

ELABORAÇÃO DE IDENTIDADE PARA UM PROJETO DE ENSINO

JÚLIA FREIRE DANIGNO¹; ELIDIANE LOPES VIEIRA²; TANIA IZABEL BIGHETTI³; EDUARDO DICKIE DE CASTILHOS⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – juliadanigno@yahoo.com.br

²Universidade Federal de Pelotas – didalv23@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – taniabighetti@hotmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – eduardo.dickie@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A **identidade** é mais do que a diferenciação de uma organização em relação às demais. É o que permanece, quando as estruturas, os processos e as pessoas mudam (THIRY-CHERQUES, 2003). A identidade orienta a ação individual, tem o papel de estruturar a ação, por parte de indivíduos, grupos. Os objetivos, a missão, as práticas e os valores presentes na organização contribuem para dar forma à identidade, diferenciando uma da outra, aos olhos dos seus integrantes (MACHADO, 2003).

Para estabelecer uma identidade é necessário um planejamento para coordenar e controlar as atividades, assegurando que o futuro seja levado em consideração. Tal planejamento proporciona reflexão, analisa a melhor interação da organização com seu ambiente interno e externo, o que auxilia no direcionamento dos recursos e nas ações visando atingir seus objetivos (ARAUJO, 2014). No planejamento é que são definidos então a missão, visão e valores da organização, além de uma identidade visual, ou seja, uma imagem que sintetize o perfil do projeto, que seja a expressão dos conhecimentos e as ações dos que participam.

Para OLIVEIRA (1999) a **missão** “representa a razão de ser da organização”. CHIAVENATO; SAPIRO (2009), afirmam que a missão refere-se ao seu papel dentro da sociedade. PORTO (1997) diz que dita o propósito básico, os valores que a organização pretende agregar a elementos que com ela interagem.

Visão, na concepção de OLIVEIRA (1999), é o limite que os gestores enxergam dentro de um período de tempo. É como a empresa almeja estar no futuro.

Os **valores** são os princípios, crenças, são vinculados aos membros da equipe, são determinantes da rotina diária na organização, orientam os integrantes e determinam a sua forma de pensar, de agir e de sentir (TAMAYO et al., 2000).

Inúmeras são as organizações brasileiras que enunciam missões, visões, princípios e valores como resultado de uma etapa inicial de seus processos de implantação de sistemas de gestão. Porém, mais que perceber o cunho “ideológico” destes elementos é entender o reflexo nas tomadas de decisão e incorporar nas práticas (PORTO, 1997).

O Brasil passa por um processo de envelhecimento populacional rápido e intenso, tanto que a expectativa de vida do brasileiro continuará aumentando nas próximas décadas. Há a necessidade de se conhecer o segmento idoso da população. Dentro dessa realidade, o estado de saúde bucal dos idosos tem adquirido maior importância nas últimas décadas nos países desenvolvidos e em desenvolvimento, visto que essa faixa da população cresce lentamente, porém continuamente, em razão do aumento da expectativa de vida (ROSA et al., 2008). O ensino de Odontogeriatrica se encontra em fase inicial no Brasil, mas estudos sobre o tema apontam a importância da sua inclusão no currículo de graduação.

Sendo assim, a importância da existência de um projeto sólido quanto ao tema é de grande importância, principalmente em faculdades que não contemplam a disciplina de Odontogeriatrics, como a Faculdade de Odontologia da Universidade Federal de Pelotas (FO-UFPel).

Estruturando uma identidade, tem-se uma base onde os personagens podem mudar porém a “essência” de algo que tem repercussões positivas continua. Este trabalho então relata a elaboração de uma perspectiva empresarial para o projeto Gerontologia: Ensino, Pesquisa e Extensão no Tratamento Odontológico (GEPETO) da FO-UFPel, organizada pelo “eixo” de Ensino para que a mesma sugira as ações, amplie conhecimento e seja internalizada para si e os demais “eixos” de pesquisa e extensão, gerando manutenção e criação da personalidade/individualidade do projeto.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho é um relato de experiência das atividades de Ensino do projeto GEPETO (Gerontologia: Ensino, Pesquisa e Extensão no Tratamento Odontológico) da Faculdade de Odontologia da Universidade Federal de Pelotas (FO-UFPel). Primeiramente, para estabelecer a identidade e o planejamento os participantes do projeto fizeram consultas à *internet* para definir os conceitos chave de missão, visão e valor.

