



XXII Seminário Nacional de
Bibliotecas Universitárias

28 de novembro a 01 de dezembro
Florianópolis - SC

Eixo 2 – Produtos e Serviços

Identidade visual do Centro de Recursos de Aprendizagem (CRA) do Sistema de Bibliotecas da Unicamp (SBU): contribuições do design da informação para a concepção e consolidação da marca

Visual identity of the Learning Resources Center (CRA) of the Library System of Unicamp (SBU): contributions of information design for the conception and consolidation of the brand

Juliano Benedito Ferreira – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – julianob@unicamp.br

Roberta Cristina Dal'Evedove Tartarotti – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – robertat@unicamp.br

Michele Lebre de Marco – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – mlmarco@unicamp.br

Resumo: Descreve o processo de criação da identidade visual do Centro de Recursos de Aprendizagem (CRA), que faz parte do Sistema de Bibliotecas da Unicamp (SBU) da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). O CRA é responsável pelo serviço de referência da Biblioteca Central Cesar Lattes (BCCL) e também pelo apoio a outras bibliotecas da universidade. Com o objetivo de tornar o CRA mais conhecido e facilitar a identificação dos produtos e serviços oferecidos pelas bibliotecas, foi criada uma marca para o serviço. O design da informação subsidiou a criação do logotipo do CRA, de forma que sua identidade transmita confiança e seriedade, refletindo seus valores e objetivos. Todo o processo de criação da identidade visual foi desenvolvido pelos bibliotecários da equipe do CRA, que oferecem um serviço de referência especializado e visando à excelência, além de uma visão detalhada da importância da comunicação visual em bibliotecas universitárias.

Palavras-chave: Identidade visual. Serviço de Referência. Bibliotecas universitárias. Atuação do bibliotecário. Design da Informação.

Abstract: Describes the process of creating the visual identity for the Learning Resources Center (CRA) at the State University of Campinas (UNICAMP). The CRA provides reference services to the Cesar Lattes Central Library (BCCL) and other



libraries within the university. To improve the identification of their products and services, a brand was created for the service. Information design played a crucial role in creating the CRA logo, which conveys trust and professionalism, reflecting the values and goals of the service. The librarians of the CRA team, who offer a specialized reference service and aiming at excellence, led the process of creating the visual identity with an understanding of the importance of visual communication in university libraries.

Keywords: Visual identity. Reference Service. University libraries. Librarian's role. Information Design.

1 INTRODUÇÃO

Com o objetivo de contribuir para o processo de ensino-aprendizagem na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), foi aprovada na 362ª Sessão Ordinária da Câmara de Administração da Universidade, realizada em 01/12/2020, a criação do Centro de Recursos de Aprendizagem (CRA), localizado no prédio da Biblioteca Central Cesar Lattes (BCCL) e parte do Sistema de Bibliotecas da UNICAMP (SBU).

Sua implementação foi finalizada no início de 2022, marcando o retorno das atividades presenciais da Universidade após o período de isolamento imposto pela pandemia de COVID-19. Esse processo permitiu identificar oportunidades para ampliar a visibilidade do CRA.

Identificar os produtos e serviços oferecidos pelas bibliotecas universitárias pode ser um desafio para os usuários, principalmente em um ambiente com alta disponibilidade de informações. Para simplificar esse processo, é essencial criar uma identidade visual padronizada, constituída por um conjunto de elementos visuais facilmente reconhecíveis pelos usuários. Além disso, em ambientes de informação, pode-se encontrar apoio para a valorização do desenvolvimento da linguagem visual através de pesquisas que tratam do design de informação, como mencionado por Oliveira (2015, p. 81):

Compreendemos que o Design de Informação pode ser entendido como um novo campo para a Ciência da Informação que busca sistematizar o oferecimento de informações, tornando a informação mais facilmente apreendida, entendida e colocada em prática. Esta prática profissional irá sistematicamente ampliar-se ao aplicar os conhecimentos advindos de outras áreas, como na interação homem-computador, nos estudos de fatores humanos, nas teorias da comunicação e na Ciência da Informação.

Landim (2023, p. 48) afirma que:

[...] os estudos em DI oferecem princípios e diretrizes para o design de objetos e sistemas informacionais, como o desenvolvimento de interfaces gráficas de interação em meios digitais, o que contribui para sua adequação na satisfação das necessidades das pessoas que com elas interagem.

