

1 Ao vigésimo sétimo dia do mês de junho de dois mil e dezesseis, às 16h horas na sala nº.  
2 147 da ESAG reuniu-se ordinariamente o Núcleo Docente Estruturante do curso  
3 Administração da ESAG, com as seguintes presenças: Clerilei Aparecida Bier, Denise  
4 Pinheiro, Felipe Eugênio Gontijo, Francisco de Resende Baima, Graziela Dias Alpersteadt,  
5 Jane Iara P. da Costa, Julíbio David Ardigo, Júlio da Silva Dias, Nério Amboni, Ruth F.  
6 Roque Rossi. **1. Posicionamento do DAE: logomarca proposta para a ESAG em**  
7 **junho/16.** O NDE do DAE, com convite aberto aos demais professores deste departamento,  
8 reuniu-se extraordinariamente no dia 27/06/2016 para discutir o posicionamento e a  
9 contribuição do DAE com relação à logomarca da ESAG. A proposta apresentada em  
10 reunião do DAE DE 16/06/2016 pela equipe do LabDesign foi rejeitada por este  
11 departamento por entender que não consegue traduzir a imagem que a ESAG vem  
12 buscando passar a comunidade ao longo de seus 50 anos bem como não incorpora os  
13 atributos associados à marca ESAG identificados na pesquisa feita por esta própria equipe.  
14 O corpo docente do DAE destacou que após a aprovação da Política de Comunicação da  
15 UDESC ([http://udesc.br/arquivos/id\\_submenu/1775/versaofinal.pdf](http://udesc.br/arquivos/id_submenu/1775/versaofinal.pdf)) e aprovação da nova  
16 marca da UDESC em 26/08/2016, o processo de identidade visual dentro do qual a  
17 reformulação das logomarcas dos centros não foi conduzido de forma clara e participativa.  
18 Destaca-se que, no caso da nova marca da UDESC, foi realizado um trabalho colaborativo  
19 na criação da nova identidade visual. Bolsistas alunos de Design fizeram dinâmicas de  
20 grupo com os profissionais de comunicação e gestores da universidade, além de pesquisas  
21 em documentos e com acadêmicos e servidores apresentando três alternativas ao Consuni,  
22 com duas delas indo para votação. A relatora inicial do processo no CONSUNI foi a  
23 professora de Design, Gabriela Mager que afirmou que a alternativa vencedora "é um  
24 redesign que atualiza a imagem, mas mantém a estrutura da marca atual, garantindo o  
25 reconhecimento por parte do público. Pessoas leigas podem olhar para esta alternativa e  
26 notar que tem uma mudança, mas ainda percebem ser a marca da UDESC, com estilo mais  
27 contemporâneo". No caso da marca da ESAG existiu uma pesquisa no centro que não  
28 informava claramente que o objetivo era a construção de uma nova logomarca. A pesquisa,  
29 após concluída, não foi divulgada/validada no centro, e o trabalho de criação que se seguiu  
30 utilizando esta pesquisa não incluiu a participação de membros da comunidade esaguiana  
31 nem se propôs a ser "um redesign que atualiza a imagem, mas mantém a estrutura da  
32 marca atual, garantindo o reconhecimento por parte do público". Considerando ainda que a  
33 Política de Comunicação da UDESC, no que tange a preservação da memória da Udesc,  
34 cita que: "A Udesc, uma universidade cinquentenária, intimamente vinculada à própria  
35 história de Santa Catarina, precisa valorizar o seu passado, reunindo elementos que

Membros:

Chefe do Departamento:

Secretário:

1 permitam dar visibilidade à sua trajetória vitoriosa. Da mesma forma, deve estimular esse  
2 esforço em cada um dos seus centros, alguns deles também reconhecidos e saudados pela  
3 sua indiscutível contribuição à educação catarinense e à educação nacional”, e sabendo da  
4 história da ESAG na sociedade catarinense e dentro da história da UDESC e não  
5 desmerecendo o trabalho feito até o momento consideramos que o processo de  
6 formulação de uma novo logo para o centro ESAG deve ser retomado incluindo neste  
7 processo representantes da ESAG como por exemplo, chefes dos Departamentos,  
8 representantes das representações estudantis, representantes dos técnicos e das direções  
9 junto com a equipe do LabDesign. Acredita-se que desta forma a discussão, análise e  
10 criação de propostas será mais rica e coerente com a história deste centro devendo, como  
11 foi feito no caso da marca UDESC, trazer pelo menos três alternativas a serem votadas.  
12 Para isto, os professores de Marketing do DAE se colocam a disposição para participarem  
13 deste novo processo. Nada mais havendo a tratar, foi a presente reunião encerrada, da qual  
14 eu Thiago Bratti Schmidt, funcionário do Departamento de Administração Empresarial lavrei  
15 a presente ata, que depois de aprovada, será assinada por todos os presentes.  
16 Florianópolis, 27 de junho de 2016.

**Membros:**

**Chefe do Departamento:**

**Secretário:**