

IDENTIDADE VISUAL: CONSTRUÇÃO DO MANUAL DO ECONOBYTES

SILVA, Murilo Santos Borges; GONÇALVES, Diogo dos Santos

RACHE, Rita Patta

murilopxz@gmail.com

Universidade Federal do Rio Grande – FURG

Palavras-chaves: ~~Identidade Visual~~; Núcleo Artes Visuais em Estudo – NAVE;
~~Manual~~; Comunicação Visual; Projeto; Logo

1 Contexto do relato

Entre outubro de 2022 e junho de 2023, o Núcleo Artes Visuais em Estudo, o NAVE, realizou o desenvolvimento do manual de identidade visual do Econobytes, que é um projeto de extensão do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis da FURG e tem a missão de capacitar as pessoas através do ensino de linguagem de programação e softwares utilizados na área dos cursos de forma gratuita, simples e democratizando a educação. Sendo assim, irei relatar como foi a elaboração da nova identidade visual do projeto.

2 Detalhamento das atividades

Para desenvolver a identidade visual de uma marca é necessário conhecer tudo o que ela quer passar para o público e quem ela é. Dessa forma, a concepção do projeto começou com uma reunião remota para conhecer o Projeto Econobytes e ouvir quais eram suas demandas. A partir dessa troca de ideias, decidimos criar outra logo através do modelo que eles utilizavam, criar uma mascote e finalizar com o manual de identidade visual.

Depois de decidido, partimos para a parte prática. Para produção das artes gráficas, primeiro analisamos o material gráfico do projeto, depois de analisar o que reutilizaríamos do material, elaboramos um esboço da logo e mascote, planejamos a

colocação de cada elemento como tipografia e cores. Após essa etapa, passamos o esboço produzido para os programas de edição de imagem, como o *Affinity Designer*, *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*.

Depois que consideramos o material gráfico pronto, apresentamos para todo o grupo do NAVE, analisamos os arquivos e decidimos o que poderia ser alterado ou acrescentado. Ao finalizarmos a “revisão”, começamos a elaboração do manual de identidade visual.

3 Análise e discussão do relato

Wheeler (2008) define identidade visual como a comunicação da essência da marca considerando-se todos os seus pontos de contato com o público. Para ela, a identidade visual “[...] começa com um nome e um símbolo e evolui para tornar-se uma matriz de instrumentos e de comunicação.” (WHEELER, 2008, p. 14). Sendo assim, a identidade visual também irá facilitar que a marca/projeto se faça presente na memória das pessoas, pois, vivemos em sociedade de consumo onde muitos oferecem produtos semelhante. Portanto, os projetos precisam se posicionar principalmente em seu visual, ou seja, ao ter um visual forte e atrativo ao público, o projeto já avança a frente na memória das pessoas, principalmente quando precisar adquirir um produto do segmento.

Primeiramente, começamos pelo logotipo (Fig. 1), que por sua vez, apresenta a escrita do nome, sendo constituído por um tipo de fonte tipográfica específica. A nova fonte foi pensada com a ideia principal de simplicidade, porém, sem que seus dois pilares - economia e tecnologia, fossem ocultados. Sendo assim, houve a estilização do primeiro “E” e do “S”, essa estilização foi feita pensando em uma forma de escrita presente na internet chamada *leet* (ou L337).

Criada por internautas na década de 80 e popularizada principalmente no final dos anos 90 e início dos 2000, *leet* é substituição de letras do alfabeto por números e símbolos semelhantes à determinadas letras. Portanto o “E” se tornou um três ao contrário - feito assim para facilitar a compreensão - e o “S” tornou-se um cifrão,

funcionando perfeitamente para remeter à economia. Assim a tipografia selecionada na criação foi a Code Next Extra Bold.

Figura 1 – Fonte nova do Projeto Econobytes



Fonte: O autor

De acordo com Gordon B e Gordon M. (2003, pg. 54), “a cor pode ser usada como apelo, inspiração, entretenimento, foco, ou para assinalar uma identidade”. Portanto, os elementos gráficos aos quais o nome se sustenta foram pensados da união de duas ideias: janelas juntas, de algum sistema operacional para computador, e notas de dinheiro - assim como os elementos verdes - juntas, levemente inclinadas para simbolizar agilidade. A cor roxa, que sustenta o logo, foi adicionada principalmente para contrastar com o verde e trazer força para a identidade como um todo.

Além disso, o NAVE criou uma mascote (Fig. 2) para a Econobytes com cores idênticas à logo, a mascote apresenta três variações em seus acessórios.

Figura 2 – Mascote do Econobytes



Fonte: O autor

Após o desenvolvimento da identidade visual, elaboramos o manual, que é o documento que auxilia na aplicação correta das artes gráficas do projeto e que permite padronizar as utilizações em diferentes suportes. O principal objetivo desse manual é preservar a coerência e estabilidade da comunicação visual mantendo suas propriedades gráficas, visuais, identificação e reconhecimento, independentemente do lugar onde ela for aplicada.

4 Considerações finais

Este trabalho teve a finalidade de desenvolver uma identidade visual sólida e bem definida para o projeto Econobytes, e demonstrar como os princípios da comunicação visual podem contribuir para elaboração desta identidade. Além disso, apresentamos um manual que facilitará a criação de todos os materiais gráficos do projeto, auxiliando os integrantes do grupo a aplicarem seu logo e mascote corretamente.

Desenvolver este projeto foi muito importante para minha caminhada acadêmica e profissional, por me proporcionar a conhecer a complexidade que envolve a concepção de uma identidade visual, pois, envolve um longo processo de conversa, pesquisa, análise de dados e criação. Relembrando que o importante em relação aos resultados é, segundo Fuentes (2006, pg, 53) “a certeza de que tanto no acerto quanto no erro tenha-se trabalhado seriamente para obter o melhor resultado possível”.

5 REFERÊNCIAS

- WHEELER, A. **Design de identidade da marca**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- GORDON, Bob; GORDON, Maggie. **O guia completo do design gráfico digital**. Lisboa: Livros e Livros, 2003.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Rosari, 2006.