

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**IARA LEITE RUFINO**

**MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL PARA  
O ESCRITÓRIO DA CIDADANIA DO UNIFOA**

**VOLTA REDONDA**

**2020**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL PARA  
O ESCRITÓRIO DA CIDADANIA DO UNIFOA**

Trabalho apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda.

Aluna:

Iara Leite Rufino

Orientador:

Professor Me. Afranio Teodoro Moutinho

**VOLTA REDONDA**

**2020**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso Intitulado Manual De identidade visual para o Escritório da Cidadania do UniFOA elaborado por Iara Leite Rufino e apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda.

**Aprovada em 23 de novembro de 2020.**

**Orientador: Me. Afranio Teodoro Moutinho**

Banca Examinadora:

---

Professor Orientador Me. Afranio Teodoro Moutinho – UniFOA

---

Professora Avaliadora

Me. Clarisse Netto de Rezende – UniFOA

---

Professor Avaliador

Doutor Me. Douglas Gonçalves – UniFOA

**TEAMS**

<https://web.microsoftstream.com/video/a33a33ab-5d5f-4e2b-8a8a-df519c76c1bf?list=user&userId=e19eafe3-4b17-45e9-a01e-bd714d17a7eb>

Primeiramente dedico este trabalho aos meus pais, foram seis anos de estudo, muitas coisas aconteceram no meio do caminho. Muitas vezes tive vontade de desistir, mas graças a Deus meus pais me ajudaram a persistir e não desistir dos meus objetivos.

Agradeço primeiro a Deus que me deu oportunidade, saúde, força e coragem para superar todos os meus desafios. À minha família, principalmente meus pais, por todo apoio, paciência, ânimo e compreensão. Por fim, agradeço o meu orientador Afranio Moutinho, que percebeu todo o meu esforço e a minha dedicação diante das dificuldades enfrentadas para que eu conseguisse fazer um bom trabalho.

“Portanto, os últimos serão primeiros, e os primeiros serão últimos. Pois muitos serão chamados, mas poucos escolhidos”.

*Mateus, 20:16*

## RESUMO

As questões relacionadas à cidadania no Brasil são objeto de constante discussão que remete à formação sociológica e jurídica do país. Considerando que as políticas públicas disponíveis não são tão eficientes quanto deveriam ser, a responsabilidade social no meio acadêmico se manifesta enquanto órgão formador que deve estimular a construção de espaços e ambientes capazes de propiciar momentos de reflexão da realidade. Este trabalho tem por objetivo a reestruturação de um símbolo e a elaboração de um manual de identidade visual para o Escritório da Cidadania do Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, o qual oferece atendimento gratuito à comunidade externa do município e arredores em questões jurídicas, sociais, contábeis, administrativas, de recursos humanos, oportunizando aos alunos a participação em programas de educação interdisciplinares para o exercício da cidadania. O estudo contou com uma pesquisa exploratória para a qual foi realizado um levantamento bibliográfico dos assuntos pesquisados e entrevistas com os responsáveis pelo núcleo. Durante a elaboração do projeto prático foram mantidas características originais do símbolo que representam conceitos de cidadania e inclusão social. Espera-se que com esse projeto seja possível aumentar a visibilidade do núcleo e promover o diálogo entre a instituição e a comunidade.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social; Cidadania; Escritório da Cidadania do UniFOA; Manual de Identidade Visual.

## **ABSTRACT**

Issues related to citizenship in Brazil are the subject of constant discussion that refers to the country's sociological and legal background. Considering that the public policies available are not as efficient as they should be, social responsibility in the academic environment is manifested as a training body that should encourage the construction of spaces and environments capable of providing moments of reflection on reality. This work aims at restructuring a symbol and developing a visual identity manual for the Citizenship Office of the University Center of Volta Redonda - UniFOA, which offers free assistance to the external community of the municipality and the surrounding area in legal, social matters, accounting, administrative, human resources, enabling students to participate in interdisciplinary education programs for the exercise of citizenship. The study included an exploratory research for which a bibliographic survey of the researched subjects and interviews with those responsible for the nucleus were carried out. During the elaboration of the practical project, original characteristics of the symbol were maintained, representing concepts of citizenship and social inclusion. It is hoped that with this project it will be possible to increase the visibility of the nucleus and promote dialogue between the institution and the community.

**Keywords:** Social responsibility; Citizenship; UniFOA Citizenship Office; Visual Identity Manual.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>01</b>
<b>2. VULNERABILIDADE SOCIAL, CIDADANIA NO MEIO ACADÊMICO.....</b>	<b>06</b>
<b>2.1 A trajetória do Escritório da Cidadania.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 Tutelas Coletivas .....</b>	<b>16</b>
<b>3.A IMPORTÂNCIA DA IDENTIDADE VISUAL .....</b>	<b>19</b>
<b>4. METODOLOGIA APLICADA NA PESQUISA .....</b>	<b>24</b>
<b>4.1 Briefing .....</b>	<b>24</b>
<b>5. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL PARA O ESCRITÓRIO DA CIDADANIA... </b>	<b>26</b>
<b>5.1 Apresentação do símbolo.....</b>	<b>27</b>
<b>5.2 Grades de construção.....</b>	<b>29</b>
<b>5.3 áreas de proteção.....</b>	<b>30</b>
<b>5.4 Limites de redução.....</b>	<b>31</b>
<b>5.5 Tipografia .....</b>	<b>31</b>
<b>5.6 Cores Padrão.....</b>	<b>32</b>
<b>5.6.1 Versões Monocromáticas.....</b>	<b>34</b>
<b>5.7 Aplicações.....</b>	<b>35</b>
<b>6. Arquivos.....</b>	<b>39</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>43</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>48</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura1- Entrega de registro às associações da região .....	17
Figura 2 -Símbolo .....	21
Figura 3 – Símbolos figurativos .....	22
Figura 4 – Assinaturas visuais horizontal e vertical .....	22
Figura 5 – Símbolo do Escritório da Cidadania.....	28
Figura 6- Esboço do símbolo.....	28
Figura 7 – Grades de construção em versões horizontal e vertical.....	29
Figura 8 – Áreas de proteção do símbolo.....	30
Figura 9 – Limites de redução.....	31
Figura 10 – Tipografia.....	32
Figura 11 - Cores Padrão.....	33
Figura 12 – Versões Monocromáticas.....	34
Figura 13 – Aplicação sobre fotografias.....	35
Figura 14 – Aplicação em cartão de visitas.....	36
Figura 15 – Aplicação em crachá.....	37
Figura 16- Aplicação em papel timbrado.....	38
Figura 17- Aplicação em folder.....	39

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, muito se tem falado sobre questões relacionadas à cidadania no Brasil, questões estas que são objeto de vasta discussão que remete à formação sociológica e jurídica do país, assim como o processo de reivindicações de direitos exercidos por seus titulares no cotidiano das práticas sociais. A partir do processo de redemocratização do Brasil ao final do século XX ocorreram significativos avanços jurídico-institucionais, os quais contribuíram para a formação sociológica e jurídica. Porém, os desafios da contemporaneidade são permanentes, já que em certos aspectos da formação social acabam por se enraizar.

Vale ressaltar que o conceito de vulnerabilidade se tornou mais difundido após essas inúmeras discussões, caracterizando-se pelo contexto social em que cidadãos vivem com insuficiência ou sem seus direitos garantidos. Observa-se que apesar de medidas tomadas pelo governo, políticas públicas e assistenciais ainda não são suficientes para o atendimento de toda a parcela da sociedade em situação de vulnerabilidade e fragilidade socioeconômica.

Com o propósito de apoiar pessoas em situação de vulnerabilidade na região Sul Fluminense, o Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA fundou em 2006 o Escritório da Cidadania, um núcleo de prática profissional dos cursos de graduação que oferece atendimento à sociedade de forma gratuita em questões jurídicas, sociais, contábeis, administrativas e recursos humanos, com o objetivo de atender às demandas da população. Este, manteve a mesma identidade visual desde o início, há 14 anos.

A identidade visual, tanto para uma empresa quanto para uma instituição representa sua imagem e é utilizada para fixá-la na memória das pessoas, deixando gravada uma referência que conduz a uma ação predeterminada, como a compra de um produto ou serviço, a escolha por uma empresa ou marca, dentre outras possibilidades. Nesse caso tem como expectativa aumentar a estima da comunidade referente aos serviços oferecidos no núcleo.

É possível identificar que o principal motivo da criação do Escritório da Cidadania foi decorrente dos problemas enfrentados no Brasil sobre a vulnerabilidade de sua população e do desejo da instituição UniFOA para contribuir com a comunidade, na busca de beneficiar pessoas em situação de vulnerabilidade que têm dificuldades de ter sua própria renda.

Diante disso, o núcleo se propõe a atender pessoas de forma gratuita como serviços relacionados a advocacia, contabilidade, preenchimento da declaração do imposto de renda - inclusive para isentos, orçamento doméstico equilibrado, orientações para entrevistas de emprego e consultoria fiscal, administrativa e de logística para pequenas empresas, entre outros serviços. Além disso, o núcleo visa contribuir para a conscientização da população apresentando os direitos e deveres dos cidadãos e objetivando na educação de cada indivíduo a vida comunitária e social.

Mediante o exposto, constata-se que os problemas desse estudo podem ser destacados da seguinte forma:

- a) Que problemas relacionados à identidade visual o Escritório da Cidadania enfrenta para que sua visibilidade seja devidamente atingida?
- b) A reestruturação da identidade visual do Escritório da Cidadania seria uma estratégia viável para ajudar na sua divulgação e reconhecimento perante a população mais vulnerável?

Visando a necessidade do Escritório da Cidadania em atingir de forma mais abrangente a população que necessita de seus serviços considerando que as políticas públicas disponíveis não são tão eficientes quanto deveriam ser e, diante das perguntas apontadas neste projeto, tem-se como hipótese a necessidade de reestruturação do atual símbolo e elaboração de um manual de identidade visual do Escritório da Cidadania do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA. Esse documento servirá para estabelecer normas e critérios técnicos de reprodução e de variados suportes. Dentre eles o suporte gráfico (impressos) e o suporte eletrônico (redes sociais).

Acredita-se que a criação de um manual de identidade visual possa contribuir para as estratégias de elaboração de materiais de divulgação no intuito de promover o diálogo entre a instituição e a comunidade, aumentando sua visibilidade.

De acordo com os argumentos apresentados, os objetivos do trabalho estão segmentados da seguinte forma: geral - elaborar um manual de identidade visual para o Escritório da Cidadania do Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, o qual represente os conceitos de cidadania e inclusão social. Para cumprir a proposta apresentada no objetivo geral será necessário estabelecer os seguintes objetivos específicos: Identificar os elementos visuais que melhor se adequem à composição da identidade visual do Escritório da Cidadania para sua reestruturação; Desenvolver um símbolo para a aplicação em materiais impressos em cartão de visita, papel timbrado, crachá, *folder*, mensagens eletrônicas para envio de e-mail, cartazes para redes sociais e eventos.

