

Feira de Serviços CPD: experiência inovadora na UFRGS

Jussara Issa Musse^{1a},

Karla Maria Müller^{2b},

Adriana Coelho Borges Kowarick^{2c},

Jeniffer Alves Cuty^{2d}

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

¹Centro de Processamento de Dados

²Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

jussara@cpd.ufrgs.br^a, kmmuller@ufrgs.br^b, adriana.kowarick@ufrgs.br^c,
jcuty@ufrgs.br^d

Resumo. Este artigo tem como objetivo apresentar um relato da criação e implementação do evento TIC UFRGS: Feira de Serviços CPD, realizado em dezembro de 2012 na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pretende-se evidenciar como uma proposta multidisciplinar pode colaborar para aproximar um órgão provedor de tecnologia da informação e comunicação – o Centro de Processamento de Dados, com caráter eminentemente técnico, do público acadêmico que utiliza cada vez mais estes serviços.

Palavras-Chave: Tecnologia da Informação, Comunicação Integrada e Planejada, Identidade Visual, Espaço Inclusivo, Atendimento e Acessibilidade.

1 Introdução

A área de Tecnologia da Informação (TI) possui a dificuldade de apresentar-se para as outras áreas da organização. Esta dificuldade independe da natureza da instituição, sendo ela pública ou privada, setor de serviços ou manufaturados. Em uma universidade, esta dificuldade é ainda maior, porque além da comunicação com as áreas de negócio da instituição, a TI tem que dialogar com os professores, alunos, técnico-administrativos e colaboradores em geral.

Na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) a situação não é diferente. No seu Plano de Desenvolvimento de Tecnologia da Informação (PDTI), a melhoria no processo de comunicação entre o Centro de Processamento de Dados (CPD), órgão gestor da TI da UFRGS e seus usuários, está identificada como uma das maiores necessidades de ação.

O levantamento e a análise dos dados obtidos durante a elaboração do PDTI mostraram que os serviços oferecidos são pouco conhecidos e, por isto, pouco utilizados, não importando suas características ou complexidade.

Com a publicação, em 2010, do Catálogo de Serviços no seu site¹⁹, o CPD entendia que a divulgação estava resolvida. A realidade mostrou erro de avaliação. O usuário busca o Catálogo com a finalidade de resolver um problema específico de uso de um determinado serviço, já conhecido. Não há a prática de navegar para conhecer a oferta dos serviços ou das novidades publicadas.

Estimulada pelo PDTI, a direção do CPD decidiu que deveria encontrar seu usuário. Na análise das atividades possíveis, a organização de um espaço de convivência e de troca de informações era o mais adequado. Na definição desta ação ficou claro que a competência da equipe do Centro era técnica e que parceiros externos deveriam ser buscados para o sucesso da atividade. O parceiro identificado, dentro da própria Universidade, foi a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico), com suas agências experimentais, professores e alunos.

Por um lado, este artigo descreve a experiência do evento TIC UFRGS: FEIRA DE SERVIÇOS CPD, iniciativa multidisciplinar, concebida e executada em conjunto pelo Clube de Criação da Fabico (Caixola), pela Agência Experimental de Relações Pública (Agerp), pelo Núcleo Interdisciplinar Pró-Cultura Acessível da Prorext/UFRGS e pelo Centro de Processamento de Dados; por outro, reflete sobre a importância de promover ações que aproximem o Centro de Processamento de Dados da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de seus usuários mais próximos: professores, alunos e técnicos administrativos, comunidade em geral.

2 Nascimento da TIC UFRGS: Nome e identidade visual

O CPD e o Caixola são parceiros desde 2009, quando a direção do Centro buscou o Caixola para discutir e implementar soluções de comunicação para as demandas que havia entre o CPD e a comunidade acadêmica da UFRGS. O Clube de Criação - Caixola é um Programa de Extensão Universitária que tem por objetivo proporcionar um espaço para os estudantes de publicidade e propaganda realizarem a prática e o aperfeiçoamento de técnicas da comunicação publicitária, especialmente o planejamento, a criação e a produção de soluções estratégicas e integradas às demais áreas da comunicação institucional.

