



A gestão do design e a reestruturação da capacitação na UFSC: Portal da Capacitação

Design management and the restructuring of qualification at UFSC: Qualification's Website

Leandro Machnicki Altaniel, Monica Stein.

informação, *website*, design, estratégia, gestão.

O presente artigo tem como objetivo propor uma análise da construção do novo website da capacitação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em relação à arquitetura da informação e à gestão do design. Para esta análise foi realizada uma revisão bibliográfica relacionada a gestão do design, a arquitetura da informação e a gestão estratégica. Considerando o foco no usuário como princípio norteador do desenvolvimento do novo website, foram verificadas todas as etapas do desenvolvimento do projeto e os resultados obtidos após o seu lançamento, no período entre abril e outubro do ano de 2013.

information, website, design, strategy, management.

The purpose of the present paper is to analyse the new qualification's website from the Federal University of Santa Catarina (UFSC) related to the information architecture and design management. This analysis is based on a literature review to introduce the concepts of design management, information architecture and strategic management. Based on the user as the main objective to develop the new website, the following analysis is focused on the stages of that development and the results obtained after it was launched, from April to October of 2013.

1 Introdução

Nos últimos anos vêm ocorrendo uma expansão das Universidades Federais, o que inclui a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). No âmbito da Coordenadoria de Capacitação, as mudanças vêm acontecendo desde 2006 com a criação de políticas para a capacitação de servidores. Ainda assim, os problemas enfrentados por este setor são de inúmeras ordens, desde a falta de estruturação de cursos até o atendimento às demandas.

Com o objetivo de atender estas demandas foi realizado um planejamento estratégico para mudar a atuação da Coordenadoria de um perfil operacional para estratégico. Nesta nova perspectiva de gestão, foi proposto um novo *website* para colaborar com estas mudanças, apresentando as informações à comunidade universitária de forma ampla e ordenada. Esta problemática já havia sido foco de análise deste setor que atendia sua demanda por telefone ou presencialmente. Apesar de haver um *website* anterior, este era desconhecido e não atendia a praticamente nenhum dos objetivos, além da operacionalização dos cursos.

Considerando o exposto, serão avaliados os conceitos da gestão estratégica do design e os princípios da arquitetura da informação na avaliação do projeto do *website* da capacitação por meio de revisão bibliográfica. Será realizada a análise das informações que formaram a base do novo site e o resultado após o seu lançamento, segundo os relatórios do *Google Analytics*.

2 Referencial Teórico

Para o entendimento dos conceitos utilizados neste estudo serão definidos temas como gestão do design, o design no processo de gestão, seu uso como estratégia organizacional, as definições de usabilidade e da arquitetura da informação

Gestão do design

Pode ser definida como a 'distribuição eficaz, pelos gerentes, dos recursos de design, disponíveis à empresa a fim de ajudá-la a atingir seus objetivos' (Gorb, 1990). Neste sentido é possível colocar a gestão do design como meio para obtenção de resultados pela gestão. Neste mesmo sentido Mozota (2011) afirma que a gestão do design está ligada a identificação de assuntos específicos do design que são relevantes para solucionar questões da gestão e também no treinamento dos gestores em um uso eficiente do design.

Neste processo, o design é utilizado para um fim, um objetivo organizacional, diferente da perspectiva comum que é trazer soluções para problemas operacionais. Assim, a gestão do design pode ser percebida como a gestão dos ativos da organização aliando várias áreas de atuação de forma estratégica.

Gestão estratégica do design

A tomada de decisões no nível gerencial caracteriza a atividade estratégica. O planejamento a longo prazo, bem como a visão da organização e sua relação com a sociedade são também focos da alta administração.

Para Lockwood (2006) design estratégico não pode ser confundido como uma estratégia de design. Em sua definição, design é dar sentido a objetos enquanto que design estratégico é dar sentido às decisões. O design estratégico pode ser entendido neste contexto como o resultado do processo da gestão do design. Além disso, também é necessário o comprometimento da equipe. 'Implantar um modelo de gestão estratégica requer o compartilhamento de pessoas e o desenvolvimento de um espaço próprio de construção do projeto coletivo da empresa.' (Merino, 2011: 155)

Para alguns autores, a gestão do design aparece como meio de integração que aprimora o processo de planejamento e aplicação de estratégias, enquanto para outros, o objetivo está voltado para o ambiente externo, ao entender a cultura, a sociedade e suas necessidades e comunicar com esta os objetivos da organização.