A criação de um projeto de identidade visual para o Escritório da Cidadania tem como propósito contribuir para a boa comunicação deste com a população de modo geral, no sentido de conscientizar as pessoas sobre inclusão social para que possam entender de maneira mais clara os direitos e deveres que possuem como cidadãos a serem respeitados. A importância dos serviços sem fins econômicos oferecidos pela instituição agem diretamente no sentido de diminuir a desigualdade social, e por consequência contribuir para um país mais justo e conseguir resultados em longo prazo.

Portanto, justifica-se a criação de um manual de identidade visual elaborado de modo simples e de fácil compreensão, visando um método de aplicação nos meios os quais ele se comunique com o público para maior alcance e propagação de suas atividades. Além da finalidade aplicativa do manual, o trabalho se justifica pela necessidade de ações que tratem de forma acadêmica o assunto, podendo servir como referência de estudo para trabalhos posteriores que venham contribuir para a disseminação de questões que valorizem ações sociais no meio acadêmico.

Partindo de uma pesquisa exploratória que, segundo Gil (2008) propõe a aproximação com o assunto a ser estudado e inclui levantamento bibliográfico e entrevistas, o processo de realização desse trabalho se divide na busca por

conteúdo que disserte sobre o papel das universidades quanto à vulnerabilidade social e cidadania no Brasil, onde serão pesquisados conceitos e suas variações para o aprofundamento da causa a ser estudada, e também a estruturação do processo de criação que será utilizado para a elaboração do projeto de identidade visual.

Para o estudo, será feito um levantamento bibliográfico dos assuntos a serem pesquisados por meio de livros e artigos baseados em teorias e contextos históricos relacionados a serviços oferecidos pelo terceiro setor e à identidade visual, assim como entrevistas por e-mail com os responsáveis pelo núcleo.

Marconi e Lakatos (2003, p. 158) definem assim pesquisa bibliográfica:

A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações. A soma do material coletado, aproveitável e adequado variará de acordo com a habilidade do investigador, de sua experiência e capacidade em descobrir indícios ou subsídios importantes para o seu trabalho. Antes de iniciar qualquer pesquisa de campo, o primeiro passo é a análise minuciosa de todas as fontes documentais, que sirvam de suporte à investigação projetada.

O primeiro capítulo consiste na abordagem sobre vulnerabilidade social e cidadania no Brasil e a importância que as instituições de ensino exercem sobre esses assuntos, assim como seu desempenho quanto ao acesso a necessidades básicas e ampliação da cidadania enquanto direitos e deveres, que precisam andar sempre juntos. Além disso, o direito do cidadão resulta na responsabilidade de outro cidadão e mostra a importância da consciência adquirida desde a infância até a fase adulta. No entanto, a percepção de vulnerabilidade está estritamente condicionada à ausência ou precariedade no acesso à renda, mas atrelada também às fragilidades de vínculos afetivo-relacionais e desigualdade de acesso a bens e serviços públicos (CARMO; GUIZARD, 2018).

Nesse capítulo ainda será abordada a trajetória do Escritório da Cidadania, entidade social que a princípio era conhecida apenas como NPJ – Núcleo de Práticas Jurídicas, a qual prestava apenas serviços de ordem jurídica para a

população carente cuja fundação ocorreu em 2006.

O segundo capítulo destaca a importância da identidade visual para o reconhecimento de empresas e instituições, assim como os conceitos dos elementos que a compõem e a importância da padronização destes para que, ao serem aplicados em situações distintas não corram o risco de serem adulterados ao longo do tempo, já que seu propósito é conservar suas propriedades visuais e facilitar na propagação, percepção e memorização.

O terceiro capítulo abrange o conteúdo prático sobre o Manual de Identidade visual para o Escritório da Cidadania do UniFOA, onde será realizado um *briefing* para o desenvolvimento do projeto de identidade, assim como a elaboração do símbolo e sua devida aplicação. Nesse momento é importante realizar um estudo do cliente.

## 2 VULNERABILIDADE SOCIAL E CIDADANIA NO MEIO ACADÊMICO

As questões relacionadas à cidadania no Brasil são objeto de vasta discussão que remetem à formação sociológica e jurídica do país, assim como o processo de reivindicações de direitos exercido por seus titulares no cotidiano das práticas sociais. A partir do processo de redemocratização do país ao final do século XX ocorreram significativos avanços jurídico-institucionais, os quais contribuíram para nossa formação sociológica e jurídica. Porém, os desafios contemporâneos são permanentes, já que em certos aspectos da formação social acabam por se enraizar (ASENSI, 2007).

Conforme Pereira (2011 *apud* LOPES FILHO *et al.*, 2018), o conceito de cidadania consiste na prática do exercício de direitos e deveres por parte do indivíduo no âmbito de uma sociedade do Estado. Tais exercícios não se limitam ao ato de votar e ser votado, mas envolve a vida em sociedade, o cumprimento de deveres e a garantia de direitos inerentes à vida como saúde, assistência social, educação, moradia, renda, alimentação, por meio da justiça social.

No Brasil, a cidadania permanece em constante construção, num movimento onde as políticas sociais se ampliam e encolhem à medida que, em muitos momentos históricos, inclusive atualmente, indivíduos mais vulneráveis não alcançam o direito de garantia de suas necessidades básicas ou sequer o mínimo necessário para sua subsistência e de suas famílias. Deve-se pontuar a vulnerabilidade como impacto decorrente das estruturas e instituições econômico-sociais sobre comunidades, famílias e pessoas em distintas dimensões da vida social que, segundo Carmo e Guizardi (2018, p. 2):

A concepção de vulnerabilidade denota a multideterminação de sua gênese não estritamente condicionada à ausência ou precariedade no acesso à renda, mas atrelada também às fragilidades de vínculos afetivo-relacionais e desigualdade de acesso a bens e serviços públicos.

De acordo com Filho (2017) foi a partir da década de 1970 que ocorreu o crescimento da vulnerabilização de famílias e indivíduos por conta da desigualdade no Brasil, assim como a falta de serviços públicos e políticas públicas. Nesse período houve um crescimento potencial pelas lutas por trabalho, habilitação, acesso

ao atendimento das necessidades básicas e ampliação da cidadania enquanto direito.

É importante lembrar que o direito de um cidadão resulta na responsabilidade de outro cidadão. Além disso, o conceito de vulnerabilidade, de acordo com o Instituto Ser (2020) é composto por diversos fatores responsáveis pela exclusão social na população incluindo questões históricas, de raça, de gênero, deficiência física e orientação sexual. É possível observar que grande parte da população vulnerável está principalmente localizada nos centros urbanos, e em alguns casos sendo designada para se referir à população pobre e com situações insatisfatórias de trabalho, tendo como dificuldades de ter reservas financeiras, por consequência interferindo indiretamente na sua qualidade de vida tornando-a inferior em vista de outras classes sociais. Além disso, pode ser atribuído à baixa escolaridade esse fator de renda insuficiente para pagar os serviços domésticos básicos e trabalhos com maior desgaste físico.

Segundo o IBGE (2019) o combate às desigualdades sociais no Brasil é conteúdo para especialistas e formuladores de políticas públicas que usam diagnósticos de execução e medidas para uma redução que se manifesta principalmente por cor, raças preta, parda ou indígena, visto que sua determinação está relacionada às características do processo de desenvolvimento ao longo da história do país. No entanto, Ximenes (2010) aponta que a escolaridade é um dos principais caminhos para reduzir a baixa renda e fazer com que o indivíduo consiga sair da situação de carência e alcance melhor qualidade de vida.

A pobreza é um problema social mais difícil de solucionar ou talvez não haja recursos para essa dificuldade. Também no mercado de trabalho, o número da população brasileira está associado ao trabalho deficiente de proteção social que delimita o acesso a direitos básicos, como remuneração pelo salário mínimo e a aposentadoria. Em seguida, passou a registrar o período de queda e a ocupação informal desde 2016, com a ampliação em termos relativos de pessoas sem carteira de trabalho assinada e por conta própria em ambas as desagregações por cor ou raça (IBGE, 2019).

Sobrinho (2018) afirma que o acesso à educação de qualidade é direito essencial para o desenvolvimento da cidadania e a ampliação da democracia. Por isso, os investimentos públicos em educação são de extrema importância para que se diminua a pobreza, a criminalidade e que se amplie o crescimento econômico e bem-estar da população e seu acesso a direitos fundamentais. Entretanto, o assunto cidadania apesar de muito falado, é pouco aplicado, por ser ignorado pela maioria que desconhece o seu valor.

Dentre os principais problemas que ocorrem, a falta de representatividade e oportunidade fazem com que a vulnerabilidade social se perpetue da mesma forma, repetida a cada geração. Esse cenário é comum em países subdesenvolvidos e em desenvolvimento que normalmente enfrentam problemas relacionados a fatores sociais e econômicos que por decorrência se encontram em situação de desequilíbrio, pois muitos cidadãos não têm o mesmo acesso que outros (INSTITUTO SER, 2018).

Carmo e Guizardi (2018) afirmam que na atualidade as crises econômicas, debilidade dos sistemas de seguridade e de proteção social e fenômenos de precariedade e instabilidade trabalhista intensificam a dificuldade enfrentada por indivíduos e grupos em sua inserção nas estruturas sociais e econômicas, gerando uma zona instável entre integração e exclusão. Diante da relevância de se analisar as direções que a proteção social vem tomando no contexto atual do Brasil, este assunto por sua vez traz reflexões de concepções sobre vulnerabilidade nas políticas não contributivas que compõem a seguridade social, produzidas nas duas últimas décadas.

Outro ponto relevante é que é preciso problematizar as implementações da concepção de vulnerabilidade nas práticas públicas que visam à produção do estado de cidadania, assim como compreender os tensionamentos e polarizações que pressionam o modelo adotado pela Constituição Federal de 1988 e os rebatimentos destas concepções na população usuária de serviços de saúde e assistência social (CARMO;GUIZARDI, 2018).

A situação de vulnerabilidade social encontra-se em duas categorias de componentes principais. A primeira é a insegurança e incertezas nas comunidades,

famílias e indivíduos em relação às suas circunstâncias de vida e instabilidade da natureza econômica social. A segunda categoria são os recursos de estratégias que empregam famílias e indivíduos para executar os escassos efeitos de instabilidade de natureza econômica social (PIZARRO, 2001 *apud* XIMENES, 2010, p.1).

Os impactados com essa situação são pessoas e famílias em diferentes âmbitos sociais, afetadas pelas crises econômicas, instabilidade trabalhista e precariedade dos sistemas de proteção social. No entanto, a instabilidade trabalhista intensifica no agravamento de outros fatores enfrentados pelos indivíduos. Dessa maneira, essa estrutura se encontra em situação contraditória, pois pode ser mecanismo para a integração e exclusão dessas pessoas (XIMENES, 2010).

Lopes Filho *et al.* (2018) apontam que a desigualdade social pode ser abordada segundo um movimento estabelecido de preservação estrutural de poder e manutenção de uma massa orientada a obediência. O sentimento de superioridade em relação ao próximo instituído pela depreciação das qualidades alheias.

