UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
BIANCA FERNANDES JANUÁRIO DE ALMEIDA

identidade do caos

PROGRAMAÇÃO VISUAL EM INSTITUIÇÕES COMPLEXAS | ESTUDO DE CASO

São Paulo
2020

BIANCA FERNANDES JANUÁRIO DE ALMEIDA

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Publicidade e Propaganda, apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo.

Orientação: Prof. Dr. Heliodoro Teixeira Bastos Filho

São Paulo
2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Almeida, Bianca Fernandes Januário de
Identidade do Caos: Programação Visual em Instituições Complexas | Estudo de caso / Bianca Fernandes Januário de Almeida ; orientador, Dorinho Bastos. -- São Paulo, 2020.
104 p.: il.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida
1. Comunicação 2. Universidade de São Paulo 3. Identidade Visual 4. Programação Visual 5. Marca I. Bastos, Dorinho II. Título.
CDD 21.ed. - 302.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Almeida, Bianca Fernandes Januário de
Título: identidade do caos: programação visual em instituições complexas - estudo de caso

Aprovada em: 09 / 12 /2020

Banca:

Nome: Dorinho Bastos ..... Instituição: ECA-USP .....

Nome: Leandro Velloso ..... Instituição: FAU-USP .....

Nome: Ruy Braga ..... Instituição: FFLCH-USP .....

dedicatória & agradecimentos

À quem me apoiou, se dispôs e esteve ao meu lado nessa jornada.
Agradeço & dedico a conquista de encerrar este ciclo. E que possamos seguir em frente, apesar de 2020.

À minha mãe e minha tia, cada uma à sua maneira: pelo apoio para que eu estudasse, viesse morar nessa gigante São Paulo; e sem as quais a ideia de entrar na USP teria sido apenas um devaneio. Ao Bitch, meu irmão de todas as vidas e personalidades. Ao Gêmeo, por todos os dias e noites que compartilhamos em nosso país ECA-USP. À Alexia, por todos os nossos questionamentos, áudios e momentos eternos. À Aline, por seu apoio, preocupação e por se dispor a me ouvir.
Ao Tadeu, por continuarmos a nadar.
À Natália, minha amada; por existir, por ser e estar.

A todas as pessoas do Departamento de Sociologia que me acolheram, especialmente aos queridos: Erica; Evânia; Georgina; Gustavo; José Antônio; Leci; Néia e Raphael; por cada tarde, ensolarada ou chuvosa, cada café, cada riso, cada abraço, cada história; obrigada por tudo. À Bruna Gisi, Fraya Frehse e Ruy Braga, sou eternamente grata pela oportunidade de aprendizado e crescimento. Ao professor Leandro, por se dispor a compartilhar seu amplo conhecimento, estar presente em meu estágio e ser fundamental para que este trabalho exista. Ao Thiago e todo o pessoal Seção Técnica de Informática, por toda a ajuda e por trazer conhecimentos a cada encontro.

Ao querido professor Dorinho, meu orientador; pela parceria, pela empatia, por se dispor a conversar, por acolher esse TCC e acreditar em minha capacidade, por trazer uma energia contagiante para que eu prosseguisse com este trabalho e outros durante a graduação.

A todos os encontros e até desencontros dessa Universidade imensa que eu aprendi a sentir e amar, que me proporcionou aprender tanto, crescer tanto, me transformar como eterna estudante e como pessoa. Essa força da natureza em forma de potência que agora vive em mim, levo comigo tudo de mais precioso que obtive aí(aqui), pelo resto de minha vida.

Aos meus afetos: de rolê aleatório, de bandejão, de debate, de teatro, de acaso.
Por tornarem tudo mais poético.

Obrigada.

Capítulo 0:
introdução
da Introdução

O trabalho que aqui se apresenta tem por tema as pesquisas em Comunicação Visual que pude realizar no período de meu estágio na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, entre os anos de 2018 e 2020.

A proposta do estágio foi atualizar o (web) design do Departamento de Sociologia. Esse processo foi pedagógico e interdisciplinar, coordenado por professores das áreas do Design; da Comunicação e das Ciências Sociais.

Soma-se o estágio às vivências como aluna de graduação da Escola de Comunicações e Artes, também da Universidade de São Paulo; onde tive a oportunidade de cursar as disciplinas* de Dorinho Bastos, docente e designer responsável por redesenhar a identidade visual da Faculdade, ao que me permitiu acompanhar parte do processo e orientou este trabalho.

Foi possível encontrar, durante a pesquisa, uma variedade de pequenas identidades visuais ou fragmentos de: havia escolas, institutos, faculdades ou até departamentos que possuíam e faziam uso de algum tipo de programação visual própria ou versões alteradas da identidade da Universidade: um sem-número de versões de logotipos; símbolos; escolhas de cores; aplicações diversas, impressas e/ou digitais.

*Programação Visual e Direção de Arte.

A partir daqui, vamos introduzir apresentando a Universidade de São Paulo no **Capítulo 1,** para proporcionar uma visão geral da instituição, dinâmica fundamental à este trabalho.

No **Capítulo 2;** nos aproximaremos da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, brevemente contextualizando seu surgimento e como era sua comunicação visual.

Esta vai nos levar ao **Capítulo 3**, predominantemente composto por um acervo fotográfico carinhosamente entitulado *identidade do caos*; no qual ajustaremos o foco aos departamentos da Faculdade, em especial ao Departamento de Sociologia, nosso principal referencial.

No capítulo 4, vamos discorrer um pouco sobre a reformulação de imagem institucional, com a criação do Manual de Identidade Visual da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, por Dorinho Bastos e Juliana Baracat, também designer e sua assistente de arte.

Por fim, vamos fechar com o **Capítulo 5**, que consiste em demonstrar parte do que foi a atualização do Departamento de Sociologia, em especial seu website; de acordo com a nova e oficial identidade e alguns princípios de design de interação para o ambiente digital.

Capítulo 1: a Universidade de São Paulo

Vista panorâmica da Universidade de São Paulo: Praça do Relógio, Campus da Capital.
Fonte: https://imagens.usp.br/

A Universidade de São Paulo

"Criada em 1934, USP é uma universidade pública, mantida pelo Estado de São Paulo e ligada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico. O talento e dedicação dos docentes, alunos e funcionários têm sido reconhecidos em diferentes rankings mundiais, criados para medir a qualidade das universidades a partir de diversos critérios, principalmente os relacionados à produtividade científica.

Esse desempenho, gerado ao longo de mais de oito décadas de uma intensa busca pela excelência, permite à USP integrar um seleto grupo de instituições de padrão mundial. Sua graduação é formada por 183 cursos, dedicados a todas as áreas do conhecimento, distribuídos em 42 unidades de ensino e pesquisa, com mais de 58 mil alunos. A pós-graduação é composta por 239 programas, com cerca de 30 mil matriculados. Atualmente, a USP é responsável por mais de 20% da produção científica brasileira.

Para desenvolver suas atividades, a USP conta com diversos campi, distribuídos pelas cidades de São Paulo, Bauru, Lorena, Piracicaba, Pirassununga, Ribeirão Preto, Santos, São Carlos, além de unidades de ensino, museus e centros de pesquisa situados fora desses espaços e em diferentes municípios."

(**A Universidade de São Paulo.** Disponível em: https://www5.usp.br/institucional/a-usp/)

Portão 1 da Universidade de São Paulo: Campus da Capital.
Fonte: https://imagens.usp.br/

A "USP", como usualmente chamada, é uma grande universidade brasileira, e uma das maiores da América Latina, tanto do ponto de vista sua extensão territorial quanto de sua dimensão acadêmica. Seus princípios fundamentais costumam ser resumidos em: ensino, pesquisa, cultura e extensão.

Ela é nosso ponto de partida neste trabalho. Por isso, introduzimos trazendo estes dados, para que o leitor(a) possa se situar e ter uma visão geral da instituição.

Essa visão panorâmica é fundamental ao nosso tema, que começa pela identidade organizacional da USP. Para entender seu cenário de **comunicação** nos últimos anos, é indispensável nos voltar à sua história, pois esta nos mostra que a complexidade está na gênese de sua própria formação.

Isto pois, embora a USP tenha 86 anos em 2020, dela fazem parte instituições **cujo nascimento se deu muito antes de sua fundação, datada em 1934.**

São exemplos emblemáticos:

- Faculdade de Direito - desde 1827;

- Escola Politécnica de São Paulo - fundada em 1893

- Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo - originada em 1912.

Logo da Faculdade de
Direito da Universidade de São Paulo.
Fonte: http://www.direito.usp.br

Faculdade de Direito
Universidade de São Paulo

Logo da Escola
Politécnica da Universidade de São Paulo.
Fonte: https://www.poli.usp.br/

Logo da Faculdade de
Medicina da Universidade de São Paulo.
Fonte: https://www.fm.usp.br/

Dessa forma, ainda que façam parte da USP, muitas das suas faculdades possuem o que vamos chamar aqui de *marca* própria.

É importante dizer que estabelecemos como marca, pois partimos de uma perspectiva das Ciências da Comunicação. Isto nos nos leva a buscar o que seria um ponto de vista da USP como uma instituição que se comunica; que tem uma voz metafórica; ainda que naturalmente possua divisões internas em sua estrutura.

O que é notável, no entanto, é que a quantidade de "marcas", que não necessariamente dialogam entre si, atua por vezes como vozes dissonantes. Essa divergência se mostra na comunicação; por vezes não atingindo os objetivos desejados. Criar uma identidade institucional costuma partir de um princípio de coerência no qual o público recebe significados por meio de mensagens e os percebe de forma integrada.

Vamos lembrar que, em termos estéticos, a USP possui "elementos oficiais de identidade visual e imagem institucional da Universidade", que podemos tomar como referência:

Versão original do logotipo da USP*.
Fonte: http://www.scs.usp.br/identidadevisual/

Paleta de cores da USP
Fonte: http://www.scs.usp.br/identidadevisual/

Azul Primário
Hexadecimal: #1094ab
RGB: 16, 148, 171
CMYK: C=100 M=0 Y=9 K=34
Pantone: 314U

Azul Secundário
Hexadecimal: #64c4d2
RGB: 100, 196, 210
CMYK: C=43 M=0 Y=9 K=0
Pantone: 310U

Amarelo
Hexadecimal: #fcb421
RGB: 252, 180, 33
CMYK: C=0 M=30 Y=94 K=0
Pantone: 123U

* Criada em 1977 pela equipe composta do arquiteto José Carlos de Araújo, pelo programador visual João Delbucio Filho e pela arquiteta Geny Yoshico Uehara.

Captura de tela: site da Identidade Visual da USP.
Comissão coordenadora.
Fonte: http://www.scs.usp.br/identidadevisual/

Ainda de acordo com o site da comissão de identidade visual da USP,

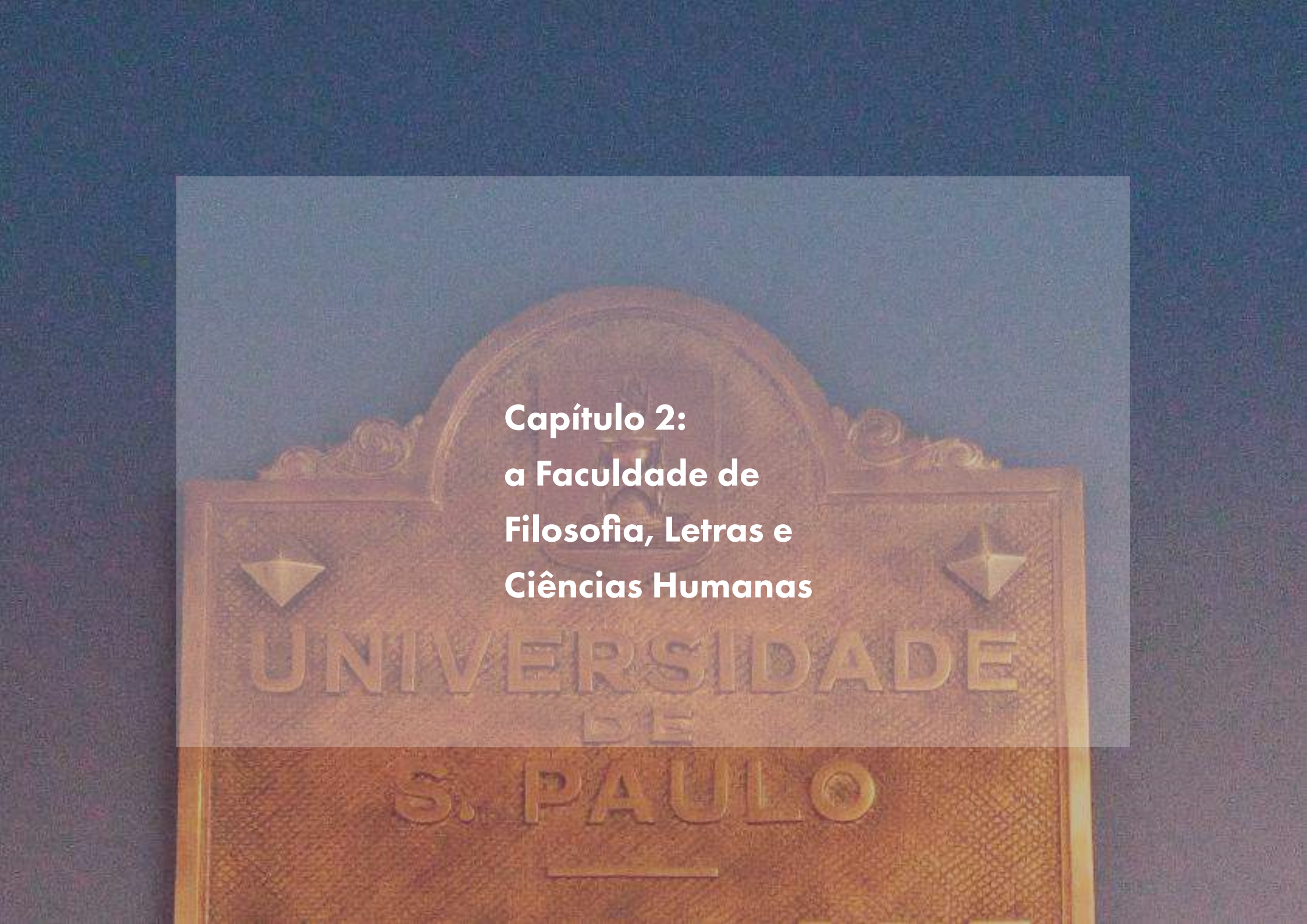
> "(...) tendo em vista que circulam, principalmente na internet, diversas versões e desenhos que tiveram o padrão original alterado (...)
>
> O site disponibiliza inicialmente os arquivos mais importantes, em vários formatos, que estará em constante aperfeiçoamento até se concluir um sistema de identidade visual e um manual de identidade da Universidade. Também apresenta algumas recomendações para utilização dos elementos de identidade visual, seguindo a indicação de pesquisadores da área."

Vê-se que, mesmo com esforço coletivo de construir uma identidade única, não é tarefa fácil. Além da complexidade da instituição, ainda requer uma continuidade de aperfeiçoamentos técnicos, de acordo com os objetivos que se tenha. Não obstante, a padronização muitas vezes acaba por perder-se, conforme os vários processos de ser reproduzida para diferentes fins.

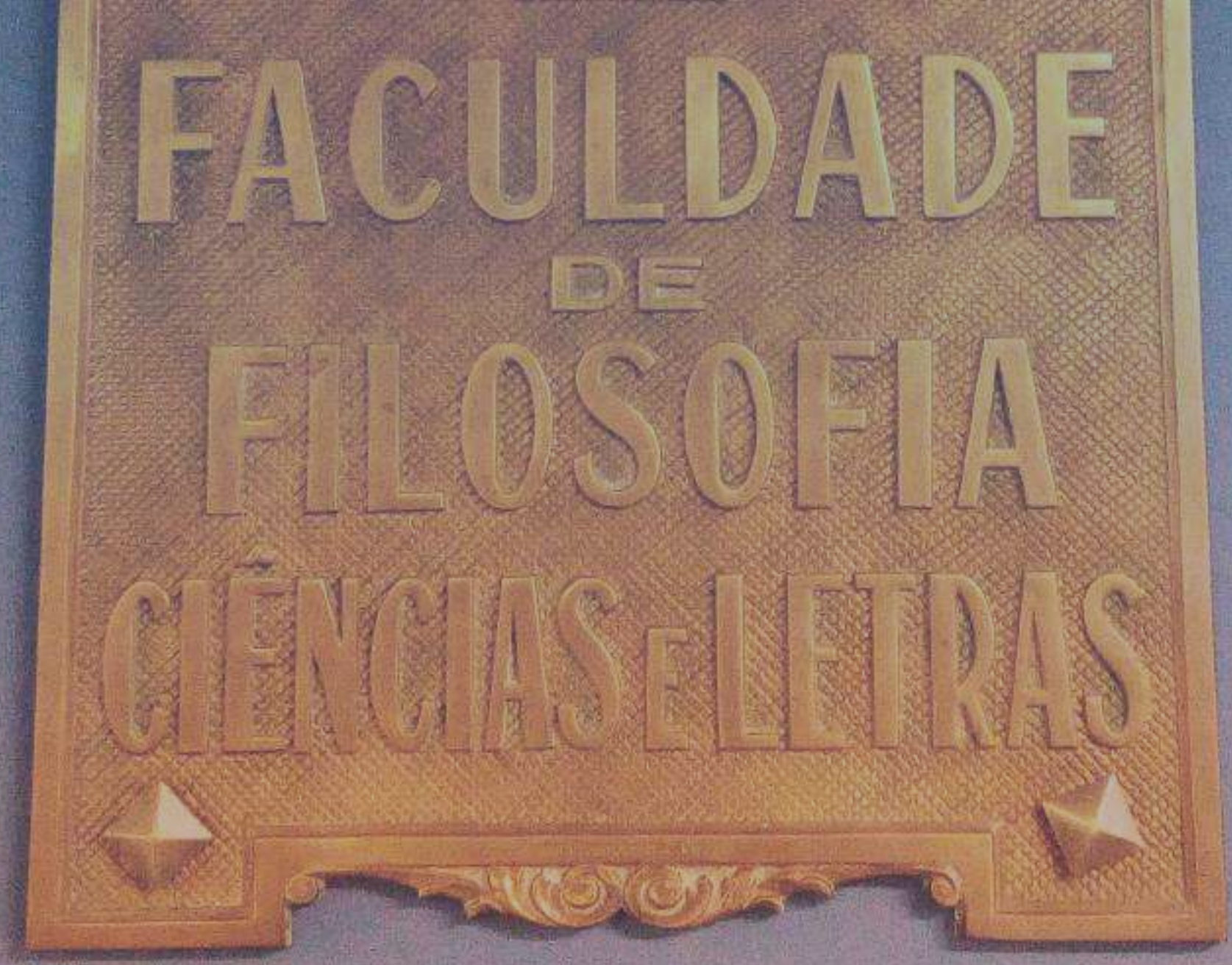
Brasão USP – Vetor colorido
- *Versão vetor (.eps)*
- *Versão PDF (.pdf)*

Brasão USP – Vetor lineart
- *Versão vetor (.eps)*
- *Versão PDF (.pdf)*

Exemplo de imagens variadas que podem ser encontradas em uma busca rápida na Internet. <Palavras-chave: usp identidade visual>



Capítulo 2: a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas



Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo: placa localizada no prédio de administração.
Fonte: a autora, 2019.

