

Comunicação Visual em Unidades de Informação

Profa. Marta Valentim

**Marília
2017**



Conceitos

- ❑ **Comunicação:** sistema de troca de mensagens que envolva pelo menos um emissor e outro, receptor.
- ❑ **Comunicação sonora:** comunicação que acontece por meio de sons e requer a percepção auditiva para sua recepção.
- ❑ **Comunicação tátil:** aquela que se dá, principalmente, por meio de símbolos gráficos com texturas diferenciadas e/ou em relevo ou pela emissão de impulsos vibratórios e requer a percepção tátil para sua recepção.
- ❑ **Comunicação visual:** comunicação que se dá por meio de imagens e requer a percepção visual para sua recepção.



Objetivos

- ❑ **Direcional (informação de pontos principais, serviços, produtos, etc.);**
- ❑ **Instrucional (informação sobre procedimentos, uso de materiais, coleções, equipamentos etc.);**
- ❑ **Normativa (regulamenta o comportamento e uso, ou seja, especifica as condições de uso, horário de funcionamento etc.);**
- ❑ **Alerta (informa sobre questões importantes e relativas as responsabilidades, deveres e direitos dos usuários/público.**



Tipos de Usuários/Público

- ❑ **Adultos (idosos), jovens (adolescentes), crianças (pequenas, grandes);**
- ❑ **Profissionais especializados;**
- ❑ **Cidadão comum.**



Tipos de Ambientes

- ❑ **Organizações privadas (empresas, indústrias);**
- ❑ **Organizações públicas (ministérios, câmaras municipais);**
- ❑ **Ambientes profissionais especializados (hospitais, consultorias jurídicas etc.);**
- ❑ **Ambientes profissionais gerais (bibliotecas públicas municipais, centros de informação municipais);**



Tipos de Comunicação

- **Externos:** são colocados fora das instalações da biblioteca ou do prédio em que se encontra a biblioteca;
- **Internos:** localizados internamente ao espaço da biblioteca;
- **Podem ser:**
 - **Direcional:** indicam o caminho a seguir;
 - **Identificacional:** nomeiam um local, serviço ou produto;
 - **Instrucional:** descrevem as condições de uso;
 - **Restritivos ou proibitivos:** determinam práticas específicas e/ou enfatizam o que pode ou não ser feito;
 - **Especiais:** de vários tipos e naturezas.



Marca da Biblioteca

- ❑ O nome da biblioteca;
- ❑ A sigla do nome da biblioteca;
- ❑ Imagem relacionada ao nome (marca) deve ser claro e bem elaborado;
- ❑ A marca deve respeitar as cores e a marca da organização ao qual a biblioteca está inserida;
- ❑ A marca deve respeitar o tipo da organização;
- ❑ A marca deve aparecer em todos os materiais impressos: papéis, cartões de visita etc.

Logomarcas de Bibliotecas



Fundação
BIBLIOTECA
NACIONAL



biblioteca
virtual em saúde



OCLC®

The world's libraries.
Connected.™



Coordenadoria Geral de Bibliotecas



BIBLIOTECA
PÚBLICA
DO PARANÁ



THE BRITISH LIBRARY
Explore the world's knowledge



Sistema de
Bibliotecas
UFMG

Logomarcas de Bibliotecas





Elementos Importantes

- Clareza, nitidez e organização;
- Padronizada em termos de materiais, cores, tipos de fontes, texturas e tamanhos;
- Forma de fixação e exposição;
- Pictogramas devem ser padronizados em termos de visual;
- Legendas devem ser claras e observar o tipo de usuário/público que frequenta a biblioteca.



Aplicação da Comunicação Visual

- Imagem da biblioteca;
- Materiais;
- Papelaria;
- Área Física;
- Segurança;
- Mídia;
- Uniformes;
- Material promocional;
- Eventos científicos e comerciais.