A desigualdade social decorre de um direito autoatribuído, que define benefícios atribuídos a um determinado grupo em detrimento a outros. Essa desigualdade, muitas vezes, é oriunda de um sentimento de superioridade em relação ao próximo, o que, por consequência, institui a depreciação das qualidades alheias. Diferentemente do que se possa pensar, a desigualdade não tem uma raiz comum, ela pode ser originária de situações econômicas, partidárias, religiosas, culturais, étnicas, sexuais ou de outros motivos quaisquer. O importante é ressaltar que, independente da raiz, a desigualdade se alimenta de um elemento essencial presente em nossa sociedade: o preconceito (LOPES FILHO *et al.*, 2018, p. 43).

Nesse sentido, o acesso à educação tem importante desempenho no sentido de reduzir ou amenizar os impactos sociais gerados em decorrência da desigualdade. Os recursos mobilizáveis para enfrentar a situação de risco devem ser examinados no contexto dos padrões de mobilidade e integração social que determinam as estruturas de oportunidades em cada instante na coletividade. Dentre estes, ressalta-se o de capital humano, com ênfase para a qualificação educacional de indivíduos e grupos sociais que, no entanto, se relaciona com o impacto negativo sobre estruturas e instituições econômico-sociais acerca da sociedade (XIMENES, 2010).

Lima (2003) considera que o ensino deve ser estimulado e trabalhado simultaneamente com a pesquisa e a extensão nas universidades, pois se este for

meramente transmissivo compromete a qualidade do processo de aprendizagem, quebrando o elo da indissociabilidade. O trabalho com grupos em comunidades deve existir, para que ocorra a construção de uma cultura acadêmica com espaços de integração entre a sociedade e a universidade.

Para que ocorra a troca de experiência, o autor aponta para a permanente inserção da universidade na comunidade, onde os valores e prioridades que permitam que a população se identifique como sujeito de sua própria história devam ser sempre revistos no intuito de proporcionar consequentes mudanças das condições de vida e superar problemas sociais encontrados na comunidade. A universidade enquanto órgão formador deve estimular a construção de espaços e ambientes que sejam capazes de propiciar momentos de reflexão da realidade.

Parte-se do princípio de que a formação do acadêmico é tomada como fundamento do processo educativo implementado na universidade, uma vez que contribuirá para sua compreensão como ser socialmente responsável e livre, capaz de refletir sobre o vivido e o aprendido em sala de aula e outros espaços, como na comunidade, que vão construindo cotidianamente sua identidade pessoal e profissional alicerçadas na busca do saber ser, saber fazer e saber aprender, ou seja, na formação de suas competências (FERNANDES *et al.*, 2012, p. 172).

Para Sobrinho (2018), a responsabilidade social na Universidade deve remeter aos fins que, apesar de a formação ser considerada a finalidade principal, valores fundamentais da existência humana como o social são naturalmente deixados de lado e prevalece o mercado, resumindo a formação na capacitação técnica e profissional em função do enriquecimento das empresas e seus grupos de interesse. A mão-de-obra é capacitada e atualizada para sustentar e desenvolver a economia de mercado, não importando nessa lógica o cidadão, a cidadania, o bem social.

Entende-se que o desenvolvimento da técnica sem a utilização dos princípios éticos segundo o autor Sobrinho (2018), é responsável por produzir mais barbárie do que civilização. Resultando assim em mais caso de destruição e mortalidade diferente do ideal que seria dignidade e liberdade. Sendo que o autor se refere aos cientistas que criam bombas com alto poder de letalidade, como aqueles que possuem conhecimento e técnicas disputados pelo sistema bélico. Em outro sentido, podem ser comparadas a economistas sem ética e senso de cidadania que somente contribuem para a ampliação da desigualdade social. Então, as universidades têm

um papel importante na formação de valores fundamentais da existência humana como o social porque pode estimular esses estudantes a exercerem esse papel durante a graduação, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico por meio do conhecimento científico e tecnológico, mas visando junto a estes, a justiça social.

Sobrinho (2018) afirma que, para evitar ao menos em parte que prevaleçam a mortalidade, a fome, a injustiça e o ódio no comportamento humano, a educação precisa estar fundada em valores e princípios e a universidade, ao formar indivíduos, deve priorizar, acima da competitividade, a solidariedade, a ética, assim como a capacitação intelectual e profissional.

Pereira (2003) aponta que são amplamente conhecidos os papéis do governo e do setor privado quanto à responsabilidade social. As ações não realizadas por eles em sua plenitude são exercidas pelo terceiro setor. Porém, a autora acredita que os três setores poderiam se organizar de forma a auxiliar as universidades – tanto públicas quanto privadas, a internalizar conceitos de desenvolvimento sustentável, éticos e de cidadania em ações de sinergia, de corresponsabilidade no encaminhamento de soluções para os problemas sociais.

Fala-se muito sobre responsabilidade social empresarial, mas pouco é fomentado a responsabilidade social na universidade. Questões relacionadas ao meio ambiente e ao social deveriam ser tratadas “com a demonstração de que todos serão beneficiados se procederem à internalização daqueles conceitos orientadores do comportamento de cada um dos envolvidos” (PEREIRA, 2003, p. 120).

O projeto pedagógico nos cursos de graduação, segundo a autora, deveria priorizar no perfil do egresso um currículo que propusesse a moldar o futuro profissional avaliando o impacto dos ensinamentos sobre a qualidade de vida na comunidade, assim como a relação com o poder público no sentido de que este possa se tornar um poder de interesse público.

Ensinar os estudantes universitários a pensar o tempo presente e as perspectivas futuras, com seus problemas e necessidades, é importante na geração de alternativas humanizadoras para o mundo. Cada um deles está sistematicamente inserido em um conjunto de ações que envolvem todas essas questões. É preciso não só ensinar-lhes a teoria, mas também fomentar o espírito de responsabilidade com a sociedade, para que possam praticar essa teoria em seu dia-a-dia. Conhecer e debater as necessidades da comunidade em que está inserido é o primeiro passo para a atuação

responsável e cidadã e para a compreensão e transformação do mundo (PEREIRA, 2013, p. 120-121).

Porém, em se tratando de responsabilidade social, qualquer tipo de ação solidária pode ser um início, segundo a autora. “A percepção de que ações sociais são papel do Estado não exime os demais atores sociais de seus próprios papéis (PEREIRA, 2003, p. 121)”.

De acordo com Severino (2002), a educação, por exigência ética deve se conceber e se realizar como investimento intencional sistematizado na consolidação das forças construtivas das mediações existenciais dos homens, o que lhe dá a sua qualificação ética. O autor entende que o futuro da sociedade brasileira depende de sua transformação em uma sociedade menos excludente, um processo no qual a educação deve estar diretamente vinculada à produção econômica e à dinâmica política, exercendo um relevante papel no compromisso de responder aos desafios da modernidade.

Para o autor, a construção do futuro depende do investimento na educação, visando a perspectiva de uma política educacional voltada intrinsecamente para os interesses humanos da sociedade e a superação intencional e planejada de suas forças de exclusão social. Porém, em se tratando de numa sociedade historicamente determinada como a brasileira, desenvolver a educação não é questão apenas do domínio e da aplicação de novos saberes e de sofisticadas tecnologias cujas potencialidades não podem ser ignoradas.

[...] é também necessário que essa tecnologia seja vista como ferramenta, como o foram historicamente todos os demais instrumentos técnicos. Meios potencializadores são necessários, mas continuam sendo meios, sempre à espera da adequada exploração pelos homens. Assim, toda educação e toda política cultural têm compromisso especial com a preparação de cidadãos para a vida, função esta que decorre de sua natureza intrínseca como processo construtor do conhecimento, única ferramenta de que o homem dispõe para a realização de sua existência histórica (SEVERINO, 2002, p. 121).

A distinção entre as funções de ensino, de pesquisa e de extensão no contexto universitário, é meramente uma estratégia operacional, não sendo aceitável a concepção dos processos de transmissão da ciência e da socialização de seus produtos desvinculados de seu processo de geração. “Na universidade, a indissociabilidade ensino, pesquisa e extensão têm como referência a pesquisa;

aprende-se e ensina-se pesquisando; presta-se serviços à comunidade, quando tais serviços nascem e se nutrem da pesquisa” (SEVERINO, 2002, p.122).

O autor acrescenta que para a produção do conhecimento ser consistente, esta precisa ser crítica, criativa e competente. Fundada, simultaneamente, num processo de competência técnica, a qual impõe algumas condições lógicas, epistemológicas e metodológicas para a ciência: a exigência de aplicação do método científico, da precisão técnica e do rigor filosófico. Exigir autonomia e liberdade de criação tem relação com a atitude, as condições do pesquisador; referindo-se à criatividade e ao impulso criador. A criticidade permite entender o conhecimento como situado num contexto mais amplo e envolvente, resultante da trama das relações socio-culturais e vai além da simples relação sujeito/objeto. Capacidade de descontar as interferências ideológicas, as impregnações do senso comum. É a criticidade, segundo o autor, que livra o homem do absolutismo dogmático, assim como do ceticismo vulgar.

O autor argumenta que desse modo, a pesquisa acaba por assumir uma tríplice dimensão:

De um lado, tem uma dimensão epistemológica: a perspectiva do conhecimento. Conhece-se construindo o saber, praticando a significação dos objetos. De outro lado, assume uma dimensão pedagógica: a perspectiva decorrente de sua relação com a aprendizagem. Tem ainda uma dimensão social: a perspectiva da extensão. O conhecimento se legitima pela mediação da intencionalidade da existência histórico-social dos homens. É a única ferramenta de que o homem dispõe para melhorar sua existência (SEVERINO, 2002, p. 122).

De acordo com o autor, o mundo necessita cada vez mais de cérebros e corações e menos de máquinas. Um melhor futuro para o planeta depende essencialmente das pessoas e é nas escolas que elas aprendem. Qualidade e compromisso é o que se espera da universidade. Os trabalhos voluntários que uma instituição de ensino superior (IES) venha desenvolver podem ocorrer de forma transdisciplinar, fortalecendo o tripé ensino-pesquisa-extensão.

Responsabilidade social não é uma atividade separada da educação, e sim uma nova forma de educação, mais abrangente e consciente; não se restringe a atividades isoladas em determinadas datas; ao contrário, incorpora-se ao dia-a-dia das pessoas, intrínseca em cada gesto, em cada pensamento. Ainda há uma distância entre o que se ensina e o que se pratica. O fundamental é que responsabilidade social e ética não sejam

apenas discurso ou boa intenção, mas configurem ações concretas, imprimindo coerência entre discurso e ação (SEVERINO, 2002, p. 121).

Nesse sentido, o importante é compreender que é possível aprimorar o campo da educação para que esta se constitua num espaço de possibilidades concretas, num embate que venha a superar as relações sociais em vigor e instaure novas relações, posicionamentos e comportamentos.

## **2.1 A trajetória do Escritório da Cidadania**

Pereira (2003) afirma que realizar atividades em caráter não obrigatório nas universidades transpõe as atividades acadêmicas. Portanto, o atendimento às comunidades próximas à universidade vem aumentando o interesse e o envolvimento de todos, além de complementar as ações do governo contribuem para melhorar sua imagem, gerando resultados positivos.

