



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E IDENTIDADE INSTITUCIONAL: A CONSTRUÇÃO DO MANUAL DE MARCA DO CITYLIVINGLAB

Emily Hilda Rauschkolb (ITI/CNPq-MAI/DAI), Ana Cristina Fachinelli Bertolini (Orientador(a))

A comunicação científica é fundamental para aproximar a produção acadêmica da sociedade, tornando informações especializadas mais acessíveis a diferentes públicos e fortalecendo a relação entre ciência e sociedade. Inserido nesse contexto, o CityLivingLab, grupo de pesquisa vinculado aos Programas de Pós-Graduação em Administração e em Planejamento e Gestão de Cidades Sustentáveis da Universidade de Caxias do Sul, atua como um ambiente de pesquisa, inovação e colaboração voltado ao desenvolvimento e à cocriação de soluções para desafios urbanos. Por meio da integração entre universidade, empresas, poder público e sociedade, o CityLivingLab busca contribuir para o desenvolvimento de cidades mais conscientes e sustentáveis, conectando conhecimento, pessoas e dados para gerar transformação real. Contudo, diante da diversidade de públicos com os quais se relaciona, torna-se fundamental alinhar e fortalecer seu posicionamento por meio da construção de um manual de marca. A identidade institucional é composta por elementos que expressam a essência, os valores e os atributos de uma organização, influenciando a forma como ela é percebida por seus públicos. Para além dos aspectos visuais, ela representa a materialização do que a organização é e pretende comunicar. Com abordagem qualitativa e natureza aplicada, o trabalho teve como objetivo desenvolver o manual de marca do CityLivingLab. As atividades envolveram a organização dos elementos que compõem sua identidade institucional, contemplando diretrizes sobre tipografia, paleta de cores, aplicações visuais e orientações para a comunicação institucional. O desenvolvimento do documento teve como propósito promover maior consistência na comunicação do grupo de pesquisa e fortalecer sua representação junto aos diferentes públicos com os quais se relaciona. Como resultado, a construção do manual de marca mostrou-se uma iniciativa relevante para qualificar os processos comunicacionais do CityLivingLab, orientando seu posicionamento, ampliando sua visibilidade, fortalecendo sua presença institucional e aproximando a produção científica da sociedade. Dessa forma, evidencia-se que a comunicação científica pode ser fortalecida por meio da integração entre a identidade institucional e a comunicação organizacional.

Palavras-chave: comunicação científica, identidade institucional, manual de marca

Apoio: UCS, CNPq