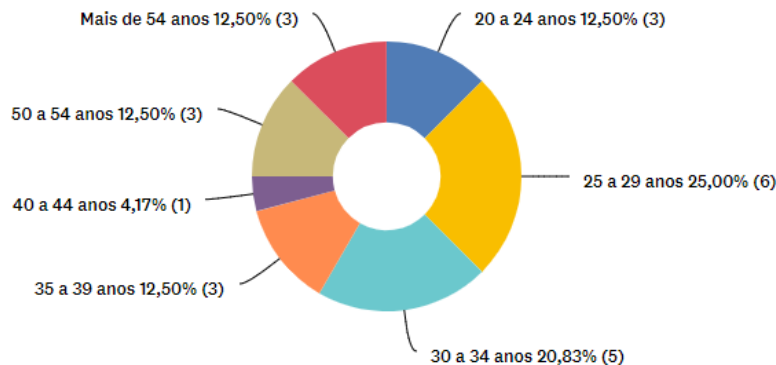


OBS: a explicação detalhada da metodologia e todos os dados tabulados estão disponíveis no arquivo “Pesquisa de Imagem do WMB – relatório completo)

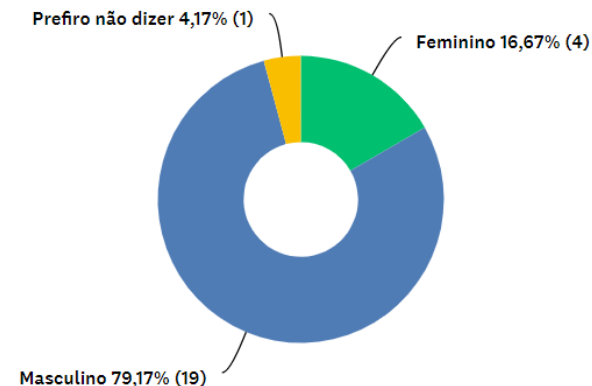
BLO CO 1 P1 a P3

PERFIL DOS MEMBROS RESPONDENTES (24 pessoas)

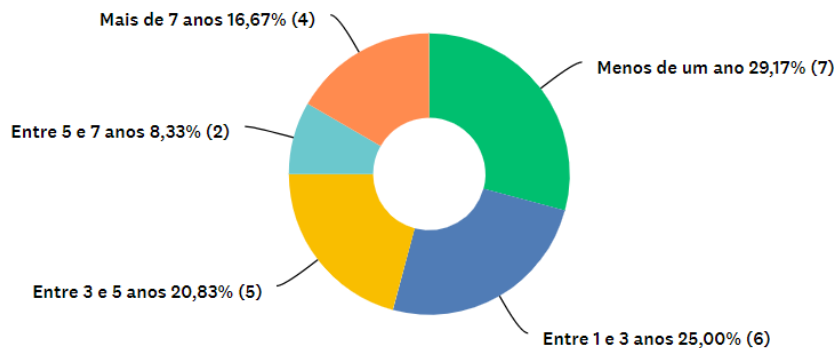
Idade



Gênero



Tempo como membro do WMB



Com os resultados obtidos pode-se notar que a maioria dos membros associados são do **gênero masculino**, com idade **entre 25 e 34 anos** e **com até três anos de participação** no movimento. Quanto mais jovem, menos “tempo de casa”

BLO

CO

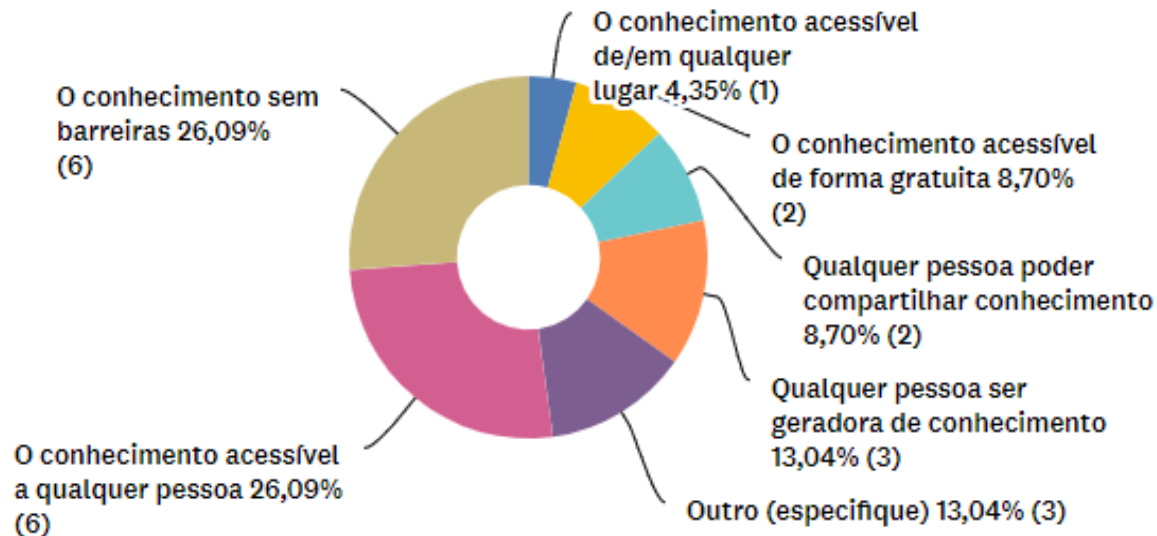
2

P4 a P10

COMPREENSÃO E PERCEPÇÕES SOBRE O WMB

Sobre o significado de “Conhecimento Livre”

(23 respondentes)



Na opção “Outro”, as percepções trazidas pelos respondentes foram:

“Conhecimento que pode ser acessado, compartilhado, reutilizado e reinventado por qualquer pessoa, sendo o conhecimento tratado como um bem público alienável.”

“O conhecimento produzido, acessado e difundido de forma gratuita e sem motivações de mercado.”

“O conhecimento (e aí podemos nos questionar também o que é esse conhecimento) sem barreiras para circulação, utilização, compartilhamento e remixagem.”

