



XXII Seminário Nacional de
Bibliotecas Universitárias

28 de novembro a 01 de dezembro
Florianópolis - SC

Eixo 1 – Gestão de Bibliotecas

Ressignificando a identidade visual da Biblioteca Universitária Udesc

Reframing the visual identity of the Udesc University Library

Letícia Lazzari – Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

leticia.lazzari@udesc.br

Luiza da Silva Kleinubing – Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

luiza.kleinubing@udesc.br

Anelise Zimmermann – Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

anelise.zimmermann@udesc.br

Orestes Trevisol Neto – Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

orestes.trevisol@udesc.br

Mariana Oliveira dos Santos Pflieger – Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

mariana.pfleger@udesc.br

Resumo: O relato de experiência objetiva descrever o processo de criação, aplicação e os reflexos da identidade visual da BU Udesc. A equipe de bibliotecários desejava transmitir à comunidade acadêmica e externa uma nova perspectiva de biblioteca universitária, passou-se a se repensar o conceito da BU Udesc, tornando sua imagem, comunicação e espaços mais acolhedores, colaborativos e criativos. Pode-se constatar a importância do trabalho interdisciplinar da biblioteca com os demais setores da universidade, o fortalecimento da imagem da rede de bibliotecas da Udesc e o aumento da visibilidade e da sensação de pertencimento da comunidade para com este espaço.

Palavras-chave: Biblioteca universitária. Identidade visual. Marca. Mídias sociais. Comunicação.

Abstract: The objective experience report describes the process of creation, application and the reflections of the visual identity of BU Udesc. The team of librarians wanted to transmit a new perspective of a university library to the academic and external community, so the concept of BU Udesc began to be rethought, making its image, communication and spaces more welcoming, collaborative and creative. The importance of the interdisciplinary work of the library with the other sectors of the



university can be seen, the strengthening of the image of the network of libraries at Udesc and the increase in visibility and the sense of belonging of the community towards this space.

Keywords: University library. Visual identity. Branding. Social media. Communication.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo o perfil da biblioteca universitária (BU) e de seus usuários foi modificado, bem como a forma de utilização de seus espaços. Seja pela mudança na forma de acesso à informação que a internet proporcionou, seja pela democratização da aquisição de coleções privadas de livros. O fato é que o uso tradicional das bibliotecas está em declínio e novas possibilidades precisam ser pensadas para perpetuação destes espaços (SINGH; OVSAK, 2013).

A Biblioteca Universitária da Universidade do Estado de Santa Catarina (BU Udesc) é o sistema de bibliotecas composto por onze (11) bibliotecas setoriais que cooperam esforços e recursos na oferta de serviços informacionais para a comunidade acadêmica, atuando no tripé ensino, pesquisa e extensão. Apesar de trabalharem de forma cooperativa, cada biblioteca setorial possui suas próprias particularidades, dimensões físicas variadas, diferentes públicos e culturas institucionais, equipes com tamanhos e competências distintas. Contudo, tais contrastes se apresentam como um desafio na construção de uma identidade unificada que represente todos estes espaços, pessoas e valores.

Nesse contexto, em 2019, percebeu-se a necessidade de repensar os conceitos e valores presentes nos serviços prestados pela BU, incluindo a reformulação da sua identidade visual, de forma que refletisse e comunicasse esses conceitos.

2 METODOLOGIA

O objetivo deste relato consiste em descrever como a identidade visual e a marca da BU Udesc foram criadas e aplicadas por uma equipe interdisciplinar, descrevendo o processo de criação, aplicação e reflexos da nova identidade visual.

Trata-se de um relato de experiência, com abordagem descritiva que aplica a técnica de pesquisa bibliográfica e documental. As atividades descritas iniciaram em 2018 e continuam em andamento.

Além disso, também foram utilizadas imagens e figuras extraídas dos relatórios de gestão e do manual da marca da BU Udesc, de suas mídias sociais e site.

