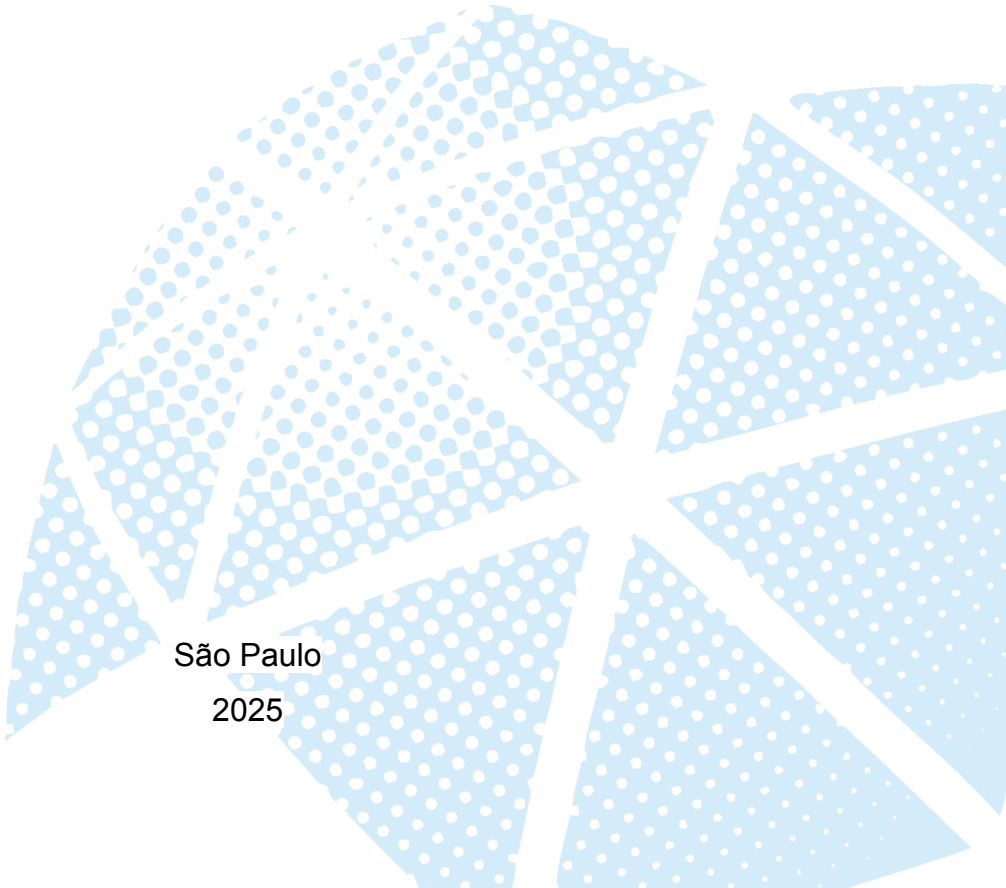


UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"Júlio de Mesquita Filho" - UNESP
Instituto de Artes - Campus de São Paulo

BIANCA VITÓRIA DA SILVA FEITOSA

**CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA COORDENADORIA GERAL DE
BIBLIOTECAS DA UNESP SOB A PERSPECTIVA DAS ARTES VISUAIS**

São Paulo
2025



BIANCA VITÓRIA DA SILVA FEITOSA

**CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA COORDENADORIA GERAL DE
BIBLIOTECAS DA UNESP SOB A PERSPECTIVA DAS ARTES VISUAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentada à Universidade Estadual
Paulista (UNESP), Instituto de Artes, São
Paulo, para obtenção do título de
Bacharel em Artes Visuais.

Orientador: Prof. Dr. Pelopidas Cypriano
de Oliveira

São Paulo

2025

Ficha catalográfica desenvolvida pela Diretoria Técnica de Biblioteca e Documentação do Instituto de Artes da UNESP. Dados fornecidos pelo autor.

F311c Feitosa, Bianca Vitória da Silva, 2001-

Construção da identidade visual da Coordenadoria Geral de Bibliotecas da UNESP sob a perspectiva das artes visuais / Bianca Vitória da Silva Feitosa. – São Paulo, 2025.
68 f. : il. color.

Orientador: Prof. Dr. Pelópidas Cypriano de Oliveira.
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Artes Visuais) – Universidade Estadual Paulista (UNESP), Instituto de Artes, São Paulo.

1. Comunicação visual. 2. Design. 3. Criação (Literária, artística, etc.). 4. Bibliotecas universitárias. 5. Estagiários - Narrativas pessoais. I. Oliveira, Pelópidas Cypriano de. II. Universidade Estadual Paulista (UNESP), Instituto de Artes, São Paulo. III. Título.

CDD 744

Bibliotecária responsável: Luciana Corts Mendes - CRB/8 10531

BIANCA VITÓRIA DA SILVA FEITOSA

**CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA COORDENADORIA GERAL DE
BIBLIOTECAS DA UNESP SOB A PERSPECTIVA DAS ARTES VISUAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentada à Universidade Estadual
Paulista (UNESP), Instituto de Artes, São
Paulo, para obtenção do título de
Bacharel em Artes Visuais.

Data da defesa: 28/11/2025

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Pelopidas Cypriano de Oliveira
UNESP - Instituto de Artes - Campus de São Paulo

Dra. Flavia Maria Bastos
UNESP - Reitoria

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a todas as pessoas que fizeram parte da minha trajetória universitária. Levo comigo aprendizados e momentos preciosos que vão muito além do que cabe em páginas de um trabalho.

Agradecimentos especiais à minha mãe, Márcia, e às minhas tias Vanessa e Valéria, por nunca deixarem de acreditar no meu sonho e por me apoiarem com tanto carinho.

Ao meu companheiro Ian, por estar ao meu lado em todos os momentos e por fazer o possível para que eu conseguisse seguir firme, mesmo nos dias mais difíceis.

À Vera e à Marisa, que me ajudaram a encontrar caminhos e me permitiram chegar até aqui.

A todas as pessoas da Coordenadoria Geral de Bibliotecas, que me acolheram desde o primeiro dia e me fizeram sentir parte da equipe. Em especial à Flavia Maria Bastos, por confiar no meu potencial e regar minha sementinha dia à dia; à Roberta Honorato Gorla, pelas conversas leves e pelos dias compartilhados; à Lucia Silva Parra, pelos conhecimentos e orientações tão generosos; e à Silvana, por sempre demonstrar cuidado e atenção.

Agradeço também à Rede de Bibliotecas como um todo pela recepção calorosa e pela oportunidade de aprender com profissionais tão dedicados.

E, por fim, ao meu orientador Prof. Dr. Pelópidas Cypriano, por aceitar acompanhar este trabalho e por me lembrar, com paciência e acolhimento, que minhas dificuldades não definem minhas capacidades.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo relatar minha trajetória durante o estágio na Coordenadoria Geral de Bibliotecas (CGB), realizado entre 2023 e 2025. Atuei como a primeira estagiária da área de artes e design da Coordenadoria, assumindo a responsabilidade pela criação e desenvolvimento de materiais visuais impressos e digitais. Ao longo desse período, concentrei meus esforços na elaboração de uma nova identidade visual para a CGB, com a finalidade de aprimorar a comunicação institucional e facilitar a divulgação dos serviços oferecidos à comunidade unespiana. Além de descrever as atividades desenvolvidas, apresento reflexões sobre os processos criativos envolvidos, os desafios enfrentados e a importância da padronização visual para fortalecer a presença da Coordenadoria dentro da universidade.

Palavras-chave: comunicação visual; arte e design; processos criativos; bibliotecas universitárias.

ABSTRACT

This work aims to report my trajectory during the internship at the Coordenação Geral de Bibliotecas (CGB), carried out between 2023 and 2025. I served as the first intern in the field of arts and design within the Coordination, taking on the responsibility of creating and developing printed and digital visual materials. Throughout this period, I focused on designing a new visual identity for the CGB, with the purpose of enhancing institutional communication and improving the dissemination of the services offered to the Unesp community. In addition to describing the activities developed, I present reflections on the creative processes involved, the challenges faced, and the importance of visual standardization in strengthening the institutional presence of the Coordination within the university.

Keywords: visual communication; art and design; creative processes; academic libraries.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Logotipo antigo da Coordenadoria Geral de Bibliotecas.	18
Figura 02 - Pannel de referência de logos institucionais.	21
Figura 03 - Pannel de referência de formas.	22
Figura 04 - Rascunhos inspirados em satélites e antenas para o novo logotipo da CGB.	26
Figura 05 - Rascunhos inspirados em satélites e antenas para o novo logotipo da CGB.	26
Figura 06 - Novo logotipo da CGB.	27
Figura 07 - Tipografias da identidade visual da CGB: Ginora Sans Bold, Lexend e Volkorn.	29
Figura 08 - Paleta de cores principal.	30
Figura 09 - Paleta de cores secundária.	31
Figura 10 - Variações do logotipo da CGB.	32
Figura 11 - Variações do logotipo da CGB em preto e ícone em azul.	33
Figura 12 - Variações do logotipo da CGB em branco e ícone em azul.	34
Figura 13 - Variações do logotipo da CGB em branco.	35
Figura 14 - Variações do logotipo da CGB em preto.	36
Figura 15 - Exemplos de uso correto do logotipo principal em fundos simples.	38
Figura 16 - Exemplos de uso correto do logotipo principal em fundos complexos.	39
Figura 17 - Exemplos de uso correto dos logotipos secundários.	40
Figura 18 - Exemplos de usos vetados do logotipo.	41
Figura 19 - Área de proteção de todas as versões dos logotipos.	43
Figura 20 - Malhas construtivas de todas as versões dos logotipos.	45
Figura 21 - Logotipo do projeto Turnitin na Prática.	47
Figura 22 - Paleta de cores do projeto Turnitin na Prática.	47
Figura 23 - Divulgação de alertas para o uso do Turnitin.	48

Figura 24 - Capa do primeiro tutorial do projeto Turnitin na Prática, versão de 2025.	49
Figura 25 - Folder do evento de endoculturação em 2022.	51
Figura 26 - Folder do evento de endoculturação em 2023.	52
Figura 27 - Folder do evento de endoculturação em 2024.	53
Figura 28 - Ilustração desenvolvida para o Terminal de Autodevolução.	54
Figura 29 - Prova virtual da ilustração sob o Terminal de Autodevolução.	54
Figura 30 - Terminal de autodevolução.	55
Figura 31 - Primeiro post publicado no Instagram da CGB.	56
Figura 32 - Post sobre o programa Livro Permanente 2025.	57
Figura 33 - Post sobre o novo logotipo da CGB.	58
Figura 34 - Ilustração para os notebooks da Rede de Bibliotecas da Unesp.	59
Figura 35 - Ilustração para o dia da pessoa bibliotecária 2025.	60
Figura 36 - Ilustração para divulgação da palestra sobre Coautoria.	61
Figura 37 - Ilustração para divulgação da palestra “Seus Dados, Seu Crédito”.	62
Figura 38 - Ilustração para a capa da live da palestra “Seus Dados, Seu Crédito”.	63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UNESP	Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
CGB	Coordenadoria Geral de Bibliotecas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO	10
1.2	A COORDENADORIA GERAL DE BIBLIOTECAS DA UNESP	11
1.3	JUSTIFICATIVA	12
1.4	OBJETIVOS	12
1.5	METODOLOGIA	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	COMUNICAÇÃO VISUAL	14
2.2	DESIGN E IDENTIDADE VISUAL	14
2.3	ELEMENTOS FUNDAMENTAIS DA CONSTRUÇÃO DE MARCAS	16
3	ANÁLISE PRÉ-PROJETO	18
3.1	HISTÓRICO E ANÁLISE DO LOGOTIPO ANTIGO	18
3.2	PROBLEMAS DE APLICAÇÃO DO LOGOTIPO	19
3.3	NECESSIDADES INSTITUCIONAIS	20
3.4	LEVANTAMENTO DE REFERÊNCIAS	21
3.5	MONTAGEM DO BRIEFING	23
4	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	25
4.1	PROCESSO CRIATIVO	25
4.2	CONSTRUÇÃO DO SÍMBOLO	25
4.3	CONSTRUÇÃO DO LOGOTIPO	26
4.4	DEFINIÇÃO TIPOGRÁFICA	27
4.5	PALETA DE CORES	30
4.6	VERSÕES E VARIAÇÕES DO LOGO	31
5	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL	37
5.1	USOS PERMITIDOS	37
5.2	USOS PROIBIDOS	40
5.3	REDUÇÕES	42
5.4	ÁREA DE PROTEÇÃO	42
5.5	MALHA CONSTRUTIVA	44
6	OUTROS PROJETOS VINCULADOS À COORDENADORIA	46
6.1	PROJETO TURNITIN NA PRÁTICA	46
6.2	EVENTOS DE ENDOCULTURAÇÃO	50
6.3	PROJETO DE MODERNIZAÇÃO DAS BIBLIOTECAS	53
6.4	REDES SOCIAIS	55
6.5	ILUSTRAÇÕES	59
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
	REFERÊNCIAS	65
	BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	66
	GLOSSÁRIO	67