BLO

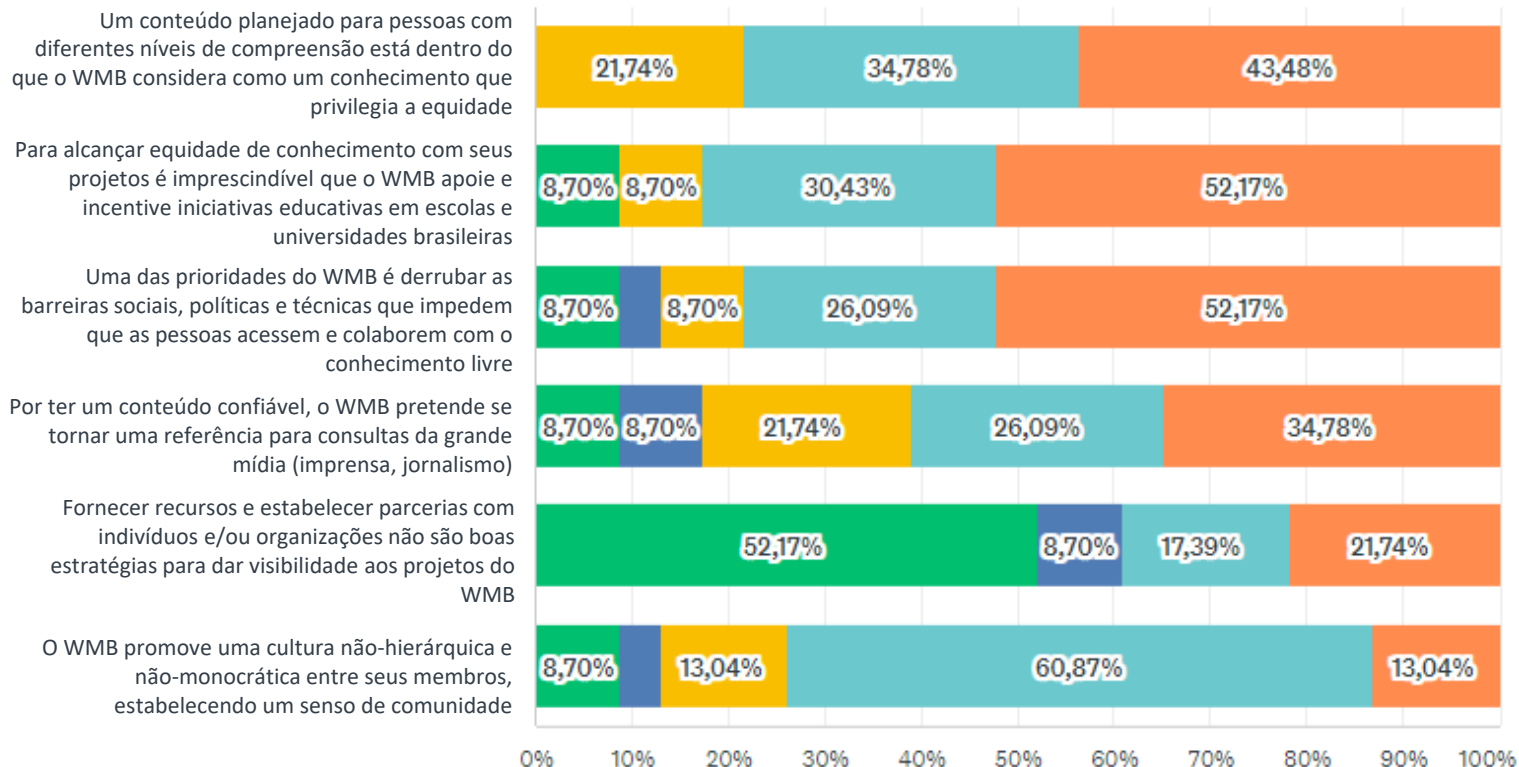
CO

2

P4 a P10

COMPREENSÃO E PERCEPÇÕES SOBRE O WMB

Sobre os objetivos, planejamento e atividades do Grupo de Usuários WMB (23 respondentes)



As respostas indicam que os respondentes concordam com os objetivos e atividades do WMB, porém quase 40% diverge dessa posição sobre fornecer recursos e firmar parcerias com terceiros para gerar visibilidade aos projetos do grupo

BLO

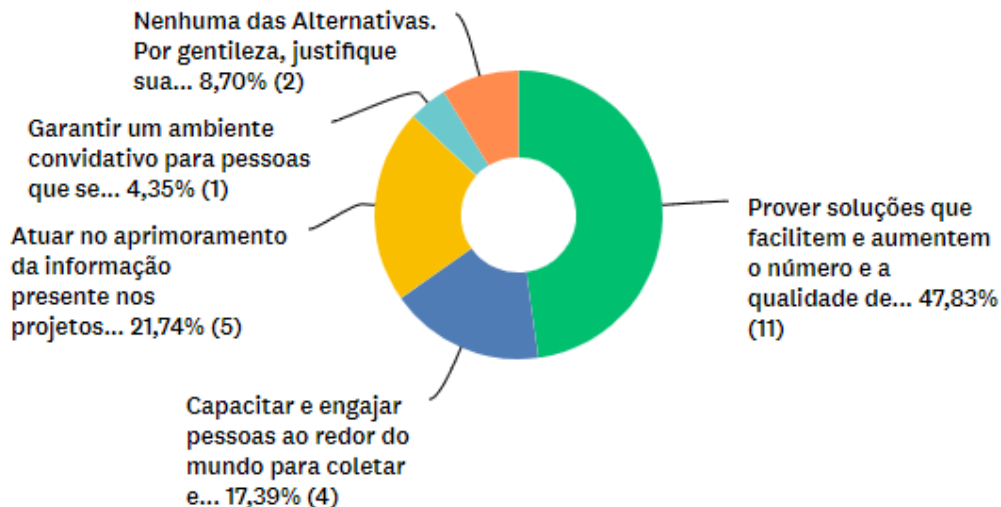
CO

2

P4 a P10

COMPREENSÃO E PERCEPÇÕES SOBRE O WMB

Sobre as atividades realizadas pelo WMB e o alinhamento com a sua missão
(23 respondentes)



Na opção “Nenhuma das Alternativas”, as opiniões dos respondentes foram:

*“Para mim, é uma **mistura das frases apresentadas**. Se estamos pensando nossas atividades de educação, comunicação, divulgação e desenvolvimento de capacidades, isso implica necessariamente tanto a questão de conteúdos nos projetos Wikimedia e afins como o desenvolvimento e a manutenção de um espaço receptivo para os voluntários, especialmente aqueles que vêm de contextos marginalizados. Só assim para termos uma sustentabilidade organizacional.”*

*“Senti falta de algo que remetesse tanto à **formação de comunidade** quanto ao desenvolvimento da **infraestrutura** do conhecimento livre, atento às questões de **serviço da tecnologia livre e de equidade**.”*

BLO

CO

2

P4 a P10

COMPREENSÃO E PERCEPÇÕES SOBRE O WMB

Adjetivos que não descrevem o WMB (dentre 36 opções)

(23 respondentes)

Ultrapassado (21)

Ruim (21)

Egoísta (19)

Entediante (19)

Excludente (16)

Lento (15)

Tradicional (12)

Pretencioso (11)

Simples (10)

Fácil (7)

Complexo (4)

Utópico (3)

Simpático (2)

Divertido (2)

Otimista (2)

Acessível (2)

Cumpe o
que promete (1)

Prático (1)

Rápido (1)

Transparente (1)

Honesto (1)

Outro (1): Acolhedor

Nessa questão não havia limite de opções e os seguintes adjetivos **não foram escolhidos** pelos respondentes:

Amigável, Justo, Ousado, Ético, Confiável, Inovador, Eficiente, Moderno, Sério, Útil,
Responsável, Inclusivo, Competente, Inclusivo, Respeitador, Criativo

BLO

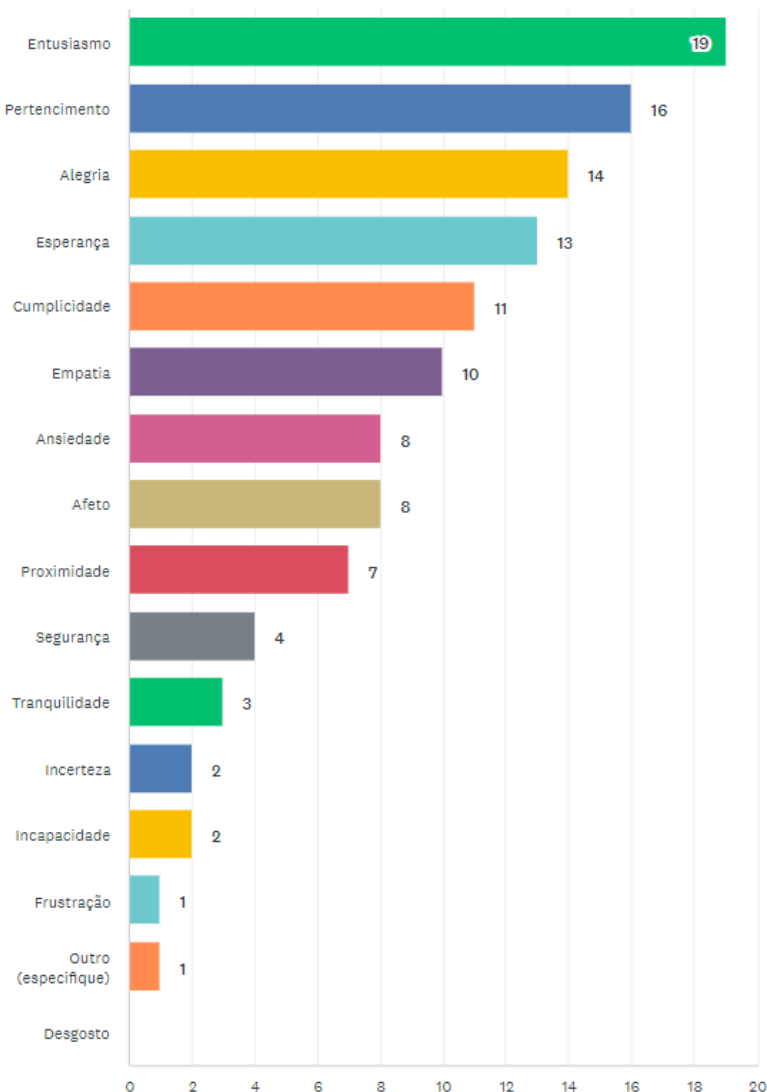
CO

2

P4 a P10

COMPREENSÃO E PERCEPÇÕES SOBRE O WMB

Sentimentos e sensações por fazer parte do WMB (dentre 16 opções)
(23 respondentes)



Os sentimentos e sensações dos membros em relação ao WMB são bastante positivos

Na opção “Outro” foi mencionado também: *“Desafio (difícil, porém estimulante).”*

BLO

CO

2

P4 a P10

COMPREENSÃO E PERCEPÇÕES SOBRE O WMB

Sobre a compreensão do propósito da WMF (resposta espontânea)

(23 respondentes)



Na opção "Outro", algumas percepções trazidas pelos membros:

"Isso é complicado... não acho que o conhecimento pertença a uma pessoa ou a um coletivo, idealmente (em um mundo ideal) ele é mantido em um espaço neutro e de livre acesso."