A partir do contexto exposto, vamos agora falar sobre a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP.

FFLCH - em sua abreviação usual - é uma grande faculdade, incorporada à esta grande universidade. E vamos ter em mente a dinâmica entre essas instituições para trazer as próximas questões pertinentes ao trabalho.

Sendo assim, vamos começar lembrando que a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas é fundamental ao nascimento da própria Universidade de São Paulo, fundada em 1934:

"No dia 25 de janeiro do ano de 1934, o interventor federal do estado de São Paulo, Armando de Salles Oliveira, expediu o decreto de fundação da Universidade de São Paulo, ato referendado pelo secretário Cristiano Altenfelder Silva.

Finalmente, depois de tantos anseios, de tão vigorosa propaganda, concretizava-se a idéia pela conjugação, **sob a égide de uma unidade universitária comum, das grandes e prestigiosas instituições de educação superior existentes em São Paulo, acrescidas de duas faculdades remodeladas e de uma nova, fundamental, a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras,** laço de entrosamento científico-cultural pelas suas seções numerosas e variadas."

(Extrato do decreto de fundação da USP, 1934.*
Grifo da autora).

* Captura de tela: Revista Pesquisa Fapesp. Disponível em: https://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2014/12/010-013_MEMORIA_USP.pdf

...Uruguay, ..., Inglaterra, ..., ...vareos, 16.416; consumo de bordo, 365, e cabotagem, 3.127 saccas.

*

Em assembléa geral ordinaria realizada a 13 do corrente em Joinville, Estado de Santa Catharina, foi eleita e empossada a nova directoria do Instituto do Matte, daquelle Estado.

A nova directoria daquelle instituto ficou assim constituida:

Presidente, Bernardo Stamm; vice-presidente, Hans Jordan; 1.o secretario, Arnaldo M. Douat; 2.o secretario, Antonio Procopiak; 1.o thesoureiro, Erasmo Mäder; 2.o thesoureiro, Cesar Amin. Commissão de contas: Brasilio Celestino de Oliveira, Emiliano Abrão Seleme, José F. Fortes; representante do governo catharinense junto ao Instituto, fazendo parte da directoria, sr. Joaquim Wolff.

*

A Recebedoria Federal arrecadou, a 24 do corrente, 620:223$900 e, desde o começo do mez, 13.743:843$100.

*

O sr. ministro da Fazenda autorizou a troca das estampilhas do biennio de 1932-1933, até 31 do corrente, improrogavelmente, data em que entrará em vigor a nova emissão para 1934 e 1935.

ARTES E ARTISTAS

SOCIEDADE DE CULTURA ARTISTICA

Dentro de poucos dias os associados da *Sociedade de Cultura Artistica* vão novamente ouvir um concerto symphonico, o segundo que ainda este mez essa aggremiação realiza no Municipal.

A direcção da orchestra está confiada ao famoso maestro Ernst Mehlich, director geral de musica, em Baden-Baden, Allemanha, nome consagrado pelos grandes centros musicaes europeus e norte-americanos.

Do progra... como "honte... o poema ... sorcier", de ... ballada de ...

A ballada ... em que se inspirou o mestre francez para compor sua pagina symphonica, que tão notavel influencia exerceu sobre muitos jovens compositores francezes, é a seguinte:

...

...vidados, o representante do sr. interventor federal, os srs. secretarios da Educação e da Viação, representantes do prefeito ... decendo, em nome dos artistas, a iniciativa do governo estadual, que, installando o Salão e criando a Commissão de Orien- ... Salão franqueado ao publico que, assim, poderá aquilatar dos valores que São Paulo tem na sua vida artistica. ... gem, é uma bella e significativa realização, de qualquer ponto de vista que se queira encaral-o.

A CRIAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Dando solução ao grande problema do ensino superior em nosso Estado, o interventor federal assignou hontem o respectivo decreto

O sr. interventor federal assignou hontem o seguinte decreto:

"Decreto n. 6.283, de 25 de Janeiro de 1934.

Cria a Universidade de São Paulo e dá outras providencias.

O doutor Armando de Salles Oliveira, interventor federal no Estado de São Paulo, usando das attribuições que lhe confere o decreto federal n. 19.398, de 11 de Novembro de 1930; e

considerando que a organização e o desenvolvimento da cultura philosophica, scientifica, litteraria e artistica constituem as bases em que se assentam a liberdade e a grandeza de um povo;

considerando que, sómente por seus institutos de investigação scientifica, de altos estudos, de cultura livre desinteressada, pode uma nação moderna adquirir a consciencia de si mesma, de seus recursos, de seus destinos;

considerando que a formação das classes dirigentes, mormente em paizes de populações heterogeneas e costumes diversos, está condicionada á organização de um apparelho cultural e universitario, que offereça opportunidade a todos e processe a selecção dos mais capazes;

considerando que, em face do grau de cultura já attingido pelo Estado de São Paulo, com escolas, faculdades, institutos, de formação profissional e de investigação scientifica, é necessario e opportuno elevar a um nivel universitario a preparação do homem, do profissional e do cidadão,

Decreta:

TITULO I — Da Universidade de São Paulo

... Fica criada, com ... ital, a Universida- ... São fins da Uni- ... pela pesquisa, o ... sciencia; ... pelo ensino, conhecimentos que enriqueçam ou desenvolvam o espirito, ou sejam uteis á vida;

c) formar especialistas em todos os ramos de cultura, e technicos e profissionaes em todas as profissões de base scientifica ou artistica;

...

...ensino, e ao estagio profissional dos alumnos da Escola de Professores.

Paragrapho 1.o — A licença para o magisterio secundario será concedida pela Universidade sómente ao candidato que, tendo-se licenciado em qualquer das secções em que se especialisou na Faculdade de Philosophia, Sciencias e Letras, haja concluido o curso de formação pedagogica no Instituto de Educação.

Paragrapho 2.º — O candidato ao magisterio secundario, escolhida a secção de conhecimentos em que pretende especializar-se na Faculdade de Philosophia Sciencias e Letras, poderá fazer simultaneamente, no 3.º anno, o curso de formação pedagogica no Instituto de Educação.

Paragrapho 3.º — A secção de Materias de Ensino, para os candidatos ao professorado secundario, constituirá uma secção autonoma da de pratica de ensino, e terá por fim o estudo theorico-pratico:

a) da methodologia da materia, das difficuldades que lhe são inherentes e das technicas e processos para removel-as;

b) da importancia da materia para formação mental do adolescente;

c) da historia do ensino da materia;

d) da correlação de cada materia com as demais;

e) dos principios e da pratica de organização dos programmas escolares.

CAPITULO II — Da Faculdade de Philosophia, Sciencias e Letras.

Art. 6.º — A Faculdade de Philosophia, Sciencias e Letras, da Universidade, terá os seguintes cursos, distribuidos por tres secções, installados progressivamente, de accôrdo com as necessidades do ensino:

a) Philosophia;
b) Sciencias;
c) Letras.

Art. 7.º — A Secção de Philosophia abrangerá inicialmente as seguintes cadeiras:

1) Philosophia;
2) Historia da Philosophia;
3) Philosophia da Sciencia;
4) Psychologia.

Art. 8.º — A Secção de Sciencias comprehenderá as seguintes subsecções com as suas respectivas cadeiras fundamentaes:

I — Sciencias Mathematicas — 1) Geometria (projectiva e analy-

...

...mica Biologica, Historia da Chimica.

V — Sciencias Naturaes — 1.º anno: Physica Experimental, Mineralogia (inclusive petrographia), Biologia Geral, Botanica, Zoologia.

2.º anno: Geologia, Chimica Biologica, Botanica, Zoologia, Physiologia Geral.

3.º anno: Biologia geral, Physiologia Animal e Physiologia vegetal, Geologia.

VI — Geographia e Historia — 1.º anno: Geographia geral, Geographia economica, Historia da Civilisação (antiga e medieval).

2.º anno: Anthropogeographia, Geographia economica do Brasil, Historia da Civilisação (moderna e contemporanea), Historia da America (inclusive prehistoria).

3.º anno: Anthropogeographia (especialmente do Brasil), Historia da America, Historia da Civilisação Brasileira.

VII — Sciencias Sociaes e Politicas — 1.º anno: Historia da Civilisação, Sociologia Geral, Psychologia Social, Anthropologia Social.

2.º anno: Historia da Civilisação Brasileira (interpretação economica), Sociologia Politica, Economia Politica.

3.º anno: Estatistica Economica, Historia das Doutrinas Economicas, Direito Politico.

VIII — Letras (Secção de Letras Classicas e de Portuguez) — 1.º anno: Linguistica, Philologia comparada, Lingua e litteratura grega.

2.º anno: Lingua e litteratura grega, Lingua e litteratura latina, Philologia portugueza.

3.º anno: Lingua e litteratura latina, Litteratura luso-brasileira, Technica e critica litteraria.

IX — Letras (Secção de linguas estrangeiras) — 1.º anno: Linguistica, Philologia comparada, Lingua (franceza, ingleza ou alleman).

2.º anno: Lingua (franceza, ingleza ou alleman), Litteratura (franceza, ingleza ou alleman).

3.º anno: Lingua (franceza, ingleza ou alleman), Litteratura (franceza, ingleza ou alleman), Technica e critica litteraria.

Artigo 9.º — Terminado o curso, em qualquer das secções ou das sub-secções, ao candidato será dada licença cultural respectiva considerando-se licenciado em philosophia, em sciencias ou letras.

Paragrapho unico — Fica facultada ao candidato inscripção em

...

Paragrapho unico — A distribuição e a seriação dessas cadeiras, a administração da escola e a normalização dos cursos, bem como as condições para se obter licença ou doutoramento em cada uma das secções, serão fixadas nos estatutos da Universidade de São Paulo.

CAPITULO V — Da Escola de Bellas Artes

Art. 17.o — A Escola de Bellas Artes, que será installada nos termos do artigo 13, terá os seguintes cursos:

a) Pintura;
b) Esculptura;
c) Gravura.

Paragrapho unico — Cada um destes cursos terá a duração de seis annos.

Art. 18.o — Serão estas as disciplinas da Escola:

1) Geometria descriptiva;
2) Historia da arte;
3) Perspectivas e sombras;
4) Arte decorativa. Desenho e composição;
5) Architectura analytica, desenhos de estilos. Aguadas;
6) Desenho do gesso e do natural. Modelo vivo;
7) Desenho geometrico;
8) Modelagem;
9) Anatomia;
10) Desenho de modelo vivo. Pintura;
11) Esculptura;
12) Gravura.

Art. 19.o — A distribuição e seriação destas disciplinas, as condições de matricula e de exame, administração da Escola e a confecção de diplomas serão fixadas nos estatutos da Universidade.

CAPITULO VI — Dos laboratorios e demais installações

Artigo 20.o — A direcção da Universidade desenvolverá, para maior efficiencia, os laboratorios, gabinetes, museus e bibliothecas de cada uma das escolas, faculdades ou institutos, que compõem a Universidade.

Art. 21.o — A Universidade, além de laboratorios para pesquisas, campo de experimentação e apparelhamento para explorações biologicas, biographicas, geologicas e mineralogicas, terá:

1) uma bibliotheca central e bi-

...

Artigo 30 — O reitor da Universidade, ouvido o Conselho Universitario, poderá convidar para participar dos seus trabalhos e lhe prestar assistencia technica, qualquer especialista, ou technico de valor, com funcção meramente consultiva.

Artigo 31 — O Conselho Universitario se reunirá ordinariamente uma vez por mez e, extraordinariamente, sempre que o convocar o reitor, e só poderá funccionar com a presença minima de dois terços dos seus membros.

Paragrapho unico — E' obrigatorio o comparecimento ás reuniões do Conselho Universitario, sob pena de perda da representação, ou do cargo, aos que derem tres faltas annuaes, sem causa justificada, a juizo do Conselho.

Artigo 32 — Aos particulares que houverem contribuido com donativos para a manutenção da Universidade, ou de suas escolas, faculdades ou institutos, ou para a criação e desenvolvimento de laboratorios, serviços e bibliothecas, poderá ser assegurada a participação, por si ou seus representantes, nas reuniões do Conselho Universitario, para o fim especial de verificar a applicação dos donativos ou a administração do patrimonio doado.

Artigo 33 — Compete ao reitor da Universidade, como orgam executivo da direcção technica e administrativa:

1) representar, em juizo e fóra delle, dirigir e administrar a Universidade, velando pela fiel observancia de seus estatutos;

2) convocar e presidir o Conselho Universitario;

3) assignar, conjuntamente com o respectivo director do Instituto Universitario, os diplomas conferidos pela Universidade;

4) superintender os serviços da secretaria geral e os serviços annexos;

5) nomear ou contratar professores, de accôrdo com as resoluções do Conselho Universitario;

6) dar posse aos directores das escolas, faculdades ou institutos da Universidade;

7) exercer poder disciplinar;

8) desempenhar todas as demais funcções inherentes ao cargo de reitor, de accôrdo com os dispositivos dos estatutos.

Artigo 34 — Ao Conselho Universitario, orgam consultivo e deliberativo da Universidade, sob a presidencia do reitor, compete:

1) exercer, como orgam consultivo e deliberativo, a direcção superior da Universidade;

2) eleger a lista triplice para o provimento do cargo de reitor;

3) elaborar o regimento interno do Conselho e da Universidade;

4) approvar os regimentos internos, organizados para cada uma das faculdades, escolas ou institutos, pelas suas respectivas congregações ou conselhos technicos;

5) deliberar sobre modificações nos estatutos da Universidade, a vigencia das quaes dependerá da approvação do governo;

6) approvar as propostas dos orçamentos annuaes das escolas, fa-

Decreto de criação da USP publicado em *O Estado de S.Paulo*, no dia 26 de janeiro de 1934

É relevante recuperar mais essa fração histórica. A partir dela, podemos compreender que a USP *nasce* dessa fusão de faculdades, **que trouxeram e muitas vezes mantiveram seus próprios históricos de programação visual.**

A partir disso, há um sem-número de *marcas*, ou, identidades visuais "independentes", que atualmente coexistem com a identidade oficial da Universidade. É o caso que apresentaremos adiante, com a FFLCH e seus departamentos.

A "fflch"

"A Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas foi fundada em 25 de janeiro de 1934 com o nome de Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras (FFCL). Idealizada como o polo central da Universidade de São Paulo (USP), destinava-se à formação de pesquisadores em diversas áreas do conhecimento, abrangendo as áreas de ciências exatas, humanas e biológicas.

Em sua atual configuração, a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – mais conhecida como FFLCH – oferece cinco cursos de graduação: Ciências Sociais, Filosofia, Geografia, História e Letras, acolhendo 1.669 novos alunos por ano.

Organizada em 11 departamentos, com 27 programas de pós-graduação, dezenas de centros, núcleos e laboratórios, e uma comunidade de mais de 15 mil pessoas, a FFLCH é a maior unidade de ensino da USP e está distribuída por seis prédios na Cidade Universitária Armando de Salles Oliveira, na capital paulista.

Nos seus 85 anos de história, a FFLCH formou importantes intelectuais, com vasta contribuição para o pensamento político, social e artístico brasileiros. Considerada o principal centro de estudos em humanidades do Brasil, a FFLCH busca atender à tripla vocação – ensino, pesquisa e extensão – de forma integrada."

(Texto retirado do site oficial da FFLCH. Grifo da autora. Disponível em: https://www.fflch.usp.br/afflch)

Captura de tela: site da FFLCH antes da criação do Manual de Identidade Visual. Página inicial.
Fonte: a autora, 2018./ https://www.fflch.usp.br

Captura de tela: site oficial da USP. Página inicial.
Fonte: a autora, 2018. / https://www.fflch.usp.br

É possível notar o uso da mesma cartela de cores oficiais da identidade visual da USP. (2018/2020)

Captura de tela: site oficial da USP. Página inicial.
Fonte: a autora, 2020./ https://www.fflch.usp.br

No cenário onde a FFLCH aplicava a identidade visual da USP, era possível pensar algumas problemáticas a partir de uma perspectiva marcária.

Vamos pensar: **o que é uma marca?**

Para PEREZ (2007, p. 320), "A marca é uma conexão simbólica e afetiva estabelecida entre uma organização, sua oferta material, intangível e aspiracional, e as pessoas para as quais se destina com o objetivo de estabelecer distintividade."

A autora nos diz que "a marca deixa de ser apenas um signo plástico de fácil reconhecimento", para ganhar "significados cada vez mais complexos", "encarnar uma dimensão subjetiva" (...) E define o que chama de "espaço de percepção de marca":

> "A publicidade é o meio que nos permite ter acesso à mente do consumidor, **criar um estoque perceptual de imagens, símbolos e sensações que passam a definir a entidade perceptual que chamamos de marca."**
>
> (PEREZ, 2007, p. 320.)

Ao tomar como referência uma perspectiva publicitária, a ideia aqui não é engessar a análise unicamente em seus moldes, mas beber de algumas de suas fontes.

