

REFORMULAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA EDITORA DA FURG: CRIAÇÃO DE LOGO E MANUAL DE APLICAÇÃO

SILVA, Murilo Santos Borges; FORTES, Yasmin Mariane Flauzino;

PIANOWSKI, Fabiane;
fabiane.pianowski@gmail.com

Palavras-chave: Identidade visual; Manual de marca; Logo; Editora da FURG;

1 INTRODUÇÃO

A identidade visual de uma marca é fundamental para a sua comunicação, pois ela transmite a essência da marca para o público em todos os pontos de contato. Em um cenário de constante modernização e inovação, a Editora e Gráfica da FURG (EDGRAF) embarcou em um processo de reformulação de sua identidade visual, com criação de uma nova logo para refletir essa nova fase e seu compromisso com a excelência editorial. O desenvolvimento de um manual de identidade visual para a nova marca se fez necessário para auxiliar na aplicação correta das artes gráficas do projeto, garantindo a coerência e a estabilidade da comunicação visual em diferentes suportes.

Este trabalho tem como objetivo apresentar o processo de criação da nova logo da Editora FURG, bem como a elaboração do manual de identidade visual. Serão abordadas as etapas da concepção, análise e aplicação dos elementos visuais, como formas, cores e tipografia, que foram pensados para transmitir uma imagem contemporânea e alinhada com os valores da Universidade Federal do Rio Grande.

2 METODOLOGIA

Para criar a nova identidade visual da FURG, a gente usou uma metodologia de projeto de design, sendo dividida em fases para garantir a coerência e a relevância da nova marca. O processo iniciou com uma reunião com a equipe do Núcleo de Artes Visuais em Estudo (NAVE) para compreender as demandas, o histórico e os valores que a nova logo deveria representar, como a modernidade e a inovação.

Com base nas informações coletadas, partimos para a fase de criação, examinamos a logo antiga e elaboramos esboços para a nova logomarca. Durante essa etapa, foram definidos o planejamento da tipografia, das cores e das formas, com o objetivo de criar uma identidade que simboliza a missão de promover

conhecimento e cultura. Para a produção do material gráfico foram utilizados softwares de edição como o Inkscape e o Affinity Designer.

O procedimento de análise e revisão do material foi feito com a apresentação do projeto ao grupo NAVE, onde a equipe revisou e discutiu possíveis alterações. A partir da aprovação final, o projeto seguiu para a elaboração do manual de identidade visual, no qual serve como guia para a aplicação correta de marca em diferentes suportes de comunicação, como materiais impressos e digitais. Neste caso, o manual tem o papel de auxiliar às pessoas a aplicar a logo da Editora da FURG em variados suportes de maneira que preserve a coerência estética da comunicação visual.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir das versões apresentadas ao grupo NAVE, houve a elaboração da versão final da logo (Figura 1) na qual foi desenvolvida com base na identidade visual já estabelecida da universidade, mantendo a cor de HEX BF0A25 também utilizada nas assinaturas complementares das unidades administrativas como a Pró-Reitoria De Extensão E Cultura (PROEXC) e a fonte institucional Lato Black e Regular. Além disso, a nova logo surge com algumas referências visuais da versão anterior (Figura 2) como, por exemplo, a disposição de livros em uma estante

Figura 1 - Logo atual da Editora FURG



Fonte: Acervo da Editora

Figura 2 - Versão anterior da logo da Editora FURG



Fonte: Acervo da Editora

Adicionalmente, foi desenvolvido o manual de identidade visual com as mesmas cores institucionais determinadas para a logo, abordando tópicos como História da EDGRAf, Marca e fonte, Políticas de uso, Cores, Usos indevidos, e etc.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reformulação da identidade visual da Editora e Gráfica da FURG representou um marco no fortalecimento de sua comunicação institucional. A criação da nova logo, em sintonia com a identidade da universidade, aliada ao manual de identidade visual, garante a aplicação correta da marca em diferentes contextos, fortalecendo sua presença institucional. Esse processo evidencia a importância do design gráfico como ferramenta estratégica para a consolidação da imagem da editora e para o fortalecimento de sua atuação na difusão de conhecimento e cultura.

5 REFERÊNCIAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG). *Manual de identidade visual*. Rio Grande: Secretaria de Comunicação, 2018.