"O conhecimento não deve ser exclusivamente filtrado por óticas eurocentristas e limitações científicas/academicistas."

"Uma frase importante e essencial para a Wikipédia, mas nem sempre é vista sendo aplicada na prática na comunidade."

BLO

CO

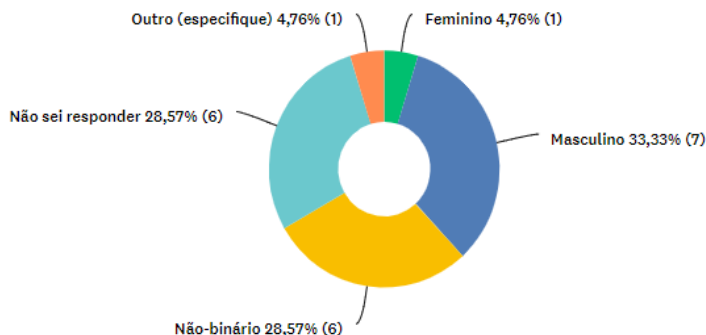
3

P11 a P21

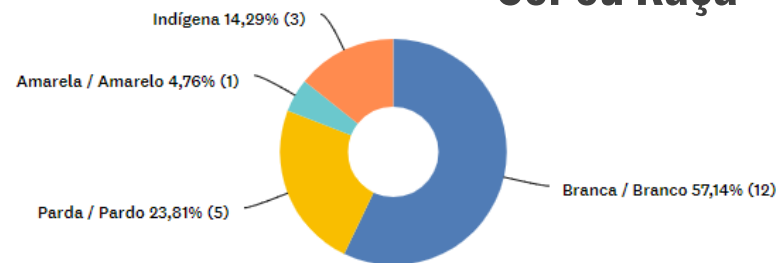
PERSONIFICAÇÃO DA IDENTIDADE DO WMB

Perfil da pessoa WBM (gênero, cor ou raça, idade e escolaridade)
(21 respondentes)

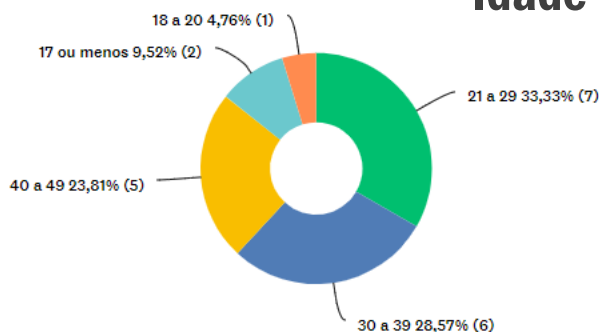
Gênero



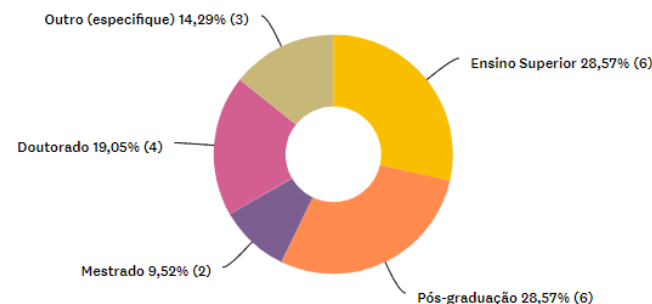
Cor ou Raça



Idade



Escolaridade



Na opção “Outro”, as percepções trazidas pelos membros foram:

“Não tem importância.”

“A WMB seria alguém cuja formação educacional se deu unicamente por diálogos e rodas de conversas.”

“Especialista com notório saber.”

BLO

CO

3

P11 a P21

PERSONIFICAÇÃO DA IDENTIDADE DO WMB

Perfil da pessoa WBM (local de moradia e meio de locomoção)

(18 respondentes / 21 respondentes)

Cidade onde vive

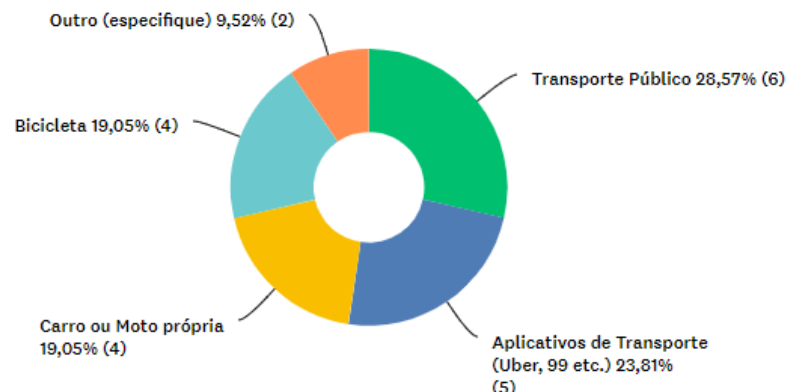


SAO PAULO

As respostas foram espontâneas (não estimuladas) e a cidade de **São Paulo** foi mencionada por 15 respondentes

Outros locais citados foram Salvador e Pasárgada

Principal meio de locomoção



Das opções fornecidas, o transporte público foi o mais escolhido seguido de aplicativos de transporte

Outros meios citados foram “Pedindo Carona” e “Avião”

BLO

CO

3

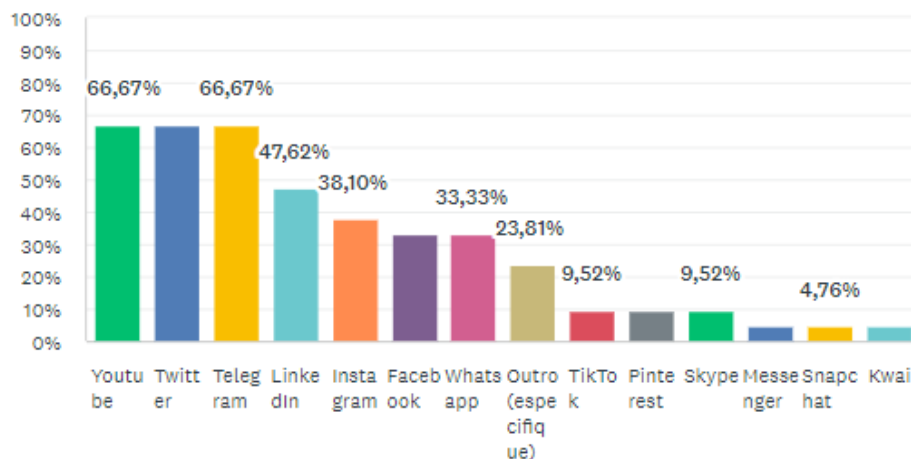
P11 a P21

PERSONIFICAÇÃO DA IDENTIDADE DO WMB

Perfil da pessoa WBM (uso de mídias sociais e meios de informação)

(21 respondentes)

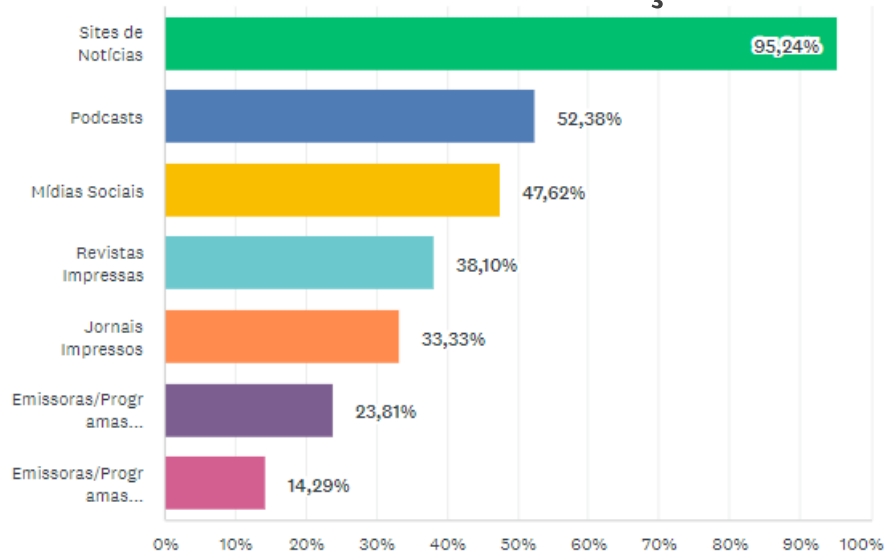
Mídias sociais



Na visão dos respondentes, a pessoa WBM usa majoritariamente Twitter, Telegram e Youtube

Outros meios digitais citados foram Slack e Wiki

Meios de informação



Dentre as opções apresentadas, Sites de Notícias foi escolha quase unânime dos respondentes

