

O CONCEITO DE IMAGEM CORPORATIVA
ESTUDO DE UM CASO REAL

Docente: Professor Doutor Luis Fernando
Ramos Fernández

Discente: Marta Liliana da Silva Alves Loureiro

Porto, 25 de Fevereiro de 2005

Índice

- Introdução	3
- Estudo de um caso real	5
- Conclusões	21
- Aparato Bibliográfico	23
- Anexos	24
- Índice Bibliográfico	24

O CONCEITO DE IMAGEM CORPORATIVA

ESTUDO DE UM CASO REAL

INTRODUÇÃO

As Universidades Sêniores são um fenómeno que tem vindo a revelar-se de suma importância em Portugal. A esperança de vida tem vindo a aumentar, a par da natalidade que tem vindo a diminuir, o que se traduz numa população cada vez mais envelhecida, numa quantidade de idosos cada vez mais presente. Esse aglomerado sénior que tem vindo a aumentar nos últimos anos requer cada vez mais atenção por parte das instituições públicas do país, mas também por parte das instituições privadas. A faixa etária sénior, em constante crescimento, reclama a atenção de todos nós como cidadãos e como seres humanos e também, não nos podemos esquecer, como futuros sêniores. Para dar resposta a este apelo de atenção e de energia criadora por parte dos “mais velhos”, surge a necessidade, cada vez mais intrínseca, de erguer infraestruturas que permitam apoiar esta nova faixa etária com que agora somos brindados: a quarta idade.

Habitamo-nos desde sempre a entender a terceira idade como a última etapa da vida, mas agora eis que tudo muda e afigura-se-nos uma realidade incontornável, uma nova realidade que muda a nossa maneira de ver o mundo e as pessoas que nos rodeiam. Para estarmos a par dos tempos e acompanhá-los não podemos descorar essa nova realidade, antes pelo contrário, devemos seguir-lhe as pegadas, seguir-lhe a trilha e não a perdermos de vista. É isso que fazemos se criarmos diversas formas de apoiar a nova idade que existe na nossa sociedade. Tudo isto significa apenas uma única coisa e resume-se a uma só verdade, os elementos mais antigos das nossas casas têm a possibilidade de viver mais tempo, e se isso de facto está a acontecer, temos de pensar, e já, numa forma de tornar essa vida proveitosa, cheia de experiências enriquecedoras para eles e para nós. Foi justamente com essa intenção que foram criadas, um pouco por toda a Europa e América, as Universidades Sêniores, isto há algumas décadas atrás.

A par de outros países, como por exemplo a Espanha, Portugal está na rota de criação de diversas Universidades Sêniores, situação que tem vindo a atingir maiores dimensões nos últimos anos. Só na cidade do Porto existem 10 instituições deste tipo.

Ao lado, em termos de números de Universidades Sêniores, encontramos Lisboa com exactamente o mesmo número de instituições de ensino. Um pouco por todo o país vemos surgirem mais um punhado destas instituições, mas em números menos significativos. Espalhadas por Portugal continental estão cerca do mesmo número de Universidades Sêniores que existem só em Lisboa ou no Porto: dez. Isto quer dizer que existem tantas Universidades Sêniores nas duas principais cidades do país, como existem no restante território português. De qualquer forma, essa tendência tende a ser contrariada com o passar dos anos e com o aparecimento, que se espera que seja breve, de mais Universidades Sêniores.

ESTUDO DE UM CASO REAL

Como já foi referido, as Universidades Séniores são um tipo de instituição que floresce no nosso país, devido à grande panóplia de atractivos que possui, como por exemplo o custo muito reduzido, a possibilidade de aprender algo mais e sem as temíveis avaliações, as visitas de estudo, os passeios de lazer, os colóquios, os workshops, as conferências e, claro, o rol de amigos que se cria em torno destas instituições.

Por Universidade Sénior entende-se qualquer instituição que ministre ensino informal (não carece de avaliação) direccionado para quem se encontra na idade da reforma, ou não, uma vez que existem alunos que procuram este tipo de ensino e ainda não se encontram em situação de reforma. Simplesmente são pessoas que, por algum motivo, estão impedidas de manter a vida activa a que sempre estiveram habituados e por isso procuram continuar actualizados, vivos em termos sociais e sempre em constante aprendizagem e evolução. De facto o que motiva estas pessoas a procurar uma instituição de ensino são condicionalismos muito variados que vão desde a necessidade de aprender mais e mais até à necessidade de estar com pessoas, de conviver, de fazer novos amigos. Em alguns casos mesmo as Universidades Séniores são utilizadas como veículo para encontrar um novo amor, ou tão simplesmente um companheiro ou companheira para tornar a vida mais confortável em termos de afectos. É também por causa dos afectos que os séniores procuram estas instituições, o facto de terem alguém com quem conversar, alguém que ouça os seus problemas e que se importe consigo é muitas das vezes mais uma razão para levá-los a “regressar às aulas”. De facto, a questão afectiva tem um forte peso no pensamento do indivíduo que opta por se matricular numa Universidade Sénior. A pensar nisso, qualquer instituição com este carácter deve ser criada tendo em linha de conta todas as diferentes motivação que acompanham os seus alunos. É importante que a Direcção e os professores de uma instituição deste tipo estejam sensibilizados para este tipo de problemática que é a das motivações e das expectativas dos seus alunos. As expectativas que estão presentes na vida do aluno sénior não se prendem só com questões afectivas, mas também com questões materiais e ligadas ao seu bem estar, que têm a ver, por exemplo com as condições que tem a sua instituição de ensino/lazer.