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Minha trajetória na Coordenadoria Geral de Bibliotecas (CGB) teve início em 2022, quando passei a atuar como bolsista da Biblioteca Digital, na Reitoria. Minhas atividades, inicialmente voltadas ao trabalho com planilhas, começaram a se aproximar do campo visual quando tive a oportunidade de elaborar apresentações institucionais e materiais de divulgação. Um elogio de um colega às minhas apresentações despertou a atenção para minhas habilidades nessa área, o que ampliou meus caminhos criativos e possibilitou, mais tarde, uma atuação mais sólida quando ingressei oficialmente como estagiária em 2023.

Desde o início do estágio, recebi grande abertura da equipe para desenvolver meu trabalho, além de confiança nos conhecimentos adquiridos em cursos técnicos e na graduação. Por se tratar de uma equipe majoritariamente composta por profissionais da Biblioteconomia e da Tecnologia da Informação, pude observar de perto como eram organizadas as demandas da Coordenadoria. Muitas necessidades visuais eram resolvidas de forma prática e rápida, dentro das possibilidades e do tempo disponível.

Com o tempo, identifiquei uma necessidade recorrente: o logotipo utilizado pela CGB apresentava limitações significativas. Sua aplicação era complexa, não havia variações e tampouco existiam elementos complementares que permitissem manter uma linguagem visual consistente. Essa ausência de padronização dificultava a produção de materiais como apresentações, anúncios de cursos e eventos, além de itens de papelaria institucional. Além disso, a equipe não dispunha de um manual ou identidade visual estruturada que orientasse o uso da marca. Essa carência resultava em inconsistências estéticas, adaptações improvisadas e lentidão na criação de conteúdos, reforçando a necessidade de um projeto de identidade visual que organizasse, atualizasse e ampliasse as possibilidades de representação gráfica da Coordenadoria. Diante disso, tornou-se evidente a necessidade de desenvolver uma identidade visual coerente e unificada, capaz de orientar a criação de materiais e fortalecer a presença visual da CGB dentro da universidade.

O desenvolvimento deste projeto só foi possível graças ao apoio contínuo da equipe da CGB, que sempre demonstrou abertura para novas propostas e confiança no meu trabalho. Desde o início, fui incentivada a explorar soluções criativas, participar das decisões e aprimorar a identidade visual da Coordenadoria. Esse ambiente colaborativo não apenas facilitou o processo de criação, como também contribuiu significativamente para meu aprendizado, permitindo que o projeto se desenvolvesse de forma sólida, participativa e alinhada às necessidades reais da instituição.

1.2 A COORDENADORIA GERAL DE BIBLIOTECAS DA UNESP

A Coordenadoria Geral de Bibliotecas (CGB) foi criada em 1977, na então Faculdade de Filosofia, Ciências Sociais e da Documentação, em Marília, sob o nome de Biblioteca Central da Unesp, vinculada ao curso de Biblioteconomia. Seu propósito era integrar as bibliotecas da universidade e otimizar recursos informacionais. Em 1989, passou a adotar o nome atual, conforme Resolução Unesp nº 50.

Desde sua origem, busca centralizar serviços e produtos informacionais, evitar duplicidades e aprimorar a gestão das coleções. Entre as primeiras iniciativas destacam-se a construção do Catálogo Coletivo de Livros e Periódicos e a implementação de sistemas de aquisição centralizada.

Desde maio de 1991, para garantir melhor organização e desenvolvimento das atividades, a CGB passou a atuar com dois escritórios: um localizado na Reitoria, em São Paulo, e outro no campus de Marília, mantendo assim sua atuação integrada em toda a Rede de Bibliotecas da Unesp. A Rede de Bibliotecas da Unesp representa todas as 33 bibliotecas da Unesp, espalhadas em 24 cidades diferentes do estado de São Paulo.

Em suma, a CGB tem a responsabilidade de unificar o desenvolvimento das atividades relacionadas às bibliotecas da Unesp e promover comunicação eficiente com a comunidade acadêmica e instituições externas, nacionais e internacionais. Seu objetivo principal é democratizar o acesso à informação.

1.3 JUSTIFICATIVA

A atualização da identidade visual da CGB justifica-se pela necessidade de qualificar sua comunicação institucional e fortalecer sua presença dentro da Rede de Bibliotecas da Unesp. Uma identidade gráfica clara e coerente contribui para a organização das informações, facilita a produção de materiais e reforça o vínculo da Coordenadoria com a comunidade universitária. Considerando seu papel estratégico na mediação do acesso à informação, a representação visual da CGB deve transmitir acessibilidade, organização e alinhamento às diretrizes visuais da Unesp. Além disso, o projeto constitui uma importante experiência formativa, permitindo vivenciar todas as etapas do processo de design (do diagnóstico à aplicação) e evidenciando a relevância da identidade visual como ferramenta de comunicação institucional.

1.4 OBJETIVOS

A identidade visual proposta para a Coordenadoria Geral de Bibliotecas da Unesp tem como objetivo desenvolver uma representação gráfica atualizada, organizada e padronizada, fortalecendo sua comunicação institucional. Esse trabalho envolve analisar o logotipo anteriormente utilizado e identificar suas limitações formais e funcionais; elaborar um briefing que sintetize missão, propósito, histórico e necessidades da Coordenadoria; criar um novo símbolo, logotipo e variações alinhadas aos valores da CGB e às diretrizes visuais da Unesp; definir tipografia, paleta cromática e elementos de apoio que visa compor a identidade visual; desenvolver diretrizes de uso que assegurem consistência e acessibilidade nas aplicações; e produzir materiais gráficos institucionais aplicando a nova identidade visual em diferentes suportes.

1.5 METODOLOGIA

A metodologia adotada baseou-se em uma abordagem prática e descritiva, fundamentada no relato de experiência e em processos próprios do design gráfico.

Inicialmente, realizou-se uma análise diagnóstica do logotipo anteriormente utilizado e das dificuldades enfrentadas pela equipe da CGB no uso cotidiano da marca.

Em seguida, foi elaborado um briefing estruturado a partir de informações institucionais, do histórico da Coordenadoria e de conversas com a coordenação, definindo objetivos, público-alvo, valores e requisitos do projeto. Essa etapa orientou todo o desenvolvimento posterior.

A fase de criação envolveu pesquisas visuais, experimentação gráfica e definição dos elementos essenciais da identidade: símbolo, construção do logotipo, tipografia, paleta cromática e variações. Houve também preocupação com acessibilidade, aplicabilidade em diferentes mídias e alinhamento à identidade visual da Unesp.

Por fim, foram produzidas aplicações institucionais e estabelecidas diretrizes de uso para garantir consistência e facilidade na implementação da nova marca nos materiais da Coordenadoria.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMUNICAÇÃO VISUAL

A comunicação visual consiste na transmissão de informações por meio de elementos gráficos, como formas, cores, tipografias e imagens. Quando organizados de maneira planejada, esses elementos tornam a mensagem mais clara, objetiva e compreensível. Assim, compreender seus fundamentos é essencial para desenvolver soluções visuais que atendam às necessidades comunicacionais de uma instituição.

Segundo Santaella (2005), a comunicação visual estabelece relações entre signos, percepção e leitura de imagens, possibilitando a construção de sentidos a partir de estímulos visuais. Dessa forma, o design gráfico torna-se mediador entre a mensagem e o público, organizando informações de forma acessível e compreensível.

2.2 DESIGN E IDENTIDADE VISUAL

O termo *design* tem origem no latim *designare*, que significa projetar, designar ou atribuir forma. No contexto contemporâneo, o design ultrapassa o caráter puramente estético e envolve um processo de pesquisa, planejamento e desenvolvimento, com o objetivo de criar soluções funcionais e adequadas ao usuário.

Löbach (2001) explica que o design articula forma e função, equilibrando criatividade e racionalidade. Esse equilíbrio permite ao designer transformar informações em produtos visuais eficientes, considerando fatores como legibilidade, acessibilidade, usabilidade e contexto sociocultural. Dessa forma, o design não se limita à aparência, mas também à capacidade de organizar conteúdos, orientar decisões e facilitar a comunicação.

A acessibilidade constitui elemento fundamental do design. Tornar a informação acessível implica observar diferentes formas de leitura, diversas habilidades perceptivas e variados repertórios culturais. Um projeto acessível viabiliza a inclusão, garantindo que públicos distintos compreendam a mensagem de maneira clara e intuitiva. Wurman (1991, p. 88) aponta que muitos problemas

comunicacionais surgem da forma como a informação é organizada, e não do conteúdo em si. Repensar essa estrutura torna a informação mais clara e menos intimidante.

A repetição de elementos, muitas vezes vista como redundância, é fundamental para reforçar o entendimento. Para Wurman (1991, p. 112), a redundância funciona como um ponto de referência que facilita a compreensão e evita falhas comunicacionais. Esse princípio é central para o design gráfico e, especialmente, para a construção de identidades visuais.

A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que representam institucionalmente uma marca, organização ou projeto. Esses elementos, como logotipo, tipografia, paleta de cores, formas e padrões, são definidos de modo sistemático para garantir unidade e reconhecimento em diferentes suportes.

De acordo com Wheeler (2018), a identidade visual constitui o “rosto” de uma instituição, permitindo que o público reconheça, memorize e associe valores à sua marca. Para isso, ela deve ser aplicada de maneira consistente, obedecendo às diretrizes que orientam seu uso em materiais impressos, digitais e ambientes institucionais.

A Universidade Estadual Paulista (UNESP), em seu Manual de Identidade Visual, destaca que a padronização contribui para fortalecer a presença institucional, evitando distorções e garantindo comunicação clara e uniforme em seus diversos campus.

A criação de uma identidade visual eficaz busca coerência, funcionalidade, acessibilidade e reconhecimento. Esses quatro pilares são essenciais para que todos os materiais sejam versáteis em diversos suportes, de fácil reconhecimento e que contemplem toda a comunidade unespiana.

Assim, a identidade visual não é apenas um conjunto de elementos gráficos, mas uma estratégia de comunicação que orienta relações institucionais, fortalece a imagem organizacional e facilita a transmissão de informações.

Para construir uma identidade sólida, é necessário compreender também a história e o papel institucional da Coordenadoria.

2.3 ELEMENTOS FUNDAMENTAIS DA CONSTRUÇÃO DE MARCAS

A construção de uma marca envolve uma articulação entre forma, significado e experiência. Esses elementos, quando compreendidos em conjunto, permitem que a identidade visual cumpra sua função comunicativa e contribua para o reconhecimento institucional. Conforme afirma Santaella (2005), toda comunicação visual opera como um sistema de signos que produz sentido; nesse contexto, a marca deve ser entendida como um conjunto organizado de signos que representa uma instituição, sintetizando valores, objetivos e modos de atuação. Assim, o desenvolvimento de uma identidade visual eficaz depende de escolhas formais capazes de produzir significação coerente com o contexto onde a marca se insere.