3 CRIAÇÃO, APLICAÇÃO E REFLEXOS DA NOVA IDENTIDADE VISUAL NA BU UDESC

Ao longo do tempo as bibliotecas têm se adaptado às mudanças sociais e tecnológicas, de um lugar erudito que privilegiava a guarda e a gestão de acervos passou a ser um lugar de inclusão, de convívio e de troca de informações e conhecimento. (TANUS; SÁNCHEZ-TARRAGÓ, 2020).

Nesse sentido, Lankes (2016, p. 116), afirma que “a nova visão da biblioteca não é como local ou como acervo de livros, mas como uma plataforma comunitária para a criação e o compartilhamento de conhecimento”.

Diante disso, passou-se a se repensar o conceito da BU Udesc buscando adequá-la à nova perspectiva de biblioteca universitária, tornando sua imagem, comunicação e espaços mais acolhedores, colaborativos e criativos, convidando também a presença da comunidade externa.

O início do projeto se deu a partir da parceria com o curso de Design da Udesc, sendo que a primeira identidade visual da BU Udesc também foi criada por acadêmicos e professores do mesmo curso, em 2007. Contudo, a identidade já não representava os novos conceitos que a equipe de bibliotecários desejava transmitir à comunidade acadêmica e externa.

Foram necessárias reuniões para delimitação do escopo e seleção de referências de outras marcas para nortear o projeto. Buscava-se algo amigável e que pudesse comunicar para a comunidade essa nova imagem, partindo do conceito “A Biblioteca Universitária Udesc é um ambiente acolhedor e descontraído, onde pessoas se encontram para compartilhar livros e pensamentos”. A identidade visual da Biblioteca Parque do Rio foi uma fonte de inspiração para nortear o projeto.

É importante que a biblioteca estabeleça uma marca que sirva de referência para o planejamento estratégico, reconfiguração dos espaços, serviços e marketing. A marca abrange todas as faces da biblioteca, o site e a biblioteca física. Por isso, criar uma marca de biblioteca conscientemente é importante, tanto para atrair, como para reter os usuários (STIMSON, 2007).

Para Grant (2015), a concepção de marca da biblioteca geralmente está atrelada ao imaginário do livro ou como espaço para estudar/fazer trabalhos. No entanto, a marca da biblioteca pode ir além, na medida que reflete novas concepções, considerando as diversas mídias de transmissão da informação e serviços contemporâneos, como espaços de aprendizagem colaborativa, espaços de criação entre outros.

Com base nesse conceito foram pensados elementos visuais que remetessem aos livros, ao pensamento e à troca de informações entre pessoas através da leitura e do diálogo, tudo disso de uma forma convidativa, de aproximação ao seu público, e ao mesmo tempo sistematizada e versátil, assim como o serviço que as 11 Bibliotecas da Udesc oferecem. Na Figura 1 pode-se observar a nova marca, suas cores e a *tagline*, que é uma frase curta que reforça o conceito da marca.

Figura 1 – Elementos da identidade visual da BU Udesc



Fonte: Elaborada pelos autores.

Descrição: imagem composta pela marca da Biblioteca Universitária Udesc, com as cores que compõe a identidade visual e a tagline “Compartilhando livros e pensamentos”.

Em fevereiro de 2019, no Fórum de Bibliotecas da Udesc aconteceu a apresentação da proposta para análise e aprovação do projeto pela equipe das bibliotecas setoriais. É importante destacar que a criação da nova identidade representava muito mais do que simplesmente a mudança da marca, pois era necessário o engajamento da equipe para o sucesso do projeto e de fato a mudança de postura das bibliotecas.

Após a aprovação, em março de 2019 ocorreu a campanha de pré-lançamento da nova identidade para a comunidade. A campanha teve como objetivo instigar a curiosidade e comunicar que mudanças chegariam em breve nas bibliotecas da Udesc.