Arquitetura da informação

Segundo o Instituto de Arquitetura da Informação (IA), a arquitetura da informação é definida como 'a arte e a ciência de organizar e catalogar *websites*, intranets, comunidades online e software de modo que a usabilidade seja garantida.' Da mesma forma Morville (2006) define que usuários e conteúdo são elementos de base para a efetiva prática do design e de uma arquitetura da informação.

A arquitetura da informação organiza o conteúdo de modo a facilitar a comunicação. Um dos focos mais importantes desta área da ciência é o usuário.

Usuários

O objetivo principal de todo *website* é levar informações importantes aos seus usuários. Neste propósito toda construção deve ser planejada com base na usabilidade. Para Morville (2006), os usuários são os verdadeiros criadores das páginas. Sites mal construídos logo são abandonados e assim perdem valor. Mesmo nas intranets, se forem construídas sem o foco no usuário, serão mal utilizadas ou rejeitadas.

Na atualidade, grande parte dos projetos de *websites* envolve um *redesign* para *websites* existentes e o autor define que 'nestes casos, faz sentido começar observando as informações que mostram como as pessoas vêm usando o site e onde eles estavam tendo problemas.' (Morville, 2006: 247).

Conteúdo

O segundo pilar da construção de sites é o conteúdo que pode ser definido como documentos, imagens, aplicativos, áudio, vídeos entre outros.

Os meios para encontrar o conteúdo são vitais para o uso das informações. Elas devem ser estruturadas de forma a entender como o usuário faz a busca e como o resultado pode ser apresentado da forma mais simples.

3 Propondo um novo *website* – da teoria à prática

Nesta construção foram considerados os pontos críticos do *website* existente, as necessidades e a pesquisa de referências. Foi considerada ainda a perspectiva do usuário, que ao buscar um serviço da capacitação não encontra informações adequadas.

A universidade e seu site para capacitação

Em todos os setores da UFSC que possuem páginas institucionais, é adotado um modelo, no formato de *blog*, que conta com um menu lateral. Ele é adaptado para uso de qualquer setor, desde unidades administrativas, centros de ensino e laboratórios, não levando em conta as especificidades das unidades.

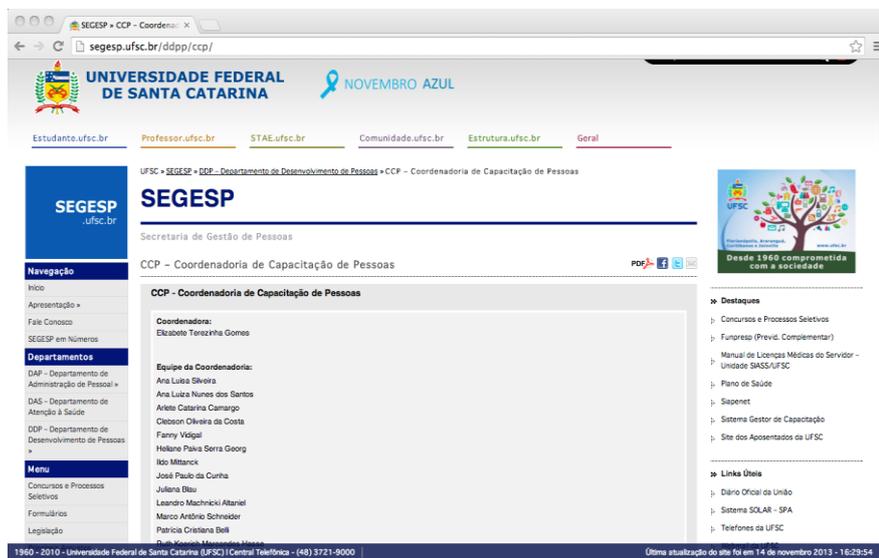
O conteúdo é apresentado de forma hierárquica (UFSC > Unidade > Departamento). O *website* pode ser acessado a partir da página principal se for conhecida sua localização na estrutura. A troca de gestão ao longo dos anos e as mudanças nos nomes dos setores, é um problema colocado para o usuário.