Wheeler (2018) destaca que marcas fortes emergem da combinação entre estratégia e design: precisam ser claras, reconhecíveis e consistentes, permitindo que o público estabeleça vínculos duradouros. Para a autora, uma identidade visual não se resume ao logotipo, mas incorpora tipografia, paleta cromática, elementos gráficos e diretrizes de uso, compondo um sistema integrado que mantém a unidade da comunicação. Essa concepção é essencial para ambientes institucionais, onde a clareza, a coerência e a padronização são fundamentais para facilitar a circulação da informação.

As escolhas formais que estruturam uma marca (como forma, linha, textura e composição) não são neutras. Ostrower (2003) enfatiza que elementos visuais carregam significações culturais e emocionais, e que o processo criativo envolve tanto intuição quanto reflexão, mobilizando repertórios coletivos e individuais. Essa compreensão reforça que o design de identidade visual deve considerar tanto a racionalidade do projeto quanto a sensibilidade estética, buscando equilíbrio entre funcionalidade e expressão.

A cor, por sua vez, desempenha papel central na construção de significados. Heller (2014) demonstra que as cores possuem associações emocionais historicamente constituídas, capazes de influenciar percepções e comportamentos. No âmbito institucional, a escolha cromática deve refletir valores como confiança, estabilidade ou dinamismo, de acordo com o posicionamento da marca. Assim, a definição da paleta não é apenas um recurso estético, mas uma decisão estratégica que contribui para o reconhecimento e para a orientação do olhar.

No que diz respeito ao contexto histórico das formas visuais, Inglis (2025) observa que a popularização das ferramentas digitais ampliou tanto a diversidade estética quanto a complexidade das linguagens gráficas contemporâneas. Para o autor, a identidade visual de uma instituição precisa dialogar com esse cenário, equilibrando tradição e atualização, simplicidade e flexibilidade, de modo a assegurar aplicabilidade em diferentes suportes e escalas.

Cardoso (2008) complementa essa perspectiva ao discutir a expansão do design na modernidade e na pós-modernidade, destacando como a multiplicação de produtos gráficos e a circulação massiva de imagens transformaram a relação entre instituições e público. Nesse contexto, a marca deixa de ser apenas um selo identificador e passa a funcionar como mediadora de sentido, configurando a forma como a instituição se apresenta e é percebida socialmente.

Dessa forma, os elementos fundamentais da construção de marcas (forma, cor, tipografia, composição, coerência e aplicabilidade) devem ser compreendidos como partes de um sistema. A identidade visual institucional deve sintetizar valores, facilitar a comunicação e garantir que a representação gráfica seja acessível, legível e consistente. Esses princípios orientam tanto a criação quanto a manutenção de uma marca sólida, capaz de representar a instituição de maneira clara, contemporânea e significativa.

3 ANÁLISE PRÉ-PROJETO

3.1 HISTÓRICO E ANÁLISE DO LOGOTIPO ANTIGO

Ao iniciar o estágio, recebi autonomia para desenvolver os materiais gráficos das atividades que me eram designadas. A única orientação fixa era garantir a presença do logotipo da CGB e/ou da Rede de Bibliotecas em todas as produções.

A necessidade de uma identidade visual específica para a CGB tornou-se evidente já no início do estágio, em agosto de 2023. Entre os principais desafios identificados estavam o uso inconsistente do logotipo, a falta de unidade estética, a lentidão no processo de criação e a dificuldade, por parte da comunidade acadêmica, em distinguir os setores e seus respectivos serviços. Enquanto a Rede de Bibliotecas possuía um manual visual consolidado, a CGB contava apenas com um logotipo estático. Diante desse cenário, tornou-se fundamental propor o desenvolvimento de uma identidade visual própria.

O projeto teve início com o redesign do logotipo anteriormente utilizado pela Coordenadoria Geral de Bibliotecas. O antigo logo era composto por um ícone formado por seis triângulos em diferentes tons de azul e pelo texto “CGB Coordenadoria Geral de Bibliotecas” em preto.

Figura 01 - Logotipo antigo da Coordenadoria Geral de Bibliotecas



Fonte: Acervo interno da Coordenadoria Geral de Bibliotecas da Unesp (2025).

Legenda: Logotipo formado por um ícone com seis triângulos azuis e o texto "CGB Coordenadoria Geral de Bibliotecas" em preto.

Não foi possível identificar o criador original do logotipo nem o período exato de sua produção, embora se especule que tenha sido desenvolvido por um membro antigo da equipe. Do ponto de vista formal, observa-se que o logotipo dialoga com recursos

visuais amplamente difundidos após a popularização dos softwares gráficos, como o uso de gradientes e volumes, característicos da produção digital das últimas décadas.

Inglis (2025) destaca que, a partir do final do século XX, a ampliação do acesso às ferramentas digitais permitiu que pessoas sem formação específica criassem materiais visuais, favorecendo a diversificação estética no design gráfico. De modo complementar, Cardoso (2008) discute como a expansão da cultura visual no contexto pós-moderno e o crescimento do mercado contribuíram para a circulação de soluções produzidas por não-profissionais, muitas vezes sustentadas por efeitos formais possibilitados pelas tecnologias emergentes.

Nesse sentido, as características do antigo logotipo situam sua construção dentro desse cenário de produção gráfica digital ampliada, ainda que não seja possível determinar a data precisa de sua criação.

3.2 PROBLEMAS DE APLICAÇÃO DO LOGOTIPO

A análise do logotipo anterior evidenciou limitações significativas de aplicação. Por sua baixa flexibilidade, o símbolo não respondia às demandas contemporâneas de comunicação institucional, apresentando restrições. A proposta de redesign buscou, portanto, ampliar sua aplicabilidade, aprimorar a legibilidade e fortalecer a presença visual da CGB em diferentes meios, mantendo coerência com a identidade da Unesp.

Observou-se que a expressão “Coordenadoria Geral de Bibliotecas” era apresentada em escala reduzida, o que comprometia a leitura, especialmente em formatos menores. As cores utilizadas também dificultavam a aplicação, pois exigiam predominantemente fundos claros para manter contraste mínimo.

Outro aspecto relevante dizia respeito ao significado do símbolo. Quando questionada, a equipe não soube indicar com clareza o conceito original. As interpretações variavam: alguns relacionavam os triângulos aos elementos gráficos presentes na identidade visual da Unesp; outros viam uma forma semelhante a um guarda-chuva visto de cima; e havia quem entendesse apenas como um conjunto de

triângulos sem significado definido. A ausência de referência conceitual sólida contribuía para a fragilidade comunicacional da marca.

3.3 NECESSIDADES INSTITUCIONAIS

É fundamental desenvolver uma estratégia de comunicação que reflita a transformação contínua da informação e atualize a percepção sobre a biblioteca como espaço de convivência, aprendizagem e produção de conhecimento. Como órgão responsável pela articulação da Rede de Bibliotecas da Unesp, a CGB necessita de uma comunicação clara, atualizada e alinhada às demandas institucionais contemporâneas.

A construção de uma identidade visual consistente contribui para o entendimento do papel institucional da CGB e fortalece sua presença dentro da universidade. Para que isso ocorra, é fundamental compreender, inicialmente, os objetivos institucionais e as necessidades da comunidade com a qual a Coordenadoria se relaciona. Nesse sentido, Wurman afirma que compreender a finalidade essencial de um projeto é o primeiro passo para encontrar sua solução:

Antes de desenvolver qualquer solução para uma dada tarefa, deve-se encetar um movimento no sentido de descobrir o seu início. Compreender o veio da questão é o caminho para resolvê-la. A melhor maneira de concluir um projeto é definir sua finalidade essencial, seu objetivo mais básico. Qual o objetivo a ser alcançado? Qual o motivo para iniciá-lo? É aqui que reside a solução. (Wurman, 1991, p. 88).

Assim, antes de propor qualquer elemento visual, tornou-se necessário investigar o que a CGB representa, quais são seus valores centrais, quem são seus interlocutores e quais mensagens precisam ser transmitidas. Essa etapa inicial possibilitou entender que a identidade visual deveria expressar dinamismo, organização, confiabilidade e acolhimento.

3.4 LEVANTAMENTO DE REFERÊNCIAS

A etapa de pesquisa visual foi fundamental para compreender como outras instituições educacionais, culturais e informacionais constroem sua comunicação gráfica. A observação de logotipos de diferentes setores da Unesp e de organizações externas permitiu identificar padrões formais e cromáticos adequados ao contexto institucional. A partir dessa análise, foram montados painéis de referência que reuniam exemplos de logotipos, composições gráficas e sistemas de formas.

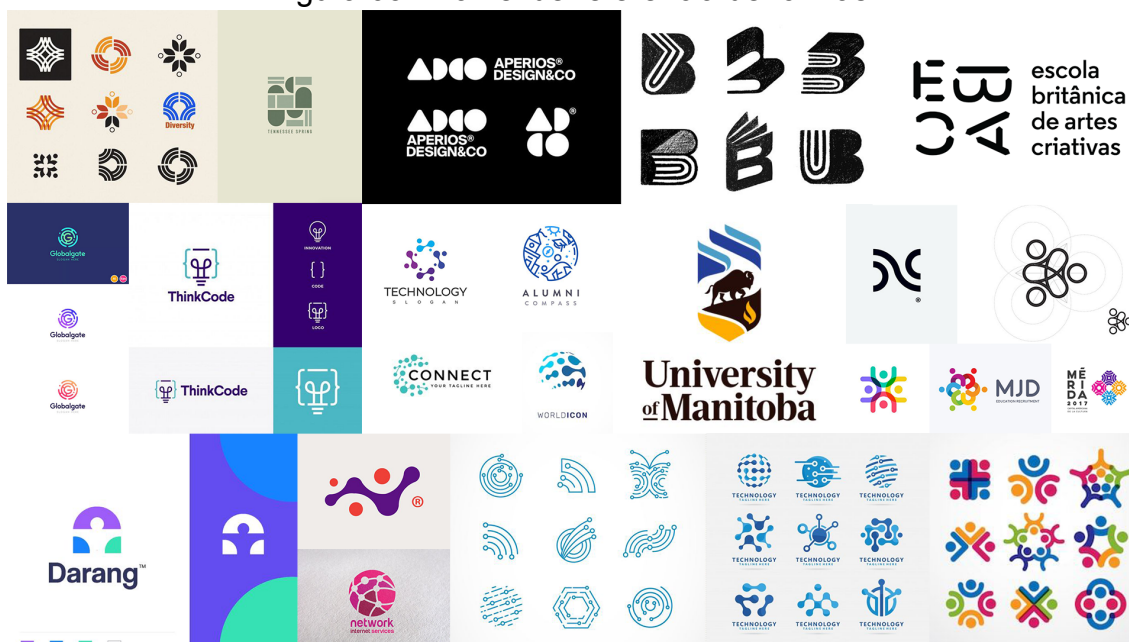
Figura 02 - Painel de referência de logos institucionais.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Logotipos de instituições e setores do ensino superior, incluindo diferentes departamentos e unidades da Unesp, utilizados como base comparativa para o desenvolvimento da proposta visual.

Figura 03 - Painel de referência de formas.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Conjunto de formas, ícones e composições visuais utilizados para identificar padrões estéticos e proporções aplicáveis ao projeto de identidade visual.

O estudo das formas priorizou elementos simples e arredondados, buscando transmitir modernidade sem perder a sensação de acolhimento e proximidade. Ostrower (2003) observa que formas curvas tendem a sugerir continuidade, suavidade e receptividade, enquanto formas angulares evocam rigidez e estabilidade. Esse contraste foi considerado no desenvolvimento inicial da proposta visual.