Toda a envolvência destes espaços, que devem ser criados e concebidos a pensar no bem estar do aluno sénior, funcionam como um polo de satisfação para estas pessoas, que acabam por criar laços muito fortes com estes lugares. Alguns casos há em que o aluno sénior frequenta a mesma universidade até ao fim da sua vida, o que se pode traduzir em décadas. Isto é facilmente explicável pela relação de confiança que desenvolve com a instituição e com os que o rodeiam. O indivíduo sénior assimila um sentimento de pertença que o faz sentir-se um membro daquela família e é realmente na medida em que este é um sentimento partilhado por muitos dos seus companheiros. Para que isso aconteça é preciso que as Universidades Séniores criem as condições necessárias para a qualidade de vida dos alunos dentro das suas instalações. Apesar de não existir, ainda, uma lei que regule esta actividade, vão sendo criadas normas ou sendo dadas sugestões no sentido de tornar estes lugares de ensino o mais aprazíveis possível. Cada Universidade Sénior tem as suas directrizes próprias, uma espécie de protocolo de cada casa, mas há pontos em que devem estar de acordo, como é o caso da qualidade e segurança das instalações. O espaço em que funcionam as Universidades Séniores deve ser limpo e arejado, ter exposição solar de forma a não ser muito frio nem muito húmido, ser amplo e ter os acessos facilitados. Neste campo há uma recomendação muito importante a ser levada em conta, que é a não existência de escadas, assim como de outras barreiras arquitectónicas. Como já foi anteriormente dito, ainda não existe uma lei que regule isto, mas existe todo um código, não vinculativo, de normas sugeridas pelas várias Universidades Séniores do país. Este código é, por assim dizer, um código oral, uma vez que não há nenhum documento escrito que firme as normas referidas. O que há é um saber geral partilhado por todos e um apelo ao bom senso de cada director das Universidades para que tenham em atenção as condições que oferecem aos seus alunos. Ainda no que diz respeito à existência de escadas e outras barreiras arquitectónicas, estas são totalmente desaconselhadas uma vez que existem alunos com dificuldades de locomoção e outros mesmo que são portadores de deficiências físicas. A pensar nesse tipo de população das universidades recomenda-se que as suas instalações sejam no rés do chão, ou no caso de serem em pisos superiores, que haja elevador. Recomenda-se ainda a existência de saídas amplas, com acesso directo e imediato para o exterior, isto porque pode dar-se o caso de ser preciso fazer frente a uma emergência. Desaconselha-se vivamente o uso de salas de aula sobrelotadas e a instalação de bares de alunos em zonas fechadas, sem acesso directo para a rua. É recomendado, embora, como já disse, não obrigatório o uso de extintores de fogo no

interior das instalações. Em época de Inverno recomenda-se o uso moderado de aquecedores a gás em salas fechadas e sem ventilação, sendo mais seguro optar por outro tipo de aquecimento. Os ventiladores, embora menos eficazes, são mais seguros. Contudo, qualquer tipo de aquecimento deve ser colocado a uma distância considerável dos alunos e professores, para evitar mudanças bruscas de temperatura, o que normalmente tem como consequência uma gripe, ou algo pior.

O material posto à disposição dos alunos deve ser tido também em consideração, nomeadamente o material de pintura, como por exemplo as tintas, que em alguns casos provocam alergias em alunos mais susceptíveis. Deve-se recomendar ao aluno a compra de material deste tipo que tenha pouco odor e que seja bem tolerado pelas vias respiratórias. O mesmo aplica-se ao material usado para escrever nos quadros: recomenda-se o uso de canetas de feltro e quadros brancos, em vez dos tradicionais quadros de lousa e dos paus de giz. É que os paus de giz podem ser nocivos para quem tiver alguma sensibilidade nas mucosas ou na pele. Outra recomendação importante refere-se às disciplinas que implicam algum esforço físico, como é o caso da dança ou da ginástica. O monitor, tal como todos os outros deve ser credenciado para o efeito e ter em atenção a dosagem de esforço que exige, por aula, aos seus alunos. Isto para evitar maselas imediatas ou futuras na saúde dos séniores. Distensões musculares, assim como caimbras, são acontecimentos frequentes se o monitor/professor não estiver atento ao que referi. As cadeiras não devem ser demasiado moles, mas sim confortáveis, uma vez que os alunos vão passar muito tempo sentados. Justamente para que o aluno não esteja imóvel demasiado tempo, as aulas não devem exceder a hora e meia, a que se deve seguir um intervalo de pelo menos cinco minutos, uma vez que a maioria dos alunos não tem duas aulas seguidas. São estas algumas das recomendações mais prementes no que diz respeito ao protocolo, como disse, oral e não vinculativo, que rege, ou deveria reger, a conduta das Universidades Séniores. De qualquer forma, muitas outras medidas poderiam ser aplicadas neste contexto, uma vez que em cada Universidade Sénior existem recomendações próprias.

Nestas instituições de ensino, também conhecidas pelo nome de “Universidades para a Terceira Idade”, para além das já referidas aulas, fazem-se também passeios, visitas de estudo, e no caso de algumas Universidades, até mesmo colóquios, conferências e estudos de investigação. As disciplinas postas à disposição dos alunos, em algumas Universidades Séniores são chamadas de “unidades de saber”, “ou matérias”, noutras têm mesmo o nome original. Estas disciplinas podem ser de carácter teórico ou prático,

ou ainda teórico-prático. As disciplinas de carácter teórico são, por exemplo, o Inglês, o Português, a História, a Filosofia, entre outras. As “cadeiras” de carácter prático são a Pintura, o Desenho, a Cerâmica. Estas são as disciplinas mais comuns que podemos encontrar nestas instituições, para além destas, têm vindo a ser introduzidas outras mais arrojadas pelas Universidades Séniores mais recentes que vieram dar uma lufada de ar fresco ao panorama do ensino sénior, e, acima de tudo, ao panorama da vida sénior. Disciplinas como a História da Cidade do Porto e dos Monumentos Portuenses, Voluntariado e Acção Social, Cuidados de Saúde, Emoções no Contexto Sénior, Poesia, Jardinagem, Dança sénior, Yoga e Meditação e Hidroginástica são algumas das disciplinas que têm vindo a motivar os alunos para a adesão a esta nova fase da sua vida que é o ensino sénior.