Desde o início, a principal questão a ser trabalhada pelo Caixola foi a comunicação dos pacotes de serviços CPD. Isto é, o CPD oferta à comunidade universitária serviços e sistemas de informação que permitem a difusão de conhecimentos, treinamento e apoio ao uso da informática para o desenvolvimento das áreas acadêmicas e administrativas que permitem total acessibilidade aos recursos computacionais. Entretanto, as pessoas não estão, aparentemente, dispostas a perder e/ou investir seu tempo na investigação e descoberta dos serviços que o Centro disponibiliza para seus usuários.

Destarte, durante três anos, Caixola e CPD trabalharam juntos, tanto promovendo serviços, como o pacote Chasque, como criando identidade visual para outros, como o

¹⁹ www.ufrgs.br/cpd

Lume²⁰. Ainda assim, o esforço empreendido pelo CPD para a difusão de seus serviços não foi suficiente para aproximar a comunidade acadêmica, como mostrou o PDTI.

Uma vez mais, a direção do CPD tomou a dianteira e provocou o Caixola a pensar um modo de realizar a aproximação do Centro com seu público usuário, trazendo a proposta de criar uma feira, na linha das feiras científicas, mas com o objetivo de apresentar, *in loco*, os pacotes de serviços CPD à comunidade da Universidade.

Para realizar tal empreendimento, no entender da coordenação do Caixola, era necessário somar ao trabalho que vinha sendo realizado, a expertise na atividade de feiras e eventos e o conhecimento de projetos de ambientes. Pensando nisto, foram convidados a participar da equipe a Agência Experimental de Relações Pública (Agerp) e o Núcleo Interdisciplinar Pró-Cultura Acessível da Pró-Reitoria de Extensão (Prorext) da UFRGS.

Além da formação de uma equipe de trabalho multidisciplinar, capaz de idealizar, planejar e executar esta feira, também era necessário definir o nome do evento. A escolha precisava unir o conceito e o objetivo da ação, pois determinaria, em última instância, a identidade visual do evento (WHEELER, 2008; PEÓN, 2001; DONDIS, 1997).

O conceito trabalhado foi o de 'pacote de serviços entregue à comunidade'. Assim, a identidade visual (Fig. 1) foi pensada com a figura de uma caixa aberta derrubando o nome da feira - TIC UFRGS -, isto é, os serviços em tecnologia da informação e da comunicação, sendo entregues aos usuários. A cor escolhida foi o azul, a mesma da identidade visual do CPD²¹.



Fig. 1 – Logomarca da Feira. Fonte: Caixola/Fabico, 2012.

Esta identidade visual, logomarca da feira, tem como função identificar, representar e comunicar o evento e foi aplicada em todo material relacionado à Feira.

²⁰ www.lume.ufrgs.br

²¹ A criação da identidade visual e do material de comunicação da Feira (convite, faixa, móbil, marca-página) foi feita pelo aluno bolsista do Daniel Jacobi Vasques; a aplicação da logomarca nas camisetas e ficha de avaliação foi feita com a auxílio da aluna bolsista Graziela de Leon, ambos do Clube de Criação - Caixola.

Desde o material promocional, como convites e cartaz, até os elementos de sinalização no espaço da Feira (faixas, camisetas dos participantes e brindes).

Coube, então, à equipe de trabalho multidisciplinar dividir o trabalho por suas áreas de atuação: ao CPD, definir os serviços prioritários a serem promovidos e formar o grupo de profissionais para atender tecnicamente o público-visitante da Feira; ao Caixola, desenvolver as peças de comunicação para promover e ambientalizar a Feira; ao Núcleo Interdisciplinar Pró-Cultura Acessível, criar e executar o projeto arquitetônico do espaço; e à Agerp, tratar do planejamento e execução do evento.