Os impressos aparecem com destaque, seguidos por TV e Rádio

BLO

CO

3

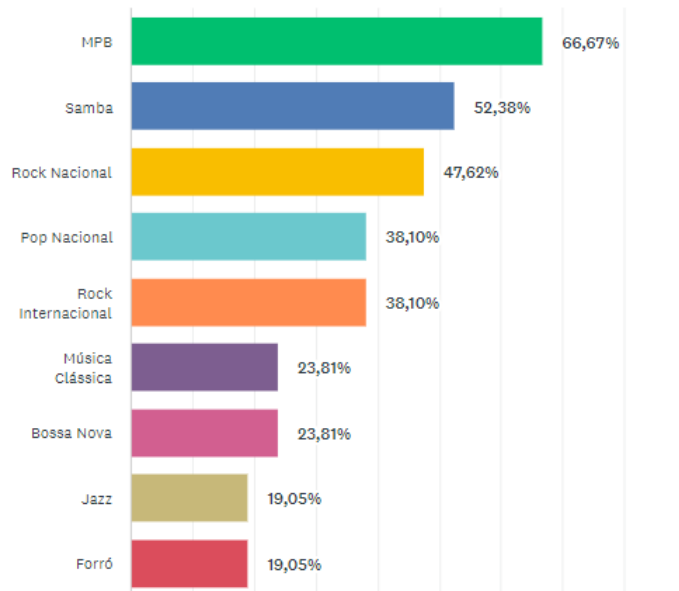
P11 a P21

PERSONIFICAÇÃO DA IDENTIDADE DO WMB

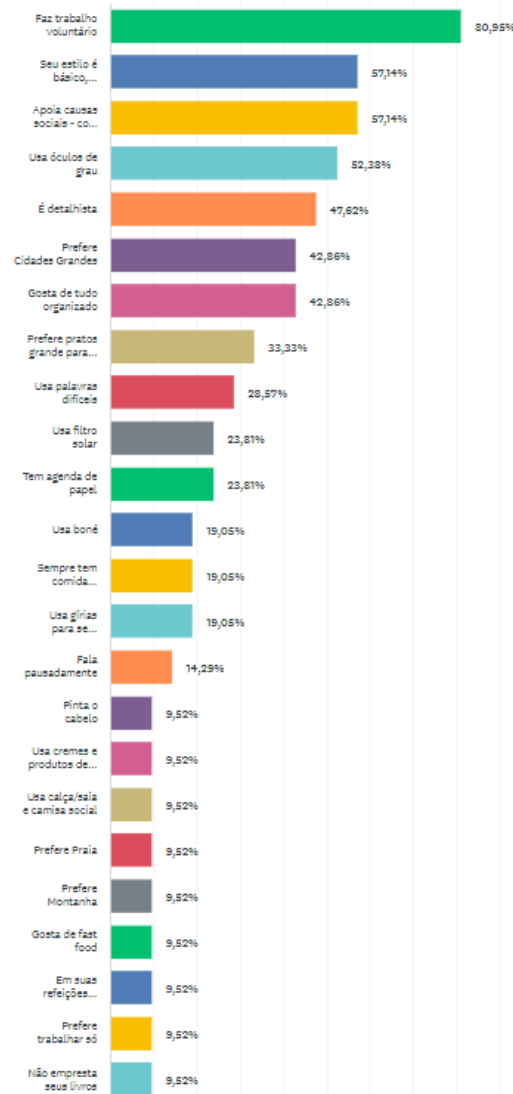
Perfil da pessoa WBM (gostos, hábitos e características)

(21 respondentes)

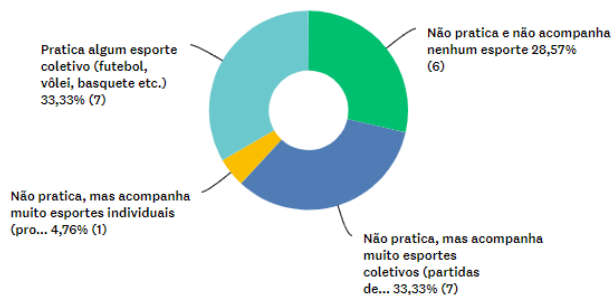
Estilos musicais preferidos



Características



Interesse e prática esportiva



BLO

CO

4

P22 e 23

ENCERRAMENTO

O futuro do Wiki Movimento Brasil (resposta espontânea)

(19 respondentes)



A similaridade das respostas permitiu que as opiniões fosse agrupadas em quatro grandes temas que, na visão dos membros, ditarão o futuro do WMB. Outras opiniões dos respondentes:

“Eu sou otimista.”

“Com a fase do adubo pronta, compreendendo todo o tipo de plantinhas, semeando aquelas necessárias para nossas comunidades e trocando mudas com variados seres do cosmos.”

“Uma associação multifacetada, com pessoas voluntárias e outras com elevado conhecimento técnico.”

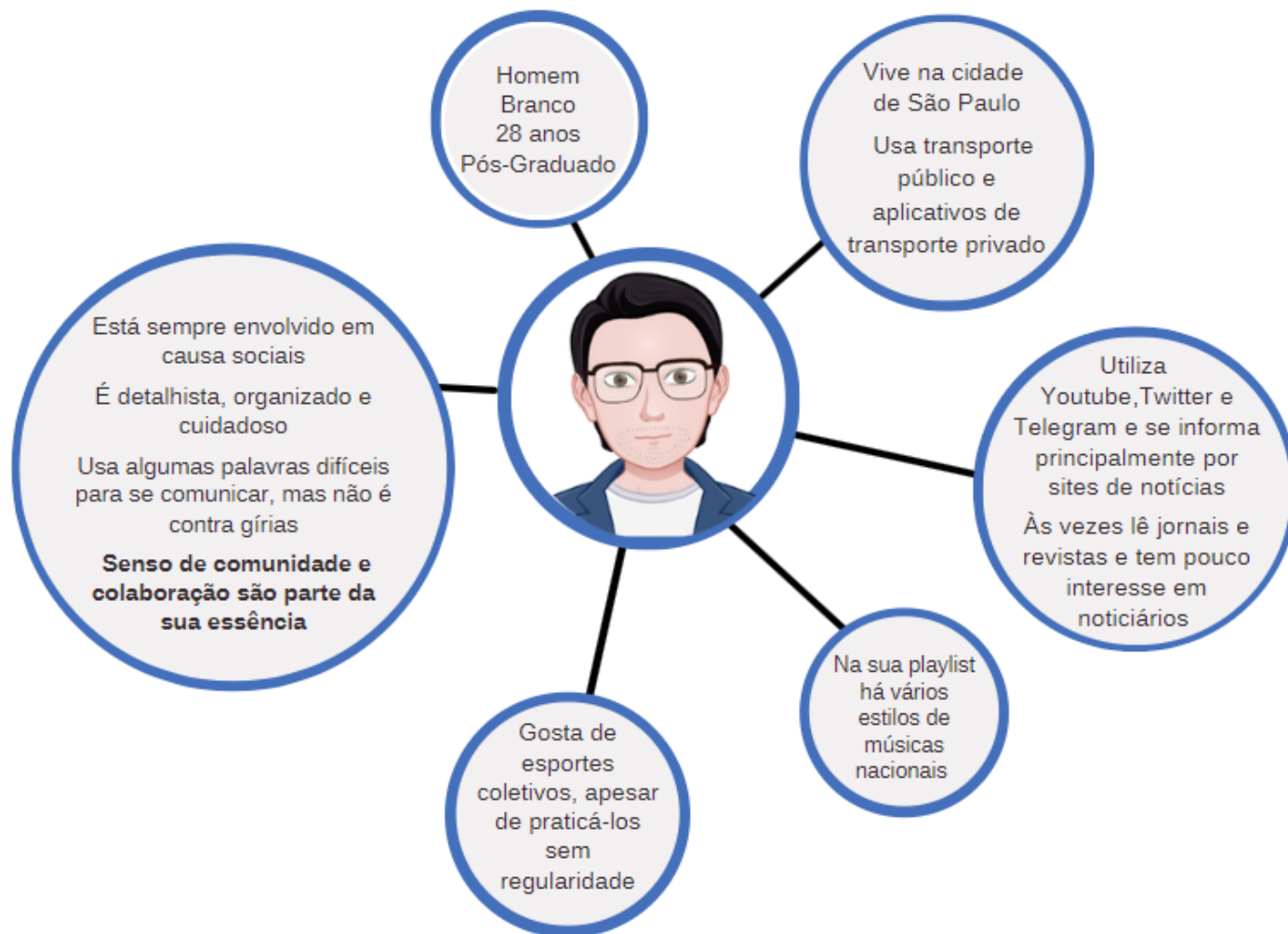
“Concretizando seus anseios e inspirando outras iniciativas independentes a adotarem o espírito wiki e contribuírem para a disseminação do conhecimento livre.”