A pesquisa cromática evidenciou que o azul é predominante nas identidades visuais de setores vinculados ao ensino superior, associado à confiança, institucionalidade e estabilidade. Heller (2014) explica que os azuis pertencem ao conjunto das cores frias e costumam transmitir calma, equilíbrio e racionalidade, características desejáveis para ambientes educacionais. Observou-se ainda que muitas instituições combinam o azul a cores quentes para quebrar a rigidez da paleta e introduzir elementos de vitalidade e dinamismo, estratégia que também foi considerada no projeto da CGB.

Esses levantamentos permitiram identificar caminhos estéticos compatíveis com os objetivos institucionais e serviram de base para as decisões de forma, cor e conceito.

3.5 MONTAGEM DO BRIEFING

O processo de desenvolvimento da identidade visual teve início com a elaboração do briefing, documento que reúne as informações essenciais para orientar todas as etapas do projeto. O briefing organiza os problemas que precisam ser resolvidos e estabelece critérios que sustentam o percurso criativo, tornando o processo mais claro e objetivo (Cardoso, 2008).

Para estruturar o briefing da CGB, foram utilizados o histórico institucional da Coordenadoria e as contribuições da atual gestora, Flavia Maria Bastos. Dessa forma, garantiu-se que o projeto permanecesse alinhado à missão, aos valores e às necessidades reais do setor, preservando coerência, funcionalidade e atemporalidade.

A demanda central consistia em criar uma identidade visual capaz de representar adequadamente o papel institucional da CGB, fortalecendo sua comunicação e facilitando o reconhecimento de seus serviços pela comunidade universitária. O briefing foi construído a partir de perguntas norteadoras relacionadas à instituição, como nome, origem, significado, áreas de atuação, objetivos e público-alvo. Esses elementos possibilitaram compreender a trajetória, o contexto atual e as perspectivas futuras do logotipo, peça central do sistema visual.

Além disso, foram definidas palavras-chave que orientaram a etapa de idealização: inovação, acesso, informação, ubiquidade, mobilidade, flexibilidade, transformação, movimento, registro e serviço. Esses termos sintetizam os valores e funções atribuídas à CGB e serviram como guias conceituais durante o processo.

Outro aspecto essencial foi o alinhamento com as identidades visuais já existentes da Unesp e da Rede de Bibliotecas. Embora a CGB necessite de uma identidade própria, ela integra a estrutura institucional da universidade e deve dialogar com suas diretrizes visuais, garantindo unidade e coerência.

A definição do público-alvo também foi fundamental. A CGB atende estudantes, docentes e servidores técnico-administrativos, públicos diversos em idade, formação, experiência acadêmica e condições socioeconômicas. Por essa razão, a identidade visual deve priorizar inclusão, acessibilidade e representatividade, promovendo comunicação equitativa.

A partir dessas análises e diretrizes, o processo criativo pôde ser iniciado de maneira estruturada, fundamentado nas necessidades reais da Coordenadoria e alinhado às expectativas institucionais.

4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.1 PROCESSO CRIATIVO

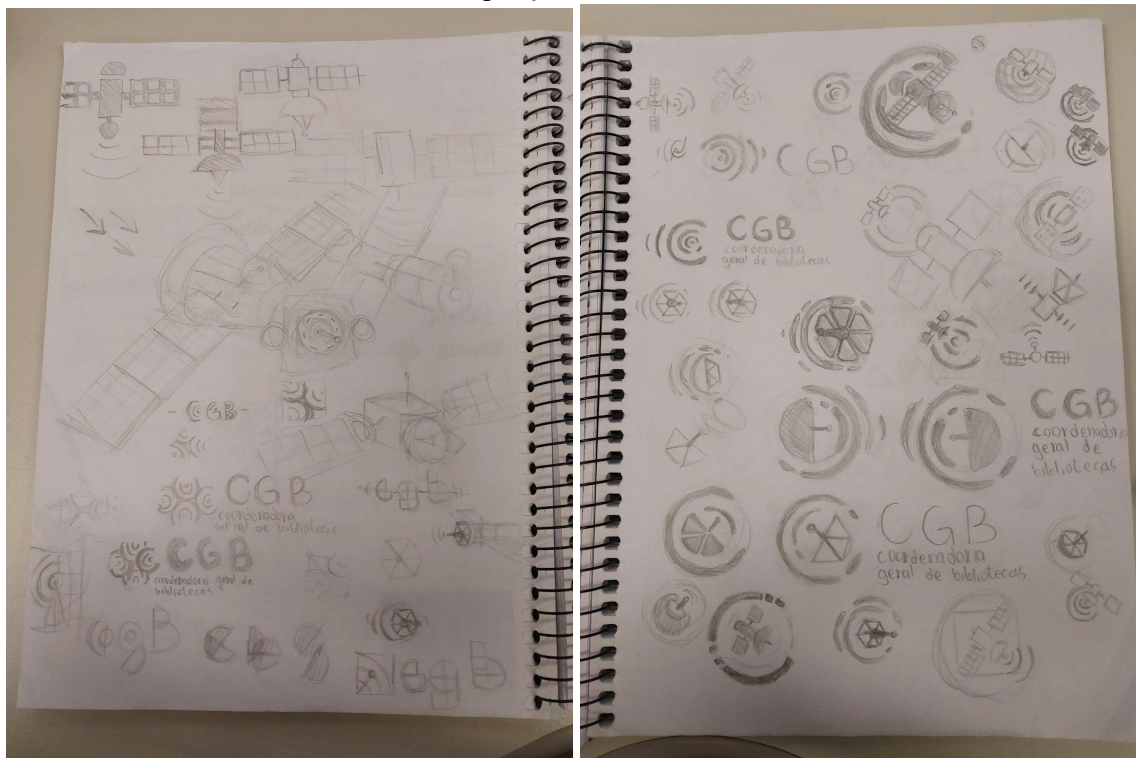
O processo criativo esteve intrinsecamente ligado à análise pré-projeto e do briefing, permitindo explorar diferentes soluções estéticas alinhadas à mensagem que a identidade visual deveria transmitir. A partir dessas definições iniciais, foi possível determinar as formas, cores e conceitos que orientaram a criação da marca. O primeiro elemento a ser elaborado foi o símbolo, responsável por representar visualmente a CGB de forma clara e memorável.

4.2 CONSTRUÇÃO DO SÍMBOLO

A criação do símbolo iniciou-se com o redesign do logotipo, considerando as palavras-chave definidas no briefing. O elemento central escolhido foi o satélite com antenas, representando a transmissão de informações de um ponto central para toda a Rede de Bibliotecas. Esse conceito reflete a função da CGB como órgão articulador e integrador da rede.

Durante a fase inicial, foram produzidos rascunhos explorando diferentes interpretações do satélite e das antenas:

Figuras 04 e 05 - Rascunhos inspirados em satélites e antenas para o novo logotipo da CGB.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Desenvolvimento inicial do logotipo, apresentando experimentações gráficas e alternativas de desenho.

A antena foi escolhida como símbolo principal por sua função de captar e transmitir ondas eletromagnéticas, representando metaforicamente a circulação de informações entre a CGB e a Rede de Bibliotecas.

4.3 CONSTRUÇÃO DO LOGOTIPO

Com base nos rascunhos do símbolo, iniciou-se a construção do logotipo. As ondas emitidas pela antena foram dispostas de forma a formar a letra “C”, inicial de Coordenadoria, criando um ícone de fácil reconhecimento. A base do símbolo é composta por triângulos arredondados que remetem ao logotipo da Unesp, promovendo conexão institucional ao mesmo tempo em que transmite acolhimento e proximidade, aspectos ressaltados por Ostrower (2003) na leitura de formas visuais.

Figura 06 - Novo logotipo da CGB.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: O logotipo é composto por um ícone em forma de antena estilizada e pelo nome da Coordenadoria Geral de Bibliotecas. O ícone é formado por três formas triangulares arredondadas e três semi-arcos que sugerem a letra C, em tons de azul.

As tonalidades de azul foram escolhidas para manter coerência com a identidade da Unesp, transmitindo estabilidade, segurança e confiabilidade, conforme Heller (2014). A tipografia utilizada, Ginora Sans Bold, reforça esses valores por meio de traços marcantes e estrutura geométrica, combinando força e modernidade com suavidade nos contornos.

O logotipo final representa a CGB como núcleo articulador da Rede de Bibliotecas, simbolizando inovação, integração e disseminação de informações, consolidando sua presença institucional e projetando uma imagem voltada para o futuro.

4.4 DEFINIÇÃO TIPOGRÁFICA

A tipografia é um elemento essencial para garantir coerência, legibilidade e identidade da marca. No caso da CGB, ela complementa o símbolo e reforça os valores de estabilidade, modernidade e acessibilidade. Foram selecionadas três tipografias, cada uma voltada a um uso específico.

Tipografia institucional: Ginora Sans Bold foi escolhida para o logotipo devido à sua estrutura geométrica, traços marcantes e excelente legibilidade. A fonte transmite seriedade e confiança, características importantes para uma instituição voltada à informação e ao público acadêmico.

Tipografias de apoio: Lexend e Volkorn foram selecionadas para materiais gráficos, digitais e institucionais, garantindo consistência visual e facilidade de leitura. Lexend proporciona alta legibilidade em textos corridos e digitais, enquanto Volkorn é indicada para títulos e elementos de destaque, agregando personalidade tipográfica. O uso dessas fontes é recomendado para manter a unidade visual, sem comprometer a flexibilidade de aplicação, mas não é obrigatório.

Figura 07 - Tipografias da identidade visual da CGB: Ginora Sans Bold, Lexend e Volkorn.

TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL (utilizada no logo)

Ginora Sans Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

TIPOGRAFIAS DE APOIO

Lexend Thin
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Extra Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Medium
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Semi Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Extra Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Black
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Medium
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Semi Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Extra Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Lexend Black
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Medium Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Semi Bold Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Bold Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Extra Bold Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Volkorn Black Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789'";? !@#\$%^&*()-_+=~`~\|/

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Tipografias definidas para a identidade visual da CGB. A fonte principal é Ginora Sans Black, utilizada no logotipo. As famílias Lexend e Volkorn complementam a composição tipográfica em diferentes pesos e tamanhos, garantindo boa legibilidade e acessibilidade.

Essa combinação de tipografias cria hierarquia visual, reforça a identidade institucional e permite aplicações versáteis em diferentes suportes. Todas as fontes escolhidas são de uso livre, sem restrições de direitos autorais, e podem ser facilmente obtidas.

4.5 PALETA DE CORES

A paleta de cores foi definida considerando a identidade da Unesp, princípios de design e psicologia das cores, buscando transmitir valores institucionais e promover reconhecimento visual.

Figura 08 - Paleta de cores principal.

PANTONE P Process Black C	PANTONE P 105-16 C	PANTONE P 106-7 C	PANTONE P Process Cyan C	PANTONE P 115-4 C
CMYK C 75% M 65% Y 62% K 81%	CMYK C 100% M 81% Y 31% K 12%	CMYK C 85% M 45% Y 0% K 0%	CMYK C 75% M 22% Y 0% K 0%	CMYK C 36% M 0% Y 0% K 0%
RGB R 29 G 29 B 27	RGB R 28 G 60 B 109	RGB R 5 G 119 B 189	RGB R 27 G 156 B 217	RGB R 171 G 221 B 249
HEX #1D1D1B	HEX #1C3C6D	HEX #0577BD	HEX #1B9CD9	HEX #ABDDF9

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Paleta de cores principal da identidade visual da CGB, composta pela cor preta e quatro variações de azul.

Paleta principal: composta por diferentes tonalidades de azul, alinhadas à identidade da Unesp. O azul transmite confiabilidade, estabilidade, segurança, responsabilidade e seriedade (Heller, 2014). Essa escolha também facilita a integração com outras peças institucionais da universidade, mantendo coerência visual.

Figura 09 - Paleta de cores secundária.

