



IDENTIDADE VISUAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS

BIERHALS, Susan¹; PORTELLA, Adriana²; GIOIELLI, Beatriz³

^{1,2,3} UFPEL, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Programa de Educação Tutorial – PET FAUrb, Rua Benjamin Constant, 1359 – Campus Porto – Pelotas / RS. susan_bier@yahoo.com.br; adrianaportella@yahoo.com.br; beagioielli@gmail.co.

1. INTRODUÇÃO

Nesta pesquisa, a identidade visual da Universidade Federal de Pelotas corresponde segundo Dutton; Dukerich (1991) *apud* Ruão; Carrillo (2005, p. 89) como um “conjunto de atributos e valores que emergem do seu passado, da cultura e da prática organizacional, como um sistema de representação de uma instituição para si própria e para os outros”, tendo em foco a sinalização externa dos prédios, seja através de elementos fixados às fachadas bem como os dispostos no entorno. Para este estudo é considerada a percepção da população local e dos atores responsáveis pela programação visual da UFPel.

2. METODOLOGIA:

As empresas e instituições começaram a dar maior importância à “gestão das impressões”, segundo Guinzel (et al. 1993) *apud* Ruão; Carrillo (2005, p. 86), no início do século XX, despertando gradualmente para a necessidade de se dedicarem, não só ao desempenho das suas organizações, mas também às “impressões” sobre esse desempenho. Assim, o trabalho objetiva a análise da identificação visual da Universidade Federal de Pelotas e da imagem gerida à Universidade a partir desta identificação, delimitando-a como estudo de caso por ser constituída por diferentes cursos situados em diversos locais da cidade de Pelotas e Capão do Leão. Para esta análise a pesquisa propõe explicar um comparativo entre os fatores envolvidos no processo de apresentação da identidade visual de universidades públicas e privadas através de seu sistema de identificação.

Qualquer instituição sente necessidade de planejar e gerir a apresentação visual da sua identidade, no sentido de promover uma imagem positiva e uma reputação de longo prazo, no entanto, ainda tem acontecido essencialmente no domínio empresarial, pouco tem sido aplicado às instituições sem fins lucrativos, como é o caso das universidades públicas e, neste em específico da Universidade Federal de Pelotas, onde muitos de suas unidades não possui identificação alguma como na figura 1.



Figura 1: Faculdade de Turismo da UFPel e Instituto de Artes e Design
Fonte: Foto Susan Bierhals

As universidades são responsáveis por parte da parcela dos gastos públicos, e justamente por isto, à semelhança de empresas privadas, necessitam desenvolver planos estratégicos de atuação com uma clara definição da sua missão e objetivos e avaliação de trabalho. Um eficaz sistema de sinalização tem o poder de estreitar os laços com a sociedade, para maior transparência de atuação à população que serve. (RUÃO; CARRILLO, 2005, p. 89). Baseado nisto que recentemente foi afixada uma sinalização à fachada do prédio da Faculdade de Odontologia que vem prestando serviços odontológicos à comunidade. Ainda assim esta identificação se diferencia das demais unidades como é percebida na Faculdade de Administração na figura 2.



Figura 2: Faculdade de Odontologia e Faculdade de Administração
Fonte: Foto Susan Bierhals

Os métodos de análise dos dados estão fundamentados em literaturas do Design Gráfico e da preservação arquitetônica, considerando a importância da credibilidade já estabelecida pela UFPel ao longo dos anos de atuação, além da imagem preservacionista, investindo na reciclagem e restauro de prédios histórico-culturais e ociosos para implantar suas unidades, formando com isto uma identidade própria. Os métodos de coleta e análise de dados adotados abrangem métodos quantitativos e qualitativos. Para tanto serão realizadas: análise documental de fontes bibliográficas primárias e secundárias, registro de imagens fotografadas e videografadas, observações diretas dos prédios da Universidade; análise de fotografias, vídeos mostrando os prédios da Universidade, questionários e entrevistas. O trabalho vem sendo desenvolvido seguindo as etapas e cronograma da tabela a seguir (figura 3).