Considerando a relevância desses conceitos e as diversas formas de aplicá-los em bibliotecas universitárias, foi proposta a criação de uma marca para o Serviço de Referência oferecido pelo CRA. Nesse sentido, o objetivo do trabalho é apresentar a trilha de concepção e elaboração da identidade visual, detalhada a seguir.

2 METODOLOGIA

A equipe de bibliotecários(as) do CRA se dedicou à criação da identidade visual, aprimorando suas habilidades por meio de pesquisas minuciosas no campo do design da informação. As etapas principais do processo, que precedem a elaboração visual dos protótipos, incluíram:

- Sessões de alinhamento para identificar os valores que devem ser comunicados;
- Avaliação cuidadosa da missão institucional;
- Pesquisa de símbolos e representações que possam expressar as ideias discutidas;
- Análise das ferramentas de design e sua viabilidade técnica.

Após as deliberações iniciais, as ferramentas disponíveis foram avaliadas e optou-se pelo Canva¹, devido à sua interface intuitiva e ao custo-benefício favorável, sendo escolhido como a plataforma para a criação do logotipo.

3 CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual é crucial para a comunicação e o reconhecimento do que representa, e isso não é diferente no caso do CRA. O conceito aplicado na criação do logotipo do CRA, bem como as cores e a tipografia escolhidas, foram cuidadosamente desenvolvidos e produzidos pelos bibliotecários da equipe do CRA. Os profissionais oferecem não apenas um serviço de referência especializado com foco na excelência,

¹ Disponível em: <https://www.canva.com>

mas também uma visão detalhada da importância da comunicação visual em bibliotecas universitárias.

3.1 Conceito

A imagem de uma lâmpada foi escolhida para simbolizar o conhecimento e a iluminação que proporciona, remetendo à ideia de que o CRA é um local que oferece recursos para que os usuários possam expandir seus conhecimentos e se desenvolver. Além disso, a lâmpada é um símbolo visualmente forte e facilmente reconhecível, o que contribui para tornar o logotipo do CRA memorável e de fácil identificação.

3.2 Escolha das cores

As cores principais usadas no logo do CRA foram o azul (código hexadecimal #39c9f4), o preto (#252525) e o branco. Farina (2011, p. 2) menciona algumas sensações associadas à cor azul como liberdade, acolhimento, intelectualidade e expansão, o que é apropriado para uma instituição que se dedica à aprendizagem.

O preto é uma cor elegante e sofisticada, que pode transmitir a ideia de seriedade e comprometimento, enquanto o branco é uma cor que remete à pureza e à simplicidade. Juntas, essas cores criam uma paleta visual equilibrada e atraente que ajuda a transmitir a mensagem de confiança, seriedade e comprometimento que o CRA deseja passar, mantendo uma aparência profissional e agradável aos olhos.

Figura 1: Paleta de cores do logotipo do CRA



Fonte: elaborado pelos autores.

Descrição: Imagem contendo a paleta de cores do CRA.

3.3 Tipografia

Quanto à tipografia, foi escolhida a fonte *League Spartan* em negrito. Esta fonte tem um tom descontraído, mas ainda assim sério, refletindo a ideia de que o CRA é um

lugar acessível e acolhedor, mas também comprometido com a qualidade dos serviços prestados. A escolha da tipografia é importante porque ajuda a transmitir a personalidade do CRA e estabelecer uma conexão visual com o público-alvo.

3.4 Apresentação final

O logo do CRA foi desenvolvido com base em um conceito forte e facilmente identificável, que simboliza a ideia de conhecimento e iluminação. As cores e a tipografia escolhidas foram cuidadosamente selecionadas para transmitir um sentimento de confiança, seriedade e compromisso, que refletem os valores e objetivos do CRA, aspectos que tornam a identidade visual do CRA apropriada para uma instituição que se dedica à aprendizagem e formação de pessoas.

Figura 2: Logotipo oficial do CRA e suas variações



Fonte: Elaborado pelos autores.

Descrição: Imagem contendo o logotipo oficial do CRA e suas variações para aplicação em fundos de tonalidade escura.