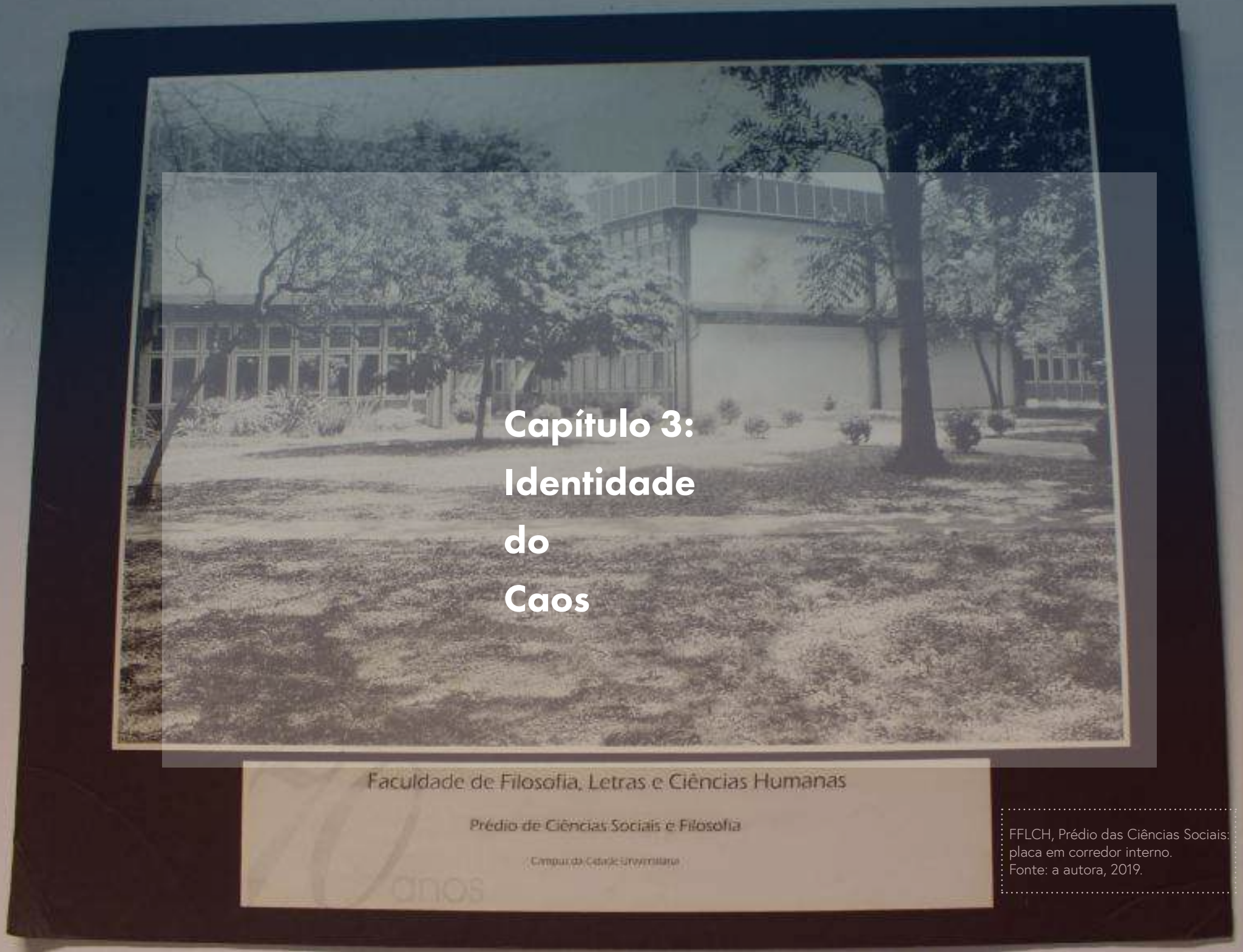
A publicidade reside no estudo de como fortalecer marcas, torná-las perceptíveis e serem incorporadas por um público. Isso se faz através do constante aperfeiçoamento da comunicação. E a comunicação visual é a forma que se encontra para tornar a representação da marca algo tangível, através de signos e símbolos. Eis a grande importância de uma identidade visual bem estabelecida, capaz de representar o que se queira de uma instituição.

Ainda de acordo com PEREZ (2007), "A marca é portadora de sentidos e, resumidamente, deve:

> encarnar a missão da organização; funcionar como efeito espelho;
> ter a capacidade de atração; informar;
> ser perene." (p. 320)
> (...)
> "Como vimos antes, há na concepção de marca, tanto na perspectiva do marketing, como no direito, três elementos centrais: sinal; identidade; distintividade."
> (p. 321).

Agora, vamos nos perguntar: **o que não é uma marca?**
E com essa pergunta, vamos ao próximo capítulo,
que carinhosamente recebe o título *identidade do caos*.

Capítulo 3: Identidade do Caos



FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: placa em corredor interno.
Fonte: a autora, 2019.

A partir de agora, vamos nos debruçar nos Departamentos da FFLCH, em especial no Departamento de Sociologia, principal referencial em minhas pesquisas anteriores e, consequentemente, neste trabalho.

Como contextualizado no capítulo 2, a FFLCH possui 11 departamentos. São eles:

Filosofia (DF);

Geografia (DG);

História (DH);

(Vinculados ao curso de Ciências Sociais):

Antropologia (DA);

Ciência Política (DCP);

Sociologia (DS);

(Vinculados ao curso de Letras):

Letras Clássicas e Vernáculas (DLCV);

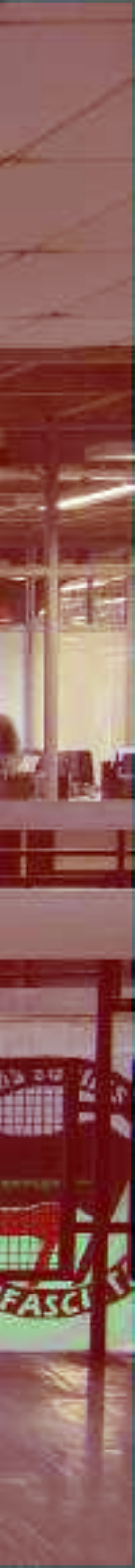
Letras Modernas (DLM);

Letras Orientais (DLO);

Linguística (DL);

e Teoria Literária e Literatura Comparada (DTLLC).

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno.
Fonte: a autora, 2019.



Entramos agora na etapa que consistiu em buscar referências de quais eram os usos de programação visual dos departamentos, principalmente Departamento de Sociologia.
A motivação se deu em catalogar os elementos comunicativos; para refletir sobre como eles conversavam com o território da Faculdade, com a Universidade, e entre si.

As referências foram coletadas através de fotografias, para compor um acervo desses registros e tê-los como parte do estágio e, agora, deste trabalho. É importante frisar que este método foi sugerido pela docente do próprio Departamento de Sociologia, **Fraya Frehse***, cujo denso repertório nas áreas de Antropologia e de Sociologia, trouxe inigualável referencial etnográfico para os estudos.

De tal modo, tento trazer aqui algumas destas imagens; com a intenção de ilustrar, exemplificar e propor a observação desse "*caos*" visual , ao meu ver, tão interessante. E claro, o que comenta-se aqui é um dos tantos enquadramentos possíveis, com um recorte específico de um ambiente humano tão amplo e diverso.

Assim que, embora aqui tenhamos uma perspectiva por vezes crítica; existe também um olhar de muito respeito e consideração pelo contexto que todas as peças aqui exibidas foram desenvolvidas.

É uma fotografia, portanto estática, de uma realidade viva, em movimento. Tentamos obter um retrato, para visualizar algumas de suas implicações, no que tange aos propósitos de comunicação social. Com isso, pretende-se levar a reflexão a um ponto de vista também do público dessas instituições, em especial do público externo, comumente menos familiarizado com todas as dinâmicas institucionais em questão.

* http://sociologia.fflch.usp.br/frayafrehse

Através dos registros e contínua observação "em campo" (ambientes digitais e físico), foi possível constatar problemáticas de várias naturezas.

Eram visíveis os efeitos, quer fossem da diversidade intrínseca à sua fundação - como buscamos contextualizar anteriormente; - quer fossem da passagem do tempo e consequentes desgastes naturais do ponto de vista físico, material e tecnológico.

No espaço físico, observou-se uma aparente desconexão de elementos, tais quais os aplicados em placas; avisos; quadros; artes decorativas; cartazes e impressos em geral. Muitas vezes, a sensação era de dispersão da imagem institucional, sendo por vezes difícil identificar quais eram as partes e qual era o todo. Por exemplo: quais eram as salas de cada departamento; quais salas estavam efetivamente localizadas nos corredores; quais eram as diferentes secretarias. Neste caso, falamos mais precisamente do prédio das Ciências Sociais (onde temos, pelo menos, os 3 departamentos que a compõem: Antropologia; Ciência Política e Sociologia; + o Departamento de Filosofia).

Para além de abstratas sensações, pude observar as consequências práticas que a falta de unidade visual causava ao público que por ali circulava e, principalmente, aos funcionários do Departamento de Sociologia.

A falta de uma apropriada sinalização do espaço - seja o físico ou o digital - resultava diariamente em perdidos e confusos alunos a esgueirar-se pelo espacinho do guichê de atendimento. Muitas vezes (num mesmo dia e um dia após o outro), era comum que viessem pessoas que não encontravam informações para se localizar: entre os departamentos e mesmo entre os diferentes prédios da Faculdade. Havia casos de visitantes (de outras cidades, estados ou países) que viriam à secretaria para perguntar coisas como: "por favor, onde é?/**estou na fflch?**"

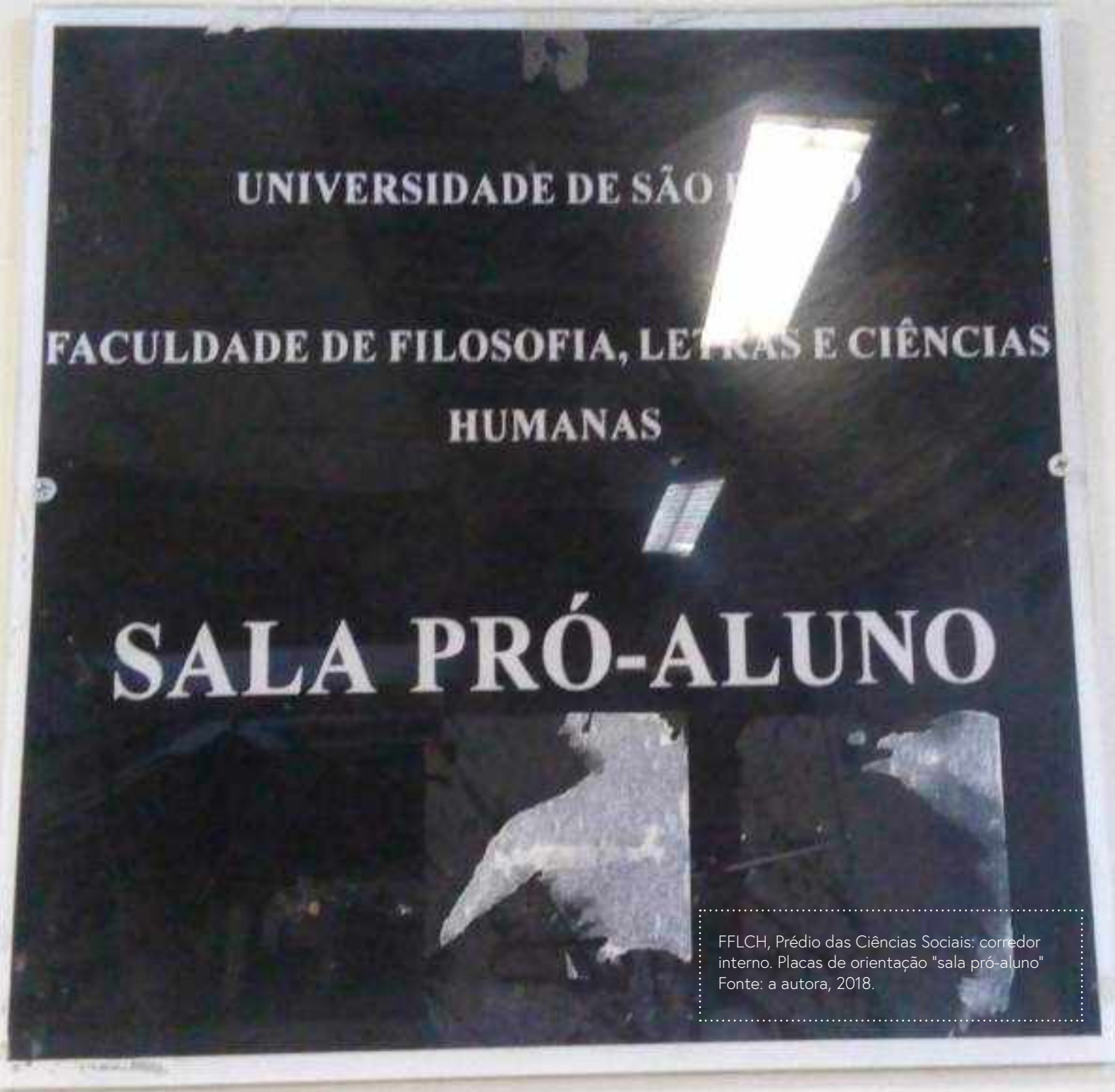
Eu, particularmente, me perdi (não só) na primeira vez que circulei por lá...

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno entre as secretarias dos departamentos de Sociologia e Antropologia.
Fonte: a autora, 2019.

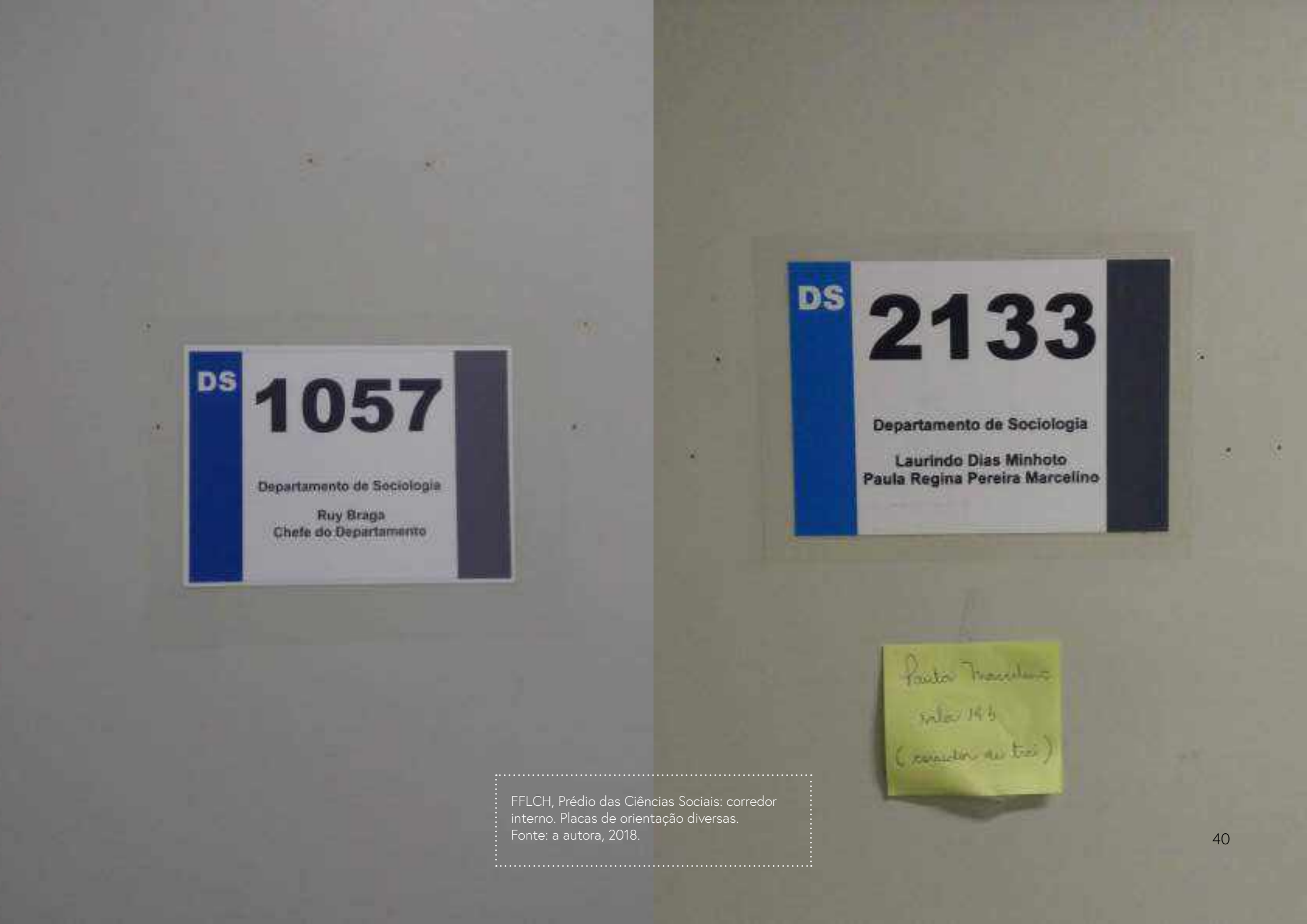
FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.



FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação "sala pró-aluno"
Fonte: a autora, 2018.



FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

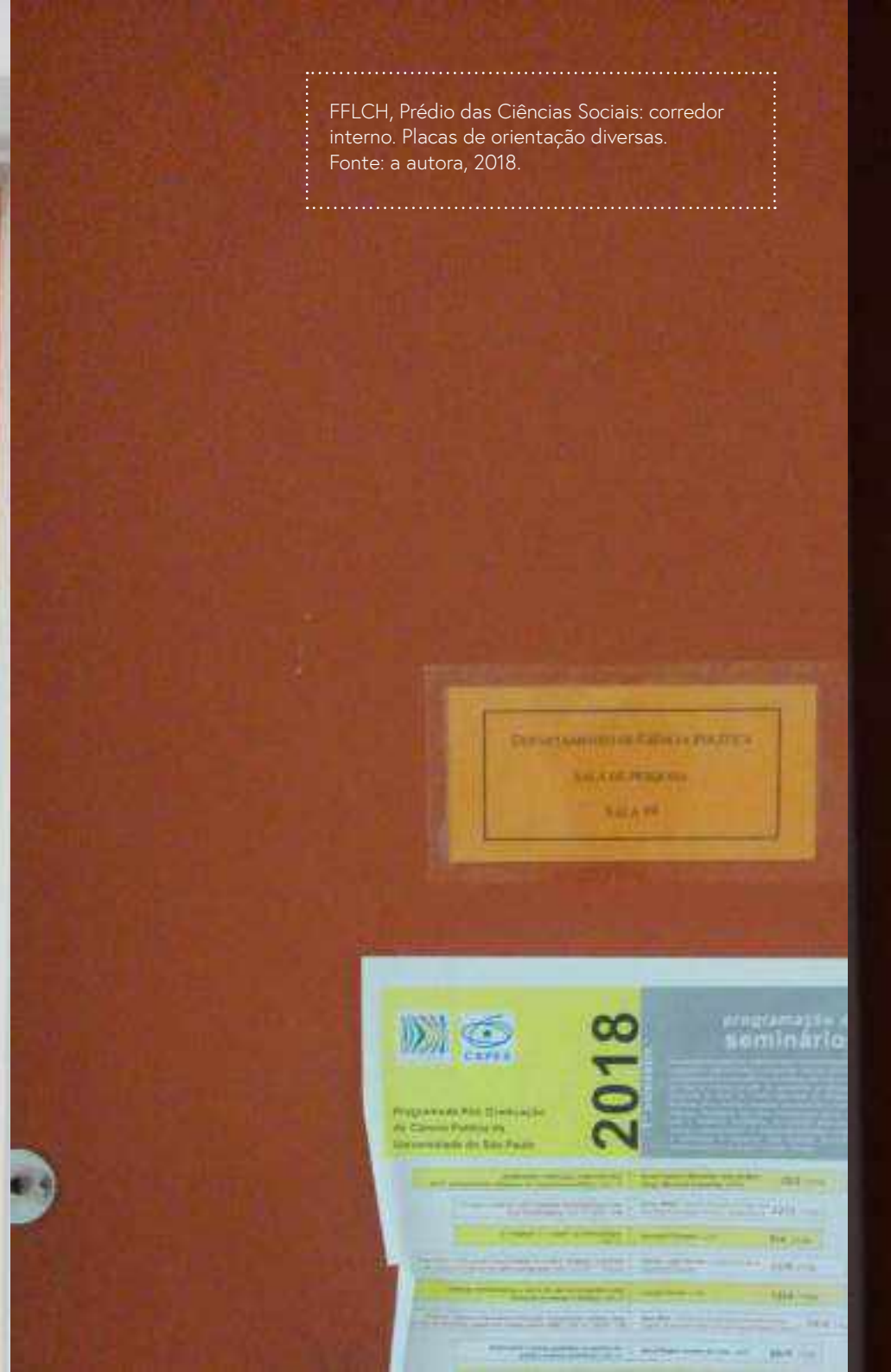
FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas. Fonte: a autora, 2018.

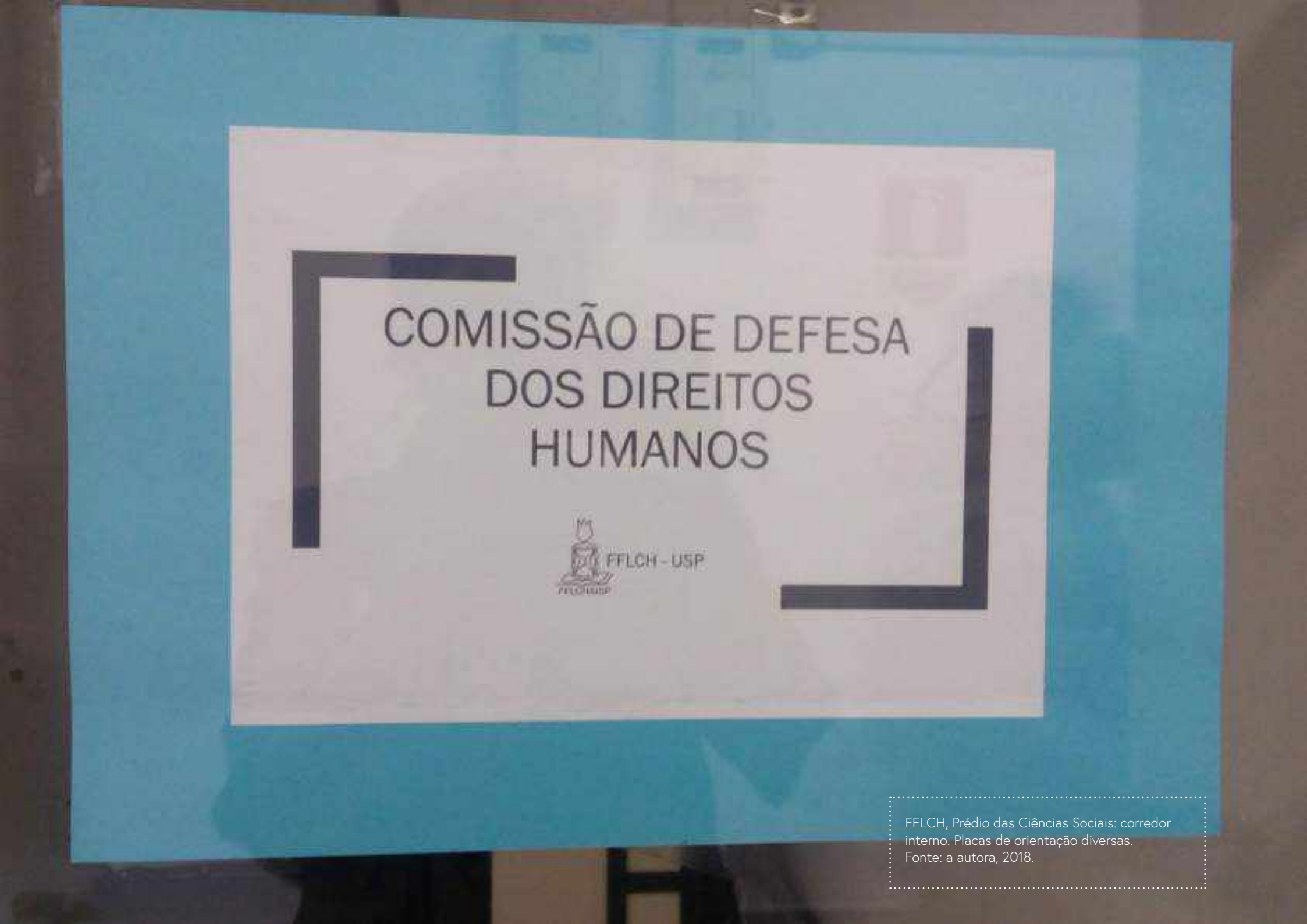
FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2019.



FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.



FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas. Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas de orientação diversas.
Fonte: a autora, 2018.

Mais especificamente se tratando do ambiente digital, além do enumerado acima, temos alguns aspectos que o tipo de mídia em questão deixa até mais evidentes.

A dispersão já mencionada, agora aparece, a exemplo, nas telas iniciais dos sites dos departamentos, comumente encabeçados por uma "*logomarca* própria", onde vemos versões diferentes da **ampulheta, livro e chama**, que caracterizam o símbolo usado pela FFLCH, aplicado em diferentes cores, tamanho e proporção.

Acredita-se que, mais do que apontar aqui qualquer opinião pessoal sobre as escolhas de estilos; o que queremos realmente destacar como importante são os problemas que surgem a partir da falta de padronização.

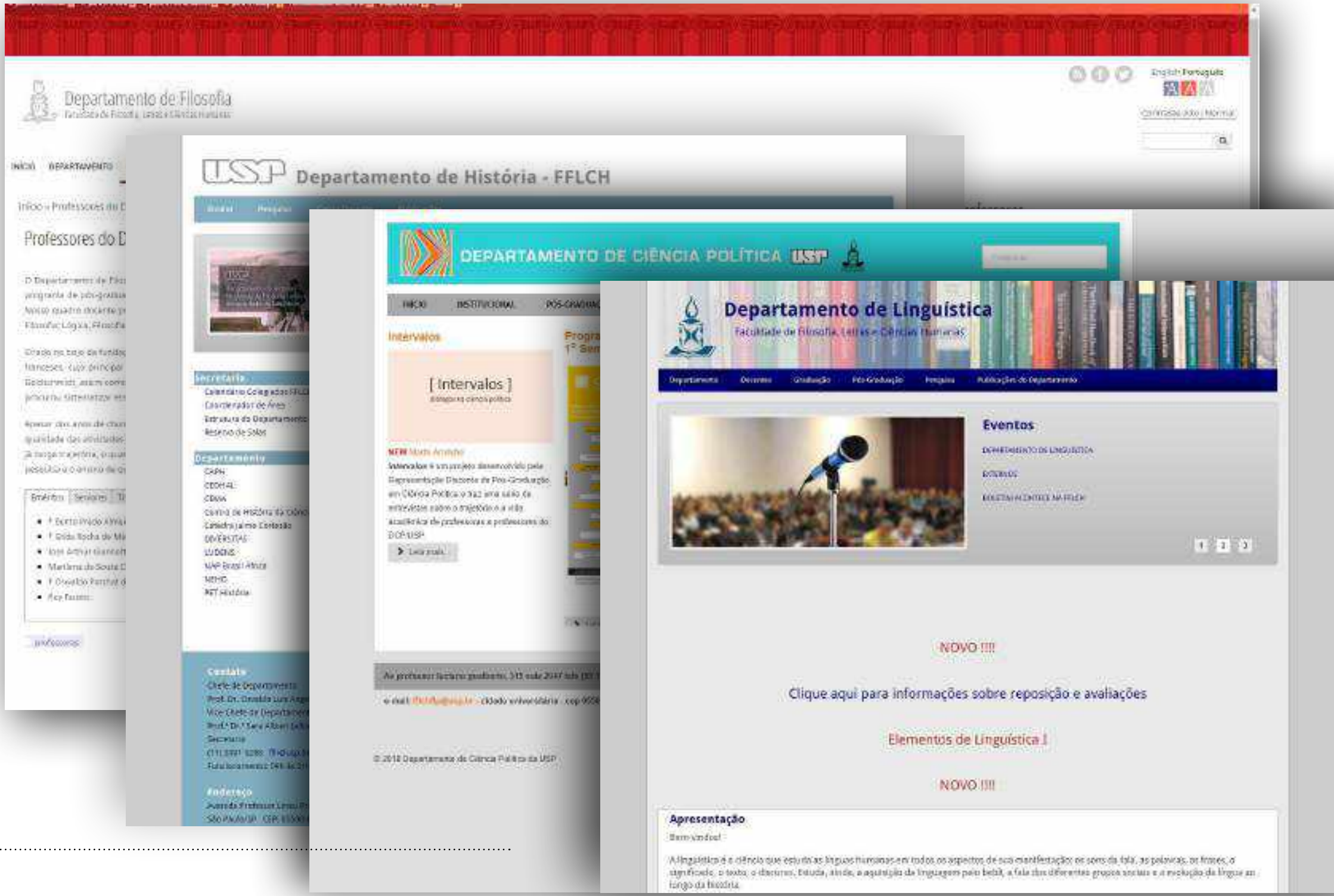
Supõe-se, então, essa falta de padronização como uma principal responsável pela ausência de uma efetiva identidade organizacional perceptível. De modo que, através de elementos visuais que sejam harmônicos entre si e coerentes com o conceito da marca/instituição; poderiam permear todos os departamentos e comunicar essa qualidade de pertencimento ao conjunto FFLCH.

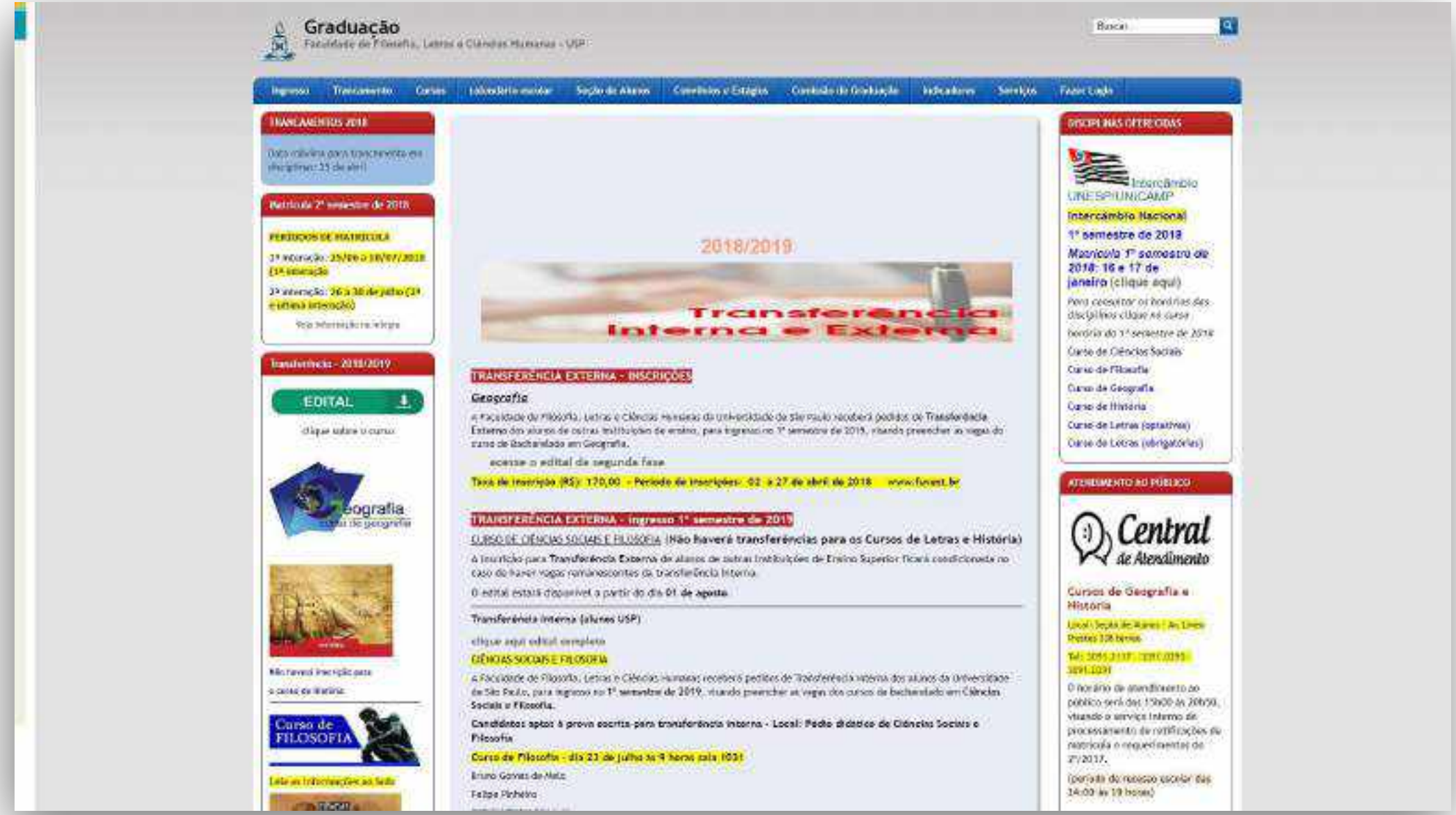
Os mesmos ruídos em questão a localizar-se no território físico, apresentam-se em sua roupagem vitual, como a distorção na proporção do símbolo que já foi exemplificada; com a utilização do logotipo da USP sem um padrão entre si (e fora do padrão previsto pelo manual oficial da identidade USP); cartelas de cores sem uma justificativa ou articulação aparente entre as partes; alguns departamentos utilizando o nome USP nos títulos dos websites, outros não.

Procurei, ao longo do estágio e neste trabalho, sempre ter em mente a perspectiva do público externo à comunidade USP. Penso que, se para mim, já era difícil compreender muitas das dinâmicas de categorização dos departamentos e suas subdivisões, é quase imensuravel saber os impactos no público externo, ainda mais distante desse cotidiano. Muitas vezes, foi necessário um esforço em me despir de pressupostos que trago comigo exatamente por ser aluna da instituição, supostas obviedades-não-óbvias para a comunidade externa.

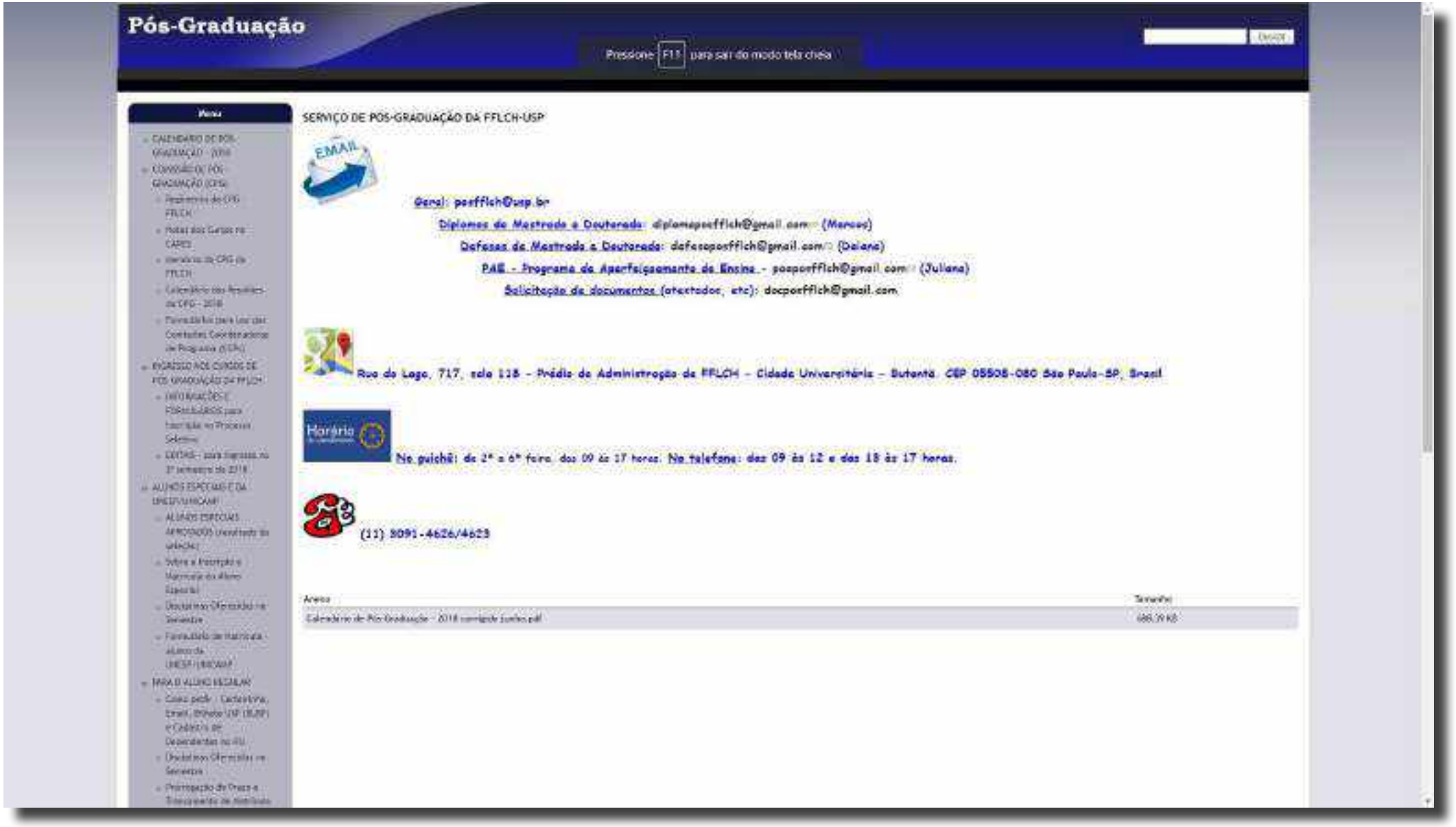
Além da questão de imagem institucional trazida neste trabalho, há questões estruturais de design dos websites, como a arquitetura de informação e estética dessas plataformas. **No capítulo 5,** abordaremos algumas soluções encontradas para o Departamento de Sociologia.