Objetivos	Métodos de coleta	Amostra	Métodos de análise	Cronograma
Objetivo A Identificar e analisar o momento histórico e cronológico em que foi criado e implantado o atual sistema de identidade visual da UFPel.	Análise documental de fontes bibliográficas primárias e secundárias	Livros, antigas fotografias e acervo de projetos arquitetônicos.	Análise de conteúdo qualitativa.	2 meses
Objetivo B Identificar e analisar a identidade visual da UFPel promovida pelas placas de identificação, fixadas nos prédios e no seu entorno, pertencentes à Universidade.	-Registro de imagens fotografadas e videografadas. -Observações diretas dos prédios da Universidade. -Análise de fotografias e vídeos mostrando os prédios da Universidade.	Prédios da UFPel.	Análise de conteúdo qualitativa	2 meses
Objetivo C Identificar a imagem que diferente grupos de usuários (comunidade acadêmica; cidadãos pelotenses que não trabalhem e estudem na UFPel) têm da Universidade Federal de Pelotas.	Questionários	Mínimo 60 pessoas (30 de cada grupo)	Análise estatística (quantitativa)	2 meses
Objetivo D Analisar os fatores envolvidos no processo de criação da identificação visual da Universidade Federal de Pelotas.	Entrevistas	Funcionários responsáveis pela programação visual da UFPel (Mínimo 2 – 4)	Análise qualitativa	2 meses
Objetivo E Analisar e comparar os fatores envolvidos no processo de criação da identidade visual das universidades públicas e privadas.	-Análise de fotografias e vídeos mostrando os prédios de universidades privadas. -Entrevista com funcionários de universidades privadas.	-Prédios da UFRGS e da UCPEL. -Funcionários da UFRGS e da UCPEL.	Análise qualitativa	2 meses
	Escrever relatório final da pesquisa			2 meses

Figura 3: Tabela cronograma de trabalho da pesquisa

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Considerando que o trabalho, encontra-se em fase de estudo documental e empírico de levantamento das informações conforme objetivos A, B e C; enuncia-se através de um índice de reconhecimento, entrevista em via pública em frente à Faculdade de Turismo (Rua Félix da Cunha esquina Lobo da Costa), a necessidade de identificação visual, onde 68% das pessoas não sabiam a localização da mesma faculdade sendo que nos encontrávamos em frente a ela. Com tudo isto, pode-se considerar:

- a) quanto a apresentação: observa-se que a unidades distribuídas em diferentes campus de atuação da UFPEL (aquelas que possuem identificação) a fazem independentemente não havendo uma padronização que unifique os prédios e demonstre a grandeza da UFPel.
- b) quanto a identificação existente: em algumas unidades a sinalização ou está atrás de vegetação ou é ilegível pela dimensão da fonte ou há algum tempo não recebe manutenção e por estes fatores torna-se ineficiente.
- c) quanto a coordenação: até 2008 conforme entrevista à coordenadora do departamento de design gráfico do Instituto de Design Gráfico não existia um departamento para este trabalho exclusivo na UFPel nem tampouco é prioridade na universidade.

4. CONCLUSÃO:

A UFPel tem se apresentado em expansão e por este fato é imprescindível um eficaz sistema de identificação visual que têm a razão de “organizar, planificar e dar unidade e com isto, transmitir uma imagem de solidez e segurança” (PÉON, 2001, p. 105). Embora a identificação já exista em algumas unidades, não acontece de forma clara e eficiente. Muitos prédios sequer estão identificados (exterior e interiormente) e, os que possuem algum tipo de identificação, o fizeram de forma aleatória e independente, descartando a padronização e assim uma unidade visual.

Por isto, um novo projeto deve padronizar a identificação de todas as unidades, considerando aqueles prédios históricos, que não podem receber placas de sinalização que prejudiquem a sua fachada. Outro fator importante é a necessidade de um departamento exclusivo para este trabalho com profissionais especializados e que mantenha o projeto numa política de comunicação de longo prazo e não seja modificado a cada gestão administrativa.

A UFPel deve através de sua identidade sólida garantir a difusão e a interiorização da sua missão, visão e valores.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BRITO, Andréia Bordini de. *Sistema de sinalização para RU da UFSM*, Santa Maria-RS, Revista Expressão. Jan/jun 2001. Pág 37 a 44.

BRITO, Andréia Bordini e BARBOSA, Anallu. *Sistema de sinalização para Casa de carnes*. Pág 105 a 111.

PÉON, Maria Luísa. *Sistemas de Identidade Visual*. Rio de Janeiro, Editora 2AB, 3ª Ed., 2003.

FAGGIANI, Kátia. *O poder do design: da ostentação a emoção*, Brasília: Editora Thesaurus, 2006.

GLÜER, Laura Maria & CRUZ, Cassiana Maris Lima. *A imagem da universidade: reflexões sobre avaliação institucional, na dimensão da comunicação com a sociedade*. São Leopoldo, UNIrevista - Vol. 1, nº3, 2006.

RUÃO, Teresa & CARILLO, Maria Victoria. *A modernização da identidade visual das Universidades. Os casos da Universidade da Extremadura (Espanha) e da Universidade do Minho (Portugal)*. Comunicação e Sociedade, Vol. 8, Universidade do Minho, Portugal, 2005.

HOLLIS, Richard. *Design Gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

DUTTON, J. E. & DUKERICH, J. M., *Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation*, Academy of Management Journal, 34 (3): 517-554, 1991.

GUINZEL, L. E., KRAMER, R. M. & SUTTON, R. I., *Organizational impression management as a reciprocal influence process: the neglected role of the organizational audience*, Research in Organizational, Behavior, 15: 227-166, 1993.