3 Cubos no Layout: a concepção de um espaço legível e acessível

As pesquisas iniciais para definição do partido arquitetônico foram feitas em consulta ao site do CPD e à proposta de identidade visual desenvolvida pelo Caixola, as quais viabilizaram os primeiros estudos em maquetes físicas e virtuais. A linguagem dos cubos (Fig. 2) já estava firmada pelo Caixola e representava flexibilidade e legibilidade ao espaço que abrigaria computadores, sobretudo notebooks, e material de informação e divulgação dos serviços do CPD. A preocupação em garantir acesso a todos estava priorizada não apenas na utilização de rampas com inclinações confortáveis aos visitantes cadeirantes e com mobilidade reduzida, mas na intenção de propor um espaço criativo que não representasse, em momento algum, um limitador de acesso a estudantes e professores nas suas diversas características. No caso de pessoas cegas e com baixa visão, cabe lembrar que os móveis que foram propostos para serem suspensos pelo espaço da feira deveriam respeitar alturas que não provocassem constrangimentos no momento da visita.



Fig. 2 – Proposta de layout do espaço da feira, considerando dois acessos, plenamente acessíveis e a utilização de cubos na organização do espaço. Fonte: J.Cuty, 2012.

O tempo foi exíguo para a definição da proposta espacial. No entanto, recorreu-se à possibilidade de locação de uma tenda com trinta e dois metros quadrados de área, para a rápida montagem e execução do espaço. O mobiliário a ser utilizado na feira foi obtido junto ao CPD e ao Departamento de Difusão Cultural (DDC) da

Prorext/UFRGS. Assim, em menos de um mês de reuniões e acertos das demandas, o projeto estava lançado.

Do ponto de vista da acessibilidade, a arquiteta Silvana Cambiaghi, em sua obra destinada ao Desenho Universal (2007), auxilia-nos a ponderar a utilização de recursos para projeto de espaços, os quais são praticamente infinitos em termos de técnicas e tecnologias. Porém devem ser sensivelmente definidos a fim de contemplar a diferença de públicos, considerando, portanto, o direito à (expressão da) diferença e à diversidade. Cambiaghi (2007) se refere a uma mudança de paradigma nas metodologias de projeto de espaço na compreensão da diferença, a partir dos anos 1980, com os estudos de antropometria e, mais recentemente, com o conceito de usabilidade. Ela pontua que

a eficácia da interação do ser humano com o ambiente depende de suas próprias capacidades e de como estão projetados os ambientes e objetos que o rodeiam. (...) Não se pode perder de vista que é precisamente a diversidade o que nos caracteriza como espécie. (CAMBIAGHI: 2007, p.39)

Essa assertiva leva a pensar que os espaços projetados de modo ineficaz, no que tange à diversidade humana, potencializam as dificuldades, as limitações e as deficiências. O fator acolhimento, chamado de atitudinal, também cumpre seu papel central em espaços que tem por finalidade expor, comunicar e, em última instância, aproximar públicos de serviços. Uma feira como a do CPD (Foto 1), que buscou informar o público usuário e, em grande medida, ampliar esse público, não pode, de modo algum, ficar alheia aos princípios de uma arquitetura e de um design inclusivos.

Uma questão recorrente no debate de projetos arquitetônicos e, sobretudo, nos estudos sobre ergonomia, sinaliza que arquitetos, designers e outros projetistas atentem para as alturas e às características humanas máximas e mínimas (IIDA, 1998). E não para medidas médias, medianas ou inspiradas na figura do homem vitruviano, o qual foi idealizado no século I a.C. Em resposta às necessidades humanas em suas diversas formas, os acessos, em sentido amplo, devem respeitar, por exemplo, aberturas (portas) para usuários muito altos e acesso autônomo a usuários muito baixos à folheteria em aparadores, a displays que exibem objetos e documentos ou a recursos para autoconsulta em feiras interativas.



Foto 1 – TIC UFRGS: Feira de Serviços do CPD, no Campus do Vale/UFRGS, dezembro de 2012. Foto: J. Cuty.

Por um lado, outros tantos aspectos, como uso de cor e de fontes em material impresso, faixas, cartazes, enfim, são considerados no campo da acessibilidade e do desenho universal. Por outro lado, quando nos referimos a projetos de exposições e feiras, comumente esbarra-se em referências que indicam o uso de linguagens mais ousadas, em eventos de curta duração, e menos experimentais, em eventos de longa duração. Storchi (Ciências & Letras, 2002) explica que o processo de percepção de um objeto (ou de produtos), contextualizado(s) ou não, implica, em primeira instância, uma relação de cognição do espectador com a informação e mensagem ali contidas.