Análise do *website* anterior

A partir da avaliação do *website* utilizado pela capacitação da Universidade, foi possível dimensionar a falta de ligação entre os servidores que buscam informações e o conteúdo disponibilizado pela Capacitação.

O endereço <<http://segesp.ufsc.br/ddpp/ccp/>> possui formulários já disponibilizados anteriormente e é possível verificar uma organização em formato de *blog*. O texto é adicionado na mesma página tornando o *website* extenso e com pouca atratividade.

Figura 1. *Website* anterior da Capacitação



A dificuldade dos usuários em encontrar informações é evidente, uma vez que não se consegue identificar de imediato às áreas de atuação da capacitação e onde está o conteúdo desejado.

Nesse modelo desconcentrado de acesso a informação, toda a demanda estava sendo resolvida por telefone ou presencialmente.

Levantamento de necessidades

O primeiro ponto debatido pela equipe em entrevista foi a dificuldade em acessar às informações e serviços oferecidos pelo setor. Desde formulários até certificados tudo passava pelo atendimento presencial ou telefônico. O acesso às informações foi identificado neste projeto como objetivo estratégico.

O público-alvo é formado por servidores. Este perfil é amplo, com professores de alto nível de formação até técnicos que estão aprendendo a utilizar o computador. Neste sentido, foi identificado como necessário criar um portal simples e com fácil acesso ao conteúdo.

Uma modificação prevista vem de determinação legal, do decreto 5.707 de 2006, que prevê a capacitação, a partir de linhas de desenvolvimento. Estas são gerais, porém trazem uma concentração por áreas. As linhas de desenvolvimento são: Iniciação ao serviço público, formação geral, educação formal, gestão, inter-relação entre ambientes e específica.

Projeto de reestruturação

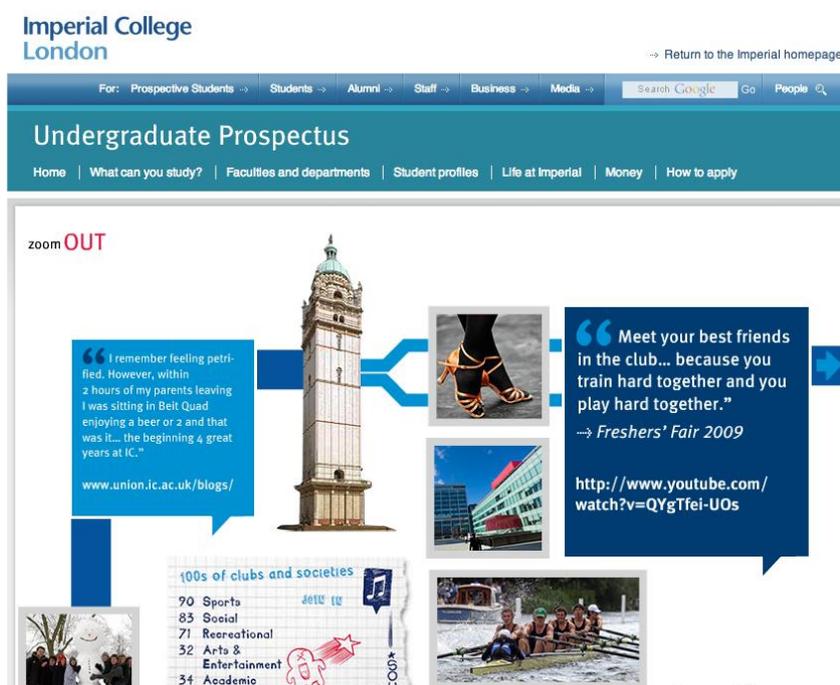
A partir da mudança de perspectiva do setor, a primeira questão para a construção de um novo projeto foi a definição da palavra capacitação.

Segundo o dicionário, esta palavra significa: atualização, complementação ou ampliação das competências necessárias à atuação no contexto dos processos ao qual a pessoa se vincula; habilitar, fazer capaz, persuadir; é o treinamento dos recursos humanos da organização.