ANÁLISES

BRAND PERSONA WMB

A brand persona é uma representação de uma marca como se ela fosse uma pessoa, suas características, valores, identidade, estilo, tom de voz e formas de se comunicar

Com base na análise das respostas dos membros que participaram das pesquisas, chegamos ao seguinte resultado:



ANÁLISES

DESTAQUES

- ❑ Com o desenvolvimento da representação da persona WMB, foi possível identificar com mais clareza quais elementos da sua identidade organizacional eram mais perceptíveis aos membros associados do Grupo: Comunidade e Colaboração
- ❑ Esses dois termos também se repetem em outras perguntas abertas, porém apenas eles não podem ser considerados a identidade da WMB, afinal esses elementos representam a forma de trabalhar do Movimento
- ❑ Pouco menos da metade dos respondentes compreende que as iniciativas do WMB estão alinhadas com a sua atual missão, sinalizando que há necessidade de comunicar e reforçar os princípios do Movimento aos seus associados, assim como a importância das parcerias como estratégia para gerar mais visibilidade aos projetos da organização
- ❑ Também há necessidade de definir o significado – ou significados – de “conhecimento livre”, pois se trata do propósito da Fundação e, conseqüentemente, influencia a razão de ser dos capítulos e grupos envolvidos. Quanto mais clareza, mais engajamento
- ❑ Apesar dos adjetivos negativos não descreverem o WMB na visão dos respondentes, chama a atenção o número de menções ao Movimento não ser caracterizado como Simples e Fácil, apesar da pessoa WMB ser básica em seu estilo e buscar facilidades como morar em São Paulo, ter comida congelada em casa e usar roupas práticas
- ❑ No geral, os respondentes possuem sensações e sentimentos muito positivos sobre o WMB. A ansiedade é mais recorrente nos membros com menos tempo de casa, recomenda-se explorar com profundidade essa questão (o evento pode ser oportuno para)
- ❑ Sobre o futuro do WMB, há preocupação por parte de alguns respondentes com a falta de diversidade no grupo, confirmada pelo perfil dos participantes mesmo abordando apenas a questão de gênero

4ª ETAPA

ANÁLISE

CANVAS DA

IDENTIDADE

DO WMB

Grupo de usuários
WMB
Wiki Movimento Brasil



A PRE SEN TA ÇÃO

ANÁLISE CANVAS DA IDENTIDADE DO WMB

4

Análise Canvas

O Business Model Canvas ou "Quadro de Modelo de Negócios" é uma ferramenta de gerenciamento estratégico que descreve, de forma visual e amigável em uma única tela, como uma organização cria, proporciona e obtém valor, considerando aspectos racionais e emocionais.

Para possibilitar a identificação dos principais elementos que formam o DNA do WMB, foi desenvolvido um Canvas, inspirado no conceito do Quadro de Modelo de Negócios mas adaptado às necessidades deste projeto, ou seja, compreender a três dimensões que foram a identidade corporativa do WMB:

1. **Propósito:** a razão de existir do WMB
2. **Perfil Organizacional:** informações institucionais, objetivos estratégicos e personalidade da marca
3. **Pilares:** dão sustentação às ações e projetos do Movimento

Os resultados obtidos na Pesquisa de Imagem somados aos dados secundários da Desk Research são a base para a elaboração da Análise Canvas

ANÁLISE CANVAS - 3 Ps DA IDENTIDADE WMB

PROPÓSITO

Por que existimos?

Qual é a nossa causa?

- ❖ Conhecimento livre e sem barreiras (adequado à realidade da comunidade brasileira)
- ❖ Conhecimento como serviço (servir informação acessível e confiável para gerar conhecimento)
- ❖ Ideia de tagline: “Informação [aberta/sem barreiras] como serviço, conhecimento [livre] como resultado” (nota: conhecimento é como o indivíduo aprende; a informação está contida no conhecimento, mas o conhecimento envolve mais do que o acesso à informação).

PERFIL ORGANIZACIONAL

O que/quem somos? O que fazemos?

- ❖ **Quem somos?** Um grupo de editores de diversas frentes do conhecimento, atuando com iniciativas que envolvem educação e tecnologias abertas, e com um sólido histórico de contribuição com os projetos Wikimedia.
- ❖ **O que somos?**
- ❖ A Wiki Movimento Brasil é uma associação sem fins lucrativos dedicada a apoiar a comunidade brasileira de wikimedistas, planejando e organizando atividades relacionadas aos projetos Wikimedia e a sua difusão.
- ❖ Somos o único grupo brasileiro reconhecido oficialmente pela Fundação Wikimedia.
- ❖ Nosso principal pressuposto é o respeito à soberania e a autonomia da comunidade.
- ❖ **O que fazemos?** Promovemos atividades contínuas em prol da difusão e da melhoria dos projetos Wikimedia no Brasil, tendo como prioridade ações que contribuam para o fortalecimento da comunidade brasileira.

Como fazemos? (nossa atuação)

Atuamos em 4 frentes que articulam iniciativas voltadas à educação, à cultura e à difusão do conhecimento livre:

- ❖ **Educação:** apoiamos e desenvolvemos projetos de educação da Wikipédia em escolas e universidades brasileiras.
- ❖ **Comunicação:** divulgamos sistematicamente à sociedade as atividades realizadas pelo WMB.
- ❖ **Divulgação:** difundimos os projetos do Wikimedia através de atividades de wiki-difusão (eventos, concursos, parcerias e fomento a organizações e indivíduos interessados).
- ❖ **Desenvolvimento da capacidade comunitária:** fornecemos apoio e recursos com o objetivo de promover uma comunidade ativa e diversificada no Brasil.

No que acreditamos?

1. Respeito a pluralidade (de ideias e de pessoas)
2. Autonomia (independência, liberdade, soberania da comunidade)
3. Transparência (nas relações e nos processos)
4. Colaboração (construção coletiva, participativa, trabalho em equipe)
5. Liberdade com responsabilidade (de decisões, de opinião, de expressão)

O que desejamos e quais os nossos desafios?

- ❖ Definir o que é conhecimento (vs. informação)
- ❖ Diversidade na comunidade (de verdade)
- ❖ Pluralidade no conteúdo (equidade, pessoas plurais)
- ❖ Informações confiáveis (autenticidade, credibilidade)
- ❖ Acesso sem barreiras [conhecimento livre]
- ❖ Comunicação inclusiva (linguagem acessível para pessoas com diferentes níveis de compreensão)
- ❖ Engajamento (maior envolvimento do grupo)

Aonde queremos chegar?

- ❖ *Diversidade, equidade, acessibilidade, inclusão*
- ❖ Implementar **diversidade** (membros, conteúdos)
- ❖ Tornar o WMB **simples e fácil** (de ser compreendido e/ou editado por **qualquer pessoa**)
- ❖ Formar uma comunidade sólida e ativa no Brasil
- ❖ Reconhecimento (como um capítulo)
- ❖ Expansão nacional (com sustentabilidade e diversificação das atividades)
- ❖ Se tornar uma referência no combate à desinformação

Nossa personalidade e estilo

- ❖ Detalhista
- ❖ Formal
- ❖ Comprometido
- ❖ Empático
- ❖ Básico
- ❖ Urbano
- ❖ Pensa e age pelo coletivo
- ❖ Inteligente e curioso

PILARES

O que nos sustenta?

- ❖ Cultura colaborativa (equidade na tomada de decisões e trabalho coletivo)
- ❖ [Senso de] Comunidade (pertencimento, engajamento, espírito de equipe)
- ❖ Compartilhamento (de ideias e experiências, atendendo às frentes de comunicação e divulgação)

5ª ETAPA

PROPOSTA

PARA

OS 3 Ps

Grupo de usuários
WMB
Wiki Movimento Brasil



A PRE SEN TA ÇÃO

PROPOSTAS

5

3Ps do WMB: Pilares,
Propósito e Princípios

O projeto se encerra com as **propostas de texto** para Sobre o WMB e para os 3Ps:

Propósito da WMB

Aquilo que dá sentido a sua existência, seu papel e contribuição ao mundo

Princípios Organizacionais do WMB

São enunciados que representam seu modo de pensar e de como fazer, suas crenças, sua relação com a sociedade e com seus públicos, geralmente são expressados e sintetizados por missão (quem é e o que faz), visão (como quer ser reconhecida) e valores (a maneira como faz as coisas), três importantes elementos que dão sentido prático às atividades e identidade de uma organização e orientam seu planejamento estratégico.