Muitos alunos séniores aderem a estas instituições mais até por causa do convívio que lá encontram e dos amigos que lá fazem, do que propriamente pelo que vão aprender de novo. Outros há que valorizam o convívio e as ligações de amizade que se criam, mas estão notoriamente mais vocacionados para aprender mais e mais, enveredando alguns até por uma investigação mais aprofundada em determinada matéria que seja mais do seu agrado. Para isso é necessário que existam estruturas para apoiar esses alunos no levar a cabo da sua investigação. A mais recente Universidade Sénior a surgir no panorama da cidade do Porto já tem um departamento para apoiar esses alunos, chama-se DIES – Departamento de Investigação e Estudos Séniores e foi criado pela Universidade Sénior dos Capuchinhos. Este departamento foi criado com o intuito de apoiar alunos que queiram levar a sua carreira académica ainda mais a sério através do desenvolvimento de trabalhos de investigação que venham acrescentar conhecimento à sociedade civil e académica. Este departamento está também aberto à sociedade em geral.

Este é um dos muitos projectos que a USC vai levar a cabo, para fazer a diferença no universo sénior e no universo empresarial.

A Universidade Sénior dos Capuchinhos vai ser o objecto de estudo deste trabalho acerca do conceito de imagem corporativa. Esta Universidade, que apenas surgiu este ano, veio revolucionar o conceito de Universidade Sénior no país, uma vez que se trata de um projecto inovador que acenta nos moldes empresariais, mas com a humanidade de uma empresa a quem o lucro não basta, nem é a única força motriz. Para além do que se espera numa empresa, a USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos tem o intuito de desempenhar um papel activo na sociedade, de ajudar a mudar mentalidades, de se

atrever a alterar a cadência sempre igual da vida dos indivíduos séniores, que são “velhos” demais para trabalhar, mas que são novos quanto baste para ficarem em casa. Além da parte pedagógica, lúdica e recreativa, estes indivíduos podem ter um papel fundamental nos meandros da sociedade, através do seu testemunho pessoal que mostra que é possível ser-se idoso e ser-se útil, que velhice não é sinónimo de invalidez e que através das acções de voluntariado que realizam com a Universidade Sénior dos Capuchinhos podem ser uma mais valia para todos, sem excepção.

As Universidades Séniores vão surgindo um pouco por toda a parte e com diversas formas de se constituir. Algumas aparecem integradas noutras instituições como cooperativas, associações, instituições de ensino normal, clubes recreativos, entre outras. Outras há que surgem por voto próprio, espontaneamente, sem outra instituição por detrás. Algumas são criadas para apoiar uma determinada franja de uma localidade e não têm qualquer fim lucrativo, outras têm apoios camarários, independentemente de terem ou não fins lucrativos, outras há que têm o mesmo processo de constituição que tem uma empresa de ensino vulgar e outras ainda são criadas sob a forma de associações de amigos, que na maior parte já estão na reforma e aproveitam para criarem, eles próprios, uma instituição sénior de ensino e convívio.

No caso concreto do nosso estudo que inside sobre a USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos, o que vamos ver e o que se pretende provar é que uma empresa pode ser um motor de lucro mas também um engenho social muito válido, ao mesmo tempo. E é baseado nessa premissa que importa focarmo-nos no conceito de imagem corporativa dessa empresa e estudar o seu caso.

O fenómeno das Universidades Séniores surgiu em Portugal há 17 anos, com a primeira instituição deste tipo a localizar-se em Lisboa, corria o ano de 1978. Depois desta surgiram mais cinco, na segunda metade da década de 80; três delas no Norte e as outras duas em Lisboa. Ao avançarmos nos anos 90, principalmente a partir de 1995, assistimos em Portugal ao nascimento da maior parte das Universidades Séniores que temos hoje.

Inicialmente, e a par do que acontecia nos países estrangeiros, as Universidades Séniores eram um fenómeno maioritariamente urbano, contudo, nos dias que correm, essa tendência tem vindo a ser cada vez mais contrariada. Cada vez mais há a preocupação das vilas e localidades com os seus habitantes mais velhos, por isso, vão aparecendo a passos largos instituições de ensino e convívio sénior para acolherem quem está na idade da reforma e se debate com o problema do excesso de tempo sem nada

para fazer. Desta forma, observamos um crescente número de instituições deste tipo a radicarem-se em zonas menos urbanas e menos povoadas. Por exemplo, está a ser criada agora uma Universidade Sénior em Vila Nova de Cerveira, com o intuito de servir as populações que vivem nas aldeias mais recônditas do concelho. É que ao redor de Vila Nova de Cerveira ainda existem populações com hábitos marcadamente rurais, o que os vota, na maioria dos casos, ao isolamento e à solidão, infelizmente tão característica desta etapa das suas vidas.

Cada vez mais a esperança de vida vai alargando horizontes e é certo que muitos de nós vamos ficar por cá mais uns anos do que era esperado há algumas décadas atrás. Com tudo de bom que este facto possa trazer, vêm também situações e contextos menos agradáveis, alguns não auguram mesmo nada de bom, como é o caso do isolamento, do decréscimo significativo da qualidade de vida e da já referida solidão. A par disto surge o dilema dos dias que são todos iguais, todos, invariavelmente sem nada para fazer, sem metas para cumprir. Como é necessário fazer frente a estes problemas muito graves da nova sociedade, surgem então as cada vez mais bemvindas Universidades Sêniores, repletas de novas formas de ocupar a vida, com novos ensinamentos para quem não quer parar de viver.

A par dos rituais de ensino dentro destas instituições, existem também outros que se foram incorporando a estes e que hoje fazem parte da vida “académica” dos alunos sêniores. Estes rituais são, em alguns casos, sucedâneos dos rituais universitários propriamente ditos, daí a lógica da academização das Universidades Sêniores, que por isso mesmo se chamam “Universidades”. Os rituais académicos mais encontrados são o uso do “Traje Académico”, ao qual algumas Universidades Sêniores já aderiram, e cada uma tem o seu, criado segundo os seus ditames, a “Oração de Sapiência”, no início do ano lectivo, e também o encerramento do ano lectivo. Estes rituais desempenham um papel fundamental na vida destas Universidades e na vida dos seus alunos, que os seguem com a máxima seriedade e os cumprem à risca. Para além destes rituais, uma instituição deste tipo que se preze tem de ter também um caderno de actividades, como sendo passeios lúdicos e recreativos, visitas de estudo, com o intuito de aumentar os seus conhecimentos, festas organizadas pelos alunos e professores nas épocas festivas do ano, palestras, conferências, colóquios, seminários, idas a espectáculos, entre outros. Os acontecimentos a que me refiro são normalmente levados a cabo durante as férias dos alunos, no caso de serem extensos em termos de tempo. Outros há que podem perfeitamente ser intercalados com as aulas, como é o caso das visitas de estudo, que