Cores e a Comunicação Visual

- ❑ **VERDE** é a cor mais harmoniosa e calmante de todas. Representa esperança, perseverança, segurança e satisfação. Usada em excesso, determina orgulho, superioridade e arrogância.
- ❑ **VERMELHO** é a cor mais estimulante. Fortalece e propicia mais energia, força de vontade, liderança e senso de autoestima. Se usado em excesso, o vermelho torna a pessoa agressiva.
- ❑ **AMARELA** ou **DOURADA** propicia vivacidade, alegria, desprendimento, leveza. Produz desinibição, brilho, espiritualidade e espiritualidade. Diminui a ansiedade e as preocupações. Amarelo simboliza: criatividade, as ideias, o conhecimento, alegria, juventude e nobreza. Dourado simboliza: vibração elevada, vigor, inteligência superior e nobreza.
- ❑ **AZUL** acalma e traz clareza mental. Reduz o stress e a ansiedade, traz saúde emocional, paz e calma. Promove o entendimento entre as pessoas. Favorece as atividades intelectuais e a meditação.
- ❑ **VIOLETA** ajuda a encontrar novos caminhos para a espiritualidade e a elevar nossa intuição espiritual. Traz poderes mentais. Quando usada em excesso acaba provocando manias e fanatismo.



Cores e a Comunicação Visual

- ❑ **MARROM** representa a constância, a disciplina, a uniformidade e a observação das regras. Usado em excesso traz autocrítica exagerada, dependência afetiva e isolamento.
- ❑ **CINZA** ou **PRATEADO** propicia equilíbrio e estabilidade, por ser o equilíbrio do preto e do branco.
- ❑ **PRETO** transmite introspecção, favorece a auto-análise e permite um aprofundamento do indivíduo no seu processo existencial. Absorve, transmuta e devolve as energias negativas, transformadas em positivas. O uso em excesso traz melancolia, depressão, tristeza, confusão, perdas e medo.
- ❑ **BRANCO** traz pureza, sinceridade e verdade, bem como repele energias negativas.
- ❑ **LARANJA** é a mistura do vermelho com o amarelo, portanto traz as qualidades dessas duas cores. Traz sucesso, agilidade mental, atrai boa sorte e prosperidade; desencoraja a preguiça.
- ❑ **ROSA** é o vermelho, temperado com as qualidades do branco. Eleva as vibrações e o contato espiritual, afasta energias negativas e promove fraternidade.



Cores e a Comunicação Visual

- **As cores têm maiores índices de visibilidade nas seguintes combinações:**
 - Preto sobre amarelo;
 - Amarelo sobre preto;
 - Preto sobre branco;
 - Branco sobre vermelho;
 - Branco sobre preto;
 - Branco sobre azul cromático;
 - Azul sobre branco;
 - Vermelho sobre branco;
 - Verde sobre branco;
 - Vermelho sobre amarelo.

Referências

ABNT. **NBR 15599**: Acessibilidade - comunicação na prestação de serviços. Rio de Janeiro, 2008. 39p.

FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Blücher, 1982.

FIGUEIREDO, N. M. de. **Metodologia para a promoção do uso da informação**. São Paulo: Nobel; APB, 1990. 144p.

HAUENSTEIN, D. M.; SANTINI, L.; KUSE, M. **Sinalização**. S.n.t. Disponível em: <<http://campus.fortunecity.com/mcat/102/sinaliza.htm>>.

ROSA, C. **Comunicação visual da Biblioteca Dante Moreira Leite**. São Paulo: USP/IP, 2011. 9p. Disponível em: <http://www.ip.usp.br/portal/images/stories/biblioteca/Comun_Visual_Bib_IP.doc>.

SEBIN, L. T. R.; AMARAL, R. M. Desenvolvimento e aplicação de um método para a sinalização de bibliotecas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 15., São Paulo, 2013. 2008. **Anais Eletrônicos...** São Paulo, 2008. 13p. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2731.pdf>>.

Vídeo: Hunt Library Light Show - <http://www.youtube.com/watch?v=tO2ul3JBoTg>