Coleta de dados

Foram escolhidos *websites* de algumas Universidades internacionais de referência, uma vez que os modelos de navegação e de apresentação de informações podem ser comparados, considerando a atividade fim destas Instituições.

Figura 2. *Website* Imperial College London. <<http://www3.imperial.ac.uk/ugprospectus>>



O *website* do Imperial College London em sua página dos cursos proporciona uma navegação temática, onde o futuro aluno pode encontrar informações de modo bastante prático sobre a vida no campus, áreas de estudo (cursos, depoimentos e datas de inscrições), entre outras. A quantidade de informações apresentadas é grande, porém, em função da arquitetura da informação adotada, a navegação é intuitiva com imagens e pouco texto. As animações

básicas tornam o *website* atrativo para navegação. A informação é apresentada em etapas conforme é solicitada pelo usuário, trazendo à tela apenas o conteúdo desejado. A estrutura possui *framework* simples com a visão geral do conteúdo e com a visão de cada conteúdo específico.

Figura 3. *Website* The University of Chicago. <<http://www.uchicago.edu/>>

The screenshot displays the 'Events' section of the University of Chicago website. On the left, there is a list of events with dates and titles: 'Catcher in the Rhyme' (Nov. 27), 'Thanksgiving Celebration' (Nov. 28), 'Urban Trauma and Racial Violence: The Murder of Fred Hampton and the Paris Uprisings' (Dec. 2), 'Public Lecture by Anna Peterson at The Divinity School' (Dec. 2), and 'Movie screening of "Amar, Akbar, Anthony"' (Dec. 2). On the right, there is a grid of navigation buttons for various departments: Library, Argonne, Fermilab, The University of Chicago Press, MBL, and NORC. Below this, there are four image-based categories: GLOBAL ENGAGEMENT, DIVERSITY & INCLUSION, ATHLETICS, and ARTS. Further down, there are social media links for UChicagoSocial, YouTube, and various Facebook and Twitter profiles.

O *website* da Universidade de Chicago de modo semelhante ao Imperial College London apresenta na página principal muito conteúdo de forma simples e estética. A navegação está baseada em ícones e com poucas tabelas. Com isso, o usuário deve primeiramente analisar estas informações e assim escolher o assunto desejado. As cores estão aplicadas nos botões para diferenciar assuntos, e, ao passar o *mouse* pelos botões, pequenas mudanças são percebidas pelo usuário o que ativa sua percepção pelos pontos desejados. Neste projeto a imagem principal muda a uma taxa de segundos, fazendo com o que o usuário absorva informações visuais mesmo sem clicar em nenhum ponto do *website*.

Figura 4. *Website* King's College London. <<http://www.kcl.ac.uk/index.aspx>>

The screenshot shows the homepage of King's College London. At the top, there is a navigation menu with links for PROSPECTIVE STUDENTS, CAMPUS LIFE, RESEARCH & INNOVATION, ACADEMIC SCHOOLS, GIVING TO KING'S, ALUMNI ONLINE, and ABOUT KING'S. A search bar is located in the top right corner. Below the navigation menu is a large red banner for the '3 MINUTE THINKING' video series, with the latest episode titled 'HAVE NURSES LOST THEIR COMPASSION?'. Below the banner are four smaller video thumbnails: 'SECURING THE CULTURAL LEGACY OF LONDON 2012', 'BRITISH SCIENTISTS TO TRIAL POTENTIAL HIV CURE', 'STUDENT NEWS', and 'STUDENTS' UNION'. At the bottom, there are links for NEWS AND EVENTS, KING'S HEALTH PARTNERS, ONLINE PROSPECTUS, and PUBLIC TALKS.

Um pouco diferente dos *websites* anteriores, o Kings College London apresenta um volume maior de informações, ainda que visualmente este *website* também siga os mesmos moldes. A

imagem principal muda ao longo do tempo com temas principais, eventos, novidades etc. Permite rápido acesso aos assuntos mais atuais da Universidade. Ao passar o mouse pelo menu superior o site apresenta todo o conteúdo dividido pelas diversas áreas de atuação. Em função da arquitetura de informação, o seu conteúdo que é bastante extenso é apresentado em *links* simples e ordenados. Além disso, o usuário que não conhece a Instituição, encontra rapidamente qualquer informação neste *website*.