Para isso utilizou-se de um vídeo¹ de pré-lançamento nas mídias sociais e de cartazes impressos em todas os centros da Universidade.

No final de março de 2019 ocorreu o lançamento da nova identidade por meio da publicação de um vídeo², consolidando a atuação em rede, aproximando as onze (11) bibliotecas, fortalecendo a marca e estabelecendo uma comunicação mais acolhedora, descontraída e colaborativa.

Além disso, também foram elaborados cartazes e marcadores de páginas interativos com imagens de escritores, inventores, educadores e intelectuais. Os usuários foram convidados a registrar fotos descontraídas com os marcadores e interagir com a BU nas mídias sociais.

Após o lançamento, diversas ações foram necessárias para integrar a identidade visual ao cotidiano das bibliotecas, aos seus serviços e espaços. A primeira delas foi a criação de um setor na Biblioteca Universitária que fosse responsável pelo desenvolvimento das peças gráficas, de acordo com as definições do manual de identidade visual.

A criação deste novo setor garantiu a integridade da aplicação da marca nas artes gráficas de todas as bibliotecas, a profissionalização e sistematização do processo criativo. A partir de então, todas as demandas com implicações na identidade visual passaram a ser elaboradas por este setor.

O passo seguinte, foi aprimorar a forma de comunicação das bibliotecas com a comunidade e alinhá-la com essa nova BU que a identidade visual refletia. Assim, todos os perfis nas mídias sociais das bibliotecas setoriais da Udesc passaram a utilizar a nova marca e postar conteúdos e artes de acordo com o manual de identidade visual.

Com o surgimento da Pandemia de COVID-19 e isolamento social em março de 2020 foi criado um grupo de trabalho (GT) intitulado de Mídias Sociais a fim de planejar os conteúdos e publicações. Mensalmente os membros do GT realizavam reunião de pauta, traçando as ações e os responsáveis desde a produção do conteúdo, criação da arte e publicação nas redes sociais (LAZZARI et al., 2022).

¹ Confira o vídeo de pré-lançamento: https://youtu.be/i6g_QiunUkU.

² Confira o vídeo de lançamento: https://youtu.be/xT_7n5lvAag.

Neste momento de criação do GT, percebeu-se que seria viável e produtivo unificar os perfis das bibliotecas setoriais, administrando apenas uma conta nas mídias sociais (LAZZARI et al., 2022).

A unificação dos perfis nas mídias auxiliou no fortalecimento da identidade visual, considerando que todos os conteúdos são pensados e produzidos em respeito as diretrizes e tornando particular a forma da BU Udesc comunicar nas redes sociais.

O canal do Youtube da BU também passou por adequações neste processo de padronização e aplicação da marca. Foram alteradas a capa do canal, a imagem de perfil, incluídas novas miniaturas nos vídeos antigos e os vídeos novos passaram a ser editados pela equipe do design, com vinhetas de abertura exclusivas para cada série de conteúdo disponibilizado.

Considerando a forte presença digital das bibliotecas universitárias nas mídias sociais e plataformas de vídeos, especialmente nos períodos de isolamento social, reitera-se a importância e necessidade da identidade visual nesses ambientes, pois fortalece a identificação do conteúdo divulgado, tornando-o mais atrativos e reforçam a identificação da biblioteca.

A partir da nova identidade visual, o projeto avançou para os espaços físicos das bibliotecas com a reestruturação dos ambientes e de sua sinalização. Singh e Ovsak (2013) realizaram um estudo em que identificaram que bibliotecas com ambientes atraentes, esteticamente agradáveis e confortáveis, estimulam as pessoas a permanecerem e retornarem.

Partindo desse pressuposto, foram reformulados e propostos novos espaços nas bibliotecas da Udesc que dialogassem com o conceito proposto pela identidade visual, criando ambientes criativos e versáteis, com o intuito de conectar as pessoas e estimular a cultura da colaboração.