Obviamente, não existe um modelo a ser seguido. Cada instituição deve formatar seu caminho, criando uma política social e até mesmo publicando seu balanço social, de maneira a externalizar suas preocupações com questões sociais locais. Não é tarefa fácil, mas precisa ser feita (PEREIRA, 2003, p. 121).

Nesse sentido, o Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, uma instituição sem fins lucrativos, de caráter educacional e cultural. O UniFOA é mantido pela Fundação Oswaldo Aranha – FOA. Iniciou em 2006 um núcleo de prática profissional composto por cursos da área de Humanas e Sociais Aplicadas no intuito de oferecer atendimento gratuito à comunidade externa do município de Volta Redonda e outros em seu entorno em questões jurídicas, sociais, contábeis, administrativas, de recursos humanos, além de prestar serviços de comunicação em jornalismo e publicidade oportunizando aos alunos a participação em programas de educação interdisciplinares para o exercício da cidadania.

De acordo com o site do UniFOA ([unifoa.edu.com.br](http://unifoa.edu.com.br)) a FOA e UniFOA são instituições distintas. A fundação é mantenedora do centro universitário desde a primeira demanda por ensino superior da região Sul Fluminense, pois era necessário que criasse uma fundação que mantivesse o centro universitário.

Em entrevista por e-mail realizada com o responsável pelo Escritório da Cidadania, o professor e advogado Dario Aragão Neto, no dia 9 de março de 2020, iniciou-se no dia 23 de março de 2006 o núcleo de prática jurídica profissional dos cursos do UniFOA (Centro Universitário de Volta Redonda). Este foi dividido em quatro partes sendo elas o Núcleo de Práticas Jurídicas (NPJ); Núcleo de Serviço Social (NSS); Núcleo de Práticas Contábeis (NPC) e Núcleo de Práticas Humanas (NPH), instituído como Escritório da Cidadania formado pelo presidente da Fundação Oswaldo Aranha Dauro Peixoto Aragão, juntamente com o idealizador e coordenador do curso de direito Doutor Eduardo Guimarães, que atualmente trabalha com assessoria jurídica e vice-presidente da instituição.

De acordo com site do UniFOA (2020), inicialmente, o NPJ (Núcleo de Práticas Jurídicas) exercia parceria com a prefeitura de Volta Redonda em atendimentos sociais, promovendo jornadas de conciliação e mediação dos processos supervisionadas por professores e alunos do curso de Direito, oferecendo aos alunos oportunidades de estágios em convênios exclusivos com a Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro, com o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro e com o Núcleo de Primeiro Atendimento no Juizado Especial Cível dos municípios de Volta Redonda e Pinheiral.

Ainda de acordo com o site, a partir do sétimo ao décimo período do curso de Direito, os alunos são obrigados a participar do NPJ, atuando em parceria com a prefeitura em atendimentos sociais, promovendo jornadas de conciliação e mediação dos processos em questões jurídicas e sociais nas seguintes áreas: famílias, cíveis, trabalhistas e criminais. Contudo, o Escritório é base para a prática forense que, de acordo com o site Incursos (2019), é o conjunto de técnicas e conhecimentos utilizados para desvendar, além de crimes, diversos assuntos legais (cíveis, penais ou administrativos) cujo objetivo principal é o suporte a investigações relacionadas à justiça, tanto civil quanto criminal.

A atuação do NPJ tem como principal objetivo o atendimento à população carente, cuja renda não ultrapasse dois salários mínimos. No entanto, o Escritório da Cidadania participa na luta pelos direitos coletivos dentro das associações religiosas com o propósito de regularizar os documentos de pessoas e indivíduos que

precisam se sustentar quando estes não têm condições de pagar pelos serviços e, além disso, são considerados vulneráveis.

No NPJ os alunos permanecem por dois anos e mantêm-se seis meses em cada setor do curso de Direito como estágio obrigatório com carga horária mínima de duas horas semanais, totalizando 90 horas semestrais exigidas pelo MEC por determinação da Secretaria de Educação e Cultura - Portaria nº 1.886/94 (DO de 04/01/95).

Conforme relatado na entrevista, em setembro de 2007 o professor Dario Aragão Neto assumiu a responsabilidade pelo Escritório da Cidadania do UniFOA que, em 2008 estabeleceu parceria com a Defensoria do Estado para aumentar o número de vagas para alunos com o propósito de desenvolver a defensoria de forma remunerada de estágio. Em 2010 começou a funcionar a Defensoria Pública da União (DPU) junto à Defensoria Pública do Estado, incumbindo-lhe a orientação jurídica e a defesa dos necessitados perante o poder judiciário da União (a Justiça Federal, a Justiça Eleitoral, a Justiça do Trabalho e a Justiça Militar), atendendo pessoas carentes, vítimas de violência doméstica, moradores de rua e vítimas de homofobia.

Além disso, realiza ações de recolhimento de doação de mantimentos e produtos de higiene pessoal, presta serviços de atendimento médico a portadores de doenças graves e viabiliza o acesso a processos de aposentadoria e divórcio nos municípios de Volta Redonda e Pinheiral, principalmente em comunidades como o quilombo Alto da Serra em Lídice, distrito de Rio Claro, os índios e os caiçaras de Paraty, assim como os ciganos de Porto Real. Além dos quilombolas, o Escritório atua também no atendimento a ciganos, seringueiros e ribeirinhos em parceria com a Defensoria Pública da União (DPU) e outras atividades praticadas nas comunidades.

Outro ponto relevante é o projeto de extensão chamado que existe há quatro anos regularizando o trabalho da associação Coletivo Azul com pessoas autistas de Pinheiral e do Centro de candomblé Le Axé Odé Ogum Olonã Olá, de Barra Mansa.

## 2.2 Tutelas Coletivas

O projeto Tutelas Coletivas segundo o site do jornal Diário do Vale (2018), o tem como objetivo atender às necessidades das instituições de terceiro setor. Portanto, os serviços jurídicos prestados abrem portas devido à possibilidade de ter um Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ). Atualmente, atende a 12 instituições e 13 associações simultaneamente de toda a região do Sul Fluminense. Dentre elas, grupos religiosos, o GACCI (Grupo de Apoio Contra o Câncer Infantil), portadores de doenças graves e minorias de gênero.

Além disso, o projeto de extensão do Escritório da Cidadania foi realizado a entrega de registros às associações da região como atas registrados em cartórios no campus José Vinciprova garantindo os direitos legais de cada uma das instituições, conforme a Figura 1 a seguir:

**Figura 1:** Entrega de Registros às Associações da Região



Fonte: site UniFOA, publicado em 2 de abril de 2018

Conforme reportagem do jornal Diário do Vale (2018), qualquer aluno dos cursos envolvidos pode participar dessa ação de forma voluntária. Ademais, o Escritório tem cerca de 70 alunos atuando no projeto de Tutela Coletiva, sendo que a instituição é a única da região que tem dentro do NPJ este tipo de atendimento gratuitamente e garantindo os direitos legais de cada instituição.

De acordo com o site do UniFOA (2020), em seguida vem o curso de Administração e Ciências Contábeis como Núcleo de Práticas Contábeis – NPC

onde desenvolve a prática profissional com os alunos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos por meio de ações promovidas em parcerias com empresas locais e no atendimento à comunidade externa com orientações específicas nestas áreas. Dessa forma, o acadêmico se aperfeiçoa profissionalmente, vivencia na prática a dinâmica de atendimento, pautado no tripé aprendizado, integração e compromisso.

Logo após, vem o curso de Serviço Social onde configura-se como um espaço acadêmico de investigação e ação do Serviço Social. Apresenta-se como um dos núcleos constituintes do Escritório da Cidadania e atua em conjunto com o Núcleo de Pesquisa e Extensão do Escritório da Cidadania (NUPEEC), que tem por objetivo estimular as atividades interdisciplinares e ações integradas no âmbito da pesquisa, extensão e práticas profissionais entre os cursos de graduação nas carreiras de Serviço Social, Direito e Ciências Contábeis. O papel desenvolvido pelo Núcleo de Serviço Social (NSS) é incentivar nas atividades acadêmicas executadas pelos professores e alunos na perspectiva de valorização do ensino, pesquisa e extensão e em defesa de ações interdisciplinares.

Nesta direção, também se destacam as atividades de extensão, que têm por objetivo, a partir de um diagnóstico social, corresponder às demandas da comunidade por meio da prestação de serviços, assessoria técnica a órgãos e instituições, realização de palestras e oficinas socioeducativas e execução de projetos temáticos e ações que visem à melhoria dos contextos sociais de determinadas realidades territoriais. As ações visam aproximar o estudante, os cursos e a instituição de ensino por meio de práticas interdisciplinares da comunidade local, contribuindo na formação profissional do estudante e assim forma-se o Escritório da Cidadania para instruir com pessoas carentes.

### 3 A IMPORTÂNCIA DA IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual, segundo Strunck (2007, p. 57), é a representação visual de um nome ou ideia sob determinada forma que, ao ser aplicada em produtos, mensagens e na comunicação da marca caracteriza uma consistência em si. Para Mota (2015) a identidade visual é um meio de dizer aos consumidores quem é a empresa, o que ela faz e quem é seu público. Em síntese, a identidade visual de uma empresa é o elemento responsável por concretizar sua identidade. A importância de uma identidade visual bem construída colabora para que a comunicação de qualquer negócio se torne um sucesso, e por esse motivo deve ser visto como prioridade (MARTINS, 2000, p. 73).

Portanto, é possível traduzir o conceito de identidade visual da seguinte forma: a identidade visual é um meio de dizer para os consumidores quem é sua empresa, o que ela faz e quem é seu público. Os elementos institucionais que compõem a identidade visual percorreram um longo caminho e por consequência passaram a ser objeto de pesquisas técnicas racionais. Atualmente, se uma empresa não tem uma boa imagem, à primeira vista não causa boa impressão, fato que reflete em seu crescimento e na sua valorização no mercado (STRUNK, 2007, p. 67).

Segundo o site Gaud Marketing (2020), a importância da identidade visual para uma marca é comparável à definição de uma pessoa, que precisa de um rosto, um nome e expressar sua personalidade. Ou seja, é necessário que a marca possua elementos que definam bem quem ela é. Para isso, é necessário construir alguns pilares em sua estrutura, os quais a identidade visual, que é seu primeiro contato com o consumidor no intuito de construir e solidificar uma imagem positiva e confiável.

Desde que nasce, o ser humano já começa a se acostumar a visualizar símbolos e logotipos. Estes, são fundamentais para quem produz e vende, assim como para quem consome, pois identificam uma marca e a destacam num contexto

complexo e global, do mesmo modo que sua divulgação contribui de forma racional para a redução do tempo necessário à concretização dos negócios.

Para Teixeira *et al.* (2007), um projeto de identidade visual consiste na configuração de um sistema de informações, o qual envolve diferentes atividades profissionais e inclui projetos de logotipo, símbolo gráfico, material de papelaria, sinalizações, design de embalagens e produtos, web design, arquitetura, publicidade e todo tipo de comunicação visual constitui a identidade e a imagem pública da organização.

