

DIVULGAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA DA FURG NOS MUNICÍPIOS DE RIO GRANDE, SANTA VITÓRIA DO PALMAR E SÃO JOSÉ DO NORTE

Angélica Conceição Dias Miranda

Jamila Avila Troca

Josiane Fonseca da Cunha

Magale da Silva

Michele Marques Baptista

Resumo

O artigo aborda fatores e características do Curso de Biblioteconomia da FURG, define o conceito de marketing social, expõe a metodologia usada na execução do Projeto, demonstra os resultados obtidos após a divulgação do Curso nos municípios propostos e, por fim, apresenta as considerações finais.

Palavras-chave: Curso de Biblioteconomia; Divulgação profissional, Marketing social.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo relatar a experiência do desenvolvimento e aplicação do Projeto de divulgação do Curso de Biblioteconomia da FURG, nos municípios de Rio Grande, Santa Vitória do Palmar e São José do Norte, elaborado durante a disciplina Técnicas de Marketing, do Curso acima citado. Visa, num primeiro momento, expor sobre a existência do curso; após, conceituar marketing social, apresentar a metodologia do trabalho destacando as atividades realizadas, resultados obtidos com sua aplicação e, finalmente, tecer as considerações finais.

2 O CURSO DE BIBLIOTECONOMIA DA FURG

O Curso de Biblioteconomia da FURG foi reconhecido em 12/5/1978, através do Decreto nº 81.655, e forma bacharéis em Biblioteconomia, visando à formação de profissionais aptos a

assumir postura crítica diante da realidade sócio-cultural do País, sintonizados com a dinâmica do mundo.

Os bacharéis em Biblioteconomia, capacitados mediante a aplicação dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos ao longo do curso, são profissionais e especialistas no tratamento das informações registradas nos diferentes tipos de suportes da informação.

O curso procura também desenvolver aptidões que possibilitam o desempenho de outras atividades afins com sua formação profissional e de sua função de educador e agente de transformação social.

São oferecidas aos alunos oportunidades de realizar estágios extracurriculares. Professores e alunos do Curso de Biblioteconomia da FURG contam com laboratório de informática aplicada. O ingresso no Curso de Biblioteconomia é feito através do Vestibular, realizado anualmente. São oferecidas 35 vagas, que são destinadas aos alunos que atingirem a maior média. O curso é desenvolvido em 4 anos (8 semestres), no Campus Carreiros, no turno da tarde, o que equivale a 2.970 horas/aula.

2.1 Sobre Marketing Social

Pensar em Marketing é associar a um comércio onde se visa o lucro. Além desse fator, o Marketing é também vinculado aos fatores benéficos ligados à satisfação do consumidor, denominado como Marketing social. Neste, não existe um produto em si que será comercializado, e sim, idéias, serviços etc., o que também pode ser considerado como produto. Porém, este não visa preencher necessidades e anseios do público alvo, mas sim modificar atitudes e pensamentos.

Ao escutar a palavra Marketing, logo vem à mente a associação com o comércio e, portanto, com o lucro. Esta é apenas uma das visões que podemos ter. Se formos capazes de ampliar horizontes e pensamentos, poderemos vinculá-lo também a uma função mais social, onde o que se vende são idéias, tendo como objetivo geral não só a venda de um produto,

mas procurando buscar uma mudança de comportamento por parte do público alvo.

Kotler apud Amaral (1998), mostra um exemplo de aplicação de Marketing Social:

Para ele há três diferenças principais entre as atitudes dos especialistas de Marketing de Negócios e de Marketing social. Os primeiros se preocupam em preencher as necessidades e desejos identificados no mercado-alvo; preocupam-se com os lucros e por meio de vínculos de idéias levam ao mercado produtos e serviços. Os especialistas em Marketing Social tentam modificar atitudes ou comportamento do mercado-alvo, não visam o lucro e levam as idéias à mercado, em lugar de produtos e serviços.

A aplicação do presente projeto teve como meta esclarecer o público alvo, neste caso alunos do terceiro ano do 2ª grau, sobre a existência do Curso de Biblioteconomia da Fundação Universidade Federal do Rio Grande, bem como as atividades do profissional Bibliotecário e sua área de atuação.

2.2 Metodologia

Dentro da metodologia proposta, concomitante às aulas ministradas no decorrer da disciplina em questão, foi elaborado, num primeiro momento, o Projeto de divulgação. A escolha dos municípios (Rio Grande, Santa Vitória do Palmar e São José do Norte) deu-se devido à proximidade e o baixo número de escolas de 2º grau. Na segunda fase, foram confeccionados material para distribuir nas escolas a serem visitadas. Aqui é destacada a participação do Conselho Regional de Biblioteconomia da 10ª Região, que colaborou patrocinando folders e cartazes.

