XVI ENANCIB 2015
Informação, Memória e Patrimônio: do documento às redes
26 a 30 de outubro - João Pessoa - PB

XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação **(XVI ENANCIB)**
ISSN 2177-3688

GT 4 – Gestão da Informação e do Conhecimento
Comunicação Oral

O PERFIL DOS EGRESSOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS COMO USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO: ESTRATÉGIAS PARA A MANUTENÇÃO DO RELACIONAMENTO E DO APOIO ÀS INSTITUIÇÕES DE EDUCAÇÃO SUPERIOR[1]

THE PROFILE OF ALUMNI FROM FEDERAL UNIVERSITY OF MINAS GERAIS AS INFORMATION USER'S: STRATEGIES FOR MAINTENANCE OF RELATIONSHIP AND SUPPORT FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Tatiana Pereira Queiroz, UFMG
tattyqueiroz@gmail.com

Cláudio Paixão Anastácio de Paula, UFMG
claudiopap@hotmail.com

Resumo: O propósito desta comunicação é apresentar o perfil de usuários da informação dos egressos da Universidade Federal de Minas Gerais com o intuito de desenhar estratégias para identificar os mecanismos do relacionamento entre as Instituições de Educação Superior e seus ex-alunos. Nessa estratégia, a informação é tomada como importante fator de aproximação. Paralelamente, sistemas de informação são entendidos como artefatos a serem desenvolvidos e aperfeiçoados com o objetivo de facilitar a gestão dos dados dos egressos dessas instituições. Os resultados dessa pesquisa de Mestrado apontam para a indispensabilidade de promoção da relação com o futuro egresso desde o seu ingresso na instituição enquanto estudante, mantendo-a ativa ao logo de todo o seu trajeto até a formação e após. Neste trabalho, são apresentadas algumas sugestões para que isso possa ser feito, além de oferecer subsídios para: 1) o enriquecimento da escassa literatura nacional sobre o relacionamento entre egressos e suas instituições de ensino; 2) a formulação de sistemas informacionais para egressos e 3) o auxílio da tomada de decisão na administração dessas instituições a fim de se desenvolver um relacionamento efetivo, profícuo e duradouro com seus ex-alunos.

Palavras-chave: Usuários e usuários em potencial da informação. Relacionamento com egressos. Sistemas de informação para egressos. Tomada de decisão.

Abstract: The aim of this communication is to present the information user's profile of alumni of Federal University of Minas Gerais to design strategies to identify mechanisms of relation between Higher Education Institutions and their alumni. Information is considered an important factor of approximation in this strategy. Parallel to it, information systems are understood as artifacts that

[1] O conteúdo textual deste artigo, os nomes e e-mails foram extraídos dos metadados informados e são de total responsabilidade dos autores do trabalho.

should be developed and perfected, in order to make it easier to manage alumni data from these institutions. Results of this Masters research point out to the necessity of the fomentation of the relationship with future alumni, right from the beginning when they are still students. It should be kept active throughout their academic path until graduation and after. In this work, some suggestions will be presented so that can be done as well as providing help to: 1) the enrichment of poor national literature on the relationship between alumni and educational institutions; 2) the formulation of information systems for alumni and 3) aid in the decision-making management in these institution in order to develop an effective, fruitful and long-lasting relationship with their alumni.

Keywords: Users and potential users of information. Alumni relationship. Information systems for alumni. Decision-making.

1. INTRODUÇÃO

Na tradição educacional brasileira, manter a conexão com egressos nunca foi uma conduta bem estabelecida pelas Instituições de Educação Superior (IES). De outra forma, nas IES norte-americanas, relacionamento é a palavra-chave para a estratégia dessas instituições, como é o caso da Universidade de Harvard, uma das mais renomadas IES dos Estados Unidos e do mundo, que conduz o relacionamento com seus egressos de forma contínua e profissional. Como ela, outras importantes universidades norte-americanas e de outros países, como Cambridge e Oxford, no Reino Unido, vêm mantendo relacionamento efetivo com os seus ex-alunos, principalmente para atividades de captação de recursos (PEREIRA, 2006).

A mudança na legislação no que tange ao processo de avaliação institucional das IES, com a promulgação da Lei 10.861 de 14/04/2004, que instituiu o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), e outros instrumentos normativos de regulamentação estabelecidos pelo Ministério da Educação (MEC), ainda que forçosamente, promoveram uma mudança de olhar das IES brasileiras para o até então pouco evocado público de egressos dessas instituições.