Capturas de tela: Departamentos variados FFLCH- USP.
Fonte: a autora, 2018.


Departamento de Filosofia
Professores do D
USP Departamento de História - FFLCH
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA USP
Intervalos
[Intervalos]
Departamento de Linguística
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Eventos
NOVO !!!!
Clique aqui para informações sobre reposição e avaliações
Elementos de Linguística I
NOVO !!!!
Apresentação

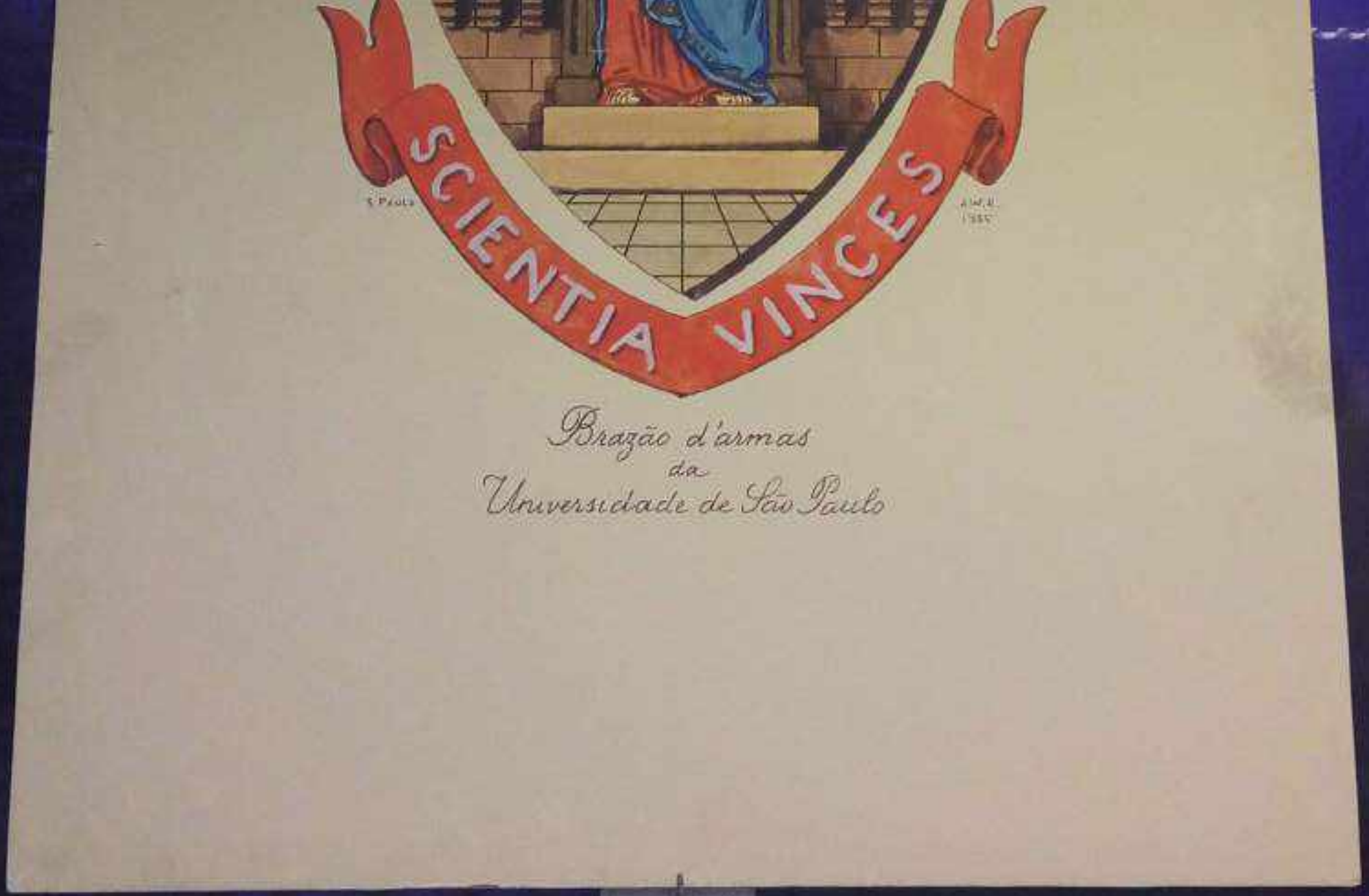


Captura de tela: site de Graduação FFLCH- USP. Página inicial.
Fonte: a autora, 2018.



Captura de tela: site de Pós-Graduação FFLCH- USP. Página inicial.
Fonte: a autora, 2018.

SP



FFLCH, Prédio das Ciências Sociais: corredor interno. Placas do Brazão da USP.
Fonte: a autora, 2018.

Capítulo 4:
o Manual de Identidade Visual da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas

Captura de tela: Manual de Identidade Visual da FFLCH. Capa.
Fonte: a autora, 2020.

Apesar da relação embrionária FFLCH-USP, percebe-se a estrutura organizacional onde a USP, ao ser representada por identidade visual própria, consegue expressar seu caráter de instituição maior que abriga as tantas unidades de ensino.

Já a FFLCH, ao mesmo tempo que faz parte dessa estrutura, é também produtora de significantes e significados próprios. Ou seja, também passível de ser representada por uma identidade para comunicar ao seu modo sua existência contínua à sociedade.

É notável o grande desafio que consiste gerir a imagem de instituições com tamanha complexidade.

É nesse contexto que a diretoria da FFLCH implementou o Manual de Identidade Visual, que foi produzido e apresentado ao público entre 2018 -2019.

A identidade visual foi reformulada pelo professor Heliodoro Bastos, mais conhecido como Dorinho Bastos, docente na Escola de Comunicações e Artes da USP.

"Pensar uma nova identidade visual para uma faculdade, mesmo quando ela tem 85 anos de história como a FFLCH, é prática comum, destaca Dorinho.":

> "Alterar, simplificar, atualizar ou redesenhar a identidade de empresas, organizações e instituições, é prática comum. E necessária, para otimizar a comunicação com a sociedade e colaborar na construção de uma imagem positiva, tão necessária atualmente.*
> ...

* Fonte: https://www.fflch.usp.br/1276

"(...)O professor lembra que, mesmo as imagens gráficas de universidades históricas, como algumas dos Estados Unidos e da Europa, são revistas com certos cuidados, cujas alterações podem ser observadas em uma rápida e simples pesquisa na internet.":

> "Sempre mantendo os ícones originais, selos e brasões têm sido redesenhados e simplificados, principalmente a partir do surgimento dos meios digitais, onde a imagem passa a ter maior valor nos processos comunicacionais."

Ótimo exemplo para ilustrar o que nos aponta Dorinho, é o caso da Universidade de Harvard:

Logo da Universidade de Harvard, Press. Fonte: https://www.hup.harvard.edu/about/redesign.html

"Um logotipo para nossos próximos cem anos":

"Para marcar nosso centenário de 2013, adotamos uma nova identidade visual coesa que incorpora uma ousada reinvenção de nosso logotipo. O logotipo agora assume a forma de duas linhas horizontais de três retângulos, com a letra H visível no espaço negativo entre os seis retângulos.

Sagi Haviv, sócio da empresa de design Chermayeff & Geismar, que trabalhou com a HUP para criar a nova identidade visual, disse que ela será adequada para uma variedade de usos. "O objetivo geral era unir a imprensa em suas marcas e plataformas de mídia. A nova identidade é simples o suficiente para ser eficaz tanto em aplicativos tradicionais, como lombadas de livros e páginas de título, quanto em mídia digital, como ícones de aplicativos, ícones de navegador e eBooks. "

"Existem muitas interpretações sobre o que a marca em si significa - janelas, livros em uma estante, o sempre presente H, um tablet", disse Tim Jones, diretor de design e produção do HUP. "Acreditamos que este novo logotipo representa tudo isso, mas o mais importante é que é a marca pela qual o HUP, e o trabalho de nossos autores, serão conhecidos em 2013 e depois."

O diretor do HUP, William P. Sisler, disse: "À medida que entramos em nosso segundo século com um novo visual para envolver um novo ambiente de publicação, permanecemos atentos à constante que nos move: ser uma editora mundial de obras da mais alta qualidade e valor duradouro , consistente com os padrões de uma das maiores universidades do mundo. "

(Tradução livre da autora. Disponível em: Fonte: https://www.hup.harvard.edu/about/redesign.html)

Logo da Universidade de Harvard, (antes e depois).
Fonte: https://www.hup.harvard.edu/about/redesign.html

Novamente de acordo com Dorinho:

> "Dorinho também comenta sobre o desafio encontrado na FFLCH: A necessidade era clara. Formada por tantos cursos, organizados em 11 departamentos, o livro, a ampulheta e a chama, elementos que desde a sua criação constituíam o símbolo da Faculdade, carecia de normas e layouts orientadores de uso".

E podemos observar o redesenho do logotipo e do símbolo; mantendo o livro, a ampulheta e a chama, elementos tão significativos à marca da Faculdade:

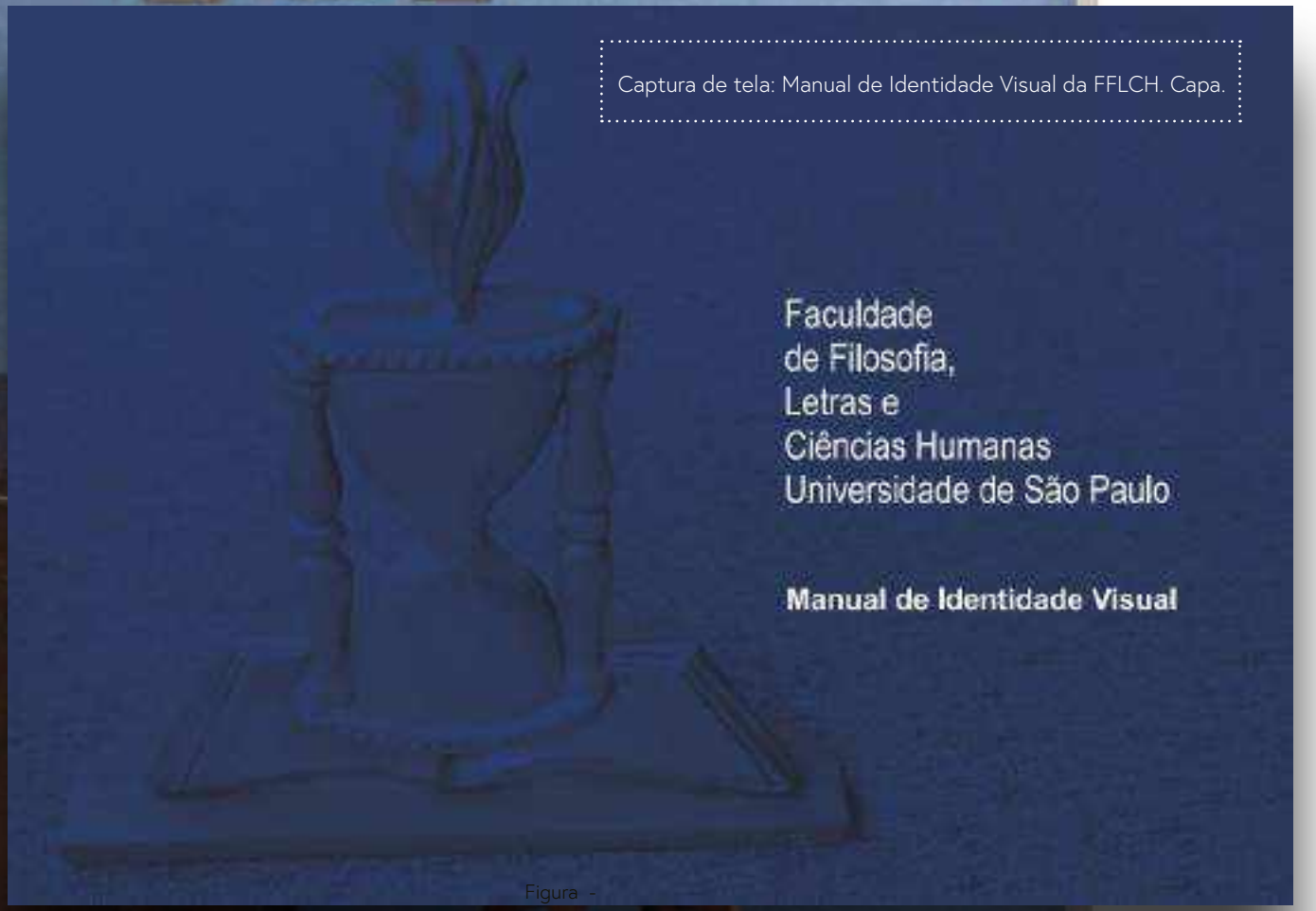
Capturas de tela: Manual de Identidade Visual da FFLCH.
Redesenho do logotipo e símbolo da FFLCH.*

* Fonte: Serviço de Comunicação Social da FFLCH.
Disponível em: https://www.fflch.usp.br/sites/fflch.usp.br/files/2019-09/manual%20FFLCH-completo-11.09-reduzido.pdf

FFLCH, Prédio de Administração: porta, tapete de entrada
Fonte: a autora, 2019.

É possível perceber o diálogo entre os elementos representativos que preservam a essência da Faculdade. Há coerência de sentido, mesmo com as alterações estéticas.

FFLCH fflch



Captura de tela: Manual de Identidade Visual da FFLCH. Capa.

Figura -
Fonte: a autora, 2

FFLCH, Prédio de Administração: ambiente interno.
Fonte: a autora, 2019.

Captura de tela: site da FFLCH após a criação do Manual de Identidade Visual. Página inicial.
Fonte: a autora, 2020.

Capítulo 5:
design do caos | Departamento de Sociologia

O Departamento de Sociologia

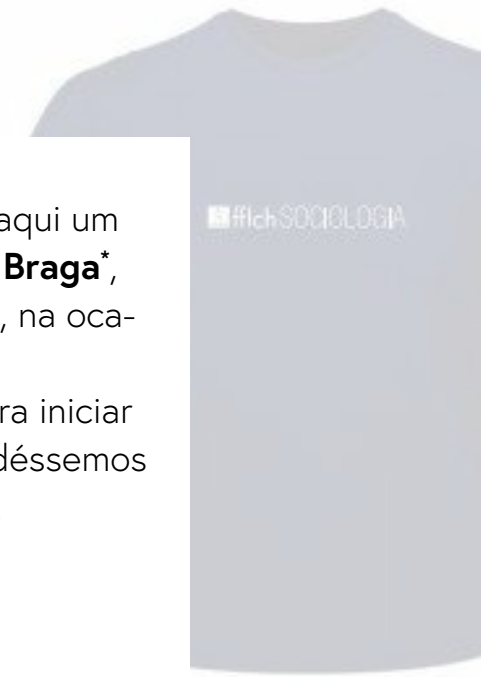
"O Departamento de Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (USP), criado em 15 de setembro de 1987 (Resolução USP No. 3.362), compartilha com dois outros departamentos da mesma instituição – Antropologia e Ciência Política – a responsabilidade de conduzir pedagógica e administrativamente o Bacharelado em Ciências Sociais da USP. Ademais, em articulação com a Faculdade de Educação da USP, é responsável pela Licenciatura em Ciências Sociais. Enfim, no âmbito da formação pós-graduada, mantém o Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP e um Programa de Pós-Doutorado.

Em sua origem, está associado à chamada Missão Francesa, conjunto de professores/as e pesquisadores/as que colaborou estruturalmente com a fundação da USP, em 1934, ao fornecer os primeiros quadros que atuaram na antiga Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da USP, que é a mais antiga universidade brasileira em atividade contínua desde a sua fundação, em 25 de janeiro de 1934. Constituída de nomes que mais tarde viriam somar-se aos mais importantes das ciências sociais e humanas francesas – entre os quais Claude Lévi-Strauss, Fernand Braudel e Roger Bastide –, essa missão firmou a tradição que, nas décadas seguintes (1940-1970), caracterizou ensino e pesquisa nesse domínio do conhecimento científico sobretudo em São Paulo, mas também, vigorosamente, pelo Brasil afora."

(...)

(Trecho de texto retirado do site oficial do Departamento de Sociologia. Texto na íntegra em: http://sociologia.fflch.usp.br/sobreds)

FFLCH, Prédio de Ciências Sociais: jardim do Departamento de Sociologia.
Fonte: a autora, 2019.



Como dito até aqui, a problemática de comunicação da FFLCH se estendia aos seus departamentos, que receberam assinaturas oficiais e guias de estilo no Manual de Identidade Visual.

Com isso, a pesquisa que estive a realizar no estágio pôde começar a se concentrar mais nos objetivos para o ambiente digital, pois agora havia esse conjunto de diretrizes a seguir a adaptação a ser feita.

O novo desafio passou a ser, então, a reconstrução do website do Departamento de Sociologia, já com a adaptação à identidade definida.
Neste capítulo, então, a ideia é ilustrar as principais fases deste processo de atualização do site.