Os autores afirmam que os elementos institucionais da identidade visual são de extrema importância para seus consumidores, é uma forma de levar conhecimento e emoções relacionadas a uma marca. A criação de identidade visual de um negócio leva tempo e dinheiro. Vale lembrar também que não é apenas fazer um desenho bonito que vai sair um logotipo ou símbolo perfeito, é necessário definir todos os elementos para que sejam aplicados. É necessário respeitar os elementos institucionais e valorizar a identidade visual.

Dentre os principais elementos que compõem uma identidade visual estão o logotipo, o símbolo e a assinatura visual. O logotipo, segundo Strunk (2007) é a particularização da escrita de um nome representado por um mesmo tipo de fonte tipográfica, a qual pode ser já existente, sofrer alguma modificação em seu desenho ou especialmente criada para aquele fim, com o intuito de transmitir a personalidade da empresa e conservar-se na memória visual das pessoas.

De acordo com o site Gaud Marketing (2020), o logotipo é essencial na relação entre cliente e empresa. Além disso, torna-se uma conexão que pode ser destacada por meio de pontos-chaves para um negócio de sucesso. Como resultado de divulgação ela pode ser conhecida e conquistar clientes com seus produtos e serviços. Um bom logotipo é aquele que se apresenta visualmente agradável e possibilita a comunicação com seus consumidores de reconhecer, por meio de seus negócios a marca da empresa.

Cesar (2000) aponta três princípios que direcionam a criação de um logotipo. A originalidade, o significado e a lembrança. Para o autor, ser original é se

diferenciar dos outros, fazendo com que o logotipo contribua para que a empresa não seja mais uma. Quanto ao significado, é necessário que o logotipo represente a empresa ou o serviço que ela presta. Seja fácil de entender. Em relação à lembrança, é importante ao criar pensar com os olhos no futuro. Um bom logotipo é sempre lembrado por muitos anos e ao passar do tempo, pequenas modificações contribuem para que ele se atualize, mas permaneça sempre o mesmo.

Outro elemento de composição é o símbolo, um sinal gráfico usado para identificar um nome, ideia, produto ou serviço. Strunk (2007) acrescenta que nem toda marca possui símbolo e quando um desenho é associado por um grupo de pessoas a algo além dele próprio, este pode ser considerado um símbolo, como apresentado na Figura 2.

**Figura 2:** Símbolo



Fonte: STRUNK (2007, p. 71)

Para o autor, os símbolos podem ser classificados em dois grupos. Os símbolos abstratos e os símbolos figurativos. Um símbolo abstrato nada apresenta à primeira vista. Seu significado deve ser aprendido. Algumas marcas transmitem o significado de seus símbolos por meio da comunicação em peças de propaganda assim que são lançados para que o consumidor se acostume com a ideia.

Ainda segundo Strunk (2007), os símbolos figurativos podem se apresentar de três naturezas: baseados em ícones, os quais os desenhos são fieis aquilo que pretendem representar. Os que se baseiam em fonogramas são formados apenas por letras. Porém, não são logotipos, já que não são a escrita das marcas que representam. Os baseados em ideogramas têm em seus desenhos a representação de idéias ou conceitos (Figura 3).

**Figura 3:** Símbolos figurativos



Fonte: STRUNK (2007, p. 71)

A assinatura visual para Strunk (2007, p. 76) é uma combinação do logotipo com o símbolo que pode ser usada de forma única ou de variadas possibilidades de combinação, caso haja a necessidade de destacar o logotipo ou o símbolo.

As assinaturas visuais podem ser classificadas em verticais e horizontais, de modo a se adaptar às necessidades da marca.

Além disso, tais arranjos servem para marcar como serão usados esses elementos quanto ao espaço onde serão aplicados tiverem formatos quadrados, horizontais ou verticais (Figura 4).

**Figura 4:** Assinaturas visuais horizontal e vertical



Fonte: sna.saude.gov.br

Como apresentado na Figura 4, percebe-se que a assinatura visual vertical é referente ao símbolo sobre o logotipo. É também aplicada quando a proporção estiver próxima de um quadrado. Já na assinatura visual horizontal se refere à versão do símbolo quando este fica ao lado do logotipo proporcional à figura de um retângulo.

## 4 METODOLOGIA UTILIZADA NA PESQUISA

Para cumprir com o conteúdo teórico proposto neste estudo foi utilizado especificamente pesquisa bibliográfica, que conforme Gil (2008) propõe um levantamento em livros e artigos sobre as teorias já elaboradas por autores a respeito de determinados assuntos, identidade visual, elaboração aplicação de símbolo, bem como definições de manual de identidade visual. Além da pesquisa bibliográfica utilizou-se a pesquisa exploratória.

Gil (1999 *apud* OLIVEIRA, 2011, p. 20), assim define pesquisa exploratória:

A pesquisa exploratória tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, estes tipos de pesquisas são os que apresentam menor rigidez no planejamento, pois são planejadas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

A pesquisa exploratória auxiliou no entendimento do que é o Escritório da Cidadania, sua finalidade e forma de atuação no acolhimento às necessidades das pessoas, seja em torno da inclusão social ou questões de justiça. Desse modo, ampliando o entendimento de seu símbolo de uma forma mais humanizada.

Antes das medidas de distanciamento adotadas pelo Ministério da Saúde entrarem em vigor, foi possível realizar uma visita ao Escritório da Cidadania para colher informações por meio de entrevista, com o responsável, Dario Aragão Neto, para o desenvolvimento do projeto de identidade, assim como a elaboração de seu símbolo e entender sua melhor forma de aplicação. Após esse período, os contatos foram realizados por e-mail e pelo telefone. Cabe mencionar que no primeiro contato a entrevista foi elaborada no formato de *briefing*.

### 4.1 *Briefing*

Segundo Sampaio (2013), o *briefing* pode ser definido como um documento formado por informações sobre a situação de uma marca ou empresa com o intuito de criar soluções para determinado objetivo ou problema. Além disso, adota

estratégias para alcançar resultados finais facilitando o entendimento e resolver problemas e oportunidades para o produto final.

De acordo com Michelena (2009), o *briefing* deve conter informações detalhadas de todos os elementos de identidade visual necessárias para a comunicação interna e externa da instituição visando a sua organização e a difusão de sua marca. O *briefing* pode ser elaborado de diversos formatos, de acordo com o tipo de trabalho a ser desenvolvido, como: produto, gráfico, web, identidade visual e outros (PHLLIPS, 2007).

Bertomeu (2002) reforça a afirmação acrescentando que é possível encontrar *briefings* para fotógrafos, para a mídia, criação, marketing, entre outros, contendo as informações relevantes e adequadas à *atividade a que é destinado*. Segundo o autor, as atividades se dão a partir do *briefing* de comunicação:

De forma objetiva, ressaltamos que, com base nas informações do *briefing* de comunicação, definimos o *planejamento e a propaganda* e, dentro dele, o *briefing de criação*. [...] tal documento busca definir a principal mensagem que a propaganda deve realizar, ou melhor, qual o “foco” que a mensagem deve seguir (BERTOMEU, 2002, p. 30).

O objetivo do *briefing* é conduzir as informações aos profissionais envolvidos no projeto para que a agência produza um material de divulgação que atenda às necessidades definidas pelos representantes da marca (SBCOACHING, 2018). Antes de iniciar qualquer projeto é preciso saber quais serão os objetivos deste.

Segundo o *site* Neilpatel (2020), se caso a empresa não sabe como definir seus objetivos, ela poderá correr riscos por não alcançar os resultados esperados. Portanto, ao realizar o processo de *briefing*, a agência ou profissional de publicidade deve priorizar os objetos principais, perguntando onde o cliente pretende chegar, o que é preciso fazer. Esta questão foi apresentada ao responsável pelo Escritório de Cidadania.

## 5 MANUAL DE IDENTIDADE DO ESCRITÓRIO DA CIDADANIA

De acordo com Cesar (2002), o manual de identidade visual é um conteúdo informativo essencial para apresentar de maneira simples e direta todas as especificações, recomendações e normas fundamentais para a correta utilização da identidade visual. Seu objetivo é preservar as propriedades visuais e facilitar na divulgação e percepção de modo que não deixe dúvidas sobre sua aplicação correta. Deve-se seguir o padrão visual reforçando os conceitos e valores que nele serão apresentados em modo impresso ou em formato digital (BONASSI, 2020).

Portanto, ao criar o manual de identidade visual é importante estabelecer regras que respeitem um padrão de forma simples e preservem a homogeneidade mantendo suas propriedades visuais contendo capa, sumário, identificação, apresentação do conceito, aplicações de fundos variados, cores, tipografia, proibições, pontos de contato e a finalização (CESAR, 2002).

Inicialmente foi estabelecido contato por telefone para marcar uma reunião de *briefing* no dia 9 de março de 2020 ao Escritório da Cidadania no intuito de conhecer o ambiente e compreender como funcionam os serviços e os estágios oferecidos. Nessa visita o responsável pelo setor expressou os conceitos para a elaboração do novo símbolo que acreditava ser interessante transmitir ao público atendido: cidadania, educação, direitos e deveres (APÊNDICE).

Na ocasião, o professor Dario manifestou que não estava satisfeito com a imagem que representava o Escritório da Cidadania, pois a seu ver, necessitava de mudanças que apresentassem mais afinidade com o propósito em atender a população.

Além dos comentários emitidos, ao criar a identidade visual seria preciso manter a personalidade do símbolo, reforçando seus objetivos de comunicação e valores de acordo com os propósitos de sua criação desde o projeto inicial, em 2006, quando iniciou suas atividades.

Desse modo, após a análise das respostas do *briefing* e do símbolo utilizado até o momento em sua comunicação, percebeu-se a necessidade de mudança por

uma imagem que apresentasse mais afinidade com seus propósitos. apresentando conceitos característicos de cidadania, acolhimento, justiça, inclusão social e representatividade.

Devido ao público que utiliza os serviços do Escritório da Cidadania, geralmente pessoas carentes e em grande parte analfabetas, pensou-se que a criação da nova identidade visual deveria ser vista como um caminho para soluções de eventuais problemas. Portanto, o novo símbolo deveria demonstrar mais afinidade com a ideia de acolhimento. A partir do problema identificado integram-se aos demais conceitos de justiça, inclusão social e cidadania.

Assim, a elaboração da identidade visual teve como propósito reconstruir três passos identificados no processo de *briefing*, considerados importantes para o desenvolvimento do símbolo, que são: primeiro, a personalidade do Escritório da Cidadania traçando suas características de acolhimento, justiça e representatividade. O segundo passo trata da inclusão social e o terceiro, a humanização.

Nesse sentido, a base para a criação da nova identidade visual se deu por pesquisa em materiais disponibilizados em sites de empresas e livros especializados nesse assunto com o objetivo de estabelecer regras de padrão visual reforçando os conceitos do manual de identidade visual, como também, a preferência em fundos neutros em formato horizontal.