PANTONE P 101-16 C CMYK C 98% M 95% Y 43% K 58% RGB R 29 G 26 B 54 HEX #1D1A36	PANTONE P 176-16 C CMYK C 80% M 68% Y 48% K 52% RGB R 50 G 54 B 68 HEX #323644	PANTONE P 127-5 C CMYK C 66% M 0% Y 33% K 0% RGB R 75 G 187 B 184 HEX #4BBBB8	PANTONE P 115-13 C CMYK C 61% M 2% Y 5% K 0% RGB R 91 G 193 B 232 HEX #5BC1E8	PANTONE P 118-9 C CMYK C 14% M 0% Y 5% K 0% RGB R 226 G 242 B 246 HEX #E2F2F6
PANTONE P 45-7 C CMYK C 0% M 84% Y 87% K 0% RGB R 232 G 68 B 40 HEX #E84428	PANTONE P 45-5 C CMYK C 0% M 64% Y 68% K 0% RGB R 239 G 120 B 82 HEX #EF7852	PANTONE P 30-4 C CMYK C 4% M 33% Y 52% K 0% RGB R 241 G 185 B 132 HEX #F1B984	PANTONE P 22-1 C CMYK C 10% M 20% Y 26% K 0% RGB R 232 G 209 B 190 HEX #E8D1BE	PANTONE P 24-9 C CMYK C 1% M 7% Y 15% K 0% RGB R 252 G 239 B 222 HEX #FCEFDE

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Paleta de cores secundária utilizada como apoio à identidade visual da CGB. Inclui tonalidades complementares que ampliam as possibilidades de aplicação da marca, mantendo bom contraste e acessibilidade nas peças gráficas.

Paleta secundária: inclui tons de cinza escuro, verde-água e coral, que permitem flexibilidade na criação de materiais complementares, como banners, folders e publicações digitais. Essas cores oferecem contraste, dinamismo e proximidade com o público sem prejudicar a unidade visual da marca.

As cores foram definidas através dos códigos PANTONE, CMYK, RGB e HEX, para assegurar a consistência da aplicação da identidade visual em diferentes mídias, do impresso ao digital.

4.6 VERSÕES E VARIAÇÕES DO LOGO

Foram desenvolvidas versões alternativas do logotipo da CGB para atender a diferentes contextos de aplicação, garantindo adaptabilidade, legibilidade e consistência visual. A versão principal deve ser utilizada na maioria das aplicações institucionais, enquanto três variações foram criadas para situações específicas:

espaços reduzidos, aplicações verticais ou quando é necessária a presença conjunta do logotipo da Unesp com o da CGB.

Figura 10 - Variações do logotipo da CGB.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Variações do logotipo da CGB, apresentadas nos formatos principal, integrado ao logotipo da Unesp, horizontal e vertical.

Além disso, foram definidas versões com variações de cor, adequadas para fundos coloridos, materiais impressos de baixa complexidade ou situações que exigem contraste máximo. Essas incluem:

Figura 11 - Variações do logotipo da CGB em preto e ícone em azul.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Variações do logotipo da CGB aplicadas na cor preta, com o ícone destacado em azul.

Figura 12 - Variações do logotipo da CGB em branco e ícone em azul.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Variações do logotipo da CGB aplicadas na cor branca, com o ícone destacado em azul claro.

Figura 13 - Variações do logotipo da CGB em branco.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Variações monocromáticas do logotipo da CGB.

Figura 14 - Variações do logotipo da CGB em preto.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Variações monocromáticas do logotipo da CGB.

Essas variações asseguram que a identidade visual seja aplicada de forma eficiente, preservando o reconhecimento da marca e mantendo coerência com a identidade visual da universidade.

5 MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

O manual de identidade visual funciona como um guia de referência para a aplicação correta do logotipo em diferentes contextos e suportes. Ele é fundamental para garantir que a identidade visual permaneça coerente, preservando a unidade estética, a legibilidade e o reconhecimento da marca em todas as situações de comunicação institucional. Além disso, orienta a criação de novos materiais e auxilia no alinhamento com os princípios visuais já estabelecidos pela Unesp e pela Rede de Bibliotecas.

Segundo Santaella (2005), a consistência visual é um elemento-chave na comunicação, pois fortalece a percepção e a compreensão das mensagens transmitidas. A padronização de elementos gráficos, cores e tipografias contribui para uma identidade clara, evitando interpretações equivocadas e reforçando a credibilidade institucional.

No contexto do design, Cardoso (2008) destaca que a construção de marcas exige atenção à forma, à cor e à tipografia, elementos que juntos constroem a personalidade visual de uma instituição e permitem que ela se destaque de maneira consistente e reconhecível ao longo do tempo.

Dessa forma, o manual de identidade visual não apenas formaliza regras de aplicação, mas também atua como instrumento pedagógico, permitindo que qualquer usuário compreenda e utilize corretamente os recursos da marca, garantindo coerência e fortalecimento da imagem institucional.

5.1 USOS PERMITIDOS

A aplicação correta do logotipo é fundamental para preservar a integridade visual da marca e reforçar sua identidade em todas as plataformas, sejam elas gráficas, digitais ou institucionais. Sempre que possível, deve-se utilizar a versão principal do logotipo em sua forma colorida sobre fundos claros e neutros. Para situações específicas, como sobreposições em fundos escuros, coloridos ou com imagens, recomenda-se o uso das versões alternativas, branca, preta ou monocromática, garantindo sempre contraste adequado e boa legibilidade.

É importante respeitar a área de proteção definida no manual, assegurando espaço livre ao redor da marca. A proporção e o posicionamento originais devem ser mantidos, sem distorções ou ajustes indevidos. Além disso, recomenda-se priorizar fundos limpos e sem interferências visuais, garantindo que o logotipo permaneça nítido e legível em todos os tamanhos permitidos. A escolha da versão mais adequada ao fundo e ao suporte é essencial para a consistência da identidade visual da CGB.

Figura 15 - Exemplos de uso correto do logotipo principal em fundos simples.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Exemplos de aplicação correta do logotipo principal da CGB em fundos simples, incluindo versões coloridas sobre fundos de cor clara, versões em preto sobre fundos vibrantes, e versões em branco sobre fundos escuros.

Figura 16 - Exemplos de uso correto do logotipo principal em fundos complexos.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Exemplos de aplicação correta do logotipo principal da CGB em fundos complexos, utilizando versões que garantem contraste adequado com o fundo ou com o uso de margens ao redor.

Figura 17 - Exemplos de uso correto dos logotipos secundários.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Exemplos de uso correto dos logotipos secundários da CGB nas versões horizontal e vertical.

5.2 USOS PROIBIDOS

Para preservar a integridade e a consistência da identidade visual da Coordenadoria Geral de Bibliotecas da Unesp (CGB), é fundamental respeitar as orientações do manual e evitar alterações não autorizadas no logotipo. Devem ser evitadas práticas como alterar as cores do logotipo fora das variações oficialmente previstas no manual, modificar a tipografia ou substituí-la por outras fontes, distorcer, esticar ou inclinar o logotipo mesmo que proporcionalmente, aplicar sombras, contornos ou efeitos visuais que descaracterizem o símbolo, rotacionar o logotipo ou qualquer um de seus elementos, alterar a disposição dos elementos, como a posição do ícone ou o espaçamento entre símbolo e tipografia, inserir o logotipo sobre fundos com baixo

contraste ou visualmente carregados e adicionar textos, slogans ou outros elementos gráficos integrados à marca.

Figura 18 - Exemplos de usos vetados do logotipo.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).
Legenda: Exemplos de usos vetados do logotipo da CGB, incluindo rotação, distorção, alteração da tipografia, efeitos tridimensionais e mudanças não autorizadas de cor.

O uso incorreto compromete a leitura, a percepção e a autoridade institucional da marca. Para qualquer aplicação fora das orientações previstas no manual, recomenda-se consultar a equipe responsável pela identidade visual da CGB.

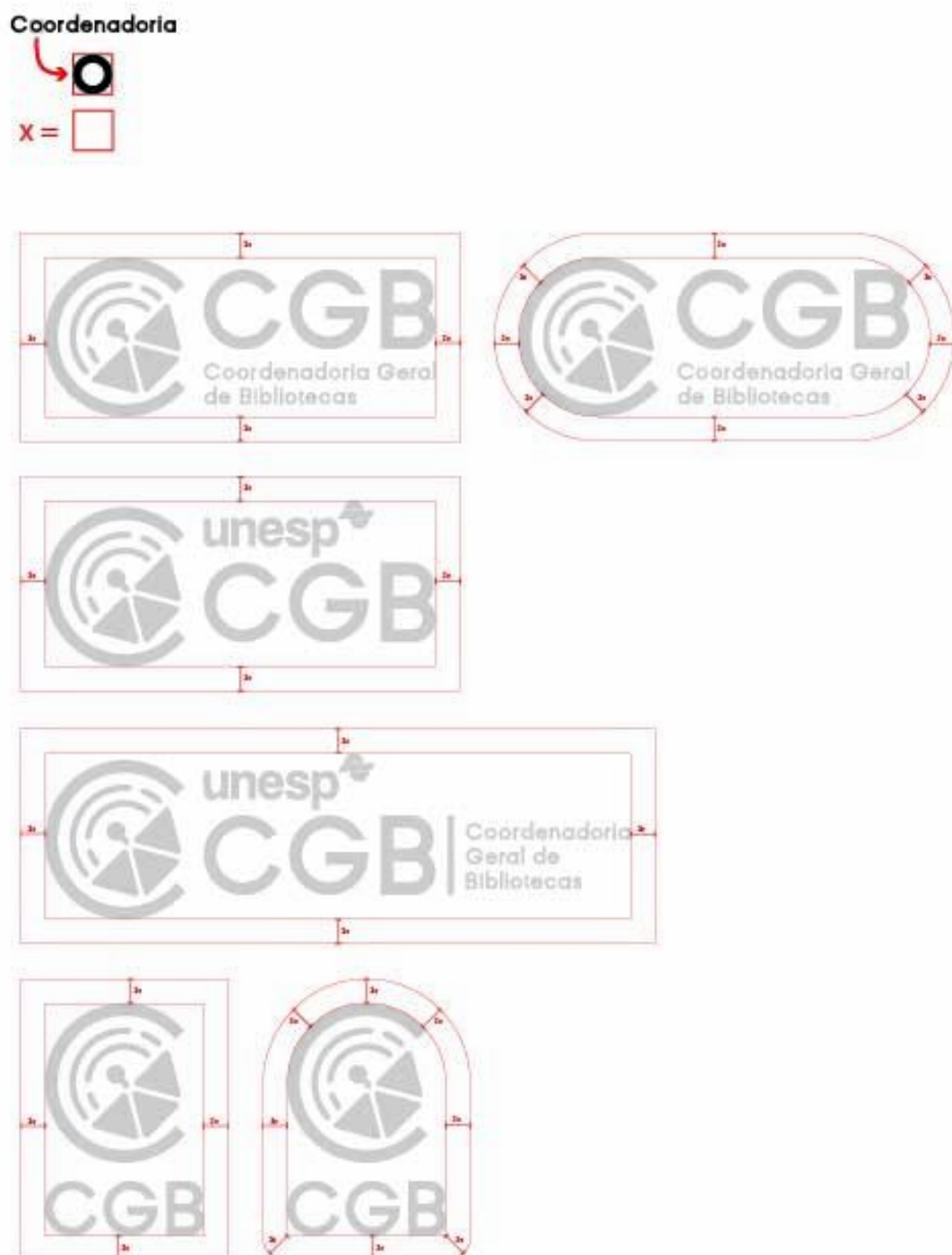
5.3 REDUÇÕES

Para manter a integridade e a legibilidade do logotipo da CGB em diferentes formatos e suportes, recomenda-se avaliar a redução da marca antes de sua aplicação. O logotipo deve permanecer legível e reconhecível, independentemente do tamanho, e testes práticos devem ser realizados para definir dimensões mínimas seguras tanto para impressão quanto para meios digitais.