Tomando como base as experiências já vivenciadas no decorrer de duração do projeto, foram traçadas as carências, destaques e definiu-se o que realmente o projeto é, para o que o mesmo se destina. Tal análise possibilitou a elaboração da “missão”.

Para estruturar a visão, respondeu-se a questão "O que se quer ao longo do caminho pela missão?". Foi pensada de forma a exigir desafios, estabelecida pensando nos objetivos primários do projeto que não foram conquistados e os que surgiram com o decorrer do tempo.

Os valores tiveram sua concepção em uma publicação no grupo do projeto no *Facebook*. Como enquete os participantes da equipe tanto de Ensino, Pesquisa e Extensão elaboraram palavras e expressões que eles julgavam os princípios do projeto, ou seja, que identificavam e que resumiam as crenças e estruturas.

A criação da identidade visual foi realizada por diferentes membros do projeto. As propostas foram avaliadas para sintetizar em apenas uma figura.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O envelhecimento humano é uma realidade nacional, e em um breve espaço de tempo os cirurgiões-dentistas estarão diante de um número significativo de pacientes com mais de 60 anos em seus consultórios (FRANCISCO et al., 2014). É necessário atualmente que estes sejam mais preparados na universidade quanto a Odontologia voltada para a terceira idade (ROSA et al., 2008). Partindo do pressuposto de que o ensino acadêmico não supra tal necessidade, algo deve possibilitar ao acadêmico conhecer os aspectos físicos, biológicos e sociais do paciente idoso (SAINTRAIN et al., 2006). Com esse objetivo, na FO-UFPel, criou-se o projeto Gepeto.

Porém, levando-se em consideração a característica dos projetos acadêmicos de constante mudança de equipe e na necessidade de estabelecer uma continuidade das ações, independente dos participantes, fez-se a construção de uma identidade para o projeto. A **identidade** é a “face que a empresa

apresenta a si mesma” (THIRY-CHERQUES, 2003), para estabece-la é necessário planejamento, definindo missão, visão e valores da organização e uma identidade visual.

A **missão** é a meta geral das organizações, o papel que ela representa. Sua formalização é de vital importância porque facilita atingir os objetivos estratégicos (MENDONÇA, 2006). Partindo pelo princípio do motivo pelo qual o projeto foi criado, estabeleceu-se tal missão: “promover a capacitação permanente em Odontogeriatría, construindo o conhecimento e adaptando às novas tecnologias de educação para sua utilização, disponibilizando experiências práticas na comunidade para conhecimento da realidade e peculiaridades existentes no manejo, vivência, condições sociais e de saúde das pessoas idosas”.

A **visão** é uma representação da estratégia que serve como inspiração ou ideia-guia que precisa ser feito por toda organização, abrange o futuro, o que se espera (ARAÚJO, 2014). Foi estabelecida como: “tornar-se uma referência regional na capacitação de profissionais, equipes e interessados, na atenção e assistência aos idosos independentes e institucionalizados, e na geração de conhecimentos de Odontogeriatría, fundamentados e alicerçados em embasamento teórico- prático da área”.

Os **valores** garantem bons resultados e bons relacionamentos, são crenças e princípios compartilhados coletivamente em uma organização. Os participantes da equipe baseados em suas experiências e vivências utilizaram de tais palavras e expressões para descrever os valores: comprometimento, respeito, iniciativa, responsabilidade social, flexibilização e Odontologia humanizada.