Observa-se sincronia nas imagens apresentadas na Figura 2, respeitando e consolidando as diretrizes que norteiam a identidade visual da BU seja nos espaços físicos, nas mídias sociais e na produção de artes e vídeos divulgados no canal do Youtube da BU Udesc.

Figura 2 – Aplicação da identidade visual da BU Udesc



Fonte: Elaborada pelos autores.

Descrição: imagem composta fotografias dos espaços da Biblioteca Universitária da Udesc com a aplicação da sinalização, bem como imagens das mídias sociais da BU Udesc, como Youtube e Instagram.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao conceber uma identidade visual para uma biblioteca universitária é recomendável o desenvolvimento de um trabalho interdisciplinar, unindo as competências e habilidades técnicas dos designers, ao conhecimento dos bibliotecários sobre os processos de negócio e objetivos do setor. Assim, o trabalho de designers e a colaboração dos bibliotecários pode confluir em um resultado harmônico, dinâmico e criativo, que reflita a imagem da biblioteca.

Espera-se que este relato demonstre a valiosa oportunidade da cooperação da biblioteca com os diversos setores da universidade, valendo-se da expertise do corpo universitário para aprimoramento da biblioteca, seus espaços e serviços. Que as bibliotecas se sintam provocadas a firmar parcerias com outros setores das instituições, transformando a biblioteca em um laboratório de prática para os acadêmicos da universidade, processo que possibilita ganhos para toda comunidade.

Constatou-se que a nova identidade visual da Biblioteca Universitária possibilitou uma unidade entre as bibliotecas da Udesc, criando na comunidade uma associação direta entre a instituição, a marca, os serviços e os espaços por elas oferecidos.

Além disso, entende-se que um projeto de identidade visual precisa atuar de forma articulada e sistêmica com seus usuários de forma a contribuir para o aumento da visibilidade da unidade de informação e também a sensação de pertencimento da comunidade para com este espaço.

REFERÊNCIAS

GRANT, C. It's Time to Define a New Brand for Libraries. Let's Make Sure It Leaves People Soaring, Not Snoring. **Public Library Quarterly**, [S. l.], v.34: n.2, p. 99-106, 2015. DOI: 10.1080/01616846.2015.1036703 Disponível em: <https://doi-org.ez74.periodicos.capes.gov.br/10.1080/01616846.2015.1036703> Acesso em: 21 fev. 2022.

LANKES, R. D. **Expect more: melhores bibliotecas para um mundo complexo**. São Paulo: FEBAB, 2016.

LAZZARI, L.; KLEINÜBING, L. S.; SOUZA, M. R.; TREVISOL NETO, O. Inovação na biblioteca universitária: relato de experiência da Udesc. **Ciência da Informação em Revista**, [S. l.], v. 8, n. 3, p. 53–64, 2022. DOI: 10.28998/cirev.2021v8n3d. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/12175> . Acesso em: 21 fev. 2022.

SINGH, Rajesh; OVSAK, Amber. Library Experience Matters! Touchpoints to Community Engagement. **Journal of Library Administration**, 53, p. 344-358, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/01930826.2013.876826>. Acesso em: 14 jun. 2021.

STIMSON, N. F. Library change as a branding opportunity: connect, reflect, research, discover. **C&RL News**, v. 68, n. 11, 2007, p. 694–698. Disponível em: <https://crln.acrl.org/index.php/crlnews/article/view/7905/7905>. Acesso em: 10 fev. 2022.

TANUS, Gabrielle Francinne de S.C.; SÁNCHEZ-TARRAGÓ, Nancy. Atuação e desafios das bibliotecas universitárias brasileiras durante a pandemia de COVID-19. **Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud**, v. 31, n .3, La Habana, jul.-set., 2020. Disponível em: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2307-21132020000300009&script=sci_arttext&lng=en. Acesso em: 14 jul. 2021.