Dentro desse contexto, tornou-se fundamental para uma IES preocupar-se com o caminho percorrido pelo aluno após a conclusão do curso, como também com o desenvolvimento dos vínculos com esse público. A busca pela excelência, objetivo de toda grande instituição de ensino, aliada à necessidade, cada vez mais latente, da relevância social, torna imprescindível o acompanhamento de egressos, uma vez que estes são o resultado real do aprendizado, à medida que constituem os quadros profissionais do país. Por esse motivo, a necessidade da institucionalização de um programa de ex-alunos para direcionar a política voltada a eles é salutar para o amadurecimento de uma IES.

Para que o relacionamento aconteça entre ambas as partes – ex-alunos e IES –, existe a necessidade de se criar vínculos permanentes. Essa conexão é uma atitude que deve ser incentivada desde o ingresso do estudante na instituição de ensino, sendo importante a promoção de experiências positivas durante o curso e estimulado o ciclo de retribuição, isto é, a cultura do retorno à universidade. Para respaldar a continuidade dessa relação após a formatura, a informação destaca-se como um importante meio para promover tal conduta.

Sendo assim, informações sobre os perfis dos alunos, suas preferências, bem como as avaliações realizadas por eles ao longo do curso substancializam um conhecimento real que poderá embasar a manutenção do relacionamento pós-formação. Esse artefato típico de *Customer Relationship Management* (CRM) é precioso para a proposição de ações que de fato conduzam o egresso a uma participação mais ativa na sua universidade, sem, contudo, sentir-se como um "ex", isto é, como aquele que cortou os vínculos com a instituição, pois assim não se sentirá envolvido a ponto de manter um bom relacionamento com a sua IES.

Levando-se em consideração esses aspectos, esta comunicação apresenta os dados que foram obtidos em uma pesquisa de Mestrado que analisou o programa de egressos da Universidade Federal de Minas Gerais, conhecido como Sempre UFMG (QUEIROZ, 2014). Neste trabalho, as necessidades de informação dos egressos desta Universidade, bem como a relação entre dimensões de identificação social e organizacional, papel e vínculo foram analisadas com a finalidade de se identificar um perfil de usuários da informação do Sempre UFMG e, assim, propor estratégias orientadas para a conexão com esse público, vislumbrando a construção e o desenvolvimento de vínculos duradouros ainda durante o curso, bem como o acompanhamento pós-formação conduzido por um sólido sistema de informações de ex-alunos. Ressalta-se que, nesta apresentação, foi escolhida a dimensão das necessidades informacionais dos egressos da UFMG para ser desenvolvida.

2. O PROGRAMA SEMPRE UFMG

A UFMG figura entre as maiores IES públicas do país em todos os aspectos, incluindo em quantitativo de egressos que, no primeiro semestre de 2015, segundo informações do Departamento de Registro e Controle Acadêmico (DRCA) [2], já contabilizava cerca de 180.000 ex-alunos de graduação e de pós-graduação dos mais diversos cursos. Em virtude de sua dimensão, em 2000, foi criado o programa Sempre UFMG com o intuito de se fazer uma

[2] DEPARTAMENTO DE REGISTRO E CONTROLE ACADÊMICO. **Relatório interno de ex-alunos**. Belo Horizonte: UFMG, 2015. Não publicado.

conexão com os egressos. Na tentativa de estreitar os laços com esse público, o programa ofereceu aos ex-alunos algumas ferramentas e serviços informacionais na expectativa de atender as suas demandas em relação à informação. Para tanto, era necessário que os egressos atualizassem seus dados no sistema de informações do Sempre UFMG para terem acesso a esses serviços. O Quadro 1 apresenta a lista com as atividades e serviços disponibilizados pelo Sempre UFMG a esse público.

Quadro 1 – Atividades e produtos do programa Sempre UFMG

Atividades/produtos	Descrição
Sistemas de Informações de Ex-Alunos	Banco de dados no qual são alimentadas informações de contato dos egressos que atualizam seus dados voluntariamente, por meio de cadastro na internet.
Quem é Quem	Banco de dados de pessoas-chave, composto por ex-alunos da UFMG que ocupam lugar de destaque nas esferas empresarial, política, cultural, entidades de classe, etc.
Perfil UFMG – Rede de Oportunidades	Sistema, disponível na internet, que oferece ao ex-aluno possibilidades de inserção no mercado de trabalho e no âmbito da Universidade, ao mesmo tempo em que oferece às organizações em geral um cadastro organizado de profissionais formados pela UFMG.
Medalha de Honra UFMG – Ex-Aluno	Homenagem a personalidades de destaque social e profissional que promoveram algum tipo de relevância social, mesmo não sendo diretamente na área em que se formaram na UFMG.
UFMG Portas Abertas	Envio de notícias relevantes e abertas à comunidade sobre a UFMG aos ex-alunos, por intermédio do e-mail, para serem divulgadas de forma geral ou segmentada por área de formação.
Envio de cumprimentos	Envio de cartão de parabenização aos recém-formados e a ex-alunos que tenham se destacado por algum motivo em especial.