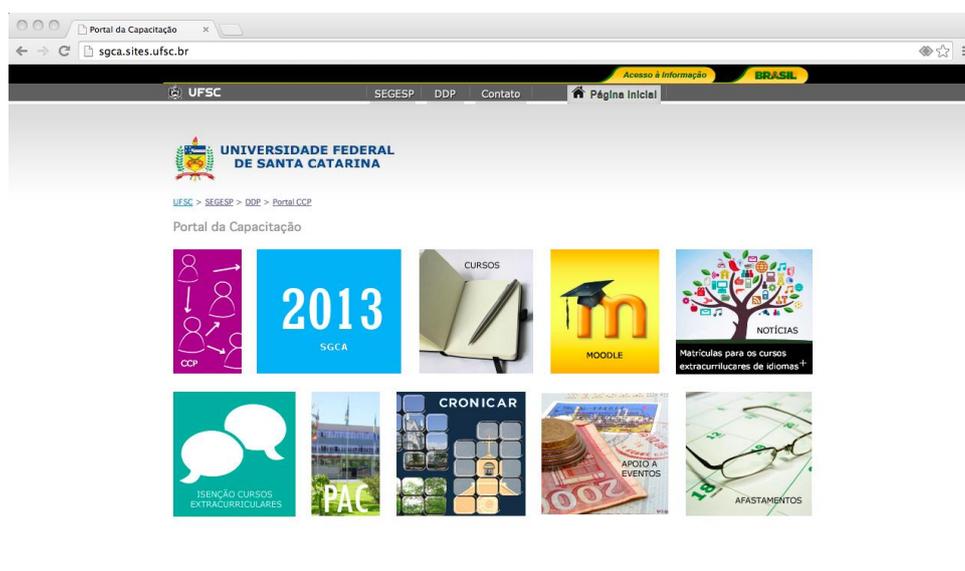
Novo website da capacitação

A partir da análise do modelo anterior e das referências foi desenvolvido um projeto gráfico e de funcionalidade que leva em conta o conteúdo, o contexto e os usuários.

Em relação ao conteúdo, são apresentados na página inicial todos os serviços oferecidos pela capacitação. Também são apresentados na tela inicial o acesso ao *Moodle*, o Sistema Gestor de Capacitação, além dos outros projetos menos conhecidos.

Sobre os usuários, deve-se ressaltar que a maior parte dos servidores que buscam informações não conhecem o caminho para este acesso, e por isto, além da facilidade de encontrar informações nesta nova arquitetura de informação apresentada, o *link* para encontrar esta página foi inserido na página inicial da UFSC (www.ufsc.br) em três lugares: na aba Professor, na aba Servidores Técnico-Administrativos (STAE), e na estrutura da Secretaria de Gestão de Pessoas como já disponibilizado anteriormente.

Figura 5. Portal da Capacitação <<http://sgca.sites.ufsc.br>>



Outro ponto relevante no projeto desenvolvido foi a navegação. É imprescindível que o usuário consiga executar sua busca e encontrar a informação com o menor número de cliques e com o máximo de informações na mesma página.

Figura 6. Portal da Capacitação – cursos <http://sgca.sites.ufsc.br/cursos>

Portal da Capacitação

CURSOS

A Coordenadoria de Capacitação de Pessoas da Universidade Federal de Santa Catarina inicia novo projeto pedagógico para os cursos de capacitação em 2013.

Clique no menu à direita e conheça as Linhas de Desenvolvimento e os cursos que serão oferecidos a partir de cada Programa.

PROGRAMA 1

Preparação para a Aposentadoria

Objetivo

Proporcionar ao servidor ações voltadas para a reflexão sobre este momento de transição, bem como apresentar alternativas para a implementação de novos projetos de vida na aposentadoria.