A composição do manual foi dividida nos seguintes tópicos: capa, sumário, identificação, esboço e conceito do símbolo, malha de construção, limitações do símbolo, limites de redução, cores, tipografia, versões monocromática horizontal e vertical, aplicações sobre fotos, como também aplicações em papel timbrado, crachá, cartão de visita, folder e cartaz para eventos, presentes no próximo capítulo.

### **5.1 Apresentação do símbolo**

Para o desenvolvimento da reestruturação do símbolo foram apontados os conceitos de cidadania, inclusão social, educação e os direitos e deveres de cada cidadão pela educação. A imagem do símbolo a seguir se manteve a mesma desde

2006, o qual foi elaborado pela Divisão de Comunicação e Marketing do UniFOA e publicada pela primeira vez em 2015 na página do Facebook do Escritório da Cidadania (Figura 5).

**Figura 5:** Símbolo do Escritório da Cidadania



Fonte: [facebook.com/escritoriodacidanianounifoa](https://facebook.com/escritoriodacidanianounifoa)

A reestruturação do símbolo propõe como base o globo azul presente na bandeira do Brasil com uma faixa branca cruzando a esfera, pois já que o símbolo atual do Escritório da Cidadania possui uma bandeira seria interessante manter algum de seus elementos para remeter à lembrança do desenho original. Porém, o direcionamento da faixa foi levemente alterado para criar a sensação de avanço, de seguir em frente. No globo foram evidenciadas as iniciais do Escritório da Cidadania. (Figura 6).

**Figura 6:** Esboço do símbolo



Fonte: Elaborado pela autora

O próximo passo foi a criação do manual de identidade visual, no qual foram estabelecidos o uso sobre fundos neutros para não interferir na composição do símbolo e além disso garantir a segurança para que seja aplicado sem distorção.

## 5.2 Grades de construção

Para Strunk (2007, p. 100) a grade de construção serve para apresentar construções geométricas da identidade visual mantendo as proporções corretas de seus elementos e caso seja necessária alguma correção ótica, estes irão manter a mesma visualização. Além disso, serve como referência para a marcação de super ampliações dos elementos para pintura em grandes superfícies. É importante observar que na maioria dos casos de reprodução visual é necessário o uso da grade, diagrama ou malha de construção – como pode ser chamada, para facilitar o processo de construção e mantendo as proporções de cada elemento.

Cesar (2002) observa que o diagrama de construção serve para mostrar em detalhe cada parte ocupada pelos elementos de identidade visual (Figura 7).

**Figura 7:** Grades de construção em versões horizontal e vertical



Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com Michelena (2009, p. 36), a grade de construção deve ser elaborada e estruturada com precisão. Isto é, viabilizando os elementos de identidade visual com ângulos, curvas, primitivas geométricas, entre outros.

### 5.3 Áreas de proteção

A área, grade ou malha de proteção ou influência – como pode ser chamada estabelece a área mínima de proteção em torno dos elementos com o objetivo de minimizar o impacto da identidade e evitar que outras informações atrapalhem a visualização. Segundo Strunk (2007), essa área deve ser observada em relação a outros elementos, textos e desenhos.

Cesar (2002) denomina como área de influência o espaço em branco em volta dos elementos visuais quando utilizados junto a textos, por exemplo. O que torna sua visibilidade maior (Figura 8).

**Figura 8:** Áreas de proteção do símbolo



Fonte: Elaborado pela autora

Para estabelecer o espaço em volta dos elementos é recomendável usar como referência a medida de um deles e replicá-la em proporções. No caso de Escritório da Cidadania, a medida se deu a partir do tamanho do globo.

### 5.4 Limites de redução

Para a aplicação do símbolo em pequenos espaços é necessário reduzi-lo para que não prejudique sua legibilidade. Esta, é definida em medidas mínimas por altura ou largura para a utilização em materiais impressos e meios digitais (pixels), como apresentado na figura 9 a seguir.



Fonte: Elaborado pela autora

O tamanho mínimo do símbolo para aplicação em pequenos espaços para que sua legibilidade não ficasse prejudicada. Este, foi definido pela altura, tanto na versão vertical - 25 mm, quanto na versão horizontal, 15 mm. Portanto, deve ser evitada a aplicação ou redução menores que esses limites.

### 5.5 Tipografia do símbolo

As fontes que fazem parte do desenho do globo foram totalmente desenhadas e a que identifica o nome 'Escritório da Cidadania' foi a Humanst 521 BT, que corresponde a subfamílias Roman. Além disso, é uma tipografia moderna e de boa legibilidade em logotipos interessantes. É uma fonte com perfil quadrado em vez de arredondado (Figura 10).

**Figura 10:** Tipografia do símbolo do Escritório da Cidadania



Fonte: elaborada pela autora

O símbolo do Escritório da Cidadania foi composto a partir de duas fontes tipográficas. Portanto, é possível afirmar que ele se baseia em um fonograma, pois foi formado apenas por letras. Porém, não é um logotipo, já que não é a escrita da marca que representa, como bem disse Strunk (2007).

## 5.6 Cores padrão

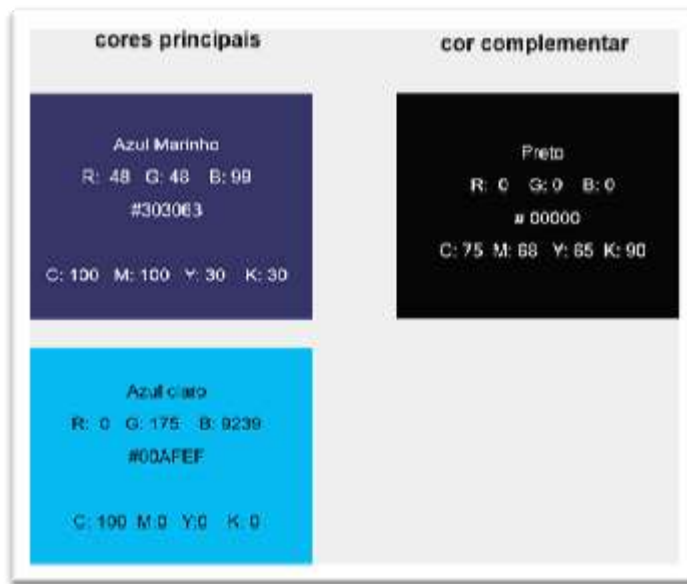
Para Silva (2020), as cores fazem parte de um sistema aditivo utilizado para influenciar características fisiológicas e psicológicas das pessoas. Percebe-se também na finalidade do material onde serão utilizadas as aplicações de projetos gráficos.

Michelena (2009, p. 40), afirma que as cores têm uma grande importância na identidade visual. As cores devem ser cautelosas, planejadas e únicas nas referências e na identificação da instituição.

Para Strunk (2007, p. 704) a comunicação das cores são experiências psicológicas relacionadas diretamente à emoção, de um modo discreto e uniforme. As cores têm diversos tons, luminosidades e saturações que permitem infinitas combinações. É importante lembrar que se existe uma aceitação do público sobre determinadas cores deve-se verificar as da concorrência e pesquisar combinações inusitadas ou não.

As cores empregadas na identificação do símbolo do Escritório da Cidadania do UniFOA são: azul marinho, azul claro e branco. Essas aplicações serão utilizadas em padrões cromáticos, sendo a escala CMYK para materiais impressos, da mesma forma em escala RGB usada em monitores de computador, televisão, câmeras digitais e web (Figura 11).

**Figura 11:** Cores padrão do Escritório da Cidadania



Fonte: Elaborado pela autora

O uso de duas cores proporciona resultados bons e razoáveis, pois nos projetos é viável testar as cores escolhidas que traduzem para o preto-e-branco, não comprometendo a leitura, como por exemplo: empregando elementos institucionais em xerox, anúncios de jornais, fax e outros meios de comunicação internos tornando um material mais barato. Entretanto, em alguns casos o ideal é o uso de policromia, além da impressão em uma cor. É necessário também prever duas ou três cores especiais para garantir bons resultados (ROCKCONTENT, 2020).

### 5.6.1 Versões Monocromáticas

De acordo com Teixeira *et al.* (2007), o uso das cores é um componente importante que merece ter atenção por parte do editor de arte, pois experimentos científicos afirmam que a sensibilidade humana se altera quando exposta às mais

em variadas cores empregadas em projeto gráfico e visual. Além do motivo que as cores para o editor de arte têm como objetivo levar conceitos de sensibilidade relacionando as sensações de alegria com cores vivas em tons azuis, por exemplo, e tristeza em cores pesadas na cor preta.

É necessário criar padrões monocromáticos para a correta aplicação em casos de impressão em uma única cor ou adequação a um determinado fundo. Para isso foram estabelecidos três padrões, como mostra a Figura 12 a seguir:

**Figura 12:** Versões Monocromáticas



Fonte: Elaborado pela autora

Em caso de limitações quanto a variação de tom, o símbolo deverá ser utilizado na cor branca quando em fundo escuro e na cor preto quando em fundo claro.

## 5.7 Aplicações

Quando for aplicar o símbolo sobre fotos e cartazes que prejudiquem de alguma maneira a sua leitura, é necessário aplicar um box no alinhamento à direita

ou tarja branca centralizada, de forma que a leitura do símbolo seja preservada (Figura 13).

**Figura 13:** Aplicações sobre fotografias



Fonte: Elaborado pela autora

As medidas do box obedecem às regras da grade de proteção, apresentadas no manual nas páginas 14 e 15.

#### 5.7.1 Usos proibidos

O uso do símbolo não pode ser alterado, seja nas suas cores, diagramações ou proporções. Na Figura 14 a seguir é possível perceber alguns exemplos de erros que não devem acontecer nas aplicações.



Fonte: Elaborado pela autora

O uso do símbolo não pode ser alterado, seja nas suas cores, diagramações ou proporções. Evite o uso de efeito desfoque na assinatura se elas forem na versão vetical ou horizontal, não rotacionar os elementos, aplicação em fundos escuros, não alterar a cor do símbolo ou tonalidades próximas às do símbolo, não desfocar a imagem, não aplicar sobre as cores heterogêneas, não utilizar outras cores, não alterear a cor do simbolo e principalmente não rotacionar os elementos.

### 5.7.2 Aplicação em material de papelaria

Strunk (2007) afirma que os materiais de papelaria devem apresentar uma relação entre si. Esta, deve se apresentar com mais força nos impressos administrativos e mais leve em folhetos, relatórios e perfis. O autor argumenta que, ao serem elaborados, é importante lembrar que parte destes serão preenchidos posteriormente. Portanto, a simulação de texto informativo deve ser executada nesse momento.

De acordo com Michelena (2009, p. 52) o cartão de visita serve para ilustrar como se comportam os elementos de identidade visual, o qual deve ser atraente e conter todas as informações de contato do usuário necessárias para captar a atenção do consumidor, tornando um negócio facilmente encontrado. Além disso

pode ser reforçado com clareza e resultados estéticos durante a impressão como reforçar a credibilidade, legibilidade e profissionalismo. A medida padrão do cartão de visita é o formato 90x50 mm (Figura 15).

**Figura 15:** Cartão de visita do Escritório da Cidadania



Fonte: Elaborado pela autora.