geralmente demoram um dia, ou até uma tarde, e têm um dia específico na semana para serem levadas a cabo. As visitas de estudo são previamente acordadas entre os alunos e a instituição, sendo muitas vezes os alunos que sugerem e até organizam as excursões. As excursões e as visitas de estudo com carácter de aprendizagem têm uma função agregadora dos alunos e do corpo docente da instituição, uma vez que os tornam mais próximos, aumentando a confiança mútua e os laços de amizade. Graças a estas saídas do âmbito lectivo, os alunos, os professores e a Direcção criam laços fortes que os unem e que perduram assim ano após ano. É por este motivo que é fácil ver um aluno destas instituições a dizer que a Universidade Sénior na qual está inserido é a sua segunda família, em alguns casos é mesmo a única que eles têm.

O papel destas instituições é por isso de extrema importância, visto que contribuem para a resolução de um problema que assume proporções crescentes nos dias que correm: o problema do isolamento, da solidão e da deficiente qualidade de vida que estes dois itens provocam. Graças à cada vez maior incidência destas Universidades um pouco por todo o país, é possível, ou vai sendo cada vez mais possível debelar este problema que assola cada vez mais pessoas em todo o mundo. E é por este motivo que a Europa e a América estão cada vez mais alerta para este facto e assim vão surgindo pelo mundo fora notícias da abertura de mais uma Universidade para a Terceira Idade, designação que estas instituições assumiram inicialmente. É imperioso que este conceito se estenda aos quatro cantos do globo terrestre, e não somente à Europa e à América. Países como a Espanha, a França e o Brasil, têm dado o exemplo e cada vez mais são o molde que alguns países tentam copiar. Portugal surge logo a seguir, uma vez que se estima que existam no nosso país cerca de três dezenas destas instituições. O fenómeno, como já foi visto, tem 17 anos de existência em Portugal, mas já lhe conseguimos acrescentar muitos conceitos importantes, como iremos ver mais à frente, e que tendem a ser fonte de inspiração para outros países e para outras culturas. Importa tomar em consideração que todos os contributos são válidos, desde que sirvam para melhorar o que já foi desenvolvido nesta área, e para melhorar, acima de tudo, a qualidade de vida de quem deles usufrui.

A USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos veio introduzir um novo conceito de Universidade Sénior e veio dar uma nova e mais forte base de sustentação ao projecto em Portugal. Apoiada em conceitos empresariais e em conceitos típicos de uma instituição solidária, a USC, alia o que ambas têm de melhor para prover a sociedade. Por isso é, simultaneamente, uma empresa e uma instituição. Esta instituição de ensino

sénior foi criada tendo por base um seguro esquema de comunicação interna e externa, o que lhe permite um excelente intercâmbio de informação, seja ao nível da Direcção, dos professores e dos alunos, seja ao nível da opinião pública e até mesmo da comunicação com as instituições parceiras.

A comunicação de uma empresa é o seu baluarte, o seu estandarte daquilo que faz de melhor. Toda a informação que sai de uma empresa, mesmo que seja a nível interno e não passe para o exterior, não deixa de ter um carácter de respeito a ser tomado muito em conta. Tudo o que a empresa comunica é o que ela é, é o seu rosto organizacional, trata-se do que faz dessa mesma empresa digna de respeito, de reconhecimento e de confiança, é por assim dizer, a sua dignidade como instituição. A comunicação externa tem a utilidade de ir ao encontro dos clientes e do público em geral, que podem vir a ser futuros clientes. Os objectivos da comunicação externa são muito simples: mostrar o que a companhia oferece, gerar credibilidade junto do público, estar a par das expectativas dos clientes e do público e ir ao encontro dessas mesmas expectativas, se possível superá-las. Com tudo isto consegue-se a já referida credibilidade, que é tão somente um dos maiores garantes de um corporação. Uma empresa credível é um alvo apetecível de consumo por parte do público, é uma empresa que goza de bom nome e que, por isso, consegue obter uma forma de publicidade que para além de gratuita é muito rentável: a publicidade do consumidor, isto é, o consumidor satisfeito vai contar a todos os que conhece que a tal empresa presta um óptimo serviço e que por isso aconselha-a. Essa é, por ventura, uma das formas de publicidade com maior aceitação junto do público, porque é feita devido à boa experiência que alguém conhecido já teve com determinada empresa. Podemos aplicar o que foi dito ao caso das Universidades Séniores, que devem transmitir uma imagem de seriedade e de respeitabilidade, de boa organização e de segurança a todos os níveis. São estes os pressupostos que um sénior toma em linha de conta quando decide ingressar numa Universidade, se esta lhe transmitir bem a imagem já referida, ele não terá dúvidas em decidir-se por ela. Um aluno deste tipo precisa que lhe mostrem que está inserido num ambiente de tranquilidade, de segurança e de estabilidade e essa deve ser a imagem a que a Universidade deve obedecer. Mais do que isso, o respeito por este tipo de conceitos deve ser protocolar, ou seja, o protocolo das Universidades deve contemplar estes três aspectos. O protocolo de uma Universidade Sénior deve ser criado de forma a conferir-lhe uma série de qualidades muito apreciadas pelos frequentadores deste tipo de instituição. Busquemos novamente o exemplo prático da USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos que está a criar o seu protocolo

corporativo tendo em conta todos estes aspectos. Ao criar os seus estatutos, que irão reger a empresa, a USC delimitou uma panóplia de condutas de bem fazer que vão regular todas as actividades inerentes à instituição, desde as mais básicas às mais elaboradas.