Primeiramente, gostaria de recuperar aqui um trecho das indicações do próprio **Ruy Braga***, chefe do Departamento de Sociologia, na ocasião de início da minha pesquisa.
Quando cheguei ao Departamento para iniciar os estudos, entrevistei-o para que pudéssemos alinhar expectativas de comunicação .

Gostaria de destacar:

"(...) apesar de tradicional, o departamento é dinâmico e vem se atualizando (...) É importante que a tradição seja uma base, um alicerce, que impulsione, mas não um peso";

* http://sociologia.fflch.usp.br/ruybraga

"Manter "seu movimento, sua vida(...)";

"O Departamento está sempre ligado ao país, ao mundo, em busca de constante expansão, de devolver conhecimento ao mundo(...)";

"(...) a ideia de "uma unidade visual, que tornasse possível a identificação do Departamento de Sociologia e de suas respectivas seções, como partes de um todo que são.";

"Ter em mente que o Departamento é rico em história e tradição, por isso dialoga com o passado e o legado da Sociologia".;

"Ele institucionalizou as Ciências Sociais no Brasil". **(Soluções ultra-modernas de design deveriam ser moderadas e criteriosas de acordo com este ponto)**;

Em suma, estabelecemos um tripé conceitual básico para os objetivos de comunicação:

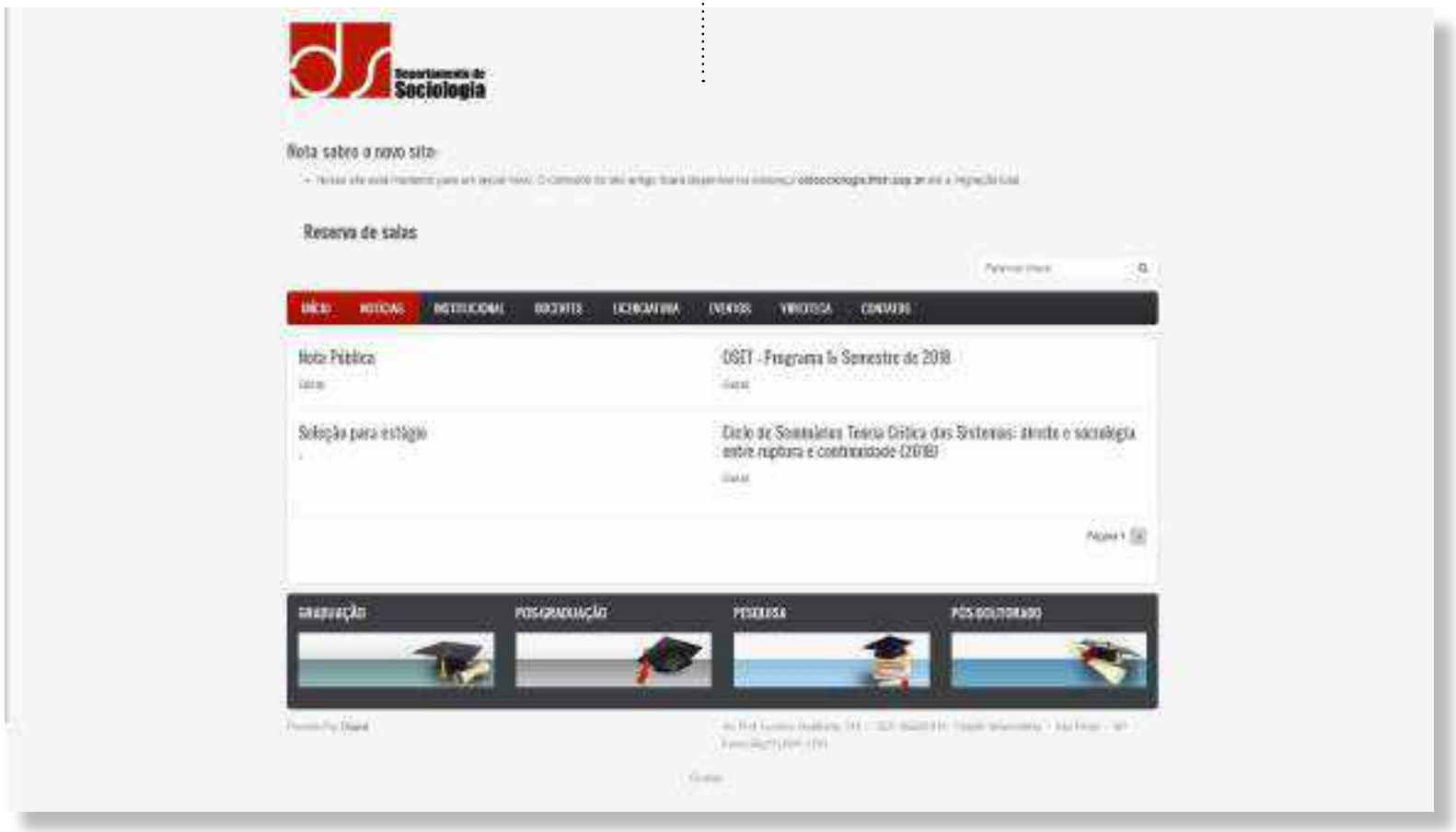
1. Tradição

2. Contemporaneidade

3. Expansão.

Não somente tais conceitos nortearam todo o processo, como se mostraram intrínsecos à tal. Isto pois refazer o website foi lidar o tempo todo com o material que estava disponível até então, versus a crescente demanda para que a plataforma efetivamente começasse a atender as necessidades do presente.

Telas do website antigo, antes da adaptação à identidade visual da FFLCH.



Departamento de Sociologia
Departamento de Sociologia - USP
@socio.usp
Página inicial
Publicações
Avaliações
Fotos
Sobre
Comunidade
Informações e anúncios
Eventos
Criar uma Página
Departamento de Sociologia
USP
Curtir
Seguir
Compartilhar
Ligar agora
Enviar mensagem
Publicações
Departamento de Sociologia - USP
2 de maio
4º Congresso de Graduação da USP será realizado em 04 e 05 de julho de 2018, no Auditório do Centro de Difusão Internacional (CDI), em São Paulo.
A submissão de trabalhos realizados com a participação de alunos de graduação e/ou de pós-graduação iniciar-se-á em 07 de maio de 2018.
9
1 compartilhamento
Curtir
Comentar
Compartilhar
Escreva um comentário...
5,0
5 de 5 Com base na opinião de 3 pessoas
Comunidade
Ver tudo
Convide seus amigos para curtir esta Página
1.907 pessoas curtiram isso
1.969 pessoas estão seguindo isso
Ceupes Ísis Dias de Oliveira e outros 3 amigos curtiram isso ou fizeram check-in
Sobre
Ver tudo

É importante dizer que os conteúdos apresentados a partir de agora contaram também com a imprescindível contribuição do docente **Leandro Velloso***, cujo vasto repertório de conhecimentos impulsionou em muito as etapas seguintes.

Os métodos utilizados fazem parte de estudos do chamado **design de interação;** ou design de interface, design de usabilidade, dentre outros nomes.

Resumidamente, entendemos como design de interação a relação do ser humano com as telas no contexto atual da sociedade (sejam telas de computadores, tablet, mobile, ou outras).

Para que essa relação exista, apresentam-se algumas convenções de linguagem, capazes de serem apreendidas, permitindo um tipo de comunicação.

Assim como as palavras usadas mudam o sentido e a experiência da comunicação verbal, os elementos adotados para uma interface igualmente moldam a experiência da comunicação visual - e essa, por sua vez, a experiência da comunicação como um todo.

* https://www.fau.usp.br/docentes/leandro-manuel-reis-velloso/

a) entrevistas com o público

A escuta de suas necessidades enquanto usuários da plataforma serviria para mapear suas principais frustrações e entender como corrigi-las.

Foram considerados o website que existia no momento com o endereço de "http://sociologia.fflch.usp.br/"; e o endereço "oldsociologia.usp.br", que se tratava de um website anterior, cujo conteúdo havia sido "migrado" para o http://sociologia.fflch.usp.br/; com poucas alterações.

Dos critérios para a elaboração desta entrevista, a proposta foi fazer questões abertas para obter *insights*, a fim de se criar um segundo questionário que seria mais refinado e iria a mais pessoas.

Roteiro da primeira entrevista:

1. Você já utilizou o **http://sociologia.fflch.usp.br/**?

2. Você já utilizou/lembra do **http://oldsociologia.fflch.usp.br/**?

3. Com que frequência você diria que acessa o site do departamento?

4. O que você busca (quando entra) no site?/Qual tipo de informação?

5. Qual foi a última coisa que você procurou no site?

6. Você já teve problemas procurando algum tipo de informação? Como foi? (Exemplo: não encontrou algum tipo de informação, qual foi, como foi, o que fez)?

7. Você acredita que o site dispõe de tudo que você precisa?

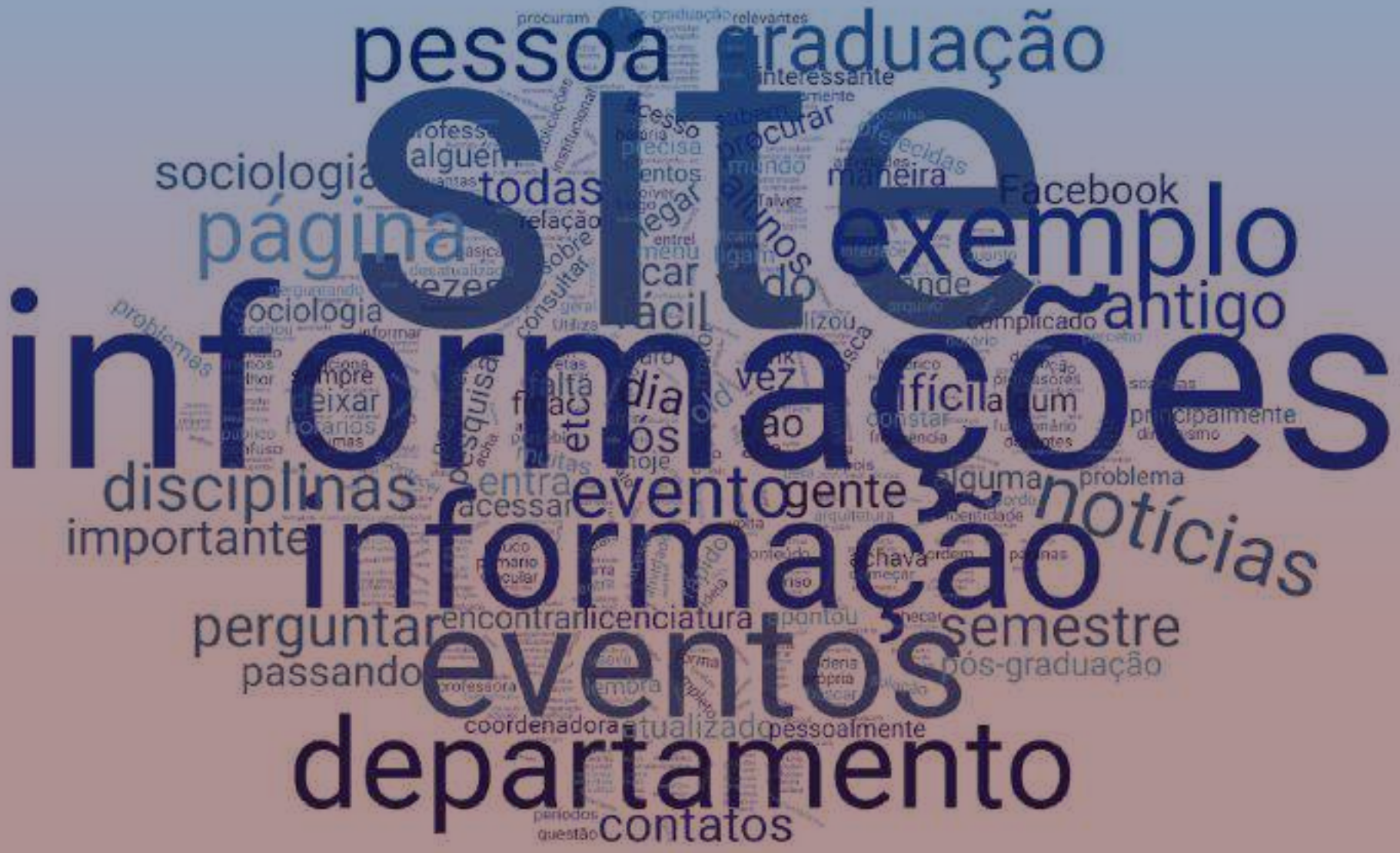
8. O que você diria que falta no site? (seja de botões e interface ou conteúdo / ou que gostaria que estivesse mais evidente / ou o que gostaria que fosse melhorado).

Foram entrevistados:

Alunos: 1
Funcionários: 3
Docentes: 1

Outros
Representante Discente :1

Respostas da primeira entrevista:
De modo a dinamizar o processo de leitura do trecho seguinte, vamos, a partir dos áudios das entrevistas, nos ater a uma **nuvem de palavras**, feita a partir da transcrição de todas as entrevistas.



Captura de tela: nuvem de palavras a partir das transcrições das primeiras entrevistas com os usuários do site do Departamento de Sociologia da FFLCH-USP.
Fonte: a autora, 2020. Feito com o site https://www.wordclouds.com/

Ao coletar os dados da primeira entrevista, temos estes usuários como usuários-modelo que apontaram problemas de quem usava o site para uma ou mais ações, com **alta frequência**, ou seja, mais de uma vez por semana, e várias vezes por semestre.

Denominamos, para fins de praticidade, estes usuários de **grupo 1.** As observações do grupo 1, nos levaram aos usuários de que utilizariam periodicamente ou esporadicamente, que chamamos de **grupo 2** e **grupo 3**, respectivamente. É possível localizar, dentro de cada grupo, a prevalência:

Grupo 1: funcionários do Departamento de Sociologia. Alta frequência de uso.

Grupo 2: docentes do Departamento de Sociologia. Uso frequente/periódico.

Grupo 3:
I. discentes/alunas/os;
II. comunidade USP;
II. público geral /não necessariamente comunidade USP.
IV. público internacional;

Usos periódico/ocasional/eventual/raro.

Segunda entrevista com os usuários:
Como a entrevista acima foi predominantemente com o grupo 1, elaborou-se um questionário mais focado nos grupos 2 e parte tangível do grupo 3, que foi respondido on-line.

Transformamos as respostas do questionário em uma lista de itens, ou seja, uma **lista de requisitos.**

Essa ideia vem do conceito de requisitos básicos para constar na versão mínima do site. Esta ideia vem do conceito de *Minimum Viable Product*, ou "Produto Minimamente Viável" ou ainda "Produto Viável Mínimo".

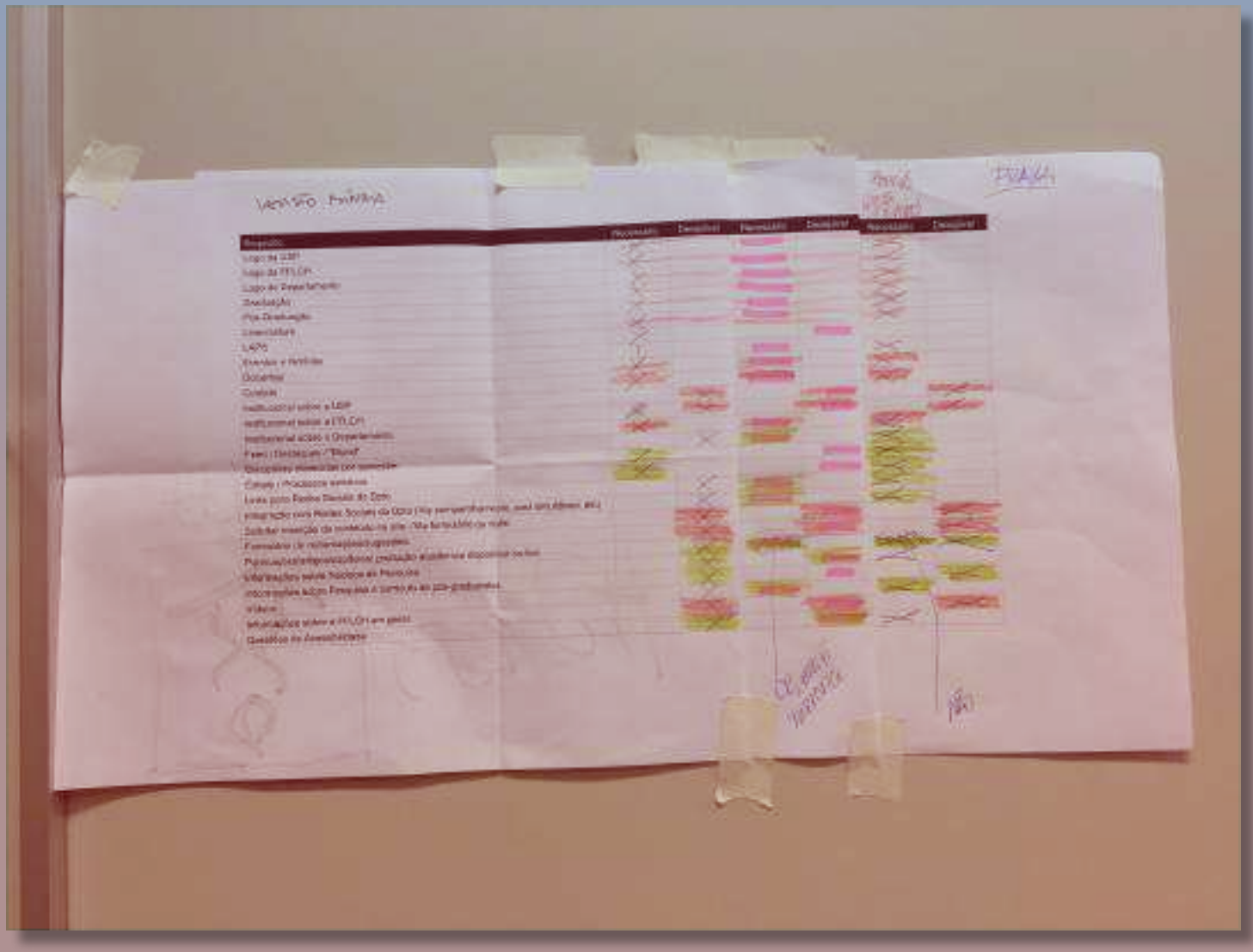
Os itens poderiam ser divididos dentre as categorias "**necessário**" e "**desejável**", a fim de estabelecer quais são as prioridades para que uma versão mínima do (site) fosse ao ar.