Um texto bastaria para explicar ideias e acontecimentos de maneira simples e direta, mas a componente visual contribui de maneira útil e iluminadora. A contextualização [no espaço, mas não apenas nele] de (...) objetos promove a percepção e apreensão de seu significado. (STORCHI, Ciências & Letras: 2002, p.120).

Pode-se ainda inferir que a dinâmica do espaço, promovida pela diferenciação de tratamento de seus elementos estruturantes como pisos, cobertura, mobiliário e equipamentos, assim como a hierarquização de setores desse espaço, qualificam ainda mais o espaço-evento, tornando-o mais atrativo e legível a quem o percorre.

Se pensarmos que a feira é uma interface instituição-público, mas, acima de tudo, é a representação de um pequeno universo institucional, cabe aqui resgatar os escritos do mestre Bachelard (1993), quando ele se refere a uma descrição minuciosa do espaço, a qual demanda um olhar sobre ele (o espaço) como se nele “houvesse moléculas de mundo, para enclausurar todo um espetáculo numa molécula de desenho” (p.167). O desafio da feira está na condensação de “um universo” ou de “um espetáculo” em um pequeno espaço, limitado por estrados e estruturas metálicas. A maravilha da feira está exatamente nesse núcleo dinamizado e em suas dimensões que se ampliam com o acolhimento de quem recebe e com o interesse do público que por ali passa e com ela quer interagir, comunicar-se.

4 A Comunicação Organizacional: Integrada e planejada

A partir de contatos estabelecidos entre a direção do Centro de Processamento de Dados (aqui tratado como entidade, cliente) e a coordenação da Agência Experimental de Relações Públicas, várias medidas começaram a ser pensadas para que fosse realizada uma ação, possibilitando o encontro presencial de técnicos do Centro com seus usuários mais próximos: professores, pesquisadores, técnicos administrativos, alunos de graduação e pós-graduação, bolsistas e colaboradores em geral. O objetivo do evento é mostrar a este público de interesse quais os serviços oferecidos pelo CPD e esclarecer quais suas vantagens.

Munidos de informações fornecidas pela direção do CPD, buscou-se mais dados para compreender a instituição, como o objetivo do Centro,

órgão Suplementar da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, é prover os serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação que apoiem a UFRGS no desenvolvimento do ensino, pesquisa, extensão, gestão e serviços à comunidade, de acordo com as diretrizes do Plano de Desenvolvimento Institucional e planos específicos para a área de Tecnologia da Informação” (UFRGS, Centro de Processamento de Dados, Regimento)²².

Os integrantes da Agerp entenderam que sua função estratégica seria pensar a comunicação organizacional a partir do lugar de fala de Relações Públicas, isto é, tratando-a de modo integrado e planejado. Ou seja, auxiliando as organizações (no caso o CPD),

a se posicionar perante a sociedade, demonstrando qual a razão de ser do seu empreendimento, isto é, sua missão, quais são seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como a definir uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro. (KUNSCH, 2003: 103).

O desafio estava posto. O ano tinha eventos importantes nos quais o CPD estava envolvido com muitas responsabilidades, entre eles as eleições da nova cúpula dirigente da Universidade, processo que ocorreria no primeiro semestre de 2012. Desta forma, ficou definido que a ação ocorreria na metade do segundo semestre letivo. Entretanto, no final do primeiro semestre, houve uma paralisação de funcionários e professores, acarretando no atraso das matrículas do segundo semestre letivo. Para contornar acontecimentos já previstos no calendário acadêmico e os imprevisto, decorrentes de fatores externos, com reflexos internos, a ação foi protelada para o final do ano.

No decorrer das discussões preparatórias reforçou-se o pensamento de o acontecimento possuir o viés da comunicação integrada e o evento como estratégico, ou seja, constituindo-se numa ação planejadas, com gestão de objetivos orientados para os resultados da organização e, no caso, consolidando relacionamentos já existentes (FARIAS, 2011).

Neste sentido, ficou estipulado que à Agerp caberia preocupar-se com o atendimento e relacionamento, sendo isto previsto no projeto de comunicação, respeitando as etapas de pré, trans e pós-evento.

