

A Produção Visual na Agência de Comunicação Social e Científica da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul¹

Marina Granja Arakaki²

Rose Mara Pinheiro³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

RESUMO

A comunicação nas universidades federais segue diretrizes que visam à transparência e ao fortalecimento institucional. A Secretaria de Produção Visual da UFMS atua na criação e padronização de peças gráficas, reforçando a identidade visual da instituição. Desde 2019, com a criação da Agência de Comunicação Social e Científica, houve avanços na comunicação e no uso da marca institucional. A Seprov participa de campanhas, eventos e ações estratégicas, como o Vestibular, PASSE UFMS e recepção institucional, mas enfrenta desafios como equipe reduzida, poucos servidores efetivos e participação limitada em decisões. Para melhorar sua eficiência, recomenda-se ampliação da equipe, capacitação interna e maior integração nos processos institucionais. O papel do design gráfico mostra-se essencial, mas ainda pouco explorado.

PALAVRAS-CHAVE: produção visual; design gráfico; comunicação; universidades federais.

A comunicação em universidades federais é permeada pelas diretrizes da comunicação pública, que busca “garantir o exercício da cidadania, o acesso aos serviços e informações de interesse público, a transparência das políticas públicas e a prestação de contas do Poder Executivo Federal” (Brasil, 2011). Nesse tipo de comunicação está inserida a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Pública e Educação: Desafios na Valorização e Divulgação do Ensino Superior - GT06CO, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 20 a 22 de maio de 2025.

² Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Unesp/Bauri e Programadora Visual na Agecom/UFMS, e-mail: marina.arakaki@ufms.br.

³ Docente da UFMS do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, em Campo Grande. Diretora da Agência de Comunicação Social e Científica da UFMS desde 2018. Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP, na área de Educomunicação, e Estágio de Pós-Doutoramento na Faculdade Cásper Libero (bolsa Capes), e-mail: rose.pinheiro@ufms.br.

comunicação institucional, cujo foco está na “construção e formação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização” (Kunsch, 2003, p.164).

Conforme Kunsch (2018, p.22),

a complexidade dos tempos atuais [...] exige das organizações uma nova postura e uma comunicação estrategicamente planejada. Só assim elas poderão fazer frente a mercados difíceis e, sobretudo, atender a uma opinião pública vigilante, públicos cada vez mais exigentes e uma sociedade em constantes mudanças.

Essa complexidade exige um trabalho interdisciplinar entre as áreas da comunicação da instituição, dentre elas, profissionais com conhecimento em design gráfico, uma vez que utiliza-se uma diversidade de linguagens, como as textuais, visuais, auditivas e híbridas. Contudo, há poucos estudos sobre o trabalho do profissional de design gráfico em universidades públicas, e também sabe-se que nem todas podem contar com esse tipo de profissional (Arakaki, 2022).

Em busca exploratória nas bases de dados Scopus, EBSCO e Scielo não foram encontrados nenhum estudo sobre comunicação nas universidades, quando inseridos os *strings* “design gráfico”; “comunicação” e “universidade pública”. Na base de dados Google Scholar foram encontrados 547 resultados (de 2020 a 2025), entre teses, dissertações, artigos, TCCs e livros, embora a maioria não esteja relacionada efetivamente à comunicação na universidade pública. Pela escassez de estudos e pelas constantes transformações que a comunicação institucional e pública tem experienciado, é necessário que se aprofunde os conhecimentos acerca dessa área, mapeando processos, buscando melhores práticas e indicando caminhos para a produção visual nessas instituições.

Dessa forma, esse estudo propõe uma descrição e análise da trajetória da Secretaria de Produção Visual (Seprov) da Agência de Comunicação Social e Científica da UFMS (Agecom), desde sua criação até o mês de março de 2025. A pesquisa é de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e de cunho exploratório e descritivo. Os procedimentos metodológicos utilizados foram a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e o estudo de caso (Santos, 2018).

A Secretaria de Produção Visual da Agência de Comunicação Social e Científica tem definidas como suas competências, resumidamente, planejar, criar e executar os serviços institucionais de produção visual da Universidade, orientando e incentivando a correta utilização e aplicação da identidade visual da UFMS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2025).