Fonte: QUEIROZ, 2014, p. 29.

3. INFORMAÇÃO E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO PARA A MANUTENÇÃO DO RELACIONAMENTO COM EGRESSOS

A criação de vínculos e a manutenção do relacionamento não são construídas subitamente logo após a formatura. É algo desenvolvido continuamente ao longo dos anos de vínculo formal do aluno com a instituição. Para incentivar e consolidar essa relação, a informação deve ser utilizada como um recurso facilitador para essa conexão. Nessa situação, deve-se considerar a necessidade de informação do egresso que, em um dos seus conceitos, é entendida como o comportamento inicial do processo de busca e uso da informação, estando interligada, por vezes, à conscientização de uma lacuna ou deficiência. Tal lacuna ou

deficiência pode ser preenchida pela informação ou, em outros casos, por uma necessidade coletiva ou social derivada do contexto. Desse modo, em situações sociais, a informação tem que satisfazer a necessidades não só cognitivas, mas também afetivas ou emocionais (WILSON, 1994 [3]*apud* CHOO, 2006).

Segundo Cronin (1981 [4]*apud* DUMONT, 1994, p. 5):

> Há um tipo de necessidade além da expressa e da não expressa, que é chamada de delitiscente ou necessidade latente. Os usuários de serviços de informação podem receber informações às quais eles não sabiam da sua existência e que todo serviço de informação é capaz de fornecer a este usuário.

Os serviços de informação, como é o programa Sempre UFMG, assumem um papel estratégico e mediador ao passo que podem propiciar aos usuários, uma vez identificadas as suas necessidades informacionais, a possibilidade de encontrarem satisfação. Dessa forma, esses serviços cooperam para facilitar o relacionamento entre os usuários da informação, neste caso os egressos, e as suas instituições, que devem se utilizar desses serviços de modo socialmente engajado.

Também segundo Bettiol (1990, p. 66):

> A associação da palavra informação com necessidades implica uma necessidade básica, similar a outras necessidades básicas humanas, divididas por psicólogos em três categorias: fisiológicas, afetivas e necessidades cognitivas. Estes três tipos de categorias estão inter-relacionadas de tal forma que um tipo de necessidade pode provocar outra, e como parte da busca para satisfação dessa necessidade, um indivíduo pode obter a informação.

Não é algo trivial para as pessoas expressarem claramente suas necessidades e nem para o indivíduo que irá buscar essa informação compreender esta necessidade sem ambiguidade (LANCASTER, 1979 [5]*apud* DUMONT, 1994). Sendo assim, pode-se dizer que necessidade de informação é algo pessoal, subjetivo, social e coletivo, sendo em muitas ocasiões de difícil identificação, uma vez que gera diversas combinações situacionais, por exemplo, pessoas que expressam suas demandas, mas não são capazes de dizer o que de fato necessitam ou indivíduos que geram poucas demandas, no entanto apresentam muitas necessidades (FAIBISOFF; ELY, 1976 [6]*apud* BETTIOL, 1990).

---

[3] WILSON, T. D. Information needs and uses: fifty years of progress? In: VICKERY, B.C., ed. **Fifty years of information progress: a Journal of Documentation review**. London: Aslib, 1994, 15–51.
[4] CRONIN, B. Assessing user needs. **Aslib Proceedings**, Londres, v. 33, n. 2, p. 37-47, fev. 1981.
[5] LANCASTER, F. W. **Information retrieval systems***:* characteristics, testing and evaluation. 2.ed. New York: J. Wiley, 1979.
[6] FAIBISOFF, S.; ELY, D. P. **Information and information needs**. Information Reports and Bibliographies, 5(5): 2-16, 1976.