²² <http://www.ufrgs.br/cpd/quem-somos/regimento>

4.1 Pensando a Feira

A Agência passou então a pensar na Feira, considerado-a um Veículo de Comunicação Dirigida Aproximativa, instrumento empregado pelos profissionais de Relações Públicas para melhorar e ampliar o relacionamento da organização com seus diferentes públicos. O intuito era de “integrar, efetivamente, os membros de uma organização, e a ela própria, ao meio social no qual atua.” (FORTES, 2003: 327).

Neste sentido, houve uma mescla de alternativas acionadas, tendo em vista que o trabalho estaria baseado em “Serviço de Prestação de Informações”, “Evento Excepcional”, além do emprego de outros veículos de comunicação, lançando mão não somente da atuação de profissionais ligados ao CPD, alunos e professores da Fabico, mas também de outros recursos de comunicação, informação e tecnológicos.

A proposta foi de realizar um evento piloto, com segmento de público de interesse previamente definido, permitindo a aplicação de técnicas e instrumentos variados, cujos resultados podem ser avaliados durante o processo, com fechamento ao final do procedimento, servindo de subsídios para futuras edições.

Portanto, com relação à comunicação dirigida aproximativa, cabe destacar que ao preparar um evento deste porte, a Instituição demonstra que está aberta. A partir de procedimentos informais presenciais, fica definido que há a preocupação de realizar um atendimento além daqueles feitos por contatos telefônicos ou via internet. Da mesma forma, tendo sido definidos os grupos aos quais a organização quer se dirigir, a linguagem empregada é mais precisa e certa, com comunhão no repertório utilizado por ambas as partes e feedback mais rápido. E, partindo do princípio que o evento foi pensado em demandas já identificadas, necessidades latentes dos grupos visitantes são atendidas. Além disso, para que a ação se concretize com sucesso, é imprescindível que o público seja informado e imperativo a capacitação da equipe que realizará o receptivo no primeiro atendimento e saiba direcionar os interessados para que técnicos possam esclarecer as dúvidas de modo pessoal, respondendo a questões específicas.

Sendo assim, dentro do Projeto de Comunicação desenvolvido pela Agerp²³, e a proposta do CPD, os serviços mais importantes a serem abordados na Feira foram:

- 1) Família CHASQUE: Mail, Webmail, ChasqueBox, Chasque Web, VoIP, VPN;
- 2) LUME - Repositório Digital da Universidade;
- 3) Hospedagem de sites;
- 4) Conferência web;
- 5) Sala de Aula Virtual
- 6) Rede sem fio: UFRGSsemfio e EDUROAM;
- 7) Segurança

Definidos os serviços, foi realizada a identificação dos segmentos de públicos de interesse e o local geográfico onde seria realizada a Feira. A UFRGS possui quatro *campi* espalhados na cidade de Porto Alegre. A escolha recaiu no Campus do Vale

²³ A elaboração do Projeto de Comunicação e do Relatório de Atividades foi elaborado pela equipe da Agerp, contando com a colaboração dos alunos monitores em 2012-2: Irene Beatriz Pitrofski, Luise S. de M. Enick, Mateus Ferrandini dos Santos.

onde estão localizados as grandes Unidades usuárias (Institutos de Física, Química, Matemática, Informática) como mais de 50% dos usuários.

A exposição do Centro em uma Feira abriu novos canais de comunicação (básicos e já consolidados nos processos comunicacionais interpessoais), estimulando o diálogo e o contato direto do usuário com o CPD, representado por membros de sua equipe técnica de profissionais, reforçando o relacionamento da instituição com seus stakeholders, estratégia comumente empregada pelos gestores que tratam a comunicação de modo simétrico (GRUNIG; FERRARI; FRANÇA, 2009).

Os meios de comunicação da Universidade e os setores vinculados à execução e alvos da proposta, no intuito de alcançar resultados satisfatórios, tornaram-se prioridade no projeto de comunicação. Neste sentido, foi realizado um mapeamento das Unidades que seriam primordialmente atendidas pela Feira, sediadas no Campus do Vale. Mesmo assim, tendo em vista a grande circulação de professores e alunos por todos os *campi*, optou-se por disseminar informações sobre o acontecimento para toda a comunidade acadêmica.