Pilares da WMB

São as bases fundamentais que sustentam sua atuação

3 Ps DA IDENTIDADE CORPORATIVA WMB

PROPÓSITO

A razão de existir do WMB

- ❖ Promover conhecimento livre e sem barreiras, adequado à realidade da comunidade brasileira e orientado pelas premissas da WMF
- ❖ Auxiliar na produção e difusão de informação, de forma acessível e confiável, para que ela gere conhecimento

“Informação sem barreiras como serviço, conhecimento livre como resultado”

PRINCÍPIOS ORGANIZACIONAIS – PROPOSTA 1

Diretrizes que representam o modo de ser, pensar e agir do WMB

MISSÃO

Promover atividades contínuas em prol da difusão e da melhoria dos projetos Wikimedia no Brasil e do fortalecimento da comunidade brasileira, tendo como prioridade ações que contribuam para a disseminação e desenvolvimento de informações de qualidade, credibilidade e de acesso livre.

VISÃO

Ser a principal referência na produção e difusão do conhecimento livre e no combate à desinformação, atuando em conjunto com a comunidade brasileira, de forma transparente, diversa e sustentável em todo o território nacional.

VALORES

Nossos valores norteiam condutas e comportamentos esperados de todos os membros. Por isso:

1. Respeitamos a pluralidade, de ideias, de conhecimento e de pessoas
2. Apoiamos a autonomia, a independência e a soberania da comunidade
3. Prezamos pela transparência, nas relações e nos processos que fazem parte do WMB
4. Trabalhamos de forma colaborativa, participativa, em uma construção coletiva e valorizamos o trabalho em equipe
5. Acreditamos na liberdade de decisões, de opinião e de expressão sempre com responsabilidade

TEXTOS INSTITUCIONAIS

SOBRE NÓS - PROPOSTA 1

O Wiki Movimento Brasil (WMB) é uma associação sem fins lucrativos, reconhecida como grupo afiliado pela Fundação Wikimedia (WMF), formada por um grupo de colaboradores e editores com um sólido histórico de contribuição com os projetos Wikimedia, dentre os quais se destaca a Wikipédia. Nosso principal pressuposto é o respeito à soberania e a autonomia da comunidade brasileira de wikimedistas. Existimos para apoiar a comunidade, organizando atividades que proporcionem seu fortalecimento, que contribuam para sua atuação ativa na produção do conhecimento livre, na difusão e na melhoria dos projetos Wikimedia. Para isso, nos sustentamos em três pilares: cultura colaborativa, privilegiando o trabalho coletivo e a equidade na tomada de decisões; senso de comunidade e pertencimento; e compartilhamento de conhecimento, ideias e experiências.

NOSSA ATUAÇÃO

Atuamos em quatro frentes que articulam iniciativas voltadas à educação, à cultura e à difusão do conhecimento livre, sendo elas: educação, comunicação, divulgação e desenvolvimento da capacidade comunitária.

- ❖ No âmbito da **educação**, apoiamos e desenvolvemos projetos da Wikipédia em escolas e universidades brasileiras;
- ❖ Na esfera da **comunicação**, somamos esforços para divulgar sistematicamente à sociedade, as atividades realizadas pela comunidade e pelo Wiki Movimento Brasil;
- ❖ Na frente de **divulgação**, difundimos os projetos do Wikimedia através de atividades de wiki-difusão, tais como eventos, premiações, parcerias e apoios diversos a organizações e indivíduos interessados;
- ❖ Por fim, para **desenvolver a capacidade comunitária**, fornecemos apoio e recursos com o objetivo de promover uma comunidade ativa e diversificada no Brasil.

PILARES

O que sustenta o WMB

- ❖ Cultura colaborativa (equidade na tomada de decisões e trabalho coletivo)
- ❖ [Senso de] Comunidade (pertencimento, engajamento, espírito de equipe)
- ❖ Compartilhamento (de ideias e experiências que contribuam com o conhecimento livre)

3 Ps DA IDENTIDADE CORPORATIVA WMB

PROPÓSITO

A razão de existir do WMB

- ❖ Promover conhecimento livre e sem barreiras, adequado à realidade da comunidade brasileira e orientado pelas premissas da WMF
- ❖ Auxiliar na produção e difusão de informação, de forma acessível e confiável, para que ela gere conhecimento

“Informação sem barreiras como serviço, conhecimento livre como resultado”

PRINCÍPIOS ORGANIZACIONAIS – PROPOSTA 2

Diretrizes que representam o modo de ser, pensar e agir do WMB

MISSÃO

Atuar na promoção de atividades e iniciativas contínuas que colaborem com a difusão dos projetos Wikimedia no Brasil, que fortaleçam e capacitem a comunidade brasileira e contribuam com a produção, edição e compartilhamento livre de informações confiáveis e de qualidade.

VISÃO

Ser reconhecido como representante oficial da Fundação Wikimedia no Brasil, desempenhando, junto à comunidade brasileira, papel fundamental no acesso ao conhecimento livre e no combate à desinformação no país.

VALORES

São condutas que determinam o jeito de ser do WMB:

1. Respeito à diversidade: pluralidade de ideias, de conhecimento e de pessoas
2. Autonomia: independência e soberania na atuação da comunidade
3. Transparência: nas relações e nos processos que fazem parte do WMB
4. Colaboração: nosso trabalho é participativo e coletivo
5. Liberdade: nas decisões, de opinião e de expressão, com bom senso e responsabilidade

TEXTOS INSTITUCIONAIS

SOBRE NÓS - PROPOSTA 2

O Wiki Movimento Brasil (WMB) é uma associação sem fins lucrativos que nasceu da vontade de fortalecer a comunidade brasileira de wikimedistas e contribuir para o desenvolvimento e difusão dos projetos Wikimedia, dentre os quais se destaca a Wikipédia. Nosso principal compromisso é com a soberania e a autonomia da comunidade. Somos um grupo composto por editores de diversas frentes do conhecimento, que atuam em iniciativas que envolvem educação e tecnologias abertas e que possuem um longo histórico no movimento. Nos sustentamos em três pilares: cultura colaborativa, privilegiando o trabalho coletivo e a equidade na tomada de decisões; senso de comunidade; e no compartilhamento de ideias e experiências que contribuam com o acesso ao conhecimento livre. O WMB é o único grupo brasileiro reconhecido como afiliado pela Fundação Wikimedia (WMF).

NOSSA ATUAÇÃO

Atuamos em quatro frentes que articulam iniciativas voltadas à educação, à cultura e à difusão do conhecimento livre, sendo elas: educação, comunicação, divulgação e desenvolvimento da capacidade comunitária.

- ❖ No âmbito da **educação**, apoiamos e desenvolvemos projetos da Wikipédia em escolas e universidades brasileiras;
- ❖ Na esfera da **comunicação**, somamos esforços para divulgar sistematicamente à sociedade, as atividades realizadas pela comunidade e pelo Wiki Movimento Brasil;
- ❖ Na frente de **divulgação**, difundimos os projetos do Wikimedia através de atividades de wiki-difusão, tais como eventos, premiações, parcerias e apoios diversos a organizações e indivíduos interessados;
- ❖ Por fim, para **desenvolver a capacidade comunitária**, fornecemos apoio e recursos com o objetivo de promover uma comunidade ativa e diversificada no Brasil.

PILARES

O que sustenta o WMB

- ❖ Cultura colaborativa (equidade na tomada de decisões e trabalho coletivo)
- ❖ [Senso de] Comunidade (pertencimento, engajamento, espírito de equipe)
- ❖ Compartilhamento (de ideias e experiências que contribuam com o conhecimento livre)

3 Ps DA IDENTIDADE CORPORATIVA WMB

PROPÓSITO

A razão de existir do WMB

- ❖ Promover conhecimento livre e sem barreiras, adequado à realidade da comunidade brasileira e orientado pelas premissas da WMF
- ❖ Auxiliar na produção e difusão de informação, de forma acessível e confiável, para que ela gere conhecimento

“Informação sem barreiras como serviço, conhecimento livre como resultado”

PRINCÍPIOS ORGANIZACIONAIS – PROPOSTA 3

Diretrizes que representam o modo de ser, pensar e agir do WMB

MISSÃO

Organizar atividades que ofereçam sustentação aos projetos relacionados à Wikimedia no Brasil, sobretudo no que diz respeito à produção e disseminação de conteúdo relevante e confiável, desenvolvendo ações que apoiem a criatividade, a inovação e que fortaleçam a comunidade brasileira para este fim.

VISÃO

Ser responsável por promover a equidade de conhecimento no Brasil, contribuindo para uma atuação ativa e sólida da comunidade brasileira como referência no combate à desinformação em todo o território nacional.