Baseada nas premissas da estabilidade, da confiança, do profissionalismo, da boa organização, da seriedade e da credibilidade, a USC tem exposto nos seus estatutos, que estão à disposição de todos os que frequentem a instituição, todo o seu código de conduta enquanto instituição de ensino sénior. No documento estão contemplados todos os meandros do sistema organizacional enquanto empresa e enquanto instituição de ensino. Todas as datas importantes no dia-a-dia da Universidade estão pré-estabelecidas, assim como as normas de funcionamento interno: o período de pagamento dos alunos, dizem os Estatutos da USC¹ “A mensalidade é paga entre o dia 20 do mês em curso e dia cinco do mês seguinte”, e o período de pagamento aos professores, de acordo com o mesmo documento², no artigo que refere os direitos dos docentes “Direito a receber os honorários respectivos à função e dentro dos prazos estabelecidos pela Direcção Financeira da USC, ou seja, entre o dia cinco e sete de cada mês”, está devidamente calendarizado e é invariável, normas de boa conduta como a pontualidade não são deixadas ao acaso³ “Manter um sã relacionamento com os restantes docentes, com a Direcção, alunos, funcionários e com a instituição em geral; zelar pelas instalações e equipamentos da USC; ser pontual”, assim como a imperiosa necessidade de respeito no trato entre todos, sem que existam distanciamentos e hierarquias desnecessárias, contudo, em caso de dúvida ou conflito, a decisão da Direcção da USC é soberana⁴ “Cessar a inscrição de todo os alunos que não cumpram os Estatutos da USC ou que pratiquem conduta menos própria para o sã funcionamento da instituição”. Questões como a admissão dos professores e a sua dispensa⁵ “cessar a actividade profissional de docentes que não cumpram os Estatutos da USC, que não atinjam os padrões de qualidade pedagógica exigidos ou que pratiquem conduta menos própria para o sã funcionamento da instituição” são igualmente contempladas, assim como a

¹ CAPUCHINHOS, Universidade Sénior (2004), *Estatutos da USC*. Manuscrito não publicado, Porto. Pág. 8

² CAPUCHINHOS, Universidade Sénior (2004), *Op. Cit.* Pág. 12.

³ CAPUCHINHOS, U. S., *Ídem*.

⁴ CAPUCHINHOS, Universidade Sénior (2004), *Op. Cit.* Pág. 13.

⁵ CAPUCHINHOS, U. S., *Ídem*

conduta e o desempenho que devem ter todos os intervenientes na Universidade Sénior. Todos os indivíduos que intervêm de alguma forma na vida da USC, sejam alunos, ou professores, ou outros, têm uma panóplia de deveres, obrigações e direitos, contemplados nos estatutos que regulam a existência da instituição enquanto tal.

Em relação ainda ao aspecto da comunicação, a USC tem ainda um exemplo paradigmático a acrescentar. É protocolar dentro desta instituição que os professores e os alunos têm liberdade para organizar diversos tipos de actividades, ou para participar em actividades levadas a cabo por outras instituições, o que demonstra o espírito de abertura bastante elevado. Contudo, todas as actividades em que participem os professores e/ou alunos daquela instituição devem ser comunicadas à Direcção, com o mínimo de uma semana de antecedência, de acordo com Estatutos da USC⁶ “Todas as actividades levadas a cabo pelos docentes, e em que participem os professores e/ou alunos daquela instituição devem ser comunicadas à Direcção, com o prazo mínimo de uma semana de antecedência”.

Este procedimento não tem nada de controlador, mas vai ao encontro de uma política de clareza e transparência adoptada pela USC. Aqui vemos o quanto a comunicação a nível interno é fundamental para o bom funcionamento de uma empresa, seja de que tipo for.

O protocolo da USC funciona também desempenhando um papel agregador e clarificador das regras a respeitar dentro da empresa, para que esta funcione como um todo, sem que haja discrepâncias dentro da sua conduta que se quer uniforme e organizada. Aqui entra esse tal referente muito importante que é a já mencionada comunicação. A comunicação, pelo que já foi anteriormente exposto, expressa a identidade da empresa, por isso é fundamental. Essa identidade é marcante em todos os momentos da empresa, nos de fulgor financeiro e nos de crise, nos de calma e nos decisivos. Isto porque a identidade numa empresa revela e testemunha a sua personalidade, como tal, é o elemento diferenciador da corporação, dele depende a imagem global da mesma. A cultura empresarial baseia-se expressamente na ideia de personalidade e de identidade da empresa, destes factores parte toda uma criação de condutas estratégicas, de acção e de organização, que permitem a sua orientação enquanto empresa. E quando nos referimos a orientação temos em conta tudo o que compõe essa organização empresarial, desde a forma de trabalhar, que se quer

⁶ CAPUCHINHOS, Universidade Sénior (2004), *Estatutos da USC*. Manuscrito não publicado, Porto. Pág. 13

homogénea e estilizada, ao suporte publicitário, que deve englobar toda a identidade empresarial que se queira transmitir. Tudo isto tem uma função estratégica incontornável, uma vez que a comunicação apoia totalmente um projecto empresarial de sucesso e converte-se num aliado para a qualidade e, mais importante ainda, num instrumento inesgotável para alcançar a dita qualidade. Por isso há que ver se a comunicação está a ter os efeitos desejados, se está a atingir os seus alvos e os seus objectivos e para que tal aconteça é indispensável que quem se ocupa da comunicação da empresa, o DIRCOM, não deixe nenhum pormenor, por pequeno que seja, ao acaso. Defendo isto porque o fenómeno da comunicação vive de pequenos pormenores, da escolha minuciosa das palavras, da criação escrupulosa da imagem, e assim nada pode ser deixado ao acaso. Aliás a história recente de algumas empresas não pára de nos lembrar isso. Por vezes uma pequena diferença de contexto sócio-cultural pode pôr tudo a perder, até mesmo uma identidade corporativa extremamente sólida. Por isso há que ter em conta tudo isto quando se trata de comunicação empresarial, pois estamos a criar, como já foi exposto, o rosto de uma corporação.

