



## Análise de significados e formas dos signos tipo-ícono-gráficos de identidade visual corporativa do Instituto Federal Fluminense

*Cleyton Souza Nunes, Luiz Claudio G. Gomes*

Cada uma das partes da marca gráfica deve comportar a mesma identidade do todo, uma vez que somente a partir desta coordenação é crível a sua aparência como uma manifestação verdadeira de sua identidade. Ela é envolvida por um simbolismo que pode ser analisado a partir de diferentes pontos de vista; na presente pesquisa, propõe-se a análise da marca gráfica a partir do estudo simbólico dos elementos que a constituem. O objetivo do presente projeto é analisar a existência ou não de alguma frequência logotípica e/ou simbólica no conjunto de identidade visual do IF Fluminense. A pesquisa na qual se centra este projeto recorrerá a uma micro análise exaustiva do discurso logosimbólico a partir da aplicação sistemática de um modelo previamente desenhado para uma mostra selecionada do universo de estudo, muito embora os projetos de comunicação de uma mesma entidade são desenvolvidos por diferentes designers (ou empresas) sem qualquer fio condutor que os una e sem respeito às normas de identidade. Os signos *identificatórios básicos* configuram parte fundamental na identificação institucional, entre eles encontram-se o nome, o logotipo e o símbolo. Devido à extensão do nome do Instituto Federal Fluminense ele é considerado *descritivo*. Em função disso, seu logotipo ganha característica pouco convencional já que, além do extenso nome, a ele são agregadas outras expressões, como *Reitoria* e *Campus*; define-se como a versão gráfica estável do nome da marca ou a versão visual gráfica do nome puramente verbal. Ao se observar as marcas gráficas – todas criadas após a transformação da instituição em Instituto Federal – é possível detectar a predominância das cores institucionais em um terço delas, enquanto que o terço seguinte é formado por uma mescla das cores institucionais com outras (secundárias) e o terço final (aproximadamente) com cores alheias às instituídas. Além das fontes tipográficas, formas geométricas constituintes da marca gráfica e, por conseguinte, da identidade visual dos Institutos Federais, nossa análise considera o manual de identidade visual do IF Fluminense que detalha suas particularidades, incluindo tipografia própria para sua unidade gráfica. Ao se observar apenas o aspecto formal é possível notar que a marca gráfica dos Institutos Federais muito pouca influência exercer sobre os projetos de identificação visual no IF Fluminense. Por outro lado, a família tipografia *Gill Sans* e a tipografia própria (“Fluminense”) foram amplamente consideradas.

Palavras-chave: Identidade Visual Institucional, Instituto Federal Fluminense, Design Corporativo.

Instituição de Fomento: Instituto Federal Fluminense