Num terceiro momento foram relacionadas as Escolas de 2º grau dos municípios propostos e agendadas as visitas junto à Direção e/ou ao Serviço de Orientação Educacional e posteriormente a ida em sala de aula e exposição aos alunos em questão.

2.3 Escolas visitadas, número de turmas e alunos

Tabela 1: Escolas visitadas, número de turmas e alunos atingidos

Nome da escola	Número de turmas	Total de alunos
Instituto de Educação Juvenal Miller	04	98
Colégio São Francisco	03	65
Colégio Santa Joana D'arc	03	75
Escola Silva Gama	02	37
Escola Estadual Silva Paes	03	65
Escola Lília Neves	04	78
Colégio Santa Vitória do Palmar	02	70
Colégio Estadual Getúlio Vargas	08	248
Colégio Estadual Lemos Júnior	13	346
Escola Roberto Bastos Tellechea	02	42
VI Semana Aberta da FURG*		400
Total de alunos visitados durante o projeto		1524

* A Semana Aberta da FURG é um evento promovido pela Comissão Permanente de Vestibular anualmente. Tem por objetivo mostrar a Universidade para os alunos dos Cursos de Segundo Grau do município do Rio Grande e arredores. Através de agendamentos, são trazidos para visitar as instalações da Universidade. Durante este período, diariamente os coordenadores de curso fazem exposições sobre os Cursos da Instituição. (As autoras foram convidadas a participar e fazer tal exposição).

Por meio da tabela 1, pode-se perceber que foram visitadas 10 escolas, sendo 8 públicas e 2 privadas, mais a Semana Aberta da FURG, totalizando 1.524 alunos do Ensino Médio e possíveis interessados em ingressar na Universidade.

2.4 Dados dos últimos cinco anos referentes ao Processo Seletivo da FURG para o Curso de Biblioteconomia ¹

Com o objetivo de comparação de dados, seguem os números de vagas, inscritos, e índices candidato/vaga dos

¹ No ano de 1999 foi desenvolvido Projeto de igual teor, na mesma disciplina, ocasionando um grande aumento da demanda. As acadêmicas, ora autoras do presente projeto, ingressaram no Curso de Biblioteconomia visto tal trabalho e por isto acreditam na importância da sua continuidade.

últimos cinco anos no Processo Seletivo do curso de Biblioteconomia.

Vale ressaltar que o índice alcançado no Processo Seletivo 2003 da FURG após a execução do Projeto foi o maior da história do Curso de Biblioteconomia da FURG, seguido pelo índice do ano de 2000, em que o projeto foi também realizado.

Tabela 2: Últimos índices de vagas, inscritos e candidato/vaga

Ano	Vagas	Inscritos	Candidato/vaga
1999	25	68	2.72
2000	25	194	7.76
2001	35	111	3.17
2002	35	159	4.54
2003	35	213	6.08

*FONTE: Sistema de Informações Gerenciais - 2002
CPD (Centro de Processamento de Dados – FURG)*

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A informação é considerada ferramenta para o desenvolvimento sócio-econômico-cultural. O Curso de Biblioteconomia tem por meta formar profissionais para trabalhar nas mais diversas áreas de atuação. Ao usar o conteúdo desenvolvido em sala de aula na disciplina Técnicas de Marketing do curso de Biblioteconomia, possibilitou-se fazer uma ponte entre a teoria e a prática. O desenvolvimento do Projeto e as visitas realizadas colocaram as autoras diante de uma comunidade então desconhecida e carente de informações. Ao mesmo tempo, foram apreendidos conhecimentos teóricos e também desenvolvida a prática, possibilitando que habilidades importantes ao profissional bibliotecário fossem colocadas em prática, entre elas o domínio da palavra oral, técnicas de exposição de conteúdo como também os contatos mantidos. Outro aspecto não citado no corpo do trabalho e também importante, foram as entrevistas dadas aos jornais locais e ao Programa Bom Dia Rio Grande (RBS- Rio Grande – RS).

Além desses fatores usados como meios, a meta final do trabalho foi plenamente atingida. Ao analisar a tabela 2,

percebe-se que foi o índice mais alto que o curso de Biblioteconomia atingiu em sua história. No vestibular de 2000 onde consta 7.76 por vaga, foram cento e noventa e quatro inscritos. No vestibular 2003 foram duzentos e treze. Vale destacar que o número de vagas em 2000 era vinte e cinco. Se continuasse este número, teríamos, na verdade, 8.52 (oito ponto, cinquenta e dois) candidatos vagas; porém em 2001, através de um acordo entre a Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD) e a Comissão de Curso de Biblioteconomia, elevou-se o número de vagas de vinte e cinco para trinta e cinco.

Outro fato importante a salientar é a forma como as escolas acolheram o trabalho, mostrando incentivo às acadêmicas em questão. Desta forma, pode-se dizer que ao mesmo tempo em que o aluno apreende conhecimentos teóricos, ele passa a desenvolver uma postura pró-ativa, constatando, argumentando e certamente tendo uma postura diferente ante sua realidade.