A identidade visual é o ponto de convergência das atenções do público e por isso configura a imagem corporativa. Há que ter em conta que existem quatro princípios da identidade visual. Um deles é o princípio simbólico, que demonstra a necessidade que existe de que haja relação da empresa com a sua identidade visual. Outro princípio é o princípio estrutural, que tem a ver com a simplicidade e a eficácia expressiva, isto é, quanto mais simples é a estrutura da mensagem, seja de que tipo for, mais expressiva ela se torna, porque é mais facilmente apreendida e assim é mais facilmente interiorizada. O público retém mais facilmente uma mensagem com estas características do que uma mensagem de carácter mais ambíguo, que vai ser mais dificilmente interpretada.

O princípio seguinte é o princípio sinérgico e depende integralmente dos dois princípios acima explicados. Este princípio procura o máximo aproveitamento das duas variáveis dos dois princípios anteriores. A relação intrínseca que a empresa deve ter com a sua identidade visual e a simplicidade e a eficácia das mensagens que transmite devem resultar na qualidade da comunicação e da imagem que deve ter. Finalmente, temos o princípio da universalidade que perconiza que é importante criar uma identidade com perspectiva universalista, isto quer dizer que a empresa deve construir a sua imagem a pensar num futuro duradouro e é essa a imagem que deve transmitir.

O rosto de uma corporação é feito de vários recursos da publicidade e da comunicação. Há que ter em conta o aspecto gráfico da empresa, a cor, ou cores escolhidas para a definir, o logotipo, o slogan e, se for o caso, os trajes que envergam os seus colaboradores. A cor, por exemplo é fundamental: há que fazer uma abordagem ao significado que cada cor tem, antes de escolher uma para a imagem da empresa. Este aspecto, como tantos outros, tem de ser tratado com minúcia. Não podemos escolher determinada cor só porque nos agrada e tem a ver connosco, esta pode não reflectir a imagem que queremos fazer passar da empresa. A própria cor, se não for criteriosamente escolhida, pode revelar-se um verdadeiro entrave à boa imagem da corporação. Usemos, uma vez mais, o exemplo da USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos: a cor escolhida foi o azul. Ora o azul dá uma imagem de seriedade, de maturidade, de credibilidade, exactamente o tipo de imagem que uma Universidade Sénior deve ter. A tonalidade da cor escolhida também não pode ser deixada ao acaso, por exemplo, se for azul numa tonalidade muito clara, fica com imagem de infantário, se for azul com uma tonalidade muito escura dá a ideia de um clube náutico, como vemos, a cor tem de ser pensada ao pormenor para de adequar exactamente à função que pretendemos que ela tenha, e assim o azul USC é um azul estilizado, chamado azul empresarial. Este tipo de azul, não muito forte mas profundo, dá exactamente a ideia de seriedade e de maturidade que se pretende.

O logotipo tem de ter também um design adequado ao tipo de empresa que se insere, assim como o slogan, que deve expressar, em poucas palavras, a identidade da empresa. De qualquer forma, o logotipo deve obedecer a uma série de regras de bem fazer, para que cumpra realmente a sua função. Uma dessas regras é que seja exclusivo e não tenha ambiguidades que façam com que se pareça com outros logotipos e assim se associe a empresa a outra ou outras. O logotipo deve evocar a identidade da empresa. Na linha do que já foi tratado, o logotipo tem de ser geminado com o carácter da empresa, tem de ser o seu rosto. Tem também de ser criado tendo em conta os diversos suportes de comunicação, ou seja, deve ser um logotipo que se aplique a todos eles. E, por fim, deve ser coerente com a realidade e com a vocação da empresa. O logotipo tem a obrigação de espelhar o tipo de empresa que representa, por isso deve ser concedâneo com a realidade da mesma.

O logotipo da instituição USC é, uma vez mais usado como exemplo. Trata-se de uma circunferência que tem o nome da instituição inscrito ao redor, no meio tem o símbolo e por baixo o slogan. Esta espécie de logotipo é característica das

Universidades, quer em Portugal, quer, em alguns casos, em Espanha. Como existe uma colagem das Universidades Sêniores ao mundo das Universidades propriamente ditas, é natural que os logotipos tenham algumas parecenças. Não é que o logotipo da USC nos faça lembrar algum outro, mas o formato, as inscrições, até o próprio design, remetemos para o sector universitário. Esta opção ao criar o logotipo não foi inocente, pois a ideia era justamente dar um cariz académico ao mesmo e torná-lo o mais próximo possível da ideia que os alunos sêniores têm de uma Universidade.

O símbolo da USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos é uma árvore frondosa e segura, mas ao mesmo tempo harmoniosa e elegante. A árvore frondosa dá a ideia de já ser uma árvore secular, no entanto, apesar de já terem passado muitos anos através dela, mantém-se vigorosa, segura, cheia de força e ainda elegante e bonita. É essa a imagem que queremos dar, na USC, dos nossos alunos. Pessoas que já passaram muitos anos na vida, e mesmo assim, continuam a ter raízes profundas nessa mesma vida, continuam de cabeça erguida e firmes, tal como a árvore do nosso logotipo.

O slogan “A Experiência é a Árvore do Conhecimento” procura agregar vários conceitos num só. Pretende agregar o conceito da velhice aliada à experiência de vida e esta ao conhecimento e à sabedoria. Tem a intenção de mostrar os sêniores como portadores de uma grande sabedoria devido aos longos anos que já viveram, às experiências de vida que já tiveram e aos ensinamentos que nos podem dar. Todo o conjunto do slogan com o logotipo criam uma mescla de seriedade e maturidade, devido à cor escolhida, o azul, e fazem a apologia do indivíduo sénior, insitando-o a partilhar as suas experiências, juntando-se a nós, Universidade Sénior dos Capuchinhos.