4 APLICAÇÕES DA IDENTIDADE VISUAL

Os resultados obtidos permitiram a aplicação da identidade visual do CRA de diversas maneiras e através de vários produtos e serviços oferecidos, como demonstrado nos exemplos abaixo:

4.1 Identidade organizacional

Ao utilizar esses recursos, é possível transmitir uma imagem profissional e qualificada, além de estabelecer uma conexão mais efetiva com o público-alvo.

Figura 3: Cartão de apresentação do CRA



Fonte: Elaborado pelos autores.

Descrição: Imagem contendo o *mockup* de visualização do cartão de visita do CRA.

4.2 Conteúdo informativo: guias e manuais

Os materiais de apoio ao processo de ensino e aprendizagem são fundamentais para o Serviço de Referência e competência informacional.

Figura 4: Guia temático sobre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU



Fonte: <https://www.bibliotecadigital.unicamp.br/bd/index.php/detalhes-material/?code=111818>

Descrição: Imagem contendo o *mockup* de visualização do guia temático.

4.3 Sinalização do espaço físico

As marcas de sinalização visual podem ser uma ferramenta eficaz de comunicação visual, permitindo que informações importantes sejam transmitidas de forma clara e objetiva.

Figura 5: Peças criadas para identificar o Laboratório de Capacitação, Ensino e Aprendizagem do CRA



Fonte: Elaborado pelos autores.

Descrição: Imagem contendo a visualização do adesivo do laboratório.

4.4 Conteúdo audiovisual

Produzir vídeos educacionais e materiais promocionais é uma iniciativa importante para divulgar o CRA e alcançar um público mais amplo. Adotar uma linha visual que reflita a identidade visual dos produtos e serviços oferecidos pelo setor ajuda a estabelecer uma imagem coesa e consistente para a marca. Com essa estratégia de produção de conteúdo, é possível alcançar uma audiência maior e estabelecer uma presença forte e impactante.

Figura 6: Vinheta de abertura do CRA



Fonte: https://youtu.be/8RLS6gR_u2M.

Descrição: Imagem contendo a miniatura do vídeo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A identidade visual do CRA foi aplicada em diversos produtos e serviços, como a identidade organizacional, o conteúdo informativo, a sinalização do espaço físico e o conteúdo audiovisual. Este trabalho não apenas apresenta a identidade visual do CRA, mas também pode servir como modelo para outras bibliotecas que desejam criar uma identidade visual padronizada para seus produtos e serviços. O manual de aplicação da identidade do CRA será disponibilizado na Biblioteca Digital da Unicamp

(<https://www.bibliotecadigital.unicamp.br>) nos próximos meses, podendo servir como inspiração para outras unidades de informação.

A aplicação de conceitos de design de informação e a criação de uma identidade visual forte podem ser fundamentais para tornar os serviços mais acessíveis e atraentes para os usuários. O envolvimento das pessoas bibliotecárias em todo o processo criativo evidencia as possibilidades de atuação em atividades multidisciplinares, que vão além daquelas que compõem sua rotina de trabalho.

REFERÊNCIAS

ELIEL, O. et al. O papel da biblioteca universitária na viabilização das atividades de ensino e pesquisa durante a pandemia de COVID-19: a experiência do Sistema de Bibliotecas da UNICAMP (SBU). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 29., 2022, Online. Anais [...], v. 1, n. 1, p. 1–15. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/cbbd2022/article/view/2508>. Acesso em: 31 ago. 2023.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo, SP: Edgard Blucher, 1982. 273 p.

JORENTE, Maria José Vicentini. **Ciência da informação: mídias e convergência de linguagens na web**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. 170 p. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/109223>. Acesso em: 10 jun. 2023.

LANDIM, Laís Alpi. **Perspectivas críticas para o design da informação: contribuições da Ciência da Informação no contexto e-Saúde**. 2023. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Marília, 2023. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/242703>. Acesso em: 13 jun. 2023.

OLIVEIRA, João Augusto Dias Barreira e. **A Ciência da Informação e o Design de Informação: perspectivas interdisciplinares**. 2015. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Marília, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/126604>. Acesso em: 10 jun. 2023.

AGRADECIMENTOS

À Diretoria do Sistema de Bibliotecas da Unicamp (SBU) - Oscar Eliel, Diretor, e Márcio Souza Martins, Diretor Adjunto - e à Maria Clara Reginato Pereira Duarte pelas valiosas contribuições na área de design durante o período em que foi estagiária do CRA.