5.4 ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção define o espaço mínimo ao redor do logotipo, garantindo que outros elementos visuais não interfiram na sua legibilidade e reconhecimento. Essa margem é calculada com base na proporção "X" da malha construtiva e deve permanecer livre de textos, imagens ou qualquer outro recurso gráfico. O respeito a essa área assegura a integridade visual do logotipo em todas as aplicações, preservando sua clareza e presença institucional.

Figura 19 - Área de proteção de todas as versões dos logotipos.



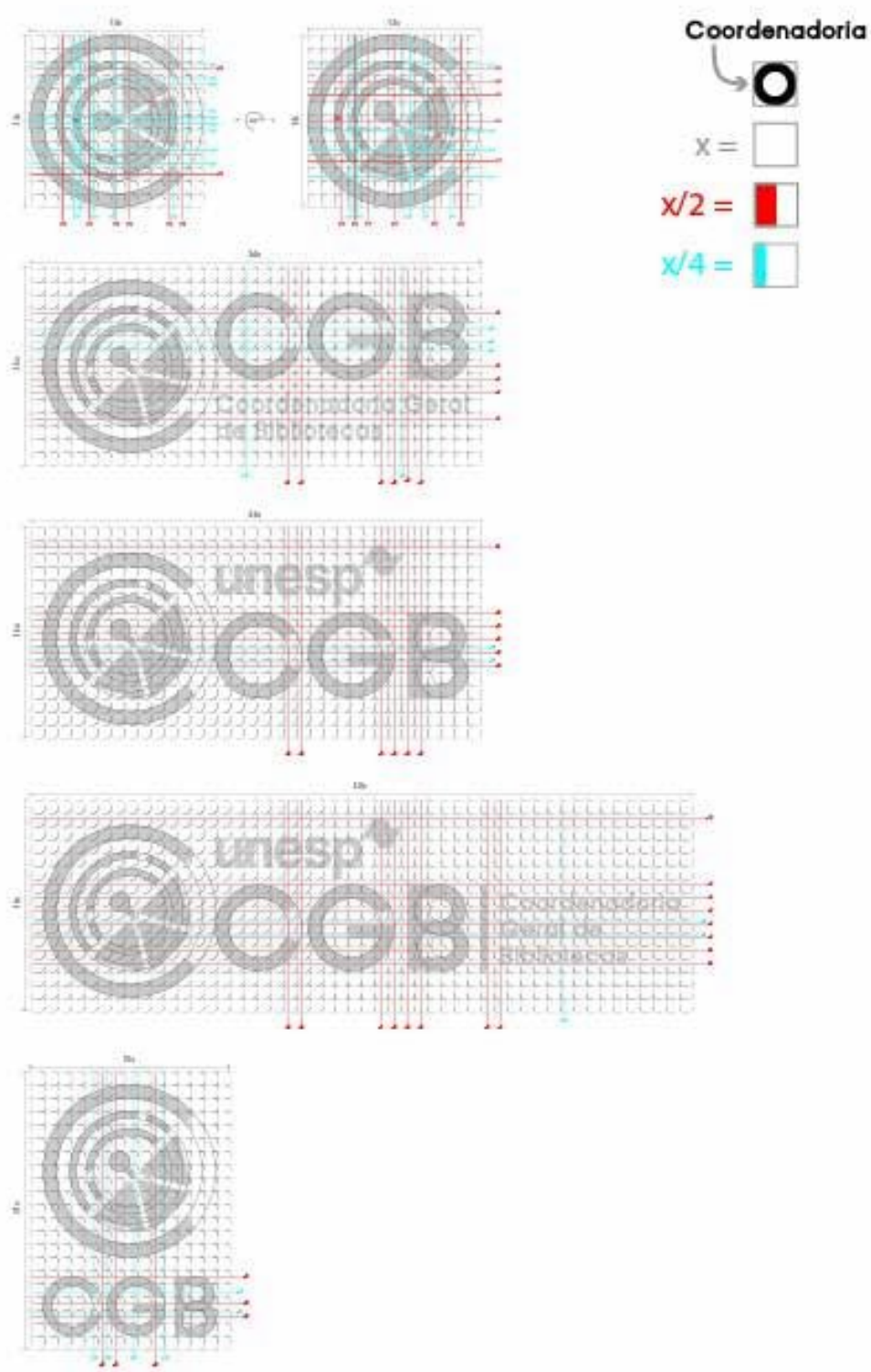
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Área de proteção de todas as versões dos logotipos da CGB, definida pelo módulo "x", correspondente à altura da letra "o" minúscula da palavra coordenadoria.

5.5 MALHA CONSTRUTIVA

A malha construtiva é uma referência para a construção harmônica do logo, apresentando as proporções e alinhamentos do logotipo, servindo como referência para sua reprodução precisa em diferentes tamanhos e aplicações. É fundamental seguir essas proporções para preservar a coerência visual da marca. Cada unidade "X" e suas subdivisões ($X/2$, $X/4$) estabelecem as medidas precisas para o alinhamento e dimensionamento de cada parte do logotipo.

Figura 20 - Malhas construtivas de todas as versões dos logotipos.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Malhas construtivas de todas as versões dos logotipos da CGB, utilizando o mesmo módulo "x", correspondente à altura da letra "o" minúscula da palavra coordenadoria.

6 OUTROS PROJETOS VINCULADOS À COORDENADORIA

Além do desenvolvimento da identidade visual da Coordenadoria Geral de Bibliotecas (CGB), diversas demandas de design surgiram ao longo do estágio. Esses projetos complementares demonstram minha evolução na aplicação prática dos princípios visuais trabalhados e evidenciam minha atuação no apoio à comunicação institucional. Ao longo desse período, produzi apresentações, ilustrações, folders, conteúdos digitais e outros recursos gráficos que contribuíram tanto para processos internos quanto para ações de divulgação e suporte à Rede de Bibliotecas da Unesp.

A seguir, apresento alguns desses materiais, acompanhados de seus contextos, desafios e contribuições para a Coordenadoria e para a Rede de Bibliotecas. Esses trabalhos reforçam como o design pode fortalecer o diálogo com diferentes públicos e facilitar o acesso às informações, tornando a comunicação mais clara, funcional e acolhedora.

6.1 PROJETO TURNITIN NA PRÁTICA

O Turnitin na Prática é uma série de tutoriais destinada a apoiar docentes no uso da ferramenta Turnitin. O projeto teve início em 2023, o conteúdo foi elaborado por bibliotecárias da Rede de Bibliotecas da Unesp e, a partir desse material, desenvolvi uma identidade visual específica para os tutoriais. O objetivo foi construir uma comunicação mais clara, organizada e amigável para os usuários, ampliando a acessibilidade e a compreensão das instruções.

A identidade visual incluiu o desenvolvimento de uma paleta de cores funcional, um pequeno logotipo para representar o projeto, um conjunto de ícones e a definição de layouts padronizados. Busquei equilibrar clareza e leveza visual, reduzindo a sobrecarga de informação em cada slide. Os materiais foram elaborados em PowerPoint e Google Apresentações, garantindo autonomia às bibliotecárias para futuras atualizações.

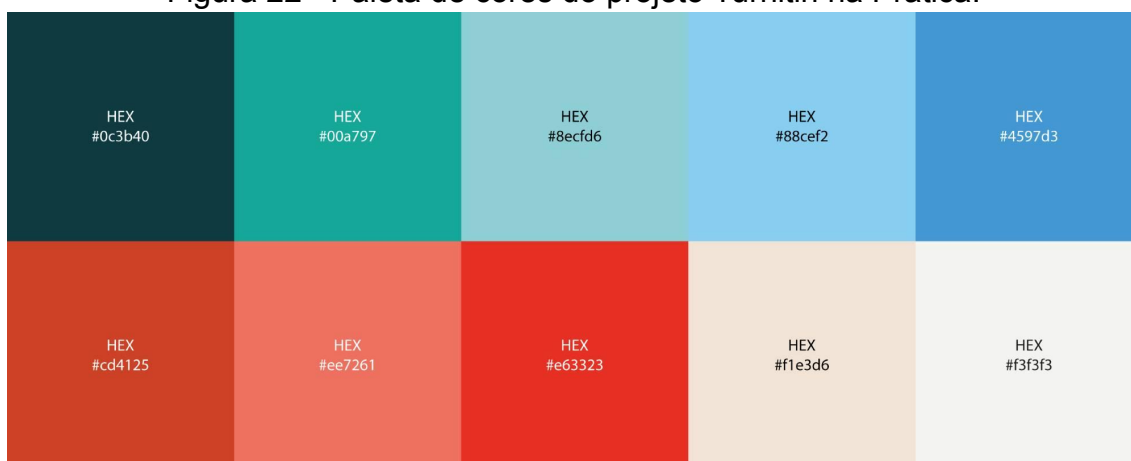
Figura 21 - Logotipo do projeto Turnitin na Prática.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Legenda: Logotipo do projeto Turnitin na Prática, composto por letras sem serifa em tom verde escuro e por um símbolo de mouse azul que forma uma linha ondulada abaixo do nome.

Figura 22 - Paleta de cores do projeto Turnitin na Prática.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Paleta de cores principal da identidade visual do projeto Turnitin na Prática, composta por 10 cores que se complementam. Nela, há variações de cores esverdeadas, azuis, vermelhas e dois tons neutros.

Figura 23 - Divulgação de alertas para o uso do Turnitin.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Cartaz com cinco instruções principais para o uso do Turnitin.

Figura 24 - Capa do primeiro tutorial do projeto Turnitin na Prática, versão de 2025.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Capa do tutorial "Como se cadastrar no Turnitin". A imagem apresenta fundo escuro com ícones de arquivos e um computador, seguida dos logotipos da Rede de Bibliotecas da Unesp, do Turnitin e da Unesp.

Desde o lançamento, os tutoriais foram bem recebidos pela comunidade docente e continuam disponíveis no site da CGB, na aba “Turnitin”, dentro da página “Docentes”. A atualização realizada em 2025 reforça o caráter orgânico do projeto, que permanece vivo e em constante aprimoramento.

6.2 EVENTOS DE ENDOCULTURAÇÃO

Durante os anos em que estive na Coordenadoria, participei da produção de materiais para os eventos anuais de endoculturação destinados a novos docentes e funcionários da Unesp. Esses encontros são fundamentais para apresentar a universidade, seus serviços e setores, oferecendo aos recém-chegados uma visão ampla da instituição.

A CGB sempre teve presença significativa nesses eventos, representada pela coordenadora Flavia Maria Bastos, que apresenta à comunidade o funcionamento da Rede de Bibliotecas e seus serviços. Para apoiar essa apresentação, desenvolvi folders e slides institucionais.

Em 2022, elaborei meu primeiro material gráfico com ampla circulação. Foram produzidas 23 versões personalizadas do folder, cada uma acompanhada da mensagem e da fotografia da diretoria da biblioteca referente ao campus que recebia novos funcionários. A estética utilizou tons de azul e amarelo e formas orgânicas, escolhidas para transmitir acolhimento.

Figura 25 - Folder do evento de endoculturação em 2022.



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Legenda: Folder do evento de endoculturação de 2022, com mensagem da diretora da Biblioteca do Instituto de Artes, campus São Paulo. O material apresenta cores branco, azul e amarelo, com formas orgânicas e QR codes para cada serviço destacado.

Em 2023, o folder continuou utilizando o logotipo antigo da CGB, mas houve avanços visuais significativos. A combinação de azul claro e bege tornou-se dominante, enquanto cores como azul escuro e laranja passaram a destacar informações-chave. As formas orgânicas foram mantidas para reforçar coerência visual entre as edições.

Figura 26 - Folder do evento de endoculturação em 2023.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Legenda: Folder do evento de endoculturação de 2023. O material apresenta cores branco, azul e bege, com formas orgânicas e QR codes para cada serviço destacado.