Pelo que vimos, é de extrema importância a criação escrupulosa do slogan e do logotipo, que vão, ao fim ao cabo, ser parte integrante do rosto institucional da empresa e vão fazer com que o público fique com essa mesma empresa em mente. A par do logotipo e do slogan em termos de importância está o nome a ser dado à empresa. O nome de uma empresa é a sua marca e esta é, afirma Fernando Ramos⁷ “*la marca es un bien inmaterial*” .A comunicação de marca é uma estratégia excelente nos dias que correm, e dispõe de uma enorme utilidade como ferramenta para alcançar os objectivos da empresa. Estou a falar, não de um simples nome que damos a uma empresa ou a uma instituição, mas, mais do que isso, estamos a falar da identidade que vai acompanhar

⁷ RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando, *Diapositivos apresentados no módulo de Protocolo Institucional e de Empresa: Normas, Usos e Costumes, do Doutoramento em Comunicação..* Manuscrito não publicado, Universidade de Vigo, Vigo, Espanha

essa mesma empresa ou instituição pela vida fora. Tal importância faz da questão do nome uma questão e um bem incontornável. A questão da escolha do nome tem de ser muito bem estudada para que seja agradável ao ouvido do público e que se assemelhe a algo que o público goste ou que lhe seja caro. A USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos adoptou este nome porque está sediada nas instalações contíguas à igreja dos Capuchinhos, no Amial, instituição que lhe alugou as ditas instalações. Como a igreja dos Capuchinhos é uma referência no Amial, a Universidade Sénior adoptou esse mesmo nome, o que fez com que imediatamente ficasse gravado na memória de todos, pois associavam-no imediatamente a uma ideia que lhes era querida. Para além disso, a sonoridade do nome também era agradável ao ouvido e facilmente memorizável. Como o nome “Universidade Sénior dos Capuchinhos” é muito extenso surgiu a necessidade de criar uma sigla que o definisse, daí aparecerem as iniciais “USC”, que são facilmente memorizáveis, agradáveis à audição e que parecem ser uma alternativa a um nome tão extenso como o da Universidade Sénior dos Capuchinhos.

Na continuação desta organização institucional extremamente cuidada surge-nos ainda o site da USC na Internet⁸, os cartões de visita, os cartazes e os desdobráveis. Este é o suporte publicitário no qual a USC se apoia para se dar a conhecer ao público. O site tem a mesma disposição cromática do logotipo, assim como uma imagem de dinamismo e ao mesmo tempo de serenidade. Os cartões de visita foram criados na mesma linha do site, com a mesma variante cromática, à semelhança do site. Na mesma toada foi concebido o desdobrável que é o suporte publicitário que mais se assemelha ao site. Contém as mesmas fotografias, um texto idêntico, digamos que é uma forma de existência do site, mas desta feita em papel. O mesmo passa-se com o cartaz publicitário, que é uma forma de dar a conhecer a USC em estabelecimentos, ou instituições. Ainda no que diz respeito ao site, este foi a primeira forma de se dar a conhecer que a USC – Universidade Sénior dos Capuchinhos criou. Esta é uma das formas de publicidade em franco crescimento nos dias que correm. Hoje cada vez mais se aposta neste tipo de meio de se dar a conhecer. Isto porque é imediato, rápido, muito barato ou mesmo gratuito. Imediato porque temos esse tipo de publicidade à distância de um clique, rápido porque é uma forma de publicidade extremamente célere, muito barato porque registar um domínio é cada vez mais acessível à bolsa de todos e gratuito porque todos nós sabemos que na posse das ferramentas certas qualquer um pode criar um site a custo zero e

⁸ <http://usc.no.sapo.pt>

colocá-lo na Internet, para isso basta apenas ser cliente de um qualquer servidor. Não existe, nem se prevê que venha a existir, qualquer custo adicional. Por estes motivos, é fácil adivinhar por que é que cada vez mais empresas e particulares apostam neste novo ramo de publicidade.

As Newsletters são outra forma de manter os interessados a par de tudo o que se passa no seio da USC, desde actividades a desenvolver, a notícias de âmbito geral, como protocolos celebrados com instituições parceiras. As instituições parceiras são outra das inovações criadas pela Universidade Sénior dos Capuchinhos. Trata-se de parcerias celebradas com outras instituições, de ensino ou não, que possam trazer mais valias para a Universidade e para os seus alunos. São assinados protocolos de cooperação com instituições e empresas que possibilitam aos alunos da USC o usufruto dos seus serviços, ou das suas instalações por um preço reduzido. Outras instituições que celebram protocolos com a USC são instituições que, de alguma forma, foram e continuam a ser úteis à Universidade no seu dia-a-dia, como é o caso da paróquia dos Capuchinhos. Outras instituições parceiras são um Hotel Rural em Trás-os-Montes, um Gabinete de Psicologia, uma Universidade Sénior do Norte, uma Universidade Sénior do Alentejo, um Horto entre outras. O que se procura é que os alunos possam ter vantagens a vários níveis das suas necessidades, como por exemplo, ao nível da saúde, com o Gabinete de Psicologia, ao nível do lazer, com o Hotel Rural, ao nível de partilha de experiências com outros alunos de outros locais do país, através dos intercâmbios com alunos de outras Universidades Sêniores.

Uma das funções das Universidades Sêniores em Portugal e no mundo é promover a ajuda, não só ao indivíduo sénior, mas também à sociedade em geral. Por isso foi criada a disciplina de Voluntariado e Acção Social, que tem como objectivo colocar o sénior a fazer algo de útil por quem está numa situação de doença ou solidão. A ideia é que grupos de alunos desta disciplina não se quedem só pela sala de aula, mas vão para a rua praticar voluntariado. É importante que levem a cabo actividades como visitas a hospitais, organização de eventos gratuitos para levar alguma alegria, por exemplo, às crianças que estão internadas em hospitais oncológicos, que disponibilizem tempo para visitar pessoas que estão sozinhas em casa, e que por algum motivo não se podem deslocar até nós, entre muitas outras coisas que este grupo de alunos pode realizar, obviamente com o apoio da USC. A ideia primordial, neste caso, é acordar o lado de partilha e de doação ao próximo que cada um de nós tem. Principalmente aos indivíduos mais velhos, que tiveram uma educação menos egocêntrica, menos voltada para si

próprios, importa recordar-lhes o quanto é agradável ver o sorriso de agradecimento de alguém, o quanto é bom ocupar o nosso tempo a ajudar quem está a necessitar que façam algo por ele. A utilidade de uma Universidade Sénior também é essa, criar uma estrutura na sociedade que potencie a entre-ajuda, que leve a que se crie o já quase perdido espírito de solidariedade. Para além das actividades mais lúdicas, existem ainda as actividades mais sérias, nas quais se enquadra o que já foi referido. Estas actividades ditas mais sérias podem ser levadas a cabo também com a vertente lúdica, isto é, podemos fazer coisas sérias e ajudar quem mais precisa e tirar divertimento disso.