Em 2019, a Secretaria Especial de Comunicação Social e Científica da UFMS foi transformada na Agência de Comunicação Social e Científica (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2024), tendo como objetivos ampliar a atuação nos meios digitais e sociais, fortalecer o pertencimento e orgulho de ser UFMS e consolidar a imagem institucional, principalmente com o público jovem (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2025b). Em relação à produção visual, em 2019 foi institucionalizado o uso da logo de apoio Sou UFMS e do programa Eu Respeito (que já eram utilizados em algumas ocasiões), sendo aplicada nas peças gráficas como forma de reforçar o pertencimento à Instituição.

Também houve a renovação de toda a identidade visual da universidade, com instalação de identificação personalizada em cada espaço e troca da sinalização, além da padronização da identidade em todos os câmpus (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2025b). Outro destaque foi a criação da Grife UFMS, com disponibilização de camisetas, canecas e outros itens para aquisição.

A Seprov concebia logos para unidades da UFMS, serviço que foi descontinuado em outros anos, visando maior unidade visual da instituição. As produções de peças variam entre cartazes, folders, flyers, peças para redes sociais, diagramação de livros e revistas, convites, cartões de visita, camisetas, faixas, painéis, placas, banners, layout para sites e certificados. Em 2020, o Capi, mascote da UFMS, que já era utilizado desde 2018, obteve o registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, com o objetivo de aproximar a instituição da comunidade universitária (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2020a)

A equipe de produção visual da Agecom colabora com as ações de fortalecimento da divulgação científica e dos cursos oferecidos na UFMS por meio da diagramação quadrimestral da Revista Candil, criada em 2018, da criação de peças gráficas para portal e redes sociais, além da criação e coordenação de peças gráficas para campanhas do

Vestibular e PASSE UFMS e do ingresso na pós-graduação (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2025c).

Ainda em 2020, a UFMS instituiu sua Política de Comunicação, estabelecendo mais objetivamente onde a produção visual poderia atuar. O documento tem como um de seus princípios “valorizar a comunicação como vetor de fortalecimento da identidade e imagem institucional, como fonte de conhecimento e como forma de explicitar a importância e o papel social da UFMS” (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2025d, p.2). Como diretriz, a Política de Comunicação da UFMS pretende “fortalecer e regulamentar o uso da identidade visual da UFMS” (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2025d, p.2), que se relaciona diretamente com a produção visual.

Nos anos posteriores, a Seprov atuou de maneira integrada em apoio às ações da Agecom por meio da criação de peças que podem fortalecer positivamente a imagem da instituição, tais como peças de divulgação de programas como a UFMS Digital, que busca divulgar os cursos EaD; recepção institucional, quando os novos estudantes são recebidos pela comunidade universitária; produção de peças gráficas para divulgação dos processos seletivos Vestibular e PASSE UFMS, em conjunto com a agência de publicidade; produção de peças gráficas para o evento Integra UFMS, maior evento científico de Mato Grosso do Sul; produção de calendário institucional e exposição Além dos Olhos; produção de caderno institucional, que juntamente com o calendário é um brinde de início de ano aos colaboradores da instituição; além de outras demandas rotineiras para eventos, projetos, redes sociais, portal etc. Todas essas ações têm por objetivo fortalecer a imagem institucional e aproximar a UFMS de seus públicos prioritários. Destaca-se, em 2023, o recebimento da nota máxima pelo Ministério da Educação no credenciamento institucional - presencial e a distância - sendo elaborada a logo “UFMS é 10!”, que vem sendo utilizada nas peças gráficas de forma a reforçar a qualidade da instituição.

Percebe-se que a Seprov tem atendido um crescente de solicitações da comunidade universitária e dos gestores da universidade, atendendo em 2021, 730 solicitações de peças gráficas e impressões. Em 2022, foram solicitadas 593 peças gráficas e 1933 impressões. Em 2023, foram solicitadas 1132 peças gráficas e 33580 impressões. Em 2024, foram solicitadas 3018 peças gráficas e 12673 impressões. No ano de 2025 já foram atendidas 1065 solicitações de peças gráficas e foram realizadas 1875 impressões, até o mês de março.