VALORES

Eles traduzem nosso jeito Wiki de ser, pensar e agir:

Respeitamos as diferenças

Nosso trabalho só é possível com o respeito à pluralidade de ideias, de conhecimento e de pessoas

Apoiamos a autonomia

Prezamos pela independência e soberania de cada membro em sua atuação nas atividades e projetos do WMB

Valorizamos a transparência

Somos transparentes em nossas relações e nos processos que fazem parte do WMB

Sabemos que juntos somos melhores

Trabalhamos de forma colaborativa e construímos tudo coletivamente

Acreditamos na liberdade com responsabilidade

Incentivamos a liberdade de opinião, de expressão e na tomada de decisões, desde que feitas com bom senso e responsabilidade

TEXTOS INSTITUCIONAIS

SOBRE NÓS - PROPOSTA 3

Somos o Wiki Movimento Brasil (WMB), associação sem fins lucrativos reconhecida pela Fundação Wikimedia (WMF) como seu afiliado. Nosso grupo é formado por colaboradores e editores brasileiros que integram um movimento global associado aos projetos Wikimedia, contribuindo para o cumprimento do seu propósito. Priorizamos o respeito à soberania e a autonomia da comunidade brasileira de wikimedistas e existimos para apoiá-la, organizando atividades que proporcionem uma atuação ativa na produção e difusão dos projetos Wikimedia no país, dentre os quais se destaca a Wikipédia. Nos sustentamos em uma cultura colaborativa, com senso de pertencimento e equidade na tomada de decisões, e no compartilhamento de ideias e experiências que contribuam com o acesso ao conhecimento livre.

NOSSA ATUAÇÃO

Atuamos em quatro frentes que articulam iniciativas voltadas à educação, à cultura e à difusão do conhecimento livre, sendo elas: educação, comunicação, divulgação e desenvolvimento da capacidade comunitária.

- ❖ No âmbito da **educação**, apoiamos e desenvolvemos projetos da Wikipédia em escolas e universidades brasileiras;
- ❖ Na esfera da **comunicação**, somamos esforços para divulgar sistematicamente à sociedade, as atividades realizadas pela comunidade e pelo Wiki Movimento Brasil;
- ❖ Na frente de **divulgação**, difundimos os projetos do Wikimedia através de atividades de wiki-difusão, tais como eventos, premiações, parcerias e apoios diversos a organizações e indivíduos interessados;
- ❖ Por fim, para **desenvolver a capacidade comunitária**, fornecemos apoio e recursos com o objetivo de promover uma comunidade ativa e diversificada no Brasil.

PILARES

O que sustenta o WMB

- ❖ Cultura colaborativa (equidade na tomada de decisões e trabalho coletivo)
- ❖ [Sentido de] Comunidade (pertencimento, engajamento, espírito de equipe)
- ❖ Compartilhamento (de ideias e experiências que contribuam com o conhecimento livre)

CON SI DE RA ÇÕES

- ❑ Recomenda-se que a escolha dos Princípios Organizacionais e do texto Sobre o WMB seja feita por votação ou por outra dinâmica durante a WikiCon Brasil 2022, seguindo a premissa da organização de construção coletiva
- ❑ Os textos presentes em cada proposta foram agrupados pelas semelhanças em seus enunciados, porém não significa que devem ser escolhidos obrigatoriamente de forma conjunta (por exemplo, missão da proposta 1 pode ser escolhida com a visão da proposta 3 e assim por diante)
- ❑ É preciso considerar que informação e conhecimento possuem significados e sentidos diferentes, apesar do propósito do WMF ser proporcionar o conhecimento livre
- ❑ E lembrar que diversidade também envolve a comunicação acessível, capaz de atingir várias pessoas por meio de recursos, ferramentas e linguagem inclusiva e compreensível, pois de três em cada 10 brasileiros são analfabetos funcionais



Muito obrigada!

**Projeto desenvolvido por:
Carla A. Almeida e Carlise Borges**

Consultoras de Comunicação & RP

Os conceitos, estratégias, propostas, ideias criativas, instrumentos e abordagem apresentadas neste documento são propriedade intelectual exclusiva de Carla A. Almeida e Carlise Borges, consultoras contratadas para o desenvolvimento deste projeto.

A reprodução e a implementação parcial ou total ou uso por qualquer meio destes conceitos, estratégias, propostas, ideias criativas, instrumentos e abordagens sem o expresse consentimento dos signatários constitui violação direta das Leis de Propriedade Intelectual e direitos de autor em nível internacional.

GUIA DE DESENVOLVIMENTO DOS PRINCÍPIOS ORGANIZACIONAIS

Grupo de usuários
WMB
Wiki Movimento Brasil



A PRE SEN TA ÇÃO

Olá, membro do Grupo de Usuários Wiki Movimento Brasil!

Desde setembro de 2021, o WMB vem desenvolvendo de forma colaborativa seu plano estratégico que orientará suas ações e tomadas de decisão a partir de 2023.

Nos últimos anos, o grupo cresceu em número de membros, parcerias, atividades e processos organizacionais e nesse momento de reflexão e planejamento, se faz necessária a revisão das definições institucionais (que aqui chamaremos de Princípios Organizacionais) declaradas em 2016, para que seus significados reflitam de forma clara e precisa a identidade do Wiki Movimento Brasil.

Nesse material você conhecerá como será feita a atualização da missão e da visão do WMB e a definição do propósito e dos valores que deverão pautar toda sua atuação, e também saberá como contribuir.

Contamos com a sua valiosa participação nesse processo!

DE FI NI ÇÕES

O que são Princípios Organizacionais?

Também conhecidos como diretrizes organizacionais, são enunciados que representam seu modo de pensar e de como fazer, suas crenças, sua relação com a sociedade e com seus públicos.

Os princípios organizacionais geralmente são expressados e sintetizados por missão, visão e valores, três importantes elementos que dão sentido prático às atividades e identidade de uma organização e orientam seu planejamento estratégico.

Outros elementos, apesar de pouco comuns, também formam os princípios de uma organização: objetivos, filosofia e políticas, todos orientados por um **PROPÓSITO**.



DE FI NI ÇÕES

O que são Princípios Organizacionais?

Muito difundidos como sinônimos, propósito e missão possuem significados distintos:

Aquilo que dá sentido a sua existência, seu papel e contribuição ao mundo

Como ela deseja ser vista e considerada por seus públicos e sociedade

Expressa que ela faz, sua atuação, como faz e para quem faz

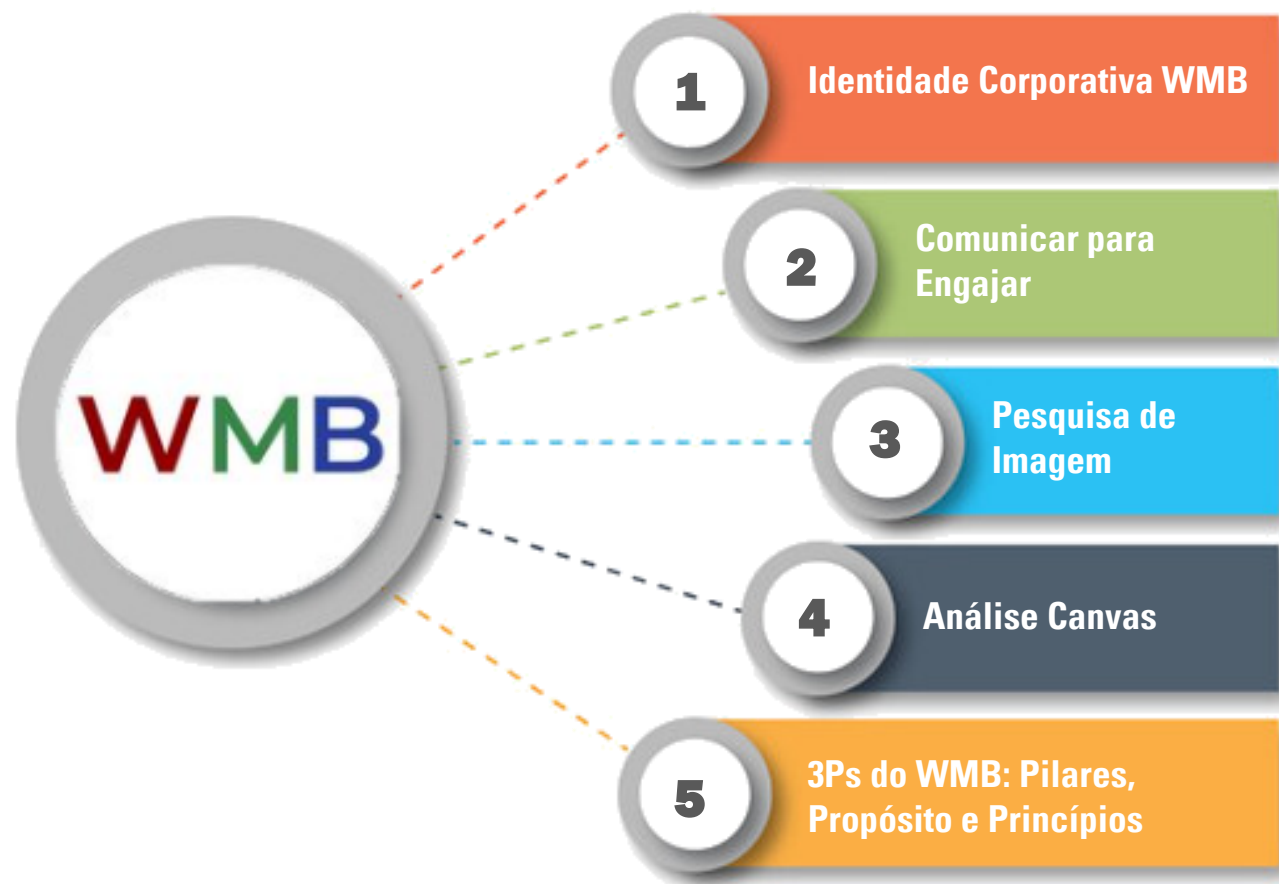
Orientam a maneira de se fazer as coisas, as atitudes e comportamentos esperados de seus públicos, principalmente os internos