A **identidade** visual então é o que integra todo o conjunto de características que lhe são específicas, resultantes da sua história, dos seus valores, das suas propriedades, do seu aspecto físico, do clima de relação que mantém com o público, do seu reflexo (RUÃO; FARHANGMER, 2000). A primeira versão da imagem do projeto era o personagem Gepeto, pai do Pinóquio. Mais que a sigla do projeto, o personagem, um artista dedicado, representa o que cada membro da equipe busca: se qualificar, aperfeiçoar o conhecimento e manter-se atualizado dentro dos temas relacionados a Odontogeriatría. Assim como o artesão que valoriza desde a matéria-prima a sua arte final, o projeto busca a valorização do público alvo, considerando suas particularidades, experiências vividas, hábitos e auxiliando na sua inserção social. Há também busca da criatividade para inovar, seja na abordagem, diálogo e prática clínica com os idosos, quanto para expor aos acadêmicos os temas ligados a Odontogeriatría.

Entretanto, mais que entender o cunho “ideológico” dos conceitos, é necessário aplicar na prática. Para tornar mais acessível a todos os participantes, está sendo realizado um vídeo para apresentação à equipe que aborde as diretrizes e valores que devem ser levados em conta em toda a ação.

4. CONCLUSÕES

O desenvolvimento de uma identidade e de um planejamento possibilitou maior conhecimento do projeto, explorando o que já é feito e o que tem potencial. Foi determinado o objetivo do projeto para o futuro e os valores que o norteiam. Muitos objetivos implícitos foram formalizados possibilitando ter outra dimensão a cerca dos benefícios que eles possam trazer para a prática.

Além disso, por se tratar de um projeto de uma faculdade, os integrantes tendem a mudar. Com a identidade estabelecida é possível continuar com a mesma qualidade ou melhor, alterando apenas os participantes das ações. O estabelecimento nesse projeto em particular também propiciará a continuidade do

ensino da Gerontologia/Odontogeriatría para alunos de uma faculdade que carece de tal disciplina no programa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- THIRY-CHERQUES, H.M. Responsabilidade Moral e Identidade Empresarial. **RAC**, Edição Especial, p. 31-50, 2003.
- MACHADO, H.V. A Identidade e o Contexto Organizacional: A Identidade e o Contexto Organizacional: Perspectivas de Análise. **RAC**, Edição Especial, p. 51-73, 2003.
- ARAÚJO, E.M.S. **Desenvolvimento do Planejamento Estratégico da Empresa A.N. Brasil Comércio e Indústria de Matrizes LTDA – EPP**. 2014. 40f. Relatório de estágio supervisionado (Bacharel em Engenharia de Produção) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade do Planalto Catarinense.
- OLIVEIRA, D.P.R. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 14 ed. Atlas, São Paulo, 1999.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- PORTO, M.A. Missão e Visão Organizacional: Orientações para a sua concepção. In: **ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**, Gramado, 1997, Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ENEGEP, Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management. Porto Alegre, 1997.
- TAMAYO, A. et al. Inventário de Valores Organizacionais. **Estudos de Psicologia**, Brasília, v. 5, n. 2, p. 289-315, 2000.
- CHAIMOWICZ, F. A saúde dos idosos brasileiros às vésperas do século XXI: problemas, projeções e alternativas. **Revista de Saúde Pública**, Belo Horizonte, v. 31, n. 2, p. 184-200, 1997.
- ROSA, L.B. et al. Odontogeriatría – a saúde bucal na terceira idade. **RFO**, Ribeirão Preto, v. 13, n. 2, p. 82-86, 2008.
- FRANCISCO, K.M.S. et al. Ensino de Odontogeriatría nos cursos de graduação no estado da Bahia. **ClipeOdonto - UNITAU**, v. 6, n. 1, p. 28-35, 2014.
- SAINTRAIN, M.V.L. et al. Ensino da Odontogeriatría nas faculdades de Odontologia do Sul e Centro-Oeste do Brasil: situação atual e perspectivas. **Revista Odonto Ciência – Fac. Odonto/PUCRS**, v. 21, n. 53, 2006.
- MENDONÇA, W. **Comunicação dos objetivos estratégicos em empresas do setor elétrico e eletrônico**. 2006. 108f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Mestrado em Administração, Universidade Municipal de São Caetano do Sul.
- RUÃO, T.; FARHANGMER, M. A Imagem da marca: Análise das funções de representação e apelo no marketing das marcas. Um Estudo de Caso. **Actas do I Seminário de Marketing Estratégico e Planejamento**. Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, Portugal. 2000.