Eventos de Capacitação

Curso

Aposenta-ação

Carga horária: 40 horas
Turmas: 02
Número de Vagas por Turma: 30
Modalidade: Presencial
Período de inscrição: a definir
Período de realização: previsto para maio e setembro
[Clique aqui para efetuar sua inscrição](#)

INICIAÇÃO AO SERVIÇO PÚBLICO

FORMAÇÃO GERAL

EDUCAÇÃO FORMAL

GESTÃO

INTER-RELAÇÃO ENTRE AMBIENTES

Visa à implementação de eventos de capacitação voltados para a preparação do servidor para o desempenho de atividades relacionadas e desen-volvidas em mais de um ambiente e/ou órgão organizacional.

Programa1: [Preparação para a Aposentadoria](#)

Programa2: [Comunicação e Expressão](#)

Programa3: [Informática Integrada ao Trabalho](#)

Programa4: [Saúde e Segurança no Trabalho](#)

Programa5: [Identidade Institucional](#)

ESPECÍFICA

voltar

Resultados do desenvolvimento do site

Ao final do processo foi possível perceber o resultado do projeto como um todo. Os cursos foram organizados por linhas de desenvolvimento e as áreas de atuação foram definidas como áreas de navegação.

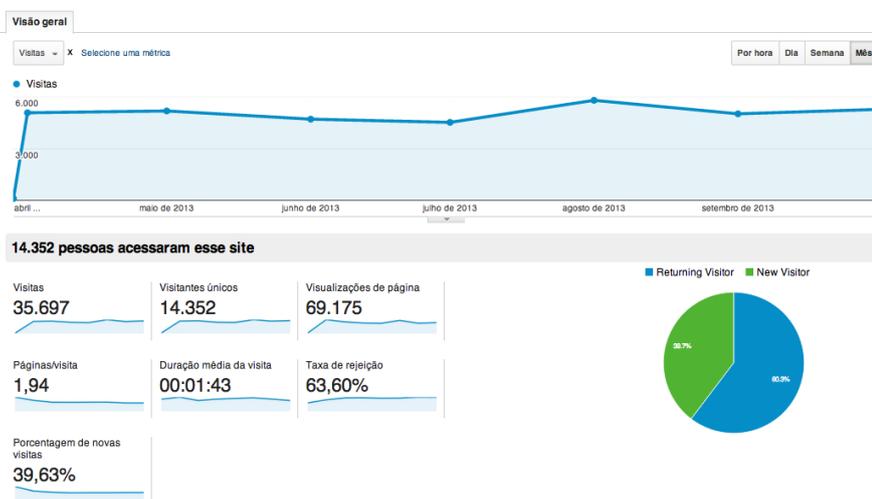
Google Analytics

O resultado do projeto foi mensurável a partir dos relatórios do *Google Analytics*. Foram considerados para avaliação o período compreendido entre Abril e Outubro de 2013. Os dados a seguir referem-se ao comportamento dos visitantes no *website*.

Visão geral

Ao longo dos meses avaliados foi constatada a média de 6.000 (seis mil) visitas por mês ao site. Deste número, 40% (quarenta por cento) são visitantes novos e o restante, visitantes que retornaram ao site mais de uma vez.

Figura 7. Visão geral



Local de acesso e duração das visitas

Na Figura 8 foi possível avaliar o local de onde partiram os acessos ao site. Como era esperado, o maior acesso aconteceu em Florianópolis, campus sede da Universidade com 77% (setenta e sete por cento). No entanto, o portal também teve boa taxa de visualização nos outros *campi* e em cidades que a Universidade não mantém vínculo como São Paulo, Lages e Criciúma. As cidades de Palhoça e São José podem estar relacionadas aos servidores da UFSC que acessaram o portal de sua residência. Outro dado importante deste gráfico é o tempo médio do usuário no site, que é de 1:43 (um minuto e quarenta e três segundos). Este tempo é considerando bom, uma vez que o site traz, de forma geral, boa quantidade de *links* externos.

