

Comunicação Estratégica na Esalq/USP.

A Marca e a Imagem das Organizações.

Por João Castanheira Filho

Nesses novos tempos de Internet e Mídias Sociais, a todo instante somos remetidos a produtos, serviços e suas marcas por intermédio dos mais diversos meios como Televisão, Jornais, Revistas, Mídia Exterior, Mobiliário Urbano e todas as formas de exposição de uma marca. Assim, as organizações, além de venderem, fortalecem suas marcas, a identidade visual e, por conseguinte, a sua imagem.

Pode-se calcular o alto volume de investimento que as entidades movimentam para promover, fortalecer e fixar suas marcas; divulgar seus produtos ou apenas para mantê-los no mercado. A preocupação das organizações, em investir grandes somas nas campanhas publicitárias, cresce em proporção direta com a competitividade cada vez mais acirrada entre as empresas e a exigência dos seus públicos. O mesmo vale para as entidades educacionais, como a Esalq, Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, da USP em Piracicaba, e tantas outras universidades, que não devem fugir à máxima.

Frequentemente, são implantados programas de Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing, em paralelo aos investimentos feitos em publicidade, que são cada vez maiores, para a implantação de Sistemas de Atendimento ao Cliente, os SAC's, *Call Centers* e sistemas de pré e pós-vendas. As empresas têm aprendido, ao longo dos anos, que, além de divulgar seus produtos, é fundamental estreitar os canais de comunicação e as relações com os clientes e o público externo. Comunicar é a palavra do momento e imagem percebida é o que todos buscam.

Todavia, mais que trabalhar os atributos tangíveis, as organizações se preocupam cada vez mais com seus atributos intangíveis e, dentre eles, com suas marcas e sua imagem. Elas se tornam valiosos ativos, pois além de criar a identidade, fortalecem e facilitam a lembrança, por parte de todos, dos produtos e serviços oferecidos. Nesse processo, as marcas, ao longo do tempo, precisam ser atualizadas e representar adequadamente todas as atividades e variáveis que caracterizam e representam as organizações.

Hoje, quem dita as regras do mercado é o cliente, o usuário, e esses devem ter suas necessidades e expectativas não apenas atendidas, mas também superadas. A qualidade dos produtos há muito deixou de ser um fator de diferenciação, atualmente é apenas um requisito mínimo. Por maior que sejam os investimentos em estratégias de comunicação e marketing, campanhas publicitárias e sistemas de atendimento ao cliente, muitas empresas falham na base de todo este processo – **a comunicação com seus públicos** –, que devem ser vistos como o sustentáculo de todo e qualquer objetivo ou meta a ser alcançado por elas. E o primeiro contato sempre será a marca e sua identidade visual.

Diante desse cenário, depois de exaustivos estudos iniciados em 2016 por um grupo de profissionais internos e com a participação de uma consultoria externa, entre as ações propostas está a recomendação sobre a revitalização da Identidade Visual da Escola

Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (Esalq), unidade da Universidade de São Paulo (USP) de expressiva relevância no cenário agro brasileiro e internacional.

O estudo abrangeu o público interno da unidade da USP em Piracicaba e contou com a participação e engajamento de diversos *stakeholders* externos. Ao final, foi proposto alinhar a imagem atual à trajetória da instituição centenária, ao mesmo tempo moderna e visionária, resultando numa proposta atualizada de adequação da Identidade Visual, por intermédio de um novo conjunto de elementos gráficos, propondo uma única Identidade Visual para percepção da imagem atual e futura, pelos diferentes públicos.

Fica o desafio, importante e imperioso, que se faça urgentemente a uniformização da linguagem e atualização na forma visual como a Esalq é vista, frente a importância de alinhamento das ações de uma escola centenária, rica de histórias e realizações, com a profunda mudança que a atualidade e o futuro exigem de todos.

Este é o início do processo de uma comunicação estratégica da Esalq com todos os seus públicos - internos e externos -, por meio de uma Identidade Visual para comunicação rápida e eficiente. Construindo o alicerce, não apenas para sobrevivência e perpetuação, mas para o sucesso e o desenvolvimento contínuo da gloriosa Esalq.

Prof. Ms. João Castanheira Filho

Pesquisador do Centro de Estudos de Avaliação e Mensuração em Comunicação e Marketing (Ceacom) da Escola de Comunicações e Artes (ECA)/USP

(20/11/2018)