Posto isto, em que medida a informação de fato auxilia na promoção da identificação e da vinculação entre alunos e a instituição de ensino? A informação ao ser pessoal, subjetiva, social e coletiva perpassa os aspectos psicológicos da identificação, do papel e do vínculo dos indivíduos enquanto estudantes da IES. Dessa forma, relações de amizade e afinidade podem contribuir para uma maior comunhão de ideias e de interesses, facilitando o compartilhamento e a colaboração (ALCARÁ *et al*., 2009). Ademais, os estudos referentes ao interacionismo simbólico permitem que se entenda o significado atribuído à informação como decorrente de uma ação interpretativa relacionada com as expectativas dos indivíduos envolvidos em um processo de interação sustentado pela ressignificação dos papéis de aluno e de egresso. Sinteticamente, pode-se afirmar que se devem criar condições para que o ex-aluno possa interpretar de uma forma ativa no presente o fato de ter sido estudante da IES no passado. Este, hoje no lugar de egresso, não deve se sentir como um "ex" e sim como um "sempre" aluno. Nesse sentido, o conceito de informação é buscado não para preencher uma lacuna cognitiva, mas para estabelecer uma relação, criar um significado, um sentimento de pertencimento a um grupo e a uma Instituição, que, por sua vez, deve promover as condições adequadas para que esse ambiente aconteça.

Como apoio a essa conduta de relacionamento com os egressos, os sistemas de informação são artefatos de imensa relevância para a gestão das organizações. Em se tratando das IES, mais especificamente da gestão da base de egressos, que inevitavelmente é ampliada a cada ano que se passa, torna-se crucial o desenvolvimento de um encorpado sistema de informações de ex-alunos para trabalhar de modo adequado esse patrimônio quase sempre inexplorado. Para o desenvolvimento de sistemas desse tipo, além das exigências oficiais da instituição, as necessidades dos egressos devem ser consideradas. Segundo Figueiredo (1994, p. 49), "para planejamento e avaliação de sistemas de informação é requerida uma ampla gama de dados quantitativos, inclusive referentes às necessidades de informação dos usuários".

Os usuários da informação, tanto os gestores quanto os ex-alunos, são fundamentais para o entendimento do fluxo e das rotinas dentro do sistema. A compreensão das necessidades de ambos os públicos de modo orgânico facilita tanto a especificação de novos produtos quanto a melhoria de sistemas existentes. Ainda conforme Figueiredo (1994, p. 49), "os resultados de estudos de usuários podem/devem ser aplicados como diretrizes para o planejamento de novos sistemas de informação e para a avaliação de sistemas já existentes".

Para os gestores, informações como dados pessoais e de contato tanto residencial quanto profissional, incluindo endereços eletrônicos e de redes sociais, são importantes. Além

dessas, dados acadêmicos e sobre a atual colocação e o percurso/histórico profissional do egresso são estratégicos para a gestão das instituições. Informações desse tipo podem fornecer indicações de pessoas-chave para auxiliar a IES em uma eventual necessidade.

De outro lado, para os egressos, a identificação de suas necessidades como área de atuação e de interesse apontam para a formatação de produtos que possam contemplar os desejos dos ex-alunos, especialmente, no tocante à educação continuada. Com esses dados, por exemplo, produtos vinculados ao oferecimento de pós-graduação e de cursos de extensão na área de interesse perfazem esse pacote de produtos direcionado a esse público. Serviços como uma ferramenta específica de busca por oportunidades de trabalho, além de ser um atrativo aos egressos e às empresas em geral, que terão a garantia dos candidatos às vagas serem realmente formados por uma determinada instituição, demonstra também a preocupação da IES com a colocação profissional de seu egresso.

O sistema de informação de egressos torna-se uma base de dados de especial pertinência para a gestão do relacionamento entre este público e suas instituições de ensino, uma vez que muitas IES, especialmente as particulares, dependem da continuidade de ingressantes para manter o equilíbrio financeiro e, por consequência, a perenidade da instituição. A rede de contatos fomentada por uma base de dados bem desenvolvida, acaba por promover um fluxo de novos produtos e novos ingressantes ou clientes (terminologia mais comumente utilizada pelas instituições privadas), via a manutenção do relacionamento com os egressos. Conforme relata Adam (2007, p. 3):

> Esse relacionamento é conhecido como *networking* ou rede de contatos, praticado, na maior parte das vezes, não só pelas instituições de ensino, mas principalmente pelas associações de ex-alunos. Por meio do *networking*, essas instituições promovem eventos periódicos, formação de núcleos de aperfeiçoamento em gestão de negócios, convênios, publicações de livros, descontos em cursos realizados na própria instituição de ensino, além de ótimas oportunidades profissionais.