O PRO CES SO

Como faremos a revisão e atualização dos princípios do WMB?

Será feita de forma coletiva e colaborativa, por meio de **um processo** composto por **cinco etapas** sequenciais e interconectadas:

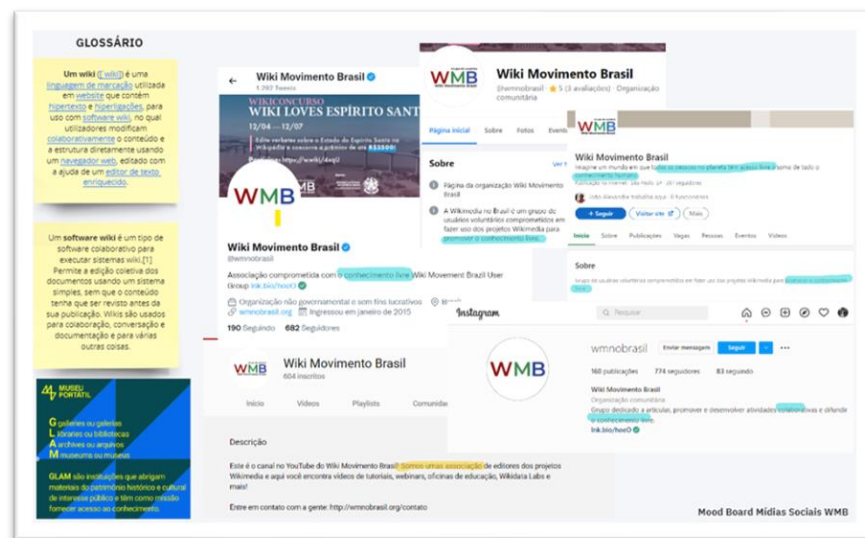


1ª

ETAPA

Nessa etapa, a consultoria contratada para auxiliar a construção dos princípios organizacionais realizou uma pesquisa de dados secundários – também conhecida como de “Desk Research” - nos sites da Fundação Wikimedia, Wiki Movimento Brasil e outras fontes de informação.

Esse levantamento é extremamente relevante para a compreensão de quem é o WMB, o que faz, como faz e dos elementos e atributos que compõem sua identidade organizacional, fundamental para o desenvolvimento da etapa 3 (Pesquisa de Imagem).



3ª

ETA PA

3

Pesquisa de
Imagem

Nessa etapa será realizada uma pesquisa quantitativa com todos os membros associados, para que possam compartilhar suas opiniões e percepções sobre a atuação do Wiki Movimento Brasil.

Aqui sua participação é fundamental! Fique à vontade e não se preocupe com o teor das respostas, seu anonimato será garantido.

Nos próximos dias você receberá um link que dá acesso ao formulário online que levará cerca de 20 minutos para ser preenchido.

Algumas perguntas são diretas e objetivas, outras podem parecer estranhas ou até sem lógica, mas elas fazem sentido por terem como base o método GIIC – Gestão Integrada da Identidade Corporativa, desenvolvido por Ligia Fascioni, doutora em gestão do design, que busca alinhar imagem (o que parece ser) e identidade (o que realmente é) de maneira clara e estruturada.

3ª

E TA PA

3

Pesquisa de
Imagem

Por meio de analogias, metáforas e semânticas, o GIIIC usa variadas maneiras de perguntar “Quem é essa organização e quais são suas características?”.

O questionário está estruturado em três blocos:

BLOCO 1 - Breve perfil do respondente

BLOCO 2 - Compreensão sobre quem é o WMB

BLOCO 3 - Personificação da identidade do WMB

As respostas servirão para uma análise detalhada da compatibilidade dos princípios organizacionais com a identidade da organização, **por** isso não deixe de colaborar.

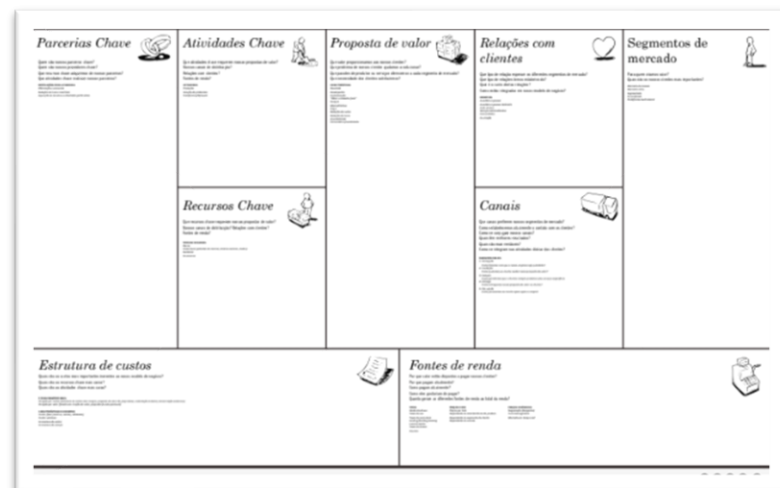
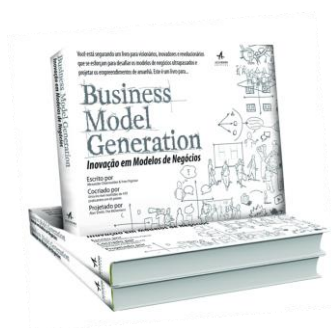
4ª

E TA PA

4 Análise Canvas

Com os resultados obtidos na Pesquisa de Imagem e dos dados secundários da Etapa 1 (desk research), foi construído o Canvas da

Inspirada no Business Model Canvas ou "Quadro de Modelo de Negócios", uma ferramenta de gerenciamento estratégico que descreve, de forma visual e amigável em uma única tela, como um uma organização cria, proporciona e obtém valor, considerando aspectos racionais e emocionais.



5ª

E
TA
PA

5

3Ps do WMB: Pilares,
Propósito e Princípios

O processo se encerra com a definição dos 3Ps:

Pilares da WMB

Princípios Organizacionais (missão, visão e valores)

Propósito da WMB

Serão entregues algumas versões dos princípios e do propósito, bem como do relatório explicativo sobre seus significados e do memorial com todas as etapas documentadas.

A recomendação é que a escolha seja feita por votação durante a WikiCon Brasil 2022, seguindo a premissa da organização de construção coletiva e colaborativa.

CON SI DE RA ÇÕES

Os conceitos, estratégias, propostas, ideias criativas, instrumentos e abordagem apresentadas neste Guia são propriedade intelectual exclusiva de Carla A. Almeida e Carlise Borges, consultoras contratadas para o desenvolvimento deste projeto.

A reprodução e a implementação parcial ou total ou uso por qualquer meio destes conceitos, estratégias, propostas, ideias criativas, instrumentos e abordagens sem o expreso consentimento dos signatários constitui violação direta das Leis de Propriedade Intelectual e direitos de autor em nível internacional.

CARLA A. ALMEIDA

Mestre em Administração pela PUC-SP, com especialização em Administração de Marketing pela FAAP e graduação em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero. Atualmente é professora nos cursos de comunicação da FECAP e consultora independente.

CARLISE BORGES

Doutora em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM), Mestre em Comunicação (PPGCOM FIC-UFG), MBA em Marketing e Comunicação Digital e MBA em Gerenciamento de Projetos e Relações Públicas (FIC-UFG). Atua como docente do ensino superior em cursos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda e em cursos de pós-graduação. Também presta consultoria nas áreas de Marketing e Comunicação.