Em 2024, o folder foi reformulado com a nova identidade visual. A atualização evidenciou maturidade estética e alinhamento com o redesign, exigindo inclusive a ampliação do material para oito páginas devido à incorporação de novos serviços e informações. Esse processo representou uma consolidação da comunicação institucional da CGB, agora amparada por diretrizes visuais definidas.

Figura 27 - Folder do evento de endoculturação em 2024.



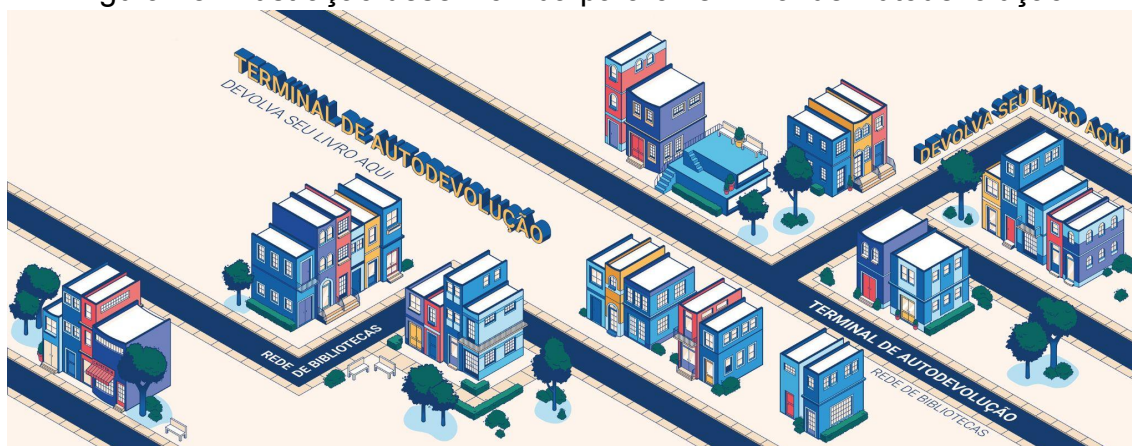
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Folder do evento de endoculturação de 2024, em cores azul, bege e laranja. A composição traz formas orgânicas, ícones de computadores e livros, além de QR codes que direcionam para os serviços apresentados.

6.3 PROJETO DE MODERNIZAÇÃO DAS BIBLIOTECAS

Em 2023, a Unesp iniciou um projeto de modernização das bibliotecas, com a aquisição de equipamentos tecnológicos destinados ao empréstimo e à devolução de livros. Nesse contexto, tive a oportunidade de ilustrar o terminal de autodevolução com tecnologia RFID, que identifica objetos de forma automática e sem contato físico, operando por radiofrequência.

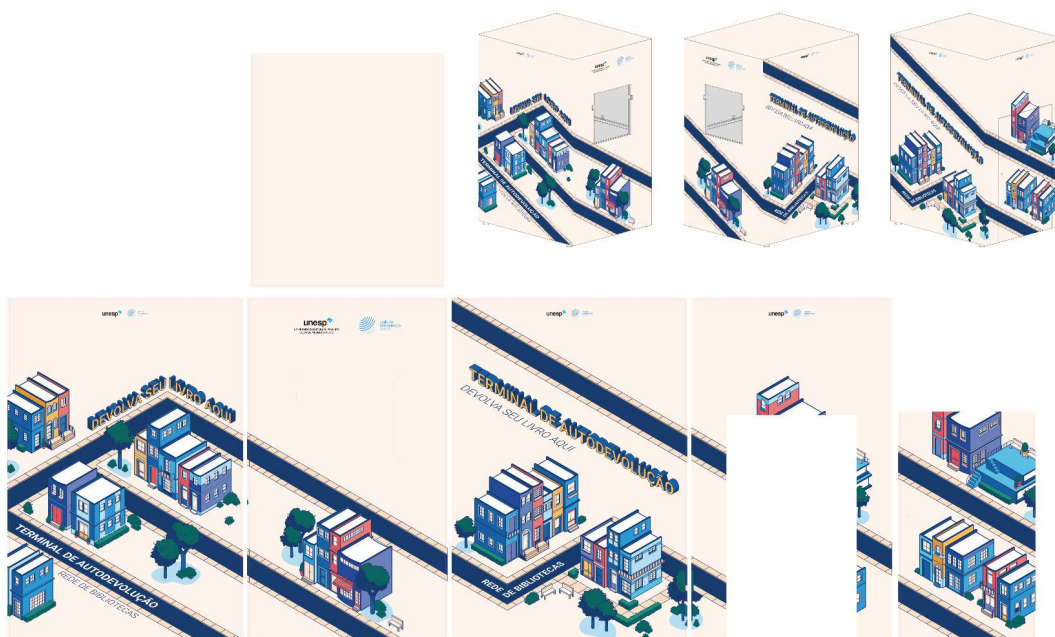
Figura 28 - Ilustração desenvolvida para o Terminal de Autodevolução.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Legenda: Ilustração desenvolvida para o Terminal de Autodevolução. A arte apresenta fundo bege e uma cidade formada por prédios em forma de livros.

Figura 29 - Prova virtual da ilustração sob o Terminal de Autodevolução.



CUENTE BIBLIOTHECA	CÓDIGO 090103.4910	DATA 11/09/2023	PROVA VIRTUAL
-----------------------	-----------------------	--------------------	----------------------

Fonte: Acervo interno da empresa Bibliotheca (2023).

Legenda: Prova virtual da ilustração aplicada no Terminal de Autodevolução, mostrando a arte em contexto real.

Figura 30 - Terminal de autodevolução.



Fonte: Acervo interno da empresa Bibliotheca (2023).

Legenda: Simulação visual utilizada para representar a aplicação do Terminal de autodevolução com a ilustração instalada. A composição destaca a cidade feita de livros, reforçando a ideia de acolhimento e retorno das obras.

O conceito criado se baseia em uma cidade formada por livros, simbolizando a biblioteca como um espaço seguro para diferentes narrativas. Cada livro carrega uma história própria, e a diversidade presente nas bibliotecas contribui para a construção de uma sociedade mais justa, plural e acolhedora. A ilustração busca representar esse conjunto de possibilidades, reforçando a ideia de que o conhecimento circula, retorna e se transforma continuamente, assim como o fluxo de empréstimos e devoluções dentro da Rede de Bibliotecas.

6.4 REDES SOCIAIS

Com o objetivo de ampliar e qualificar a comunicação digital da CGB, estruturei conteúdos para o Facebook e participei da implementação do Instagram institucional. A presença ativa nas redes tornou-se essencial para alcançar estudantes, docentes e funcionários, especialmente o público mais jovem, que se informa majoritariamente por meios digitais.

Criei posts introdutórios sobre a CGB, conteúdos informativos sobre serviços, divulgações do Programa Livro Permanente, comunicados e publicações sobre o novo logotipo. Em todas as artes, a acessibilidade foi uma prioridade: as descrições textuais acompanharam detalhadamente o conteúdo das imagens, garantindo que pessoas com deficiência visual pudessem compreender integralmente as informações.

Figura 31 - Primeiro post publicado no Instagram da CGB.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Arte com fundo azul claro. Acima, o texto: "Você conhece a CGB?", seguido do logo em destaque. Abaixo à esquerda, ícones de computador, celular e livros completam a imagem.

Figura 32 - Post sobre o programa Livro Permanente 2025.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Arte com fundo bege. No topo, o texto "Programa Livro Permanente 2025" em tons variados de azul com ícones de livros e um ponto de exclamação. Na parte inferior, uma faixa laranja com as frases: "Mais acesso", "Mais leitura" e "Mais futuro", seguidas de "R\$00".

Figura 33 - Post sobre o novo logotipo da CGB.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Imagem 1 – Fundo azul claro com o novo logotipo da CGB centralizado, acompanhado do texto “Novo logo” e convite para deslizar e ver a transformação.

Imagem 2 – Comparação entre o logotipo antigo e o novo, com seta indicando a atualização da identidade visual.

Imagem 3 – Texto sobre a nova marca representar uma CGB mais acessível e integrada, com os logos da Rede de Bibliotecas e o novo logo da CGB.

Imagem 4 – Versão vertical do novo logotipo, com indicação de “variações do logo – UNESP”.

Imagem 5 – Variações do logotipo com o símbolo da Unesp, nas versões com sigla e com o nome completo.

Imagem 6 – Paleta principal com quatro tons de azul e versões monocromáticas do logotipo.

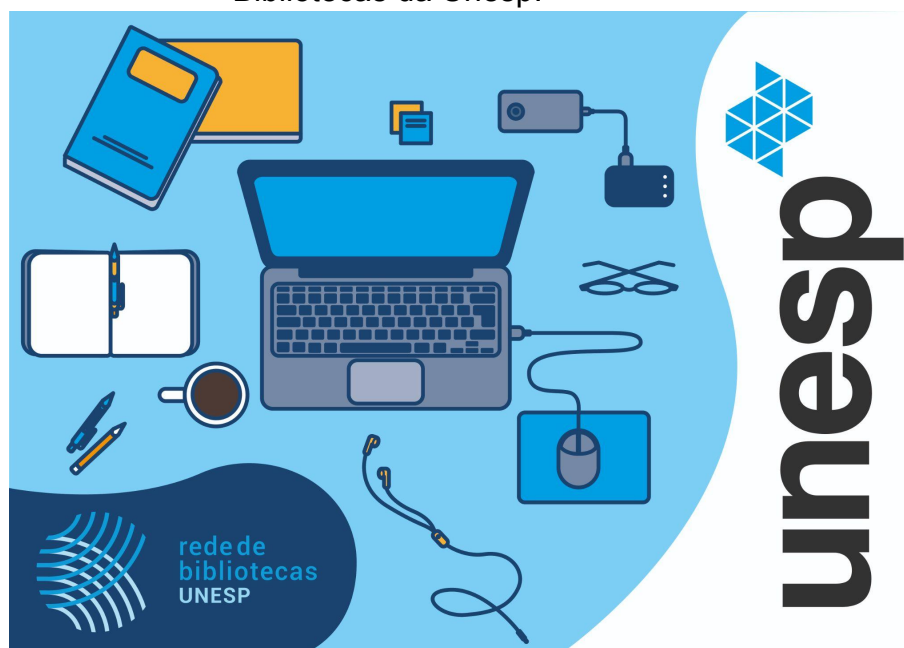
Imagem 7 – Mensagem final sobre novidades e convite para seguir a CGB.

Essa fase permitiu aplicar a nova identidade visual em ambiente digital e observar a recepção direta do público, fortalecendo a presença institucional da Coordenadoria.

6.5 ILUSTRAÇÕES

Além das produções institucionais, desenvolvi diversas ilustrações autorais durante o estágio. A maioria foi inspirada no ambiente das bibliotecas e na rotina de estudos, buscando compor cenas acolhedoras que equilibram organização e sensibilidade.

Figura 34 - Ilustração para os notebooks da Rede de Bibliotecas da Unesp.



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Legenda: Ilustração desenvolvida para os notebooks da Rede de Bibliotecas da Unesp. A composição apresenta fundo azul e elementos vistos de cima, como notebook, cadernos, livros, fones de ouvido, mouse e uma xícara de café, acompanhados dos logos da Rede de Bibliotecas e da Unesp.