Por isso tudo, é notório que o desenvolvimento desses sistemas proporcionam uma gama de oportunidades de atuação para as IES, em se tratando da manutenção do relacionamento com os seus egressos.

Por fim, deve-se esclarecer que a questão nuclear desta pesquisa concentrou-se na identificação de um perfil de usuários do sistema de informações do programa Sempre UFMG com o propósito de fornecer subsídio para as ações de aproximação com os egressos. Isso foi feito por meio do mapeamento das necessidades e dos desejos dos usuários e também dos usuários em potencial deste sistema. Se, de um lado, há os ex-alunos que, ao se inscreverem no Sempre UFMG, criam expectativas quanto aos serviços e informações fornecidas por ele,

de outro, existem os egressos que não se inscreveram e que, em grande parte, não sabem da existência deste programa. Neste caso, são os usuários em potencial que fazem parte da grande massa de egressos da Universidade e que podem vir a ser usuários reais dos serviços de informação disponibilizados pelo Sempre UFMG. Segundo Figueiredo (1994, p. 53), "o sistema [de informação] deve providenciar treinamento de usuários reais e de usuários em potencial (estudantes) no uso dos seus serviços". Assim, o conhecimento das necessidades desse público, incluindo os usuários reais e os usuários em potencial, pode ser fundamental para o aprimoramento do sistema de informação do programa Sempre UFMG.

4. DELINEAMENTO DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Uma vez que o problema deste trabalho centralizou-se na manutenção de um contato mais efetivo que pudesse ocasionar em um relacionamento entre a Universidade e seus egressos, tornou-se essencial para a consecução deste estudo saber quais eram as necessidades informacionais dos egressos em relação ao programa de ex-alunos da UFMG, como também a relação entre as dimensões da identificação social e organizacional, papel e vínculo do egresso com a Instituição. Sendo assim, foram formuladas três categorias de análise, a saber: perfil demográfico/acadêmico, perfil de identificação/vinculação e perfil de usuário da informação do Sempre UFMG. Contudo, para fins de apresentação desta comunicação oral, será explicitado o perfil de usuários da informação do Sempre UFMG, sendo necessário este recorte, haja vista a restrição de tamanho de conteúdo previsto para este tipo de apresentação.

Como método de coleta de dados foi proposto um levantamento (*survey)* exploratório (BABBIE, 1999), via questionário eletrônico autoadministrado, construído em um software de coleta de dados na Internet, o *Questionnaire Programming Language* (QPL), com egressos da UFMG cujos contatos de e-mail estavam registrados nos bancos de dados do Sempre UFMG e da própria Universidade, totalizando, à época da pesquisa (2º semestre de 2013), cerca de 40.800 contatos.[7] Após o término do período destinado à coleta de dados foram contabilizados 1.445 respondentes.

Devido ao caráter exploratório, a amostra foi a não probabilística, utilizando-se do critério da confiança em sujeitos disponíveis, que trabalha com os sujeitos acessíveis no

[7] Ressalta-se que esse número não corresponde ao total de egressos da Instituição, uma vez que os bancos utilizados nesta pesquisa não continham dados de todos os ex-alunos. O sistema do Sempre UFMG é composto por egressos que atualizam seus dados voluntariamente e o sistema da Universidade não realizava de forma sistemática o registro do endereço eletrônico até 2007.

momento da aplicação do *survey* (BABBIE, 1999). Quanto à análise dos dados obtidos pelos questionários, utilizou-se o *software* livre R para o devido tratamento estatístico das respostas encontradas pelo levantamento, sendo trabalhadas as freqüências absolutas e percentuais das variáveis.

5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

A título de descrição da amostra da pesquisa, em termos da identificação demográfica e acadêmica dos egressos, dos 1.445 ex-alunos respondentes da pesquisa, verificou-se que 96% realizaram apenas um curso de graduação na UFMG e apenas 2% estavam cursando outra graduação no momento da pesquisa; 55% eram do sexo feminino; 61% possuíam idade entre 25 e 39 anos; 45% eram casados e 45% solteiros. Com relação à residência anterior ao curso e à residência atual, grande parte dos indivíduos já era residente de Belo Horizonte e assim continuou após a conclusão do curso (60% e 58%, respectivamente). A maioria dos respondentes alegou trabalhar na área em que se graduou (73%), o que para a Instituição é um dado bastante favorável, e 59% trabalham em organizações públicas.

Quanto à informação sobre