CONCLUSÕES

As Universidades Sêniores têm vindo a dar um contributo muito valioso à sociedade e mais ainda à vida dos indivíduos sêniores. Por tudo o que foi explícito ao longo deste trabalho é possível concluirmos que a importação da ideia das Universidades Sêniores da Europa foi uma excelente forma de potenciar o bem-estar da população portuguesa. Quando me refiro a população portuguesa, refiro-me aos mais velhos e aos mais novos, isto porque os indivíduos mais novos também podem tirar muitos aspectos positivos das Universidades Sêniores. Um deles é o facto de os sêniores de cada família melhorarem a sua qualidade de vida através das Universidades Sêniores, e com isso, os outros indivíduos de cada família ficam felizes ao verem os seus sêniores satisfeitos com a sua nova existência.

É exactamente isso que estas instituições proporcionam, ou pelo menos deveriam proporcionar, uma nova vida. Esta nova vida surge após uma outra vida, outra vida que durou cerca de cinquenta anos, que acarretou um trabalho, ou vários, horários para cumprir, preocupações, uma família para erguer e para criar, um dia a dia cheio de uma vida cheia. Agora, chegado ao fim esse ciclo, é importante que surja um outro, mais agradável, mais tranquilo e com menos preocupações. Contudo, há algo de que os nossos sêniores não prescindem: a existência de alguns horários para cumprir. Por isso é que lhes é caro o horário que têm de respeitar na Universidade Sénior, pois é isso que os faz sentir na vida activa, é isso que os faz sentir com responsabilidades e com projectos a levar a cabo. É fundamental que o indivíduo mais velho mantenha uma vida preenchida para que possa sempre acreditar que vale a pena ainda andar neste mundo. As actividades levadas a cabo nas Universidades Seniores proporcionam uma enorme acessibilidade ao saber, um grande leque de conhecimentos e, algo ainda mais importante do que estes dois aspectos. O que se revela realmente imprescindível neste contexto, para além do saber é o bem-estar, a satisfação de viver, que é conseguida através do contacto com outras pessoas, com as trocas de experiências, de motivações e de afectos. Aliás este é o item mais importante de todos: o domínio dos afectos. É em grande parte por causa destes, como até já foi referido, que o aluno sénior procura este tipo de instituições. Nestes espaços o sénior dá lugar ao seu lado afectivo, desenvolve

amizades, crias laços muito profundos, encontra, em muitos casos, uma nova família. Para além de potenciar novas amizades, o indivíduo que frequenta uma Universidade Sénior pode ter outro tipo de interesses, como por exemplo encontrar um novo amor. Isto acontece diversas vezes nesses meios e em alguns casos traduz-se mesmo em casamento. Este facto prova que as Universidades Seniores podem ser também uma mais valia no que diz respeito à vida amorosa, que na vida do indivíduo sénior é tão importante como em qualquer outra idade. Por isso o adulto mais velho dá-lhe bastante importância, até mesmo porque pode ser uma grande ajuda na sua qualidade de vida ao nível da saúde física e mental, ou seja, o sénior revela uma maior resistência à depressão e a outras doenças quer do foro físico, quer do foro psíquico se tiver a hipótese de se sentir uma pessoa normal, com uma vida activa, feliz e sobretudo, amado.

Aparato Bibliográfico:

CAPUCHINHOS, Universidade sénior (2004), *Estatutos da Universidade Sénior dos Capuchinhos*. Manuscrito não publicado. Porto.

HESPANHA, Pedro (1999), *Um Torno do Papel Providencial da Sociedade Civil Portuguesa*. Cadernos de Política Social, nº1, Junho

HIETALUEMA, Anneli (s. d.), *Las Universidades de la Tercera Edad en Finlândia*. Asociación Internacional de Universidades de Tercera Edad, Las Aportaciones de las U.T.E. a los estudiantes. Las aportaciones de las U.T.E. a la sociedad. 1996/1997. Roma: EdUp Srl.

JARVIS, Peter (1985), *Adult and Continuing Education. Theory and Practice*. Londres: Routledge.

TOMPSON, Jean (s. d.), *Gran Bretaña. Un Breve Historia de las University of Third Age and Third Age Trust*. Asociación Internacional de Universidades de Tercera Edad, Las Aportaciones de las U.T.E. a los estudiantes. Las aportaciones de las U.T.E. a la sociedad. 1996/1997. Roma: EdUp Srl.

RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando, *Diapositivos apresentados no módulo de Protocolo Institucional e de Empresa: Normas, Usos e Costumes, do Doutoramento em Comunicação*. Manuscrito não publicado, Universidade de Vigo, Vigo, Espanha

Aparato Bibliográfico:

CAPUCHINHOS, Universidade sénior (2004), *Estatutos da Universidade Sénior dos Capuchinhos*. Manuscrito não publicado. Porto.

HESPANHA, Pedro (1999), *Um Torno do Papel Providencial da Sociedade Civil Portuguesa*. Cadernos de Política Social, nº1, Junho

HIETALUEMA, Anneli (s. d.), *Las Universidades de la Tercera Edad en Finlândia*. Asociación Internacional de Universidades de Tercera Edad, Las Aportaciones de las U.T.E. a los estudiantes. Las aportaciones de las U.T.E. a la sociedad. 1996/1997. Roma: EdUp Srl.

JARVIS, Peter (1985), *Adult and Continuing Education. Theory and Practice*. Londres: Routledge.

TOMPSON, Jean (s. d.), *Gran Bretaña. Un Breve Historia de las University of Third Age and Third Age Trust*. Asociación Internacional de Universidades de Tercera Edad, Las Aportaciones de las U.T.E. a los estudiantes. Las aportaciones de las U.T.E. a la sociedad. 1996/1997. Roma: EdUp Srl.