Nesta etapa, realizamos uma pesquisa em grupo, contando com a presença de:

- Chefe do Departamento de Sociologia;
- 2 docentes do Departamento de Sociologia;
- Docente convidada da Escola de Comunicações e Artes;

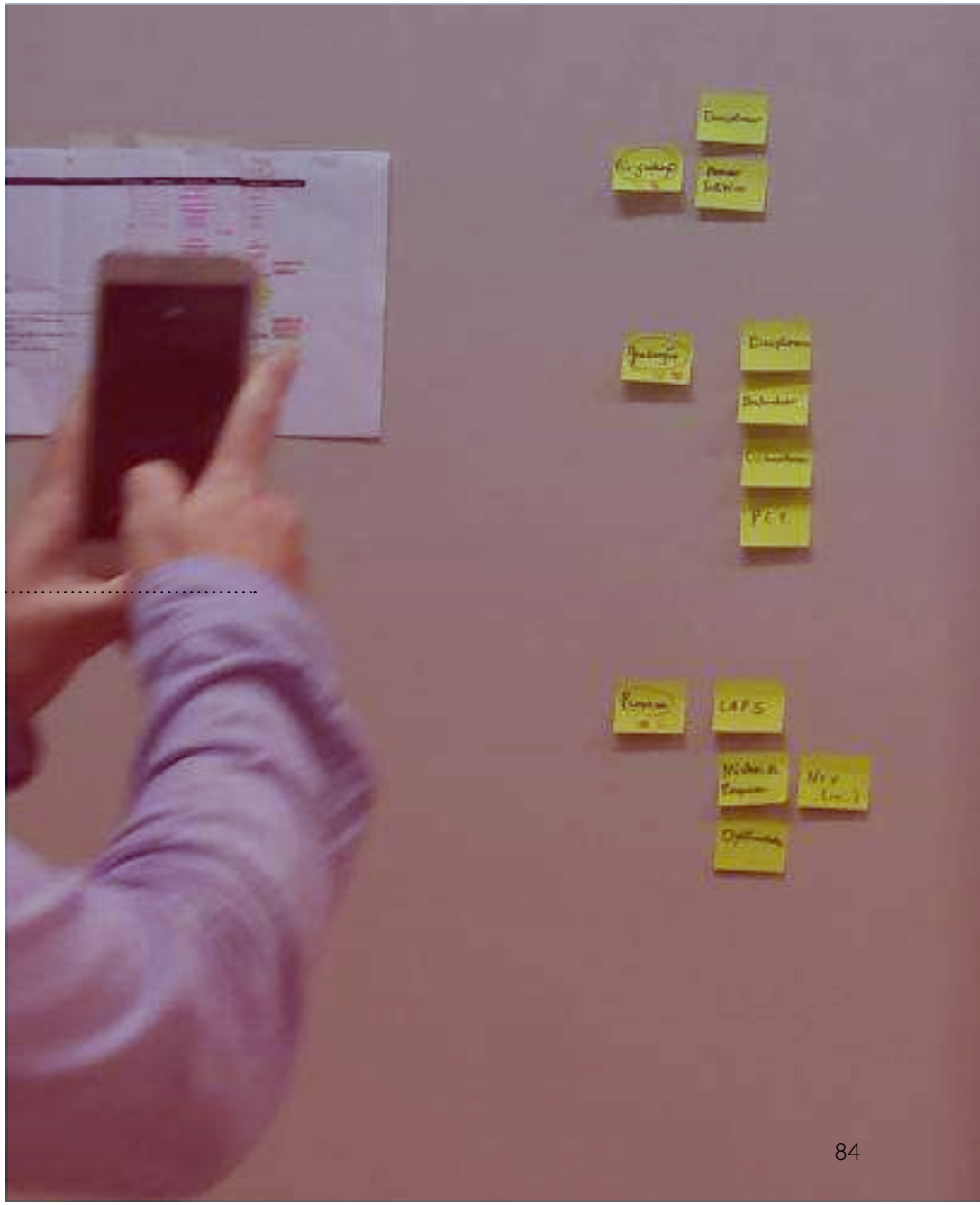
Foi solicitado aos participantes que marcassem nas colunas "necessário" ou "desejável" para cada item:

b) lista de requisitos para versão mínima



Lista de requisitos mínimos para o website do Departamento de Sociologia da FFLCH-USP.
Fonte: a autora, 2018.

Com as listas preenchidas, na mesma ocasião, improvisamos um mural de notas auto-adesivas com os itens listados, de modo que pudéssemos visualizá-los e deslocá-los quando necessário, tendo assim diferentes possibilidades de ***layout* de blocos** para tela inicial do site:



Lista de requisitos mínimos para o website do Departamento de Sociologia da FFLCH-USP. Fonte: a autora, 2018.

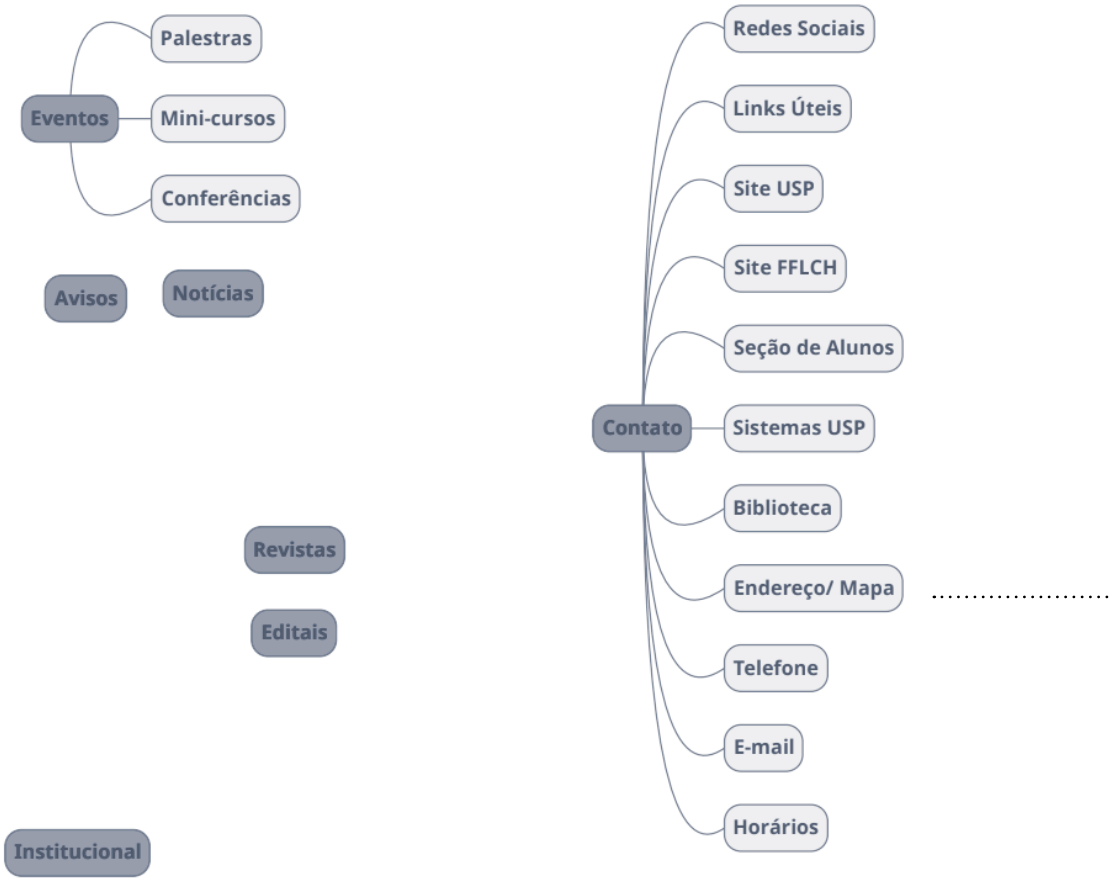
"Quando pensamos em layout podemos pensar em grid, estrutura, hierarquia, medidas e relações específicas utilizadas em um projeto. Isso implica dizer que o laytout é utilizado para controlar ou ordenar a informação, mas, além disso, ele também pode ser usado para suporte à criatividade."

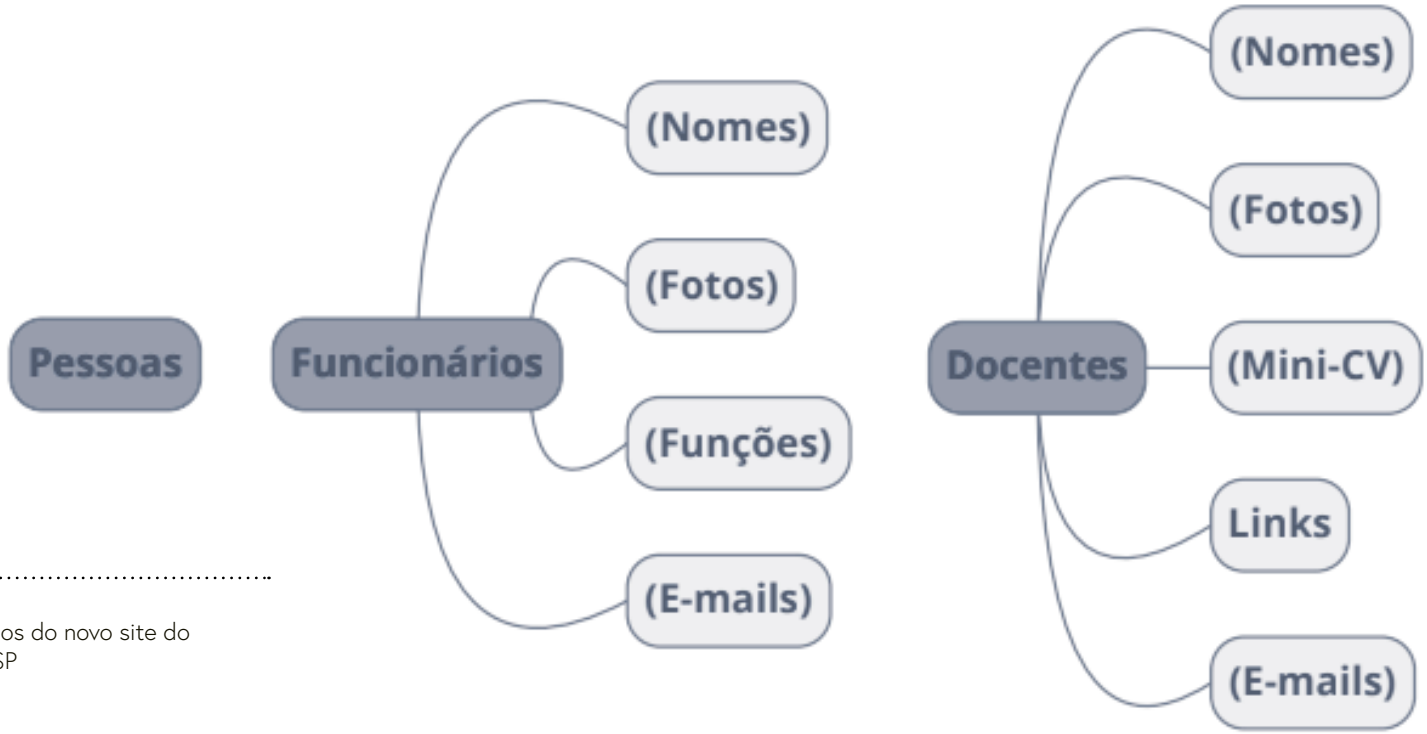
(AMBROSE; HARRIS 2012. Grifo da autora)

c) mapa-mental ou fluxograma

A partir do mural para simular *layouts,* foi possível fazer um mapa-mental - ou fluoxograma- , como uma estratégia didática para agrupar os itens acima; de modo que fosse possível estabelecer uma hierarquia entre eles. (hierarquia da informação) e simular possibilidades de fluxo na interação com o site.

Isso nos ajudou posteriormente a entender quais eram os submenus, ou seja, quais eram subitens dentro de itens maiores.





Fluoxograma da hierarquia dos conteúdos do novo site do Departamento de Sociologia. FFLCH-USP
Fonte: a autora, 2019.

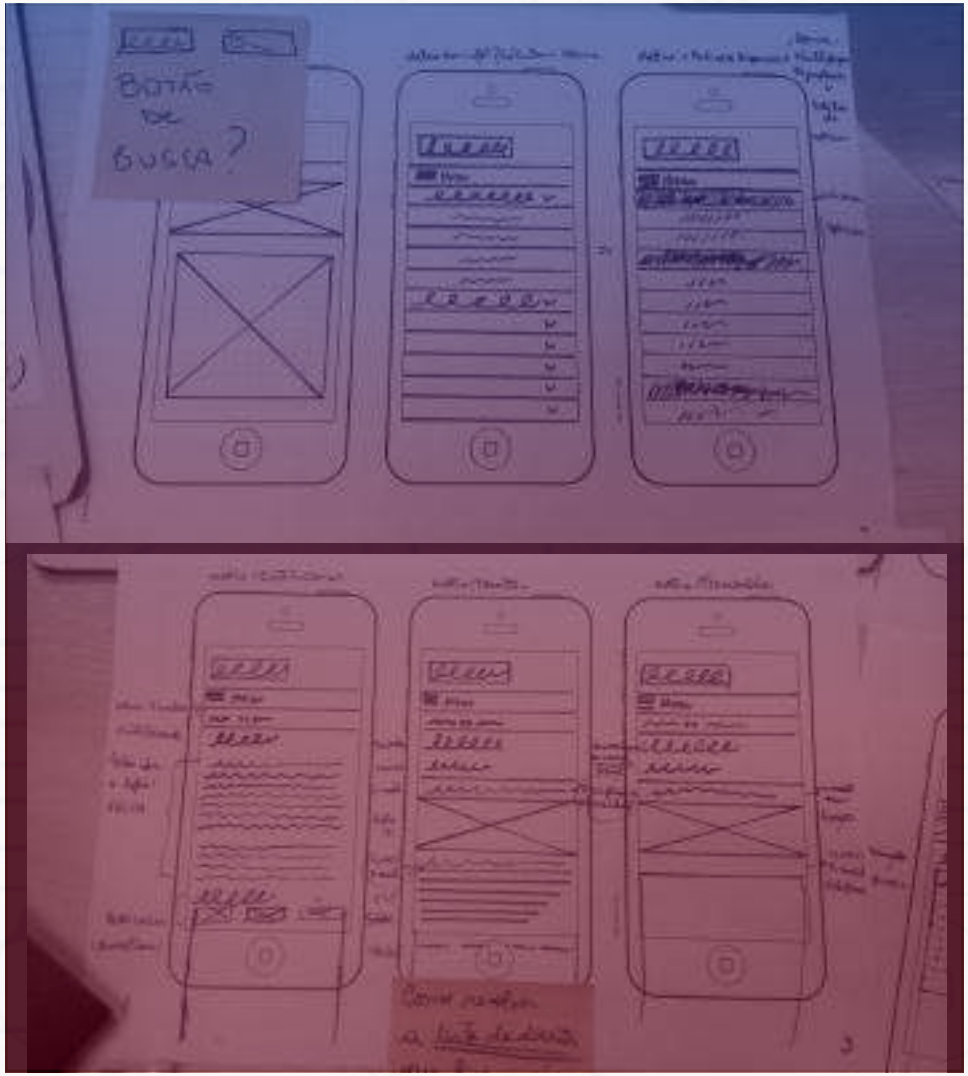
d) primeiros esboços (*sketches*)

Sabendo os menus para a nossa primeira versão possível da plataforma, foi possível partir para os primeiros desenhos ou *sketches*, ou ainda, primeiros esboços do que deveriam ser as novas **telas**.

Para esta etapa foi utilizado o conceito *mobile first*, que tem como princípio desenhar primeiro as telas das versões mobile.

Uma das justificativas para este método é que fazer uma **versão reduzida primeiro, ou seja, antes da versão desktop** seria eficiente para saber quais são as prioridades à interface. Isto
pois a versão simplificada de uma tela menor seria naturalmente mais sucinta, e por consequência nosso foco iria estar primeiro nas tarefas mais essenciais ao usuário.

Soma-se essa hipótese à popularização dos telefones móveis e outros portáteis como tablet, ao redor do mundo todo, ao menos se considerarmos última década (2010-2020).



e) protótipos

Chamamos de protótipos os estudos de modelos de telas para uma determinada plataforma, como em nosso caso é um website.

Só que diferentemente dos *sketches*, (que se caracterizam por esboços livres, feitos para experimentar, sem que se pense muito); a ideia do protótipo é que seja um pouco mais realista, de preferência com *grid*, ou *layout*.

Esse grid ou layout pode vir representado na forma de blocos distribuídos por um espaço ou prancheta, que é o espaço previsto para a tela que será prototipada.