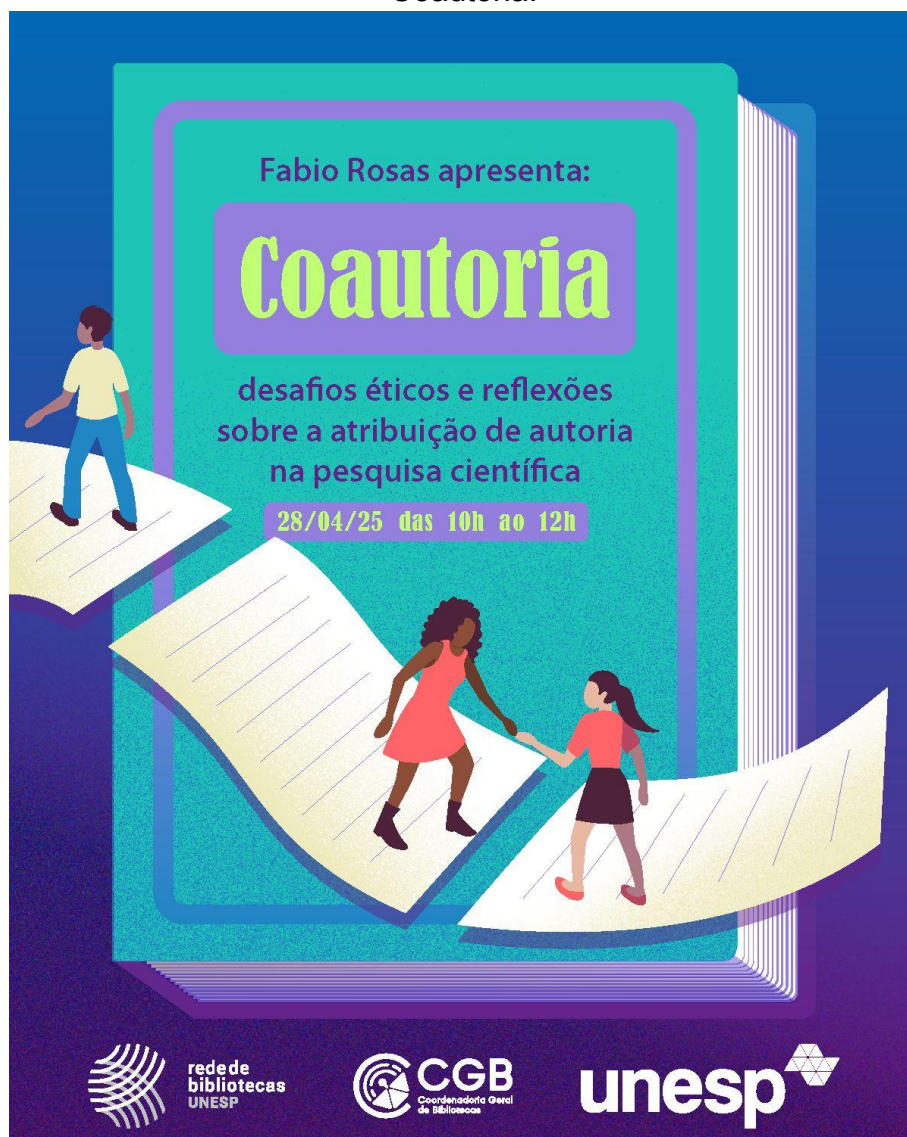
Figura 35 - Ilustração para o dia da pessoa bibliotecária 2025.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: A imagem mostra uma estudante conhecendo um mundo onde pequenos bibliotecários cuidam de plantas que representam o conhecimento, cultivadas sobre livros. A proposta destaca o trabalho dos bibliotecários em organizar e facilitar o acesso à informação.

Figura 36 - Ilustração para divulgação da palestra sobre Coautoria.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: A imagem apresenta um fundo em gradiente azul e roxo, um livro verde ao fundo com o título da palestra, e pessoas sobre folhas voando, simbolizando colaboração e apoio mútuo.

Figura 37 - Ilustração para divulgação da palestra “Seus Dados, Seu Crédito”.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: A imagem mostra um fundo roxo e verde, com um notebook, um documento com assinatura e ícones relacionados a pesquisa e conhecimento.

Figura 38 - Ilustração para a capa da live da palestra “Seus Dados, Seu Crédito”.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Legenda: Capa da live no YouTube da palestra “Seus Dados, Seu Crédito”, com fundo roxo e verde, notebook e ícones de conhecimento, e ao centro uma mulher de cabelos lisos e óculos redondos

Esses materiais, embora variados, compartilham princípios estéticos e conceituais alinhados ao restante do trabalho, reforçando não apenas a identidade da CGB, mas também minha própria identidade enquanto artista visual e designer.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resumir mais de dois anos de experiência em alguns parágrafos é, sem dúvida, um desafio. Este trabalho de conclusão de curso sintetiza o projeto que mais demandou meu tempo e dedicação ao longo desse período. Durante minha trajetória na Coordenadoria Geral de Bibliotecas, vivenciei situações profundamente enriquecedoras, que ultrapassaram o campo profissional e acadêmico e alcançaram também a construção de relações humanas significativas. Aprendi com cada pessoa da equipe e, ao mesmo tempo, pude compartilhar conhecimentos, em trocas que não imaginava viver. Esse processo ampliou minha perspectiva de futuro, devolveu esperança e me mostrou um ambiente no qual me senti acolhida, algo pelo qual sou imensamente grata.

Ao longo do estágio, todos respeitaram meu tempo e meu ritmo e, dentro dessas possibilidades, procurei entregar o melhor que pude, com responsabilidade e cuidado. Naturalmente, surgiram expectativas e o desejo de fazer ainda mais, mas compreendo que todo ciclo precisa se encerrar. A identidade visual desenvolvida se compromete a melhorar o diálogo com a comunidade acadêmica que conheci durante a graduação, incluindo alunos, docentes e servidores técnicos. Ela nasce como parte de uma nova etapa, oferecendo caminhos mais claros para a comunicação institucional e ampliando o acesso às experiências que fazem da Unesp um espaço plural e vivo.

É importante ressaltar que este projeto não tem a pretensão de ser atemporal. Identidades visuais evoluem, são revisadas e se adaptam às transformações culturais e aos novos modos de interação visual da sociedade contemporânea. O propósito foi criar uma ferramenta funcional, acessível e coerente, capaz de fortalecer uma comunicação já existente e torná-la mais clara, inclusiva e alinhada às necessidades atuais da Coordenadoria Geral de Bibliotecas.

Assim, este trabalho se conclui não apenas como um exercício técnico, mas como o registro de um processo humano, construído em colaboração, escuta e cuidado. A identidade visual proposta contribui para consolidar a presença institucional da CGB, ao mesmo tempo em que valoriza as pessoas e o conhecimento compartilhado dentro da universidade, elementos que, mais do que qualquer símbolo, dão sentido ao que é fazer parte da Unesp.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução à História do Design**. 3. ed. rev. e aum. São Paulo: Blucher, 2008. 273 p. ISBN 978-85-212-0456-5.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. 1. ed. São Paulo: Editora G. Gili, Ltda, 2014. ISBN 978-85-8452-051-0.

INGLIS, Theo. **A Bíblia do Design Gráfico**: um guia histórico e contemporâneo. 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2025. 319 p. ISBN 978-85-396-4322-6.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001. 208 p. ISBN 9788521202882.

OSTROWER, Fayga. **Universos da Arte**. 24. ed. [s. l.]: Editora Campus, 2003. 371 p. ISBN 8535212612.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Semiótica**. São Paulo: Thomson Learning, 2005. 248 p. ISBN 978-8586179426.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**: guia essencial para toda equipe de branding. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2018. 336 p. ISBN 978-8582605134.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação**. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991. 380 p. ISBN 85-293-0008-4.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BUENO, Juliana; LIMA, Caroline Rodrigues; SANCHES, Emilia Christie Picelli; ANTONIOLLI, Karina de Abreu; REQUE, Marluce. **Guia de recomendações para o desenvolvimento de materiais didáticos digitais para o público de baixa visão**. Curitiba: PPGDesign; labDSI, 2022. 49 p. ISBN 978-65-84565-73-9.

BUENO, Juliana; LIMA, Caroline Rodrigues; SANCHES, Emilia Christie Picelli; ANTONIOLLI, Karina de Abreu; REQUE, Marluce. **Guia de recomendações para o desenvolvimento de materiais didáticos impressos para o público de baixa visão**. Curitiba: PPGDesign; labDSI, 2022. 52 p. ISBN 978-65-84565-72-2.

KONDO, Bianca. **Artemídia escrevente**: a caligrafia entre a arte e o design. 2012. 78 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Artes Visuais) - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Instituto de Artes, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/08b1a31e-a42d-42df-8048-8eeb6aa23146>. Acesso em: 20 maio 2025.

MARUYAMA, Monica Lie. **Trabalho de (In)conclusão de Curso**. 2017. 1 CD-ROM. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Artes Visuais) - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Instituto de Artes, 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/59818776-531f-4ac4-b818-0738e5bfe83b>. Acesso em: 30 out. 2025.

MCNEELY, Ian F.; WOLVERTON, Lisa. **A Reinvenção do Conhecimento**: de Alexandria à internet. 1. ed. Rio de Janeiro: Record LDTA, 2013. 307 p. ISBN 978-85-01-08321-8.

OREFICE, Murilo Marcos. **Artvertising**: amores e dissabores entre a arte e a publicidade. 2009. 148 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Instituto de Artes, 2009. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/89ee2177-a116-4481-bf0e-1549d81a2ac2>. Acesso em: 20 maio 2025.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (UNESP). **Coordenadoria Geral de Bibliotecas**. Disponível em: <https://www2.unesp.br/portal#!/cgb>. Acesso em: 23 jan. 2024.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (UNESP). Coordenadoria Geral de Bibliotecas. Rede de Bibliotecas. **Manual de normalização de trabalhos acadêmicos**: apresentação: ABNT. São Paulo, 2023.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (UNESP). **Manual de Uso**: Programa de Identidade Visual e Sistema de Sinalização. São Paulo: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, [s.d.]. 128 p. Disponível em: https://www2.unesp.br/portal#!/aci_ses/normas-e-padroes/identidade-visual-da-unesp/. Acesso em: 25 mar. 2025.

GLOSSÁRIO

Acessibilidade: Conjunto de práticas que garantem que todas as pessoas, independentemente de suas condições físicas, sensoriais, cognitivas ou tecnológicas, possam compreender, utilizar e participar da comunicação visual. Envolve contrastes adequados, tipografias legíveis, descrições alternativas de imagens, organização clara das informações e cuidado com diferentes formas de navegação e leitura.

Área de proteção: Espaço mínimo ao redor do logotipo para evitar que outros elementos visuais fiquem muito próximos. Essa área ajuda na leitura, no contraste e no reconhecimento da marca, inclusive para pessoas com baixa visão.

Briefing: Documento inicial que reúne as informações necessárias para orientar a criação de materiais visuais. Inclui objetivos, necessidades, público, contexto e características da instituição.

Identidade visual: Conjunto de elementos gráficos utilizados para representar a instituição de forma coerente em diferentes suportes. Engloba cores, tipografias, logotipo, ícones, imagens e diretrizes de acessibilidade.

Logotipo: Representação gráfica formada por letras ou palavras que identificam uma instituição. Pode ser acompanhado por ícones ou símbolos. Deve ser legível em diferentes tamanhos e contrastes para garantir acessibilidade.

Malha construtiva: Grade que organiza as proporções e alinhamentos de um logotipo ou símbolo. Auxilia na reprodução correta da marca e na manutenção de sua consistência visual.

Manual de identidade visual: Documento que reúne regras e orientações sobre como utilizar a identidade visual de maneira correta. Inclui proporções, versões de cor, contrastes adequados, usos permitidos e restrições.

Marca: Conjunto formado pelo logotipo, pelos elementos visuais e pelos valores simbólicos que representam uma instituição. A marca engloba tanto aspectos gráficos quanto percepções do público.

Padrão cromático: Conjunto de cores que compõem a identidade visual. A seleção deve considerar contraste adequado, acessibilidade e coerência nas aplicações digitais e impressas.

Tipografia: Estilos e formatos das letras utilizadas na comunicação visual. A escolha tipográfica influencia diretamente a legibilidade, o ritmo de leitura e a acessibilidade dos materiais gráficos.

Versão monocromática: Variação do logotipo aplicada em apenas uma cor. É utilizada em situações que exigem maior contraste, alta legibilidade ou limitações técnicas na impressão.