A equipe é constituída por servidores efetivos e colaboradores terceirizados, contando atualmente, com quatro pessoas para a criação de peças gráficas, duas pessoas dedicadas aos serviços de impressão e acabamento e o secretário, que faz a gestão de contratos e serviços. Destes, apenas três são do quadro efetivo da universidade, o que prejudica o atendimento das demandas, uma vez que os colaboradores terceirizados ficam sujeitos a questões de orçamento, contrato e regime de trabalho que podem conflitar com os interesses da instituição.

Os processos de trabalho se dão, em sua maioria, por solicitação da gestão superior da universidade, pela equipe de jornalismo ou pelas unidades da universidade. Um dos membros da equipe é designado para atendimento da demanda, são estipulados prazos e desenvolvido o projeto. A aprovação passa pela diretoria da Agecom, sempre mantendo uma unidade visual e textual com os padrões institucionais estabelecidos. Após a aprovação, o projeto é enviado digitalmente ou enviado para produção, tanto por meio da agência de publicidade licitada como por meio das atas de serviço disponíveis na UFMS.

A Seprov, assim como a maioria dos profissionais de design gráfico das universidades (Arakaki, 2022), tem desempenhado um papel operacional no atendimento às diversas demandas e seus múltiplos públicos, tanto pela quantidade reduzida de pessoas na equipe, como pela escassa participação no processo decisório da instituição, muitas vezes acarretando em desenvolvimento de peças gráficas que atendem ao momento. Os desafios também passam por equipamentos desatualizados e urgência de demandas.

Para uma atuação mais eficiente da Seprov, sugere-se o aumento da equipe, idealmente com concursos para a área; oferta de treinamentos e guias para os demais setores da instituição, buscando a conscientização da importância da identidade visual para a imagem da universidade; e também uma ação mais proativa, sugerindo ações e buscando maior participação nos processos decisórios da instituição.

REFERÊNCIAS

ARAKAKI, M. **Panorama da atuação em design gráfico na comunicação das universidades públicas brasileiras**. 2022. 190f. Tese (Doutorado em design). Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Unesp, Bauru, 2022.

BRASIL. **Instrução normativa SECOM-PR n. 5 de 6 de junho de 2011.** Dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências. 2011. Brasília, DF: Diário Oficial da União. Disponível em: <https://www.normasbrasil.com.br/norma/instrucao-normativa-5-2011_78507.html>. Acesso em: 4 abr. 2025.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada.** 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. **Media & Jornalismo**, São Paulo, v. n. 2018, n. 33, p. 13-24, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_1>. Acesso em: 4 abr. 2025.

SANTOS, Aguinaldo dos. **Seleção do método de pesquisa:** guia para pós-graduandos em design e áreas afins. Curitiba: Insight, 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. **Capi tem marca registrada no Inpi.** Campo Grande: 2020a. Disponível em: <[Capi tem marca registrada no Inpi - UFMS](#)>. Acesso em: 4 abr. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. **Manual de Competências da UFMS 2025.** Campo Grande: UFMS, 2025. Disponível em: <<https://www.ufms.br/wp-content/uploads/2025/03/Manual-de-Competencias.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. **Plano Anual de Comunicação: PAC 2020b.** Campo Grande: UFMS, 2020b. Disponível em: <https://agecom.ufms.br/files/2021/02/Planejamento_Anual_AGECOM_2020.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. **Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) Integrado ao Projeto Pedagógico Institucional (PPI) 2025-2030.** Campo Grande: UFMS, 2024. Disponível em: <<https://pdi-ppi.ufms.br/files/2025/02/pdi-ppi-2025-2030-v1.0-web.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. **Relatório de Gestão 2019.** Campo Grande: UFMS, 2020c. Disponível em: <<https://www.ufms.br/wp-content/uploads/2020/07/RG-2019-UFMS-final.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. **Resolução n. 78-COUN/UFMS, de 30 de dezembro de 2020.** Estabelece a Política de Comunicação da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Campo Grande: UFMS, 2020d. Disponível em: <<https://www.ufms.br/wp-content/uploads/2020/12/RESOLUCAO-COUN-n-78-de-30-12-2020..pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2025.