Tanto o símbolo quanto o endereço - composto pela tipografia complementar Myriad Pro em corpo 6, foram alinhados à esquerda do cartão, ao alinhamento à esquerda, foi sugerida a impressão em papel *couchê* fosco branco, 300g com laminação fosca frente e verso.

A composição do crachá no formato 5,4 cm x 8,6 cm foi estabelecida a partir do símbolo disposto horizontalmente e centralizado ao alto. Já na borda de baixo o Nome no corpo 18 em tipografia Myriad Pro semibold e função na mesma fonte em corpo 12 regular (Figura 16).

**Figura 16:** Aplicação de crachá do Escritório da Cidadania



Fonte: Elaborado pela autora

O papel timbrado foi estabelecido em formato ABNT A4: 210 x 297 mm. O símbolo do Escritório da Cidadania foi alinhado à esquerda ao seu lado, o endereço composto do alfabeto padrão, MyriadPro, corpo10 regular. Ao final da folha, o endereço eletrônico foi disposto de forma centralizada. (Figura 17).

**Figura 17:** Aplicação do papel timbrado do Escritório da Cidadania



Fonte: Elaborado pela autora

A produção do folder deve ser baseada no conceito de padronização de papel e impressão, definindo o formato 100mm x 97 mm com três dobras. No material, o papel deverá ser em couchê 300g, cores frente e verso com laminação fosca frente e verso (Figura 18).

**Figura 18:** Aplicação do folder com três dobras



Fonte: Elaborado pela autora

As aplicações apresentadas nesse trabalho são suficientes para a correta utilização do manual de identidade visual. Caso ocorrer a necessidade de outras não previstas torna-se necessário uma consulta com o profissional responsável.

## 5.8 Arquivos

A seguir foram estabelecidas as possibilidades de arquivos que contribuem para a orientação daqueles que irão elaborar algum material baseado nas informações do manual, como os envolvidos com o Escritório da Cidadania, funcionários de departamentos do UniFOA e fornecedores, como gráficas.

COREL DRAW 2020 - aplicativo para fazer ilustração, criação de layout de página, além disso possibilita a criação e manipulação de diversos produtos, tais como desenhos artísticos, logotipos, capas de revistas e livros.

PDF - arquivo desenvolvido para formato de documento portátil utilizado para visualizar impressões de documentos, imagens e apresentar documentos independentemente de software, hardware ou sistema operacional e pode ser apresentado em qualquer sistema operacional.

PNG - formato utilizado para imagens em *bitmap* com transparência. É capaz de se adequar em qualquer fundo de um site, apresentação, vídeos e programas de edição de imagem e produção gráfica.

JPEG - formato que serve para comprimir imagens fotográficas ou imagens para redes sociais, pode ser ajustado conforme o tamanho da peça.

ADOBE PHOTOSHOP - utilizado para fazer aplicações de mockups, ou seja, uma representação para fazer aplicações em formatos de papelaria para inserir no Manual de identidade visual.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As questões voltadas à percepção de vulnerabilidade estão estritamente condicionadas à ausência ou precariedade no acesso à renda, mas atreladas também às fragilidades de vínculos afetivo-relacionais e desigualdade de acesso a bens e serviços públicos. O termo vulnerabilidade se tornou mais difundido após inúmeras discussões a esse respeito por parte de autoridades e da sociedade, evidenciando-se o contexto social em que cidadãos vivem com insuficiência ou sem seus direitos garantidos.

Apesar de medidas tomadas pelo governo, políticas públicas e assistenciais ainda não são suficientes para o atendimento de toda a parcela da sociedade em situação de vulnerabilidade e fragilidade socioeconômica. Nesse trabalho, foi demonstrado que o direito do cidadão resulta na responsabilidade de outro e a consciência adquirida desde a infância até a fase adulta são marcantes na vida de cada cidadão.

Com o propósito de apoiar pessoas em situação de vulnerabilidade na região Sul Fluminense, o Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA fundou em 2006 o Escritório da Cidadania, um núcleo de prática profissional dos cursos de graduação que oferece atendimento à sociedade de forma gratuita em questões jurídicas, sociais, contábeis, administrativas e recursos humanos, com o objetivo de atender às demandas da população. Este, manteve a mesma identidade visual desde o início, há 14 anos. A importância dos serviços sem fins econômicos oferecidos pela instituição age diretamente no sentido de diminuir a desigualdade social, e por consequência contribuir para um país mais justo e conseguir resultados em longo prazo.

Mediante o exposto, constatou-se a necessidade de reestruturação do símbolo e elaboração de um manual de identidade visual para o Escritório da Cidadania para que sua visibilidade quando inserido em materiais de divulgação promova o diálogo entre a instituição e a comunidade, aumentando sua visibilidade, uma estratégia viável para ajudar na sua divulgação e reconhecimento perante a população mais vulnerável, cuja intenção é a representatividade dos conceitos de cidadania e inclusão social.

Para cumprir a proposta apresentada foram identificados, após a realização de um *briefing* junto aos responsáveis pelo setor, os elementos visuais que melhor se adequassem à composição da nova identidade visual.

Além da finalidade aplicativa do manual, o trabalho se justifica pela necessidade de ações que tratem de forma acadêmica o assunto, podendo servir como referência de estudo para trabalhos posteriores que venham contribuir para a disseminação de questões que valorizem ações sociais no meio acadêmico. Espera-se, portanto que a revitalização do símbolo e a elaboração do manual de identidade visual contribuam para a melhor visibilidade do Escritório da Cidadania e que os serviços oferecidos por ele alcancem a devida visibilidade no sentido de conscientizar toda a sociedade sobre a importância dos verdadeiros valores de cada cidadão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASENSI, Felipe Dutra. **Direito garantido é direito exercido?** A cidadania e a “marca da origem” no Brasil. Encontro nacional do CONPEDI, 2007. Disponível em: [http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/bh/felipe\\_dutra\\_asensi.pdf](http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/bh/felipe_dutra_asensi.pdf). Acesso em: 27 maio 2020.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. São Paulo: Futura, 2002.

CARMO, Michelly Eustáquia; GUIZARDI, FranciniLube. **O conceito de vulnerabilidade e seus sentidos para as políticas públicas de saúde e assistência social**. Cadernos de Saúde Pública vol.34 nº 3, Rio de Janeiro, 2018 Epub Mar 26, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/csp/v34n3/1678-4464-csp-34-03-e00101417.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2020.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 5. ed. São Paulo: Futura, 2000.

DESIGN CULTURE. **Branding, Marca e Identidade Visual**. Disponível em: <<https://designculture.com.br/branding-marca-e-identidade-visual>> Acesso em: 13. set. 2020.

DIÁRIO DO VALE. **Escritório da Cidadania faz 10 mil atendimentos ao ano**. Disponível em: <https://diariodovale.com.br/cidade/escritorio-da-cidadania-faz-10-mil-atendimentos-ao-ano/>> Acesso em: 29 jun. 2020.

FERNANDES, Marcelo Costa; SILVA, Lucilane Maria Sales da; MACHADO, Ana Larissa Gomes; MOREIRA Thereza Maria Magalhães. **Universidade e a extensão universitária: a visão dos moradores das comunidades circunvizinhas**. Educação em Revista | Belo Horizonte | v. 28 | n. 04 | p. 169-194| dez. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/edur/v28n4/07.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2020.

FILHO, Paulo. **Atendimento à família e indivíduos em situação de risco e vulnerabilidade social**. Disponível em: <<https://www.gesuas.com.br/blog/atendimento-risco-e-vulnerabilidade>> Acesso em: 19 maio 2020.

GAUD MARKETING. **Identidade visual**: como fortalecer a marca da sua empresa. Disponível em: < <https://gaud.com.br/blog/como-fortalecer-a-sua-identidade-visual/>> Acesso em: 26 ago. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE. **Desigualdades sociais por cor ou raça no Brasil**. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf)> Acesso em: 17 jun. 2020.

INCURSOS. Notícias. **Saúde / Multidisciplinar**. Disponível em: <<http://www.incursos.net/noticias/20022019/auxilio-da-ciencia-na-solucao-de-crimes-e-acidentes/>> Acesso em: 29 jun.2020.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2012.

LIMA, C. L. D. C. **O papel da extensão na universidade**. Santos: Leopoldianum. 2003.

LOPES FILHO, Arthur Rodrigo Itaquí; OST, Sheila Beatriz; BONETE, Wilian Junior; CRISOSTOMO, Alessandro Lombardi; VARANI, Gisele; MARIN, Guilherme; GOMES, Juliano Belém; PEREIRA, Priscila dos Santos; SCARANO, Renan Costa Valle; MARTINS, Silvia Santiago; RODRIGUES, William Gustavo. **Ética e cidadania**. 2. ed. Porto Alegre: Sagah, 2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **fundamentos de metodologia científica**.5. ed. - São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em:<[https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy\\_of\\_historia-i/historia-ii/china-e-india](https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india)>Acesso: 28 jun.2020.

MARTINS, José Roberto. **Branding**. São Paulo: Negócio Editora, 2000.

MOTA, Gustavo. **Identidade visual**: um conceito fundamental para o seu negócio. Disponível em: <https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/identidade-visual/identidade-visual->



SBCOACHING. **Briefing**: o que é, benefícios, como fazer e exemplos. Disponível em:

<<https://www.sbcoaching.com.br/blog/briefing/#:~:text=Para%20o%20autor%20Rafael%20Sampaio,recursos%20para%20atingi%2Dlos%E2%80%9D.>> Acesso em: 28. ago. 2020.

SER, Instituto. **Vulnerabilidade social**: entenda o que caracteriza o conceito. Disponível em: <https://sermais.org.br/vulnerabilidade-social/>> Acesso em: 17 jun. 2020.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Educação e universidade**: conhecimento e construção da cidadania. Interface - Comunic, Saúde, Educ, v. 6, n. 10, p.117-124, fev. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/icsv/6n10/15.pdf>. Acesso em: 29 jun.2020.

SILVA, Nara. **Rgb e Cmyk**. – Principal diferença entre sistema rgb e cmyk. Disponível em: <<https://www.futuraexpress.com.br/blog/rgb-e-cmyk/>> Acesso em: 31. out. 2020.

SMARTALK. **Identidade Visual**: o que é e qual a importância para a sua empresa. Disponível em: <<https://smartalk.com.br/blog/identidade-visual/>> Acesso em: 29 jul. 2020.

STRUNK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. Rio de Janeiro: Rio Books,2001.

TEXEIRA, Felipe Colvara; SILVA, Roberta Del-Vechio de Oliveira e; BONA, Rafael José. **O processo de desenvolvimento de uma identidade visual**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0187-1.pdf>> Acesso em: 11. ago. 2020.

UNIFOA.COM. **Escritório da Cidadania**. Disponível em: <<https://www.foa.org.br/escritorio-cidadania>> Acesso em: 29 jun.2020.

XIMENES, Daniel de Aquino. **Vulnerabilidade social**. In: OLIVEIRA, D.A.; DUARTE, A.M.C.; VIEIRA, L.M.F. DICIONÁRIO: trabalho, profissão e condição docente. Belo Horizonte: UFMG/Faculdade de Educação, 2010. CDROM. Disponível em: <https://www.gestrado.net.br/pdf/235.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2020.