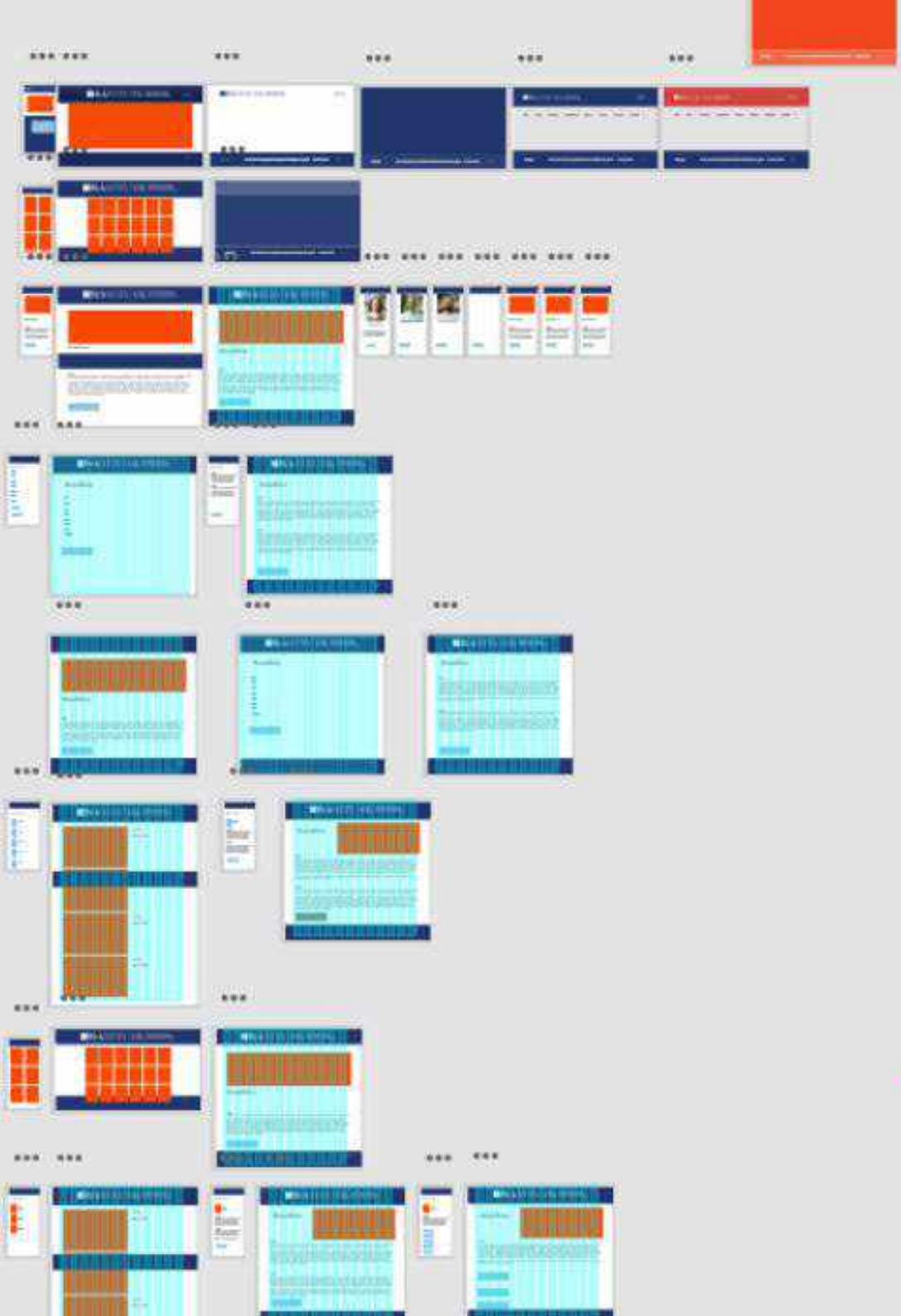
Normalmente, utiliza-se de *softwares* próprios* para prototipagem, que possuem recursos adequados como guias, grades e formas geométricas que auxiliam em muito o processo de planejamento das telas.

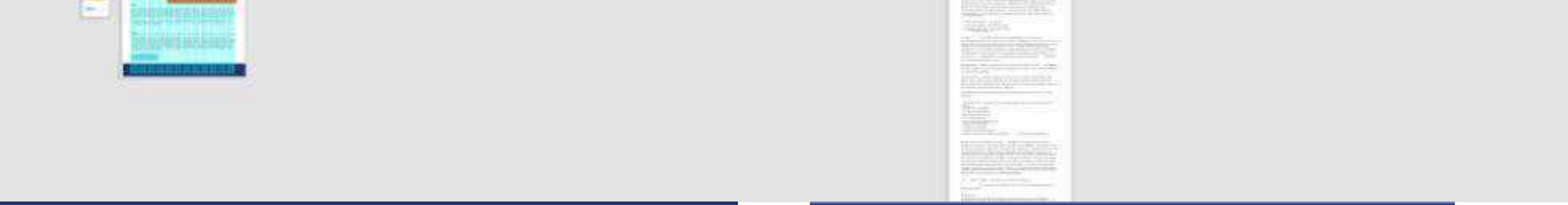
Foi exatamente esse o processo percorrido para redesenhar a interface do site do Departamento de Sociologia. O intuito foi criar um verdadeiro mapa de todas as páginas navegáveis no site.

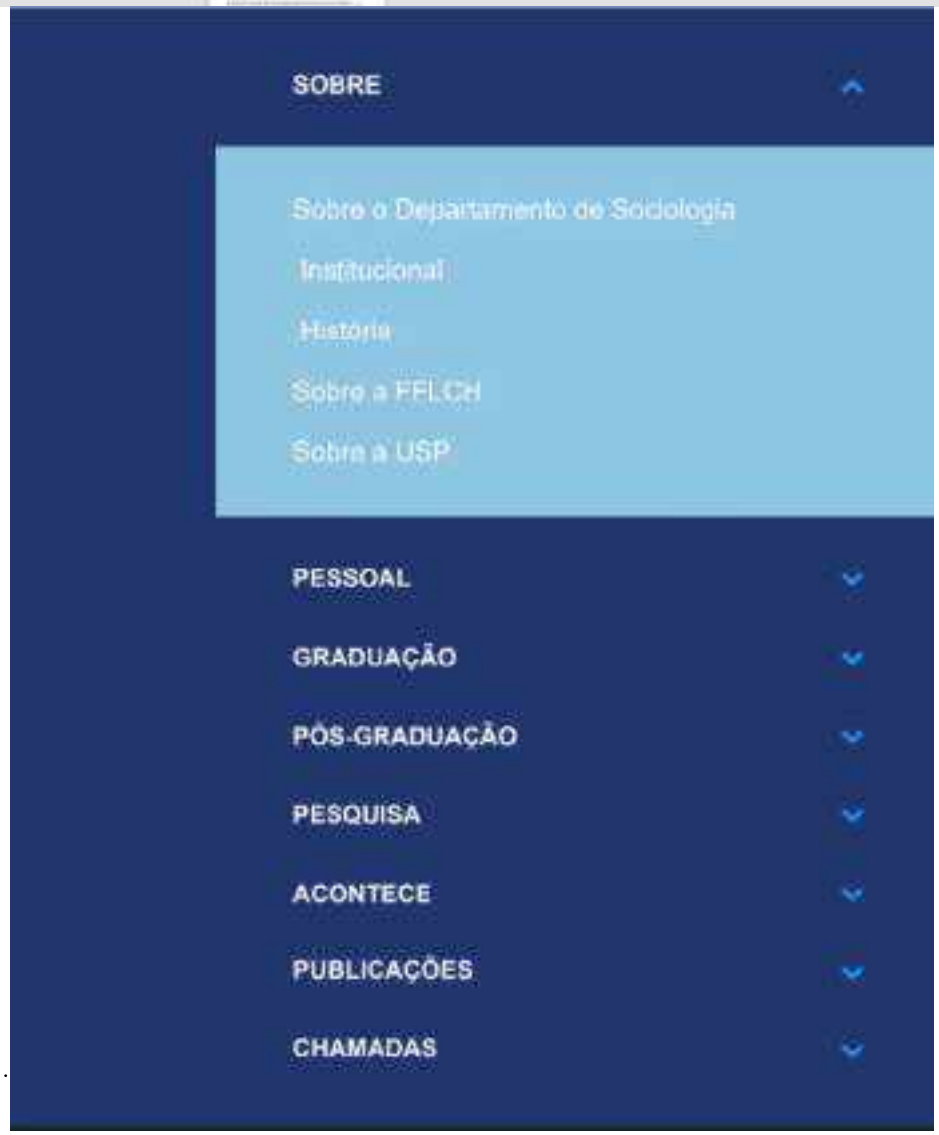
Como se pode inferir, é um processo contínuo, pois sabe-se que hoje as plataformas digitais são aperfeiçoadas e atualizadas a todo instante. (Daí o surgimento dessa profissão como novo segmento para quem trabalha como designer).

Quanto mais fidedigno se queira o protótipo, mais se investe em elementos gráficos e detalhes estéticos. Isto foi muito evidente quando da dependência da aprovação (do então novo) Manual de Identidade Visual da FFLCH para que pudessemos prosseguir com o novo site, usando essa nova estética oficial como forma para dar vida à essa nova estrutura de conteúdo.

*São exemplos conhecidos atualmente: Adobe XD, Figma e Sketch.

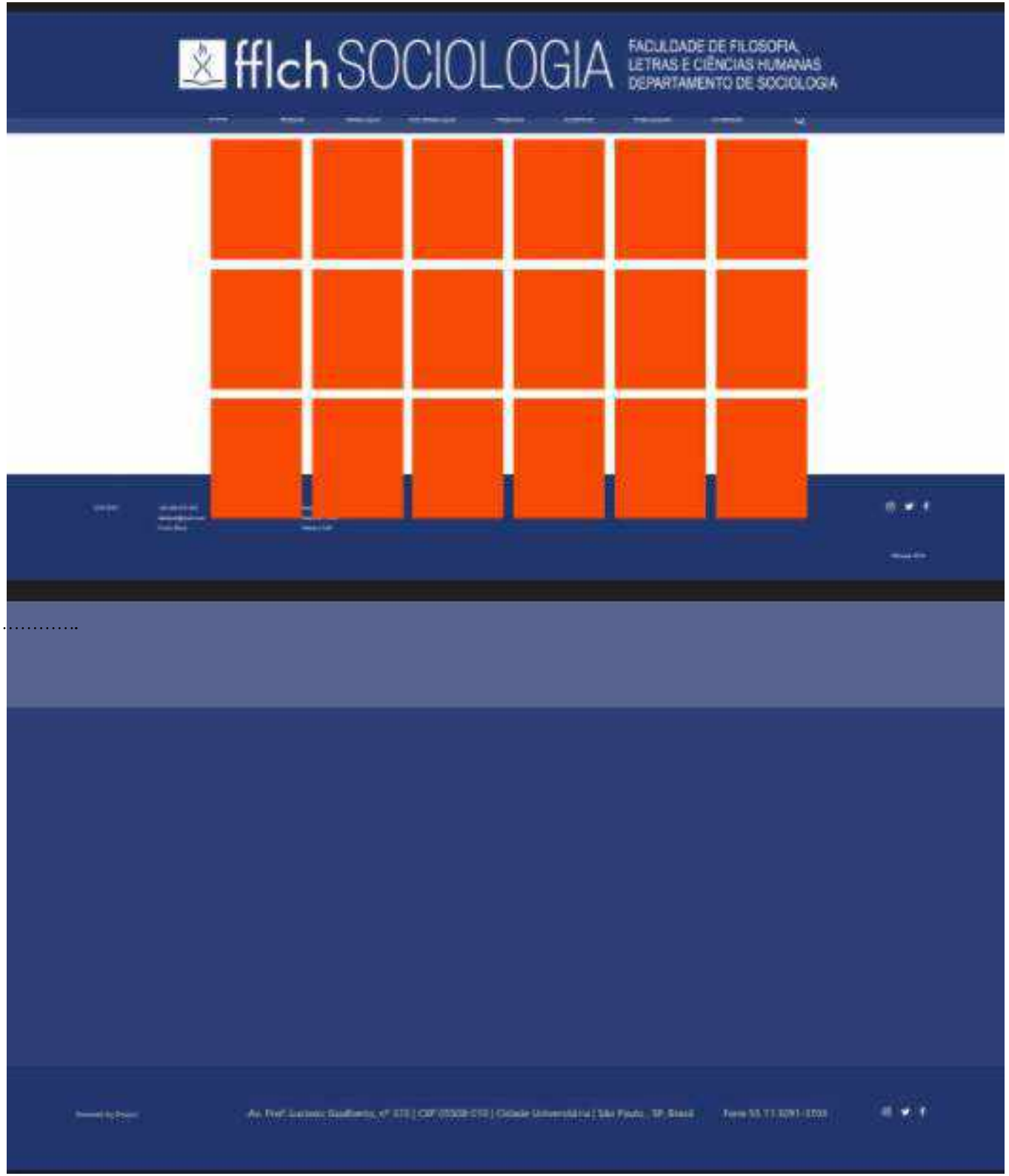






Protótipos (*wireframes*) da estrutura do novo site do Departamento de Sociologia. FFLCH-USP
Fonte: a autora, 2019.

fflch SOCIOLOGIA
FACULDADE DE FILOSOFIA,
LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
USP


fflch SOCIOLOGIA
FACULDADE DE FILOSOFIA
LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

Headline
Bold 40pt
Large Body
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est eopksio laborum. Sed ut perspiciatis unde

fflch SOCIOLOGIA
Headline

fflch SOCIOLOGIA
Headline

fflch SOCIOLOGIA
USP
Docentes do Departamento de Sociologia
fflch SOCIOLOGIA
USP
Ruy Gomes Braga Neto

fflch SOCIOLOGIA
Headline
fflch SOCIOLOGIA
USP
Graduação
O curso de Ciências Sociais na FFLCH

Modelo de tela para o novo site do Departamento de Sociologia. FFLCH-USP
Fonte: a autora, 2019.

Considerações finais (e vamos falar sobre o elefante vermelho na sala?)

Estamos caminhando para o fim deste trabalho, e então, é necessário que se façam algumas considerações.

Note-se que nos exemplos de protótipos aqui, há uma cor vermelha utilizada em algumas partes das telas. Se acessarmos o website http://sociologia.fflch.usp.br/ hoje, veremos que a interface está um pouco diferente desses exemplos. Contudo, ao navegar pelas diversas páginas do site, podemos encontrar alguns elementos utilizados em vermelho, através de caracteres especiais, títulos em textos, fotos e hiperlinks.

Ao longo de todo o processo de pesquisa do estágio, a cor foi uma grande questão e, como foi contextualizado ao longo de todo o trabalho, são instituições complexas, são vozes diversas. Espero ter conseguido propor que, para uma organização, ainda mais com essas dimensões, não há como se deixar estar apenas na esfera do próprio gosto estético. Diversas vezes me deparei com essa questão, refleti sobre, e acredito ser relevante mencionar.

Creio que as maneiras encontradas para utilizar o vermelho em partes de textos e detalhes, em nada feriram a identidade visual orientada a todos os departamentos. Isto pois: por um lado, temos o azul escolhido para ser a cor oficial da faculdade. Podemos observar a unidade visual conquistada através da associação por cor. Como nos explicam FARINA, M., PEREZ, C., & Bastos, D. (2011):

> "É evidente que, na força comunicativa da imagem, o que predomina é o impacto exercido pela cor. Nem a captação instantânea da forma do objeto pode produzir o impacto emocional que nos é proporcionado pela cor."

Essa observação nos ajudaria a entender tamanha potência que tem a aplicação de uma cor para caracterizar a identidade de um conjunto.

A partir daí, por outro lado, o próprio Manual de Identidade feito por Dorinho traz exemplos de cartões-de- visita com cores alternativas:

E podemos ver a aplicação dos mesmos, no site da FFLCH:

Acredito que podemos observar, ainda com essas variações, o quanto a imagem institucional pode ser preservada, com critérios bem-estabelecidos nos guias de estilo (vide o Manual), mesmo quando houver algum nível de flexibilidade para que se mudem alguns detalhes.

Observo assim, que um ponto de coexistência pode ter sido encontrado, um equilíbrio que permite que a marca FFLCH esteja e seja predominante, sem ser distorcida, mas também sem apagar a autonomia do departamento de produzir sentido a partir de si mesmo.

Vejo como fundamental que haja o espaço para a diversidade de expressões; e vejo como igualmente fundamental que possamos identificar quem são os agentes sociais, e de quais conjuntos simbólicos fazem parte.

De modo que, sendo a Universidade um espaço coletivo e público, entende-se o porquê de ser tão importante pensá-la sim, também, por sua imagem institucional. É, primeiro, a imagem de dentro pra fora dos muros da USP. É a identificação por parte de quem não tem, ainda, acesso ao lado de "cá".

Acredito que ter em mente esse princípio é o que mais torna trabalhos como este relevantes e necessários para o futuro.

Algo aparentemente simples, como uma cor, pode comunicar: "prazer, eu sou a USP/ a FFLCH/ a Sociologia. Você já me conhece? **Eu estou aqui.**"

Espero que este estudo, sem a pretensão jamais de esgotar um tema tão vasto, faça parte dos vários esforços coletivos que fizemos/vamos continuar a fazer para melhorar a comunicação da nossa tão querida Universidade de São Paulo.

Pensamos aqui a ideia da **marca** como algo para muito além do sentido comercial. Uma marca é, antes de tudo, algo que pode ser reconhecido. E arrisco dizer, é preciso ser reconhecido, para existir em nossa sociedade. E a universidade precisa urgentemente de reconhecimento.

Vista panorâmica da Universidade de São Paulo: Praça do Relógio, Campus da Capital.
Fonte: https://imagens.usp.br/ | Imagem editada pela autora.

Modelo de tela para o novo site do Departamento de Sociologia. FFLCH-USP
Fonte: a autora, 2019.

Referências

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Layout. Bookman Editora, 2012.

A UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Disponível em: https://www5.usp.br/institucional/a-usp/. Acesso em set. 2020.

DECRETO DE CRIAÇÃO DA USP. Publicado em O Estado de S.Paulo, no dia 26 de janeiro de 1934. Disponível em: https://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2014/12/010-013_MEMORIA_USP.pdf. Acesso em nov. 2020.

Extrato do decreto de fundação da USP. Nossa Universidade. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141994000300002 Acesso em nov. 2020.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. Psicodinâmica das cores em comunicação. Editora Blucher, 2011.

História da FFLCH. Disponível em: https://www.fflch.usp.br/historia

Logotipo e símbolo da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Disponível em: http://www.direito.usp.br. Acesso em nov. 2020.

Logotipo e símbolo da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Diponível em: https://www.poli.usp.br/. Acesso em nov. 2020.

Logotipo e símbolo da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Disponível em: https://www.fm.usp.br/. Acesso em nov. 2020.

MARCOLIN, Neldson. Um caminho de pedras. PESQUISA FAPESP DEZEMBRO DE 2014. Disponível em: https://revista-pesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2014/12/010-013_MEMORIA_USP.pdf. Acesso em nov. 2020.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Learning, v. 1, 2007.

SOBRE A FFLCH. Disponível em: https://www.fflch.usp.br/afflch. Acesso em: 27 nov. 2020.

SOBRE O DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA. Disponível em: http://sociologia.fflch.usp.br/sobreds. Acesso em: 20 nov. 2020.

VERSÃO ORIGINAL DO LOGOTIPO DA USP. Disponível em: http://www.scs.usp.br/identidadevisual/. Acesso em: nov. 2020.

VIANA, ELIETE. FFLCH tem nova identidade visual. Disponível em: https://www.fflch.usp.br/1276#:~:text=Em%20setembro%20de%202018%2C%20o,manual%20simplificado%20de%20identidade%20visual. Acesso em dez.2020.