A idéia é tornar o projeto permanente, registrando-o como projeto de extensão no Departamento ao qual o curso está vinculado e, a cada ano, no período que antecede o vestibular, visitar as escolas de 2º grau dos mesmos municípios e, quem sabe, ampliar para outros municípios vizinhos.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Sueli Angélica. *Marketing: abordagem em unidades de informação*. Brasília: Thesaurus, 1998. 245p.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.214p.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing: conceitos, exercícios, casos*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997. - 296p.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998. -

Anexos

Dúvidas mais freqüentes do público durante a execução do Projeto

No decorrer das visitas e com a interação entre o grupo e os alunos, muitas dúvidas surgiam. Veremos então quais foram as dúvidas mais frequentes e as respostas dadas pelo grupo a tais questões.

➡ Por que o curso é ministrado somente à tarde?

Resposta: Devido ao escasso espaço físico da Universidade, pois os cursos noturnos possuem o maior número de acadêmicos. O nosso quadro de professores também não é suficiente, ou seja, haveria uma sobrecarga de trabalho, o que afetaria o desempenho de todos.

➡ Por que os outros cursos não fazem divulgação e não seguem o exemplo deste projeto?

Resposta: Essa é uma iniciativa que deve ser tomada em conjunto entre acadêmicos e Comissões de Cursos, mesmo porque a Semana Aberta já faz esse trabalho, embora o contato não seja tão direto como o nosso caso. Esse projeto surgiu dentro da disciplina Técnicas de Marketing em Bibliotecas, de acordo com a dinâmica adotada pela professora responsável pela disciplina.

➡ Como está o mercado de trabalho em Rio Grande?

Resposta: No nosso município o cargo de bibliotecário ainda não é reconhecido e as empresas privadas oferecem pouco espaço a esses profissionais. Devido a este fato, as melhores oportunidades encontram-se fora de Rio Grande.

➡ Qual o campo de atuação do profissional bibliotecário?

Resposta: Além de poder atuar em todos os tipos de bibliotecas, o profissional atua junto às empresas, centros de informação, órgãos públicos, ONG'S, arquivos, museus, indústrias, auditorias e consultorias, gerenciando redes, sistemas e unidades de informação, podendo atuar também na Internet, Intranet e Banco de Dados.

➡ Qual a média de salário do profissional?

Resposta: O Conselho Regional de Biblioteconomia recomenda um piso de 8 salários mínimos ao profissional bibliotecário.

➡ Quais as disciplinas oferecidas no curso? Existem disciplinas de outras áreas?

Resposta: Sim, existem disciplinas de outras áreas tais como: Estatística, Inglês Instrumental, Lingüística, Introdução à Computação e Literatura. Depois temos as disciplinas técnicas voltadas especificamente para a formação do bibliotecário: Desenvolvimento de Coleções, Representação Descritiva e Temática, Organização de Bibliotecas, entre outras.

➡ Como funcionam os estágios?

Respostas: Existe o estágio obrigatório realizado no último semestre, mas durante todo o curso o acadêmico pode optar pela realização de estágios dentro e fora da Instituição, remunerados ou não.

➡ Qual o peso das matérias no vestibular para a Biblioteconomia?

Resposta: Física, Química e Matemática possuem os pesos menores. Português possui peso 6 para todos os cursos e as demais matérias possuem todas peso 4.

MARKETING OF LIBRARIANSHIP THE COURSE OF FURG IN THE CITIES OF RIO GRANDE, SANTA VITÓRIA DO PALMAR AND SÃO JOSÉ DO NORTE

Abstract

This article approaches factors and characteristics of the course of Biblioteconomia of the FURG, it defines the concept of social marketing, it displays the methodology used in the execution of the present project, demonstrates to the results gotten after the spreading of the Course in the considered cities and, finally, it presents the conclusions.

Keywords: Course of Biblioteconomia; Spreading; Social marketing.

Angélica Conceição Dias Miranda

Professora Departamento de Biblioteconomia e História

Fundação Universidade Federal do Rio Grande

E-mail: dbhacdm@furg.br

Jamila Avila Troca

Acadêmica em Biblioteconomia 6º semestre

Fundação Universidade Federal do Rio Grande

E-mail: jamilatroca@bol.com.br

Josiane Fonseca da Cunha

Acadêmica em Biblioteconomia 6º semestre

Fundação Universidade Federal do Rio Grande

E-mail: bibjosi@furg.br

Magale da Silva

Acadêmica em Biblioteconomia 6º semestre

Fundação Universidade Federal do Rio Grande

E-mail: bibms@furg.br

Michele Marques Baptista

Acadêmica em Biblioteconomia 6º semestre

Fundação Universidade Federal do Rio Grande

E-mail: bibmmb@furg.br