4.2 Divulgação e Atendimento

Uma vez criada a identidade visual para divulgar o evento ao público de interesse, foi importante definir os meios de comunicação que iriam ser acionados para disseminação das informações. Durante as duas últimas semanas de novembro, foram elaborados *press-release* e entregues como sugestão de pauta para os principais setores de divulgação e meios de comunicação da Universidade, sendo eles: Secretaria de Comunicação, Jornal da Universidade, Rádio e TV. Ainda, foi afixado o cartaz da Feira nos murais das Unidades/Faculdades, outro importante e tradicional suporte de comunicação usado internamente. Além disso, foi enviado e-mail com o convite (Fig. 3) para as Secretarias de todas as unidades/faculdades, para que repassassem aos professores, técnicos-administrativos e alunos as principais informações sobre o evento, com unidade visual e a identidade visual do evento, bem como as logomarcas dos parceiros envolvidos.



Fig. 3 – Convite da Feira

Outro aspecto a ser considerado de relevância para o sucesso da Feira, dizia respeito à recepção dos visitantes. Neste sentido, foram realizadas três capacitações com os trinta alunos vinculados à disciplina Teoria e Prática das Relações Públicas. Na primeira, tratou-se da importância do atendimento, explicando aos monitores como deveriam se portar, pois seriam o grupo a abordar os transeuntes ou a dar as primeiras informações aos que se dirigiam ao local em busca de subsídios que os auxiliassem a compreender como e o que podem usufruir das TI disponibilizadas pela Universidade através do CPD. Na segunda etapa da capacitação, foram esclarecidos maiores detalhes sobre o Centro de Processamento de Dados e os serviços oferecidos por ele à comunidade acadêmica. Os alunos foram divididos em três grupos para atuarem durante todo o período de execução do evento: manhã (das 8h30min às 12h30min), à tarde (das 12h às 16h) e vespertino (das 15h30min às 19h30min).

Colaboraram também no apoio técnico ao grupo que realizou o atendimento ao visitante, além dos monitores da Agência Experimental de Relações Públicas, bolsistas ligados ao projeto de extensão Comunicação e Atendimento ao Cidadão: comunicação e acessibilidade (Procac), que desenvolve, há mais de dez anos, projetos e ações nesta área. No dia 27 de novembro, houve a terceira capacitação de todos os monitores de comunicação no CPD, onde foram informados detalhadamente sobre os

serviços oferecidos, como e quais seriam as atividades dos técnicos do Centro no evento. Desta forma, a monitoria teria condições de direcionar o visitante aos pontos de atendimento para que as dúvidas fossem esclarecidas de modo rápido, claro e objetivamente.

Com os preparativos concluídos, no dia 04 de dezembro de 2012 a TIC UFRGS: Feira CPD sai do papel e ganha corpo em espaço aberto do Campus do Vale (Foto 2).



Foto 2 – Computadores disponíveis para o público visitante da Feira.
Foto: Mateus Felipe Ferreira

5 O evento: relato e avaliação

O evento iniciou às 9h. A equipe de recepção contou com a presença de dez alunos da disciplina de Teoria e Prática em Relações Públicas, além de um monitor da Agerp e um do Projeto Procac e a professora coordenadora da Agência, identificados com camisetas brancas com logo do CDP. A equipe técnica, identificada com camiseta cinza, era constituída por analistas, técnicos e bolsistas do CPD com atuação na Central de Atendimento, Departamento de Rede e Suporte e Departamento de Sistemas de Informação, os diretores das áreas e a direção do Centro. Também estavam presentes na abertura do evento à coordenação do Caixola e do Núcleo Interdisciplinar Pró-Cultura Acessível.

A estrutura contava com três computadores e um notebook. Na entrada da tenda foi colocado um pôster virtual com a apresentação dos serviços selecionados. À disposição dos visitantes, havia café, água e balas diversas. Como brinde, os visitantes receberam marca-páginas e uma caneta com o logo da Feira.

Os monitores ficaram distribuídos pela lateral da tenda, entregando o material de divulgação para os passantes que paravam e demonstravam interesse pela Feira, sendo os atendimentos realizados pela equipe técnica dentro da tenda.