Figura 8. Local de acesso

Dimensão principal: País/território Cidade Continente Região subcontinental

Dimensão secundária

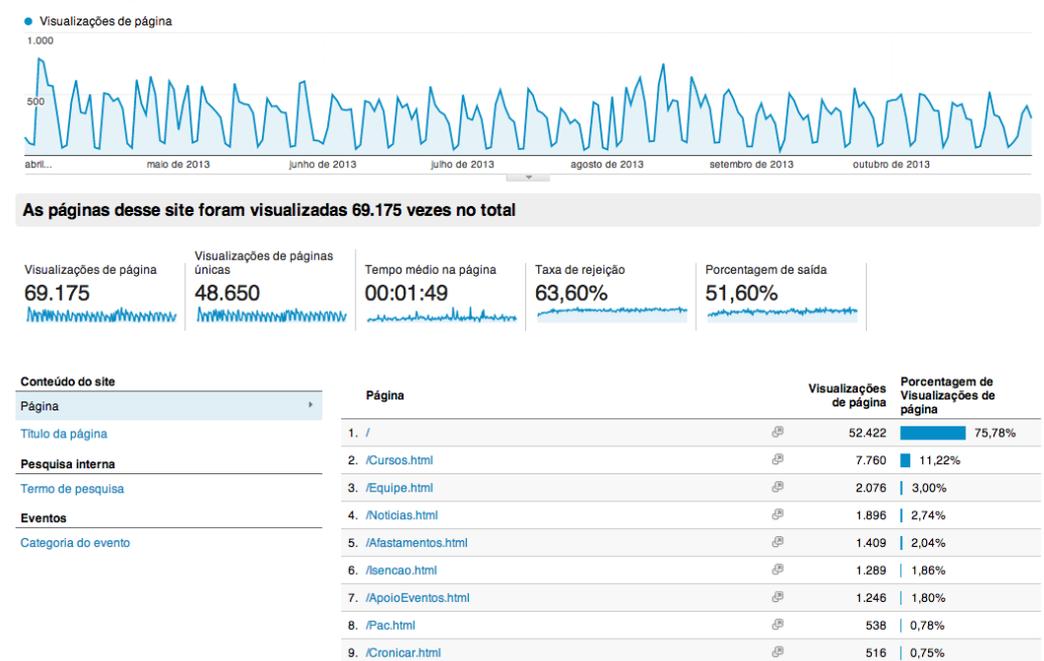
avançado

Cidade	Aquisição			Comportamento			Conversões		
	Visitas	Porcentagem de novas visitas	Novas visitas	Taxa de rejeição	Páginas/visita	Duração média da visita	Taxa de conversão de meta	Conclusões de meta	Valor da meta
	35.697 Porcentagem do total: 100,00% (35.697)	39,66% Média do site: 39,63% (0,06%)	14.156 Porcentagem do total: 100,06% (14.147)	63,60% Média do site: 63,60% (0,00%)	1,94 Média do site: 1,94 (0,00%)	00:01:43 Média do site: 00:01:43 (0,00%)	0,00% Média do site: 0,00% (0,00%)	0 Porcentagem do total: 0,00% (0)	US\$0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$0,00)
1. Florianópolis	27.528	33,65%	9.264	65,60%	1,87	00:01:44	0,00%	0	US\$0,00
2. Curitiba	1.159	18,21%	211	74,81%	1,53	00:01:26	0,00%	0	US\$0,00
3. Joinville	934	42,08%	393	66,06%	1,99	00:02:18	0,00%	0	US\$0,00
4. Sao Paulo	616	62,82%	387	55,36%	2,37	00:01:56	0,00%	0	US\$0,00
5. Sao Jose	491	46,44%	228	65,99%	2,20	00:01:55	0,00%	0	US\$0,00
6. Ararangua	479	30,06%	144	65,14%	1,83	00:01:51	0,00%	0	US\$0,00
7. Palhoca	387	39,02%	151	68,48%	1,79	00:01:31	0,00%	0	US\$0,00
8. Lages	240	56,67%	136	64,58%	1,85	00:01:23	0,00%	0	US\$0,00
9. Criciúma	211	71,56%	151	53,55%	2,12	00:01:08	0,00%	0	US\$0,00
10. Curitiba	198	82,83%	164	45,96%	2,50	00:01:29	0,00%	0	US\$0,00