ZNZ, Redação. **Humanização da marca**: a mais nova arma de branding no Brasil. Disponível em: <<https://estrategiadeconteudo.com.br/branding/humanizacao-da-marca-a-mais-nova-arma-de-branding-no-brasil/>> Acesso em: 10 ago. 2020.

## **APÊNDICE**

### **Briefing Elaborado**

Este briefing foi elaborado antes das medidas de distanciamento adotadas pelo Ministério da Saúde entrarem em vigor. No dia 09 de março de 2020 foi realizada uma entrevista no Escritório da Cidadania para colher informações importantes com o responsável pelo Escritório da Cidadania – Núcleo de práticas Profissionais do UniFOA e também pelo Núcleo de Cultura, Artes, Esporte e Ação comunitária, como também professor e advogado Dario Aragão Neto, para o desenvolvimento do Manual de Identidade Visual, assim também para a elaboração do símbolo e entender sua forma de aplicação. A seguir as seguintes perguntas:

### **Quem fundou o Escritório da Cidadania?**

Foi presidente da Fundação Oswaldo Aranha Dauro Peixoto Aragão, junto com Doutor Eduardo Guimarães Prado que idealizou o Escritório da Cidadania e trabalha com assessoria jurídica e hoje atual vice-presidente da FOA.

### **Como surgiu, quando e qual a proposta do Escritório da Cidadania?**

Iniciou em 2006 um núcleo de prática profissional (NPJ) composto por cursos da área de Humanas e Sociais Aplicadas no intuito de oferecer atendimento gratuito à comunidade externa do município de Volta Redonda e outros em seu entorno em questões jurídicas, sociais, ciências contábeis, direito, administrativas, de recursos humanos, além de prestar serviços de comunicação em jornalismo e publicidade oportunizando aos alunos a participação em programas de educação interdisciplinares para o exercício da cidadania.

Em setembro de 2007 o professor Dario Aragão Neto assumiu a responsabilidade pelo Escritório da Cidadania do UniFOA em abordar as práticas jurídicas que, em 2008 estabeleceu parceria com a Defensoria do Estado para aumentar o número de vagas para alunos com o propósito de desenvolver a defensoria de forma remunerada de estágio. Em 2010 começou a funcionar a

Defensoria Pública da União (DPU) junto à Defensoria Pública do Estado, incumbindo-lhe a orientação jurídica e a defesa dos necessitados perante o poder judiciário da União (a Justiça Federal, a Justiça Eleitoral, a Justiça do Trabalho e a Justiça Militar), atendendo pessoas carentes, vítimas de violência doméstica, moradores de rua, vítimas de homofobia e comunidade quilombolas.

### **Que tipo de serviço presta?**

O Escritório da Cidadania é um núcleo de prática profissional dos cursos da área de Humanas e Sociais Aplicadas do UniFOA. Oferece atendimento gratuito em questões jurídicas, sociais, contábeis, administrativas, de recursos humanos e ainda presta serviços em comunicação como jornalismo e publicidade, para a comunidade externa de Volta Redonda e região.

Desta forma, os usuários atendidos são bem orientados sobre seus direitos, cumprem corretamente seus deveres, enquanto os alunos dos diversos cursos participam de programas de educação interdisciplinares para o exercício da cidadania.

### **Quais são os cursos desenvolvidos pelo Escritório da Cidadania?**

Ciências contábeis, administração e serviço social. O NPC - Núcleo de Práticas Contábeis - desenvolve a prática profissional dos alunos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, por meio de ações promovidas em parcerias com empresas locais, e no atendimento à comunidade externa com orientações específicas nestas áreas.

### **Quem são seus clientes? Possui informação sobre classe social, religião, idade e sexo?**

Pessoas carentes que passam por necessidades financeiras que não tem condições de ter um advogado, um contator ou reformulação a associação. Esse grupo de pessoas ou indivíduos precisam de recursos para se sustentar, pois não

tem condições de pagar por esses serviços. São pessoas consideradas vulneráveis e tem dificuldades de ter seu próprio dinheiro.

### **Quando e por quem foi elaborado o símbolo do Escritório da Cidadania?**

Há 14 anos, pela Divisão de Comunicação e Marketing do UNIFOA.

### **Que tipo de conceito pretende ser passado ao público a serem passados aqui?**

Apresenta os conceitos de cidadania, educação, os direitos e deveres de cidadãos pela educação. Além disso, todo cidadão adquire a consciência de praticar o exercício dos direitos civis, políticos e sociais. Tendo acesso à educação, saúde, dignidade, deveres sociais, públicos e na sua família. Além disso, existe um grupo de pessoas com o objetivo de construir novos conhecimentos para melhorar a sociedade exercendo ações solidárias tais como: bazar, visita aos asilos, compras de remédio e mantimentos e investimento também em aluguel de casa onde voluntários se unem para ajudar o próximo.

E a partir daí nasce o projeto de extensão de tutelas coletivas com o objetivo de atender às necessidades das comunidades do terceiro setor. Existe há 10 anos e, atualmente atende a 12 instituições, dentre elas grupos religiosos, portadores de doenças graves, e minorias de gênero. Atendemos também pessoas e indivíduos que acessam a aposentadoria, que quer fazer um divórcio, ou vítima de violência doméstica que são direitos individuais.

Quando ampliou o NPJ (Núcleo de práticas jurídicas), seu objetivo principal é o atendimento à população carente, cuja renda não exceda dois salários mínimos. O escritório da cidadania como um todo participa dessa ação atuando no direito coletivo dentro de uma associação e na regularização para ajudar o público. De acordo com o professor Dario Aragão, essa associação tem como objetivo um núcleo de pessoas, a qual estará no estatuto deles. Onde a defesa de direitos e portadores de câncer e outras doenças e crianças com autismo ou até mesmo familiares e amigos que tenham suporte para que cidadão possam conviver bem.

Nesse sentido, em 99 % das associações são religiosas como: centro espírita, kardecista, centro espírita de candomblé, umbanda, igreja evangélica, igreja pentecostal e igreja cristã atuam para difundir a doutrina e aquela associação em si. Porém, a maioria delas quase 100% existe um divulgador e trabalho social para atender um grupo de pessoas que na maioria das vezes são indiscriminadamente de uma forma geral. Como resultado, o Escritório da Cidadania oferece suporte, atendimento médico para as pessoas que foram vítimas de violência doméstica, homofobia e outros grupos. Além de terem apoio em associações religiosas que apoiam, trabalham e acompanham o terceiro setor e também OGS.

### **O núcleo de práticas jurídicas possui parcerias ou algum convênio?**

Sim. Em 2007, a defensoria do Estado realizou um convênio para aumentar o número de vagas de estágios para os alunos praticarem a defensoria de forma remunerada. Estabelecendo um contrato exclusivo com a Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro, com o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro e com o Núcleo de Primeiro Atendimento no Juizado Especial Cível de Volta Redonda e Pinheiral.

Em 2010, iniciou-se a defensoria Pública Federal e a Defensoria Pública da União (DPU), onde a instituição pudesse estabelecer funções judiciais do estado, incluindo a orientação jurídica em defesa dos necessitados perante o Poder Judiciário da União, a Justiça Federal, a Justiça Eleitoral, a Justiça do Trabalho e a Justiça Militar.

No entanto, atendendo não só pessoas carentes da região, como também grupos étnicos comunitários, comunidades quilombolas e outras atividades práticas na comunidade. Além disso, o Núcleo de práticas jurídicas possui parcerias com as prefeituras em atendimentos sociais, promovendo jornadas de conciliação e mediação dos processos e supervisionados pelos professores na área familiar com: separação, divórcio, guarda e pensão alimentícia. No cível com: ações indenizatórias, possessórias, cobrança, despejo e também na área trabalhista com:

ações de competência da Justiça do Trabalho.

O Escritório da Cidadania engloba os núcleos de Prática Jurídica, Contábil, RH e Administração; Serviço Social, Comunicação Social, Pesquisa e Extensão.

**Qual a carga horária mínima de estágio o aluno deve cumprir semanalmente?**

O aluno deve cumprir estágio obrigatório com carga horária mínima de duas horas semanais, totalizando noventa horas semestrais exigido pelo MEC por determinação da Educação e Cultura - Portaria nº 1.886/94 (DO de 04/01/95).

**Existe algum critério quanto à renda mínima para atendimento a pessoas carente?**

Sim. O Núcleo de Práticas Jurídicas - NPJ é base para a Prática Forense e seu objetivo principal é o atendimento à população carente, cuja renda não exceda dois salários-mínimos.

**O núcleo possui um símbolo, qual é o motivo para a mudança?**

Sim. O responsável afirma que não está satisfeito com a imagem que apresenta hoje. E declara também que necessita de uma identidade visual mais adequada para a instituição com o objetivo de estar mais conectados como os propósitos realizados desde de 2006 até o momento presente, de modo que apresente a proposta destinada a associação do terceiro com finalidade em atender a população.

**Tem algo a destacar na composição do símbolo?**

O responsável relata na preferência de ser surpreendido. E destaca na humanização, acolhimento, inclusão social e ressalta nas iniciais para uma imagem que diga mais.

**Que características, atributos e adjetivos gostariam que o novo símbolo transmitisse?**

Características de cidadania, acolhimento, justiça, pois apresenta o povo pobre, o povo preto e o povo que não possui visibilidade e por serem discriminados.

**Existe alguma preferência por cores, ou quer que alguma cor da marca atual – esteja presente na nova?**

Não. O cliente prefere a cor azul e branco. E padronizando como referência as cores do UniFOA.

**Há alguma restrição quanto ao uso de alguma cor?**

Verde e amarelo. Por quê: não condiz com os propósitos apresentados pelo Escritório da Cidadania.

**Quais os itens prováveis nos quais a identidade visual será aplicada?**

Os itens prováveis para a comunicação são: cartão de visita, papel timbrado, crachá, aplicação de cartazes para eventos e folder.

**Quais são as mídias que o Escritório da Cidadania utiliza para sua divulgação? É orgânico ou pago?**

Utiliza-se o facebook e o instagram. Inicialmente é utilizada organicamente pelo responsável as atividades complementares, minicursos e debates na plataforma teams.

**Quantos acessam o Escritório da Cidadania pelo site da FOA?**

Acredita-se, que são aproximadamente 28.629 pessoas que visitam a página do facebook do UniFOA e 403 pessoas visitam a página do Escritório da Cidadania.

**De que forma o público tem acesso ao Escritório da Cidadania. Ou seja: Como o escritório é divulgado?**

A divulgação é realizada pelo WhatsApp, facebook e também exposições internas na instituição com distribuição de cartazes que os próprios voluntários se interessam em participar. O responsável relata, que é um trabalho amador, pouco profissional, artesanal e normalmente a comunicação é feita boca a boca.

Porém, o público não é tão grande e necessita de divulgação, pois encontra dificuldades em encontrar pessoas que estejam interessadas participar dos encontros culturais que normalmente acontecem no sábado à tarde.