Durante todo dia aconteceu a visitaçao e atendimento aos usuários. A Feira contou, ainda, com a visita do Reitor, Vice-Reitor e demais participantes da Administração Central. A Feira foi encerrada às 18h30min.

Para avaliação do evento pelos participantes, foi elaborada uma ficha. (Fig. 4).

TIC UFRGS AVALIE O EVENTO
FEIRA CPD

Você é:

Professor Bolsista Monitor Técnico Aluno Outro

Como qualifica o evento TIC UFRGS?

Ótimo Muito Bom Bom Regular Ruim

Você acredita que a visita a TIC UFRGS contribuiu para o seu esclarecimento a respeito dos serviços oferecidos pelo CPD?

Sim Não Indiferente

Por quê?

Como você avalia as atividades oferecidas na TIC UFRGS?

Ótimo Muito Bom Bom Regular Ruim

Deixe aqui sua crítica e/ou sugestão:

Obrigado!
Sua participação é muito importante.

  

Fig. 4 – Ficha de Avaliação entregue aos visitantes.

Foi possível cadastrar 131 fichas de avaliação que foram devidamente respondidas pelos visitantes do evento TIC UFRGS: Feira de Serviços CPD, edição 2012. Entretanto, estima-se que transitaram pelas dependências da Feira cerca de 500 pessoas.

A primeira questão buscava identificar os visitantes da feira: professores, técnico-administrativos, alunos, bolsistas e outros. Com relação à qualidade do evento, de maneira geral, mais de 70% dos visitantes consideraram o evento entre ótimo e bom. Quando questionados se o evento TIC UFRGS esclareceu dúvidas sobre os serviços oferecidos pelo CPD, praticamente a totalidade dos respondentes disse que sim. Questionados a respeito das atividades oferecidas no evento TIC UFRGS, 126 dos 131 participantes que responderam as fichas avaliaram este quesito como ótimo e bom. Com este simples levantamento, constatou-se que a Feira atingiu positivamente as pessoas que por ela circularam.

Analisando as sugestões dos questionários, as principais foram: a continuidade do evento com uma determinada periodicidade; maior divulgação; realização no início do ano; oficina detalhada e específica para os professores sobre os serviços;

infraestrutura do evento com ar condicionado; máquinas que possam ser utilizadas pelos visitantes e realização do evento nos demais *campi* da Universidade.

As principais dificuldades encontradas, citadas nos questionários, foram: falta de interesse de alguns visitantes pela proposta; falta de conhecimento do que representa o Centro de Processamento de Dados da Universidade.

Sobre a divulgação e repercussão da Feira, foi possível coletar material veiculado via internet pelos órgãos de comunicação da Universidade, conforme pode ser constatado na clipagem, representada pelas figuras 5 e 6.

CPD promove feira de serviços no Campus do Vale 

TIC UFRGS busca auxiliar os usuários dos serviços disponibilizados pelo Centro de Processamento de Dados a navegar pelo site da Instituição, explorando as diversas alternativas digitais oferecidas pelo sistema

21/11/2012 14:38 UFRGS | ALUNO | SERVIDOR |



Primeira edição do evento é destinada a usuários do Campus do Vale - Foto: Flavio Dutra

Os serviços e facilidades disponibilizados pelo CPD da Universidade serão apresentados na primeira edição da TIC UFRGS – Feira de Serviços CPD, que acontece no próximo dia 4 de dezembro, no Campus do Vale. Das 9 às 19 horas, um grupo de técnicos receberá os visitantes esclarecendo dúvidas dos usuários e mostrando as ferramentas que estão à disposição da comunidade acadêmica. A feira é aberta a todo o público universitário da UFRGS, mas esta primeira edição destina-se principalmente a cerca de 1120 professores e seus respectivos bolsistas de iniciação científica, extensão e monitores de diferentes disciplinas que estão alocados no Campus do Vale.

O objetivo da TIC UFRGS é auxiliar os usuários dos serviços disponibilizados pelo CPD/UFRGS a navegar pelo site da Instituição, explorando as diversas alternativas digitais oferecidas pelo sistema. Dentre os 35 serviços oferecidos, destacam-se: conferência via WEB; serviço de acesso à rede sem fio; acervo digital, sala de aula virtual, hospedagem de sites e multimídias, entre outros.

A estrutura do evento prevê um estande de 32m² e diversos postos fixos de atendimento. Além disso, também estará disponível um balcão para os visitantes instalarem seus laptops e conectá-los à internet.

A responsável pela coordenação geral da feira é a diretora do CPD/UFRGS, Jussara Issa Musse. O evento conta com o apoio da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico). Mais informações podem ser obtidas pelos fones: 3308.5034 (CPD), 3308.5164 (Agência Experimental de Relações Públicas – Agerp/Fabico); e por seus respectivos e-mails: cpd@ufrgs.br e agerp@ufrgs.br.

UFRGS Notícias nas redes sociais:

 

Fig. 5 – Site da UFRGS – notícias: divulgado em 21 de novembro de 2012.



Fig. 6 – Site da UFRGS – notícias: divulgado em 04 de dezembro de 2012.

6 Considerações finais

A Feira foi um sucesso, mostrando que ações colaborativas e multidisciplinares devem ser buscadas. O evento serviu como uma interessante experiência, tanto para os alunos que se empenharam na organização, execução e avaliação da ação, como para a equipe técnica que participou da TIC UFRGS.

Vale ressaltar que o papel de recepção e do primeiro atendimento no evento foi específico de graduandos do curso de Relações Públicas, universitários que estão em processo de formação. Desta forma, através deste exercício, compreenderam que é responsabilidade deste profissional realizar campanhas e ações de aproximação com seus diferentes segmentos de público externo. Por outro, a produção do material visual e gráfico contou com alunos de Publicidade e Propaganda que colocaram em prática aprendizados de sala de aula. Portanto, podemos concluir que se trata de uma experiência fundamental para os alunos, monitores e bolsistas de graduação, pois puderam experimentar a teoria aprendida em sala de aula, servindo e representando a instituição na qual estudam; trocando experiências e fazendo parte de uma equipe que contou com a participação de técnicos e professores.

O contato direto entre o Centro de Processamento de Dados e a comunidade acadêmica é fundamental para que haja uma compreensão mútua entre ambos. A

possibilidade deste contato físico, através da presença de técnicos no Campus do Vale, foi elogiada por professores, alunos e pessoal técnico-administrativo, que aproveitaram a oportunidade para tirar dúvidas e conhecer os serviços disponíveis. Foi a primeira tentativa desta experiência, que permitiu maior aproximação entre instituição/ CPD e usuários, ampliando a forma de relacionamento que acontece mais comumente por email e/ou por telefone. Em consequência, o evento será transformado em atividade periódica. A Feira de Serviços será montada na Semana Acadêmica da Universidade, período em que acontece o Salão UFRGS onde participa toda comunidade universitária com seus projetos de iniciação científica, ensino e extensão.

Várias sugestões recolhidas na Feira foram implementadas, mostrando que o contato direto com o usuário, a compreensão de suas necessidades e a vontade de ajudá-los são fundamentais para a atuação e o sucesso de um órgão prestador de serviços de TIC numa Universidade.

Referências

- BACHELARD, Gaston. **A Poética do Espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- CAMBIAGHI, Silvana. **Desenho Universal: métodos e técnicas para arquitetos e urbanistas**. São Paulo: Editora SENAC, 2007.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FARIAS, L. A. de (org.). **Relações Públicas Estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011.
- FORTES, W. G. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.
- GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano: Difusão, 2009.
- IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção**. São Paulo: Editora Edgard Blucher, 1998.
- KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- PDTI - <http://www.ufrgs.br/ufrgs/a-ufrgs/plano-de-desenvolvimento-de-ti>
- PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- Site do CPD/ UFRGS. <http://www.ufrgs.br/cpd/quem-somos/regimento> (último acesso em 01 de abril de 2013.)
- STORCHI, Ceres. O espaço das exposições: o espetáculo da cultura nos museus. In: **Ciências & Letras**, n. 31, Porto Alegre: Faculdade Porto-Alegrense de Educação, Ciências e Letras, 2002, p.117-126.
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**. Porto Alegre: Brookman, 2008.