Páginas acessadas

A Figura 9 traz informações a respeito das páginas do *website* por ordem de visualização. O grande volume de acesso ao site está relacionado a página principal e a página de cursos. A página principal foi concebida com este objetivo, tornar o acesso o mais rápido possível dentro daqueles serviços já conhecidos, porém, também oferecer outras possibilidades como afastamentos, isenção dos cursos extracurriculares, apoio a eventos etc. Como é possível verificar, somando-se os dados das páginas visitadas, excluindo a página principal, são mais de 16 (dezesseis) mil visitas em outras áreas no período verificado, em que os interessados conheceram ou obtiveram informações da capacitação, além do que já era oferecido anteriormente. Este fluxo de acessos modificou a interface do servidor com a capacitação, que antes somente oferecia tais informações de modo presencial ou telefônico. Outra avaliação é o acesso específico a área dos cursos, que apesar de estarem ofertados no Sistema Gestor de Capacitação (*link* externo), foi possível identificar que ao disponibilizar no portal as informações acerca dos cursos, elas foram acessadas no portal da capacitação como demonstrado na figura. Esta programação dos cursos não existia anteriormente ao projeto demonstrando uma mudança no perfil de atuação da Capacitação.

Figura 9. Páginas acessadas



4 Conclusão

A partir das informações apresentadas neste estudo foi possível perceber a importância do assunto, uma vez que, a introdução da visão estratégica do design em uma unidade administrativa da Universidade é um fato relativamente novo para a gestão pública.

Na construção do modelo o foco no usuário foi objetivo estratégico como evidenciado na revisão bibliográfica. Esta reflexão trouxe duas perspectivas diferentes em relação ao design: sua atuação na gestão e no processo. Em ambos os casos, a preocupação com o usuário diferencia o design de outros segmentos e justifica a busca da funcionalidade aliada ao aprimoramento estético. Quanto a atuação estratégica do design ficou evidenciado no caso analisado que a atuação do design na tomada de decisões e na visão a longo prazo, resultaram em maior benefício e aproveitamento dos recursos disponíveis.

Após a análise dos dados levantados pelos relatórios do *Google Analytics*, que mediu o acesso ao site da capacitação no período entre abril e outubro de 2013 foi possível verificar um percentual fixo de acessos ao site, acima dos 6.000 (seis mil) visitantes por mês. Também foi possível verificar que o portal atendeu aos seus objetivos uma vez que toda a demanda prevista de informações está disponível nesta página e vêm sendo acessada, conforme demonstram os relatórios analisados.

Por fim, cabe ressaltar que a aplicação dos conceitos da gestão estratégica do design em um setor da Universidade se demonstraram viáveis com resultados positivos e mensuráveis. Isto reforça a possibilidade da gestão do design participar da gestão das organizações em suas estratégias, melhorar a tomada de decisões e a visão de longo prazo.

Referências

Livros

BONSIEPE, G. 2011. *Design, Cultura e Sociedade*. São Paulo: Blucher.

GORB. P. 1990. *Design Management*. New York: Van Nostrand Reinhold.

LOCKWOOD, T. 2006. *Design Thinking: Integrating innovation, customer experience and brand value*. New York: Allworth.

- MARTINS, R. F. F.; MERINO, E. A. D. 2011. *A gestão de design como estratégia organizacional*. Londrina: Eduel; Rio de Janeiro: Rio Books.
- MOZOTA, B. B. 2011. *Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa*. Porto Alegre: Bookman.
- MORVILLE, P.; ROSENFELD, L. 2007. *Information Architecture for the World Wide Web*. United States of America: O'reilly.

Textos publicados na internet

BRASIL. 2006. Decreto nº 5.707, de 23 de Fevereiro de 2006. *Institui a Política e as Diretrizes para o Desenvolvimento de Pessoal da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, e regulamenta dispositivos da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990*. Brasília: Diário Oficial da União. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5707.htm>, 18/04/2015.

INSTITUTO DE ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO. 2013. *O que é Arquitetura da Informação*. The Information Architecture Institute. <http://iainstitute.org/pt/translations/o_que_e_arquitetura_de_informacao.php>, 07/12/2013.

Sobre os autores

Leandro Machnicki Altaniel, Esp, UFSC, Brasil <leandro.machnicki@gmail.com>

Monica Stein, Dr, UFSC, Brasil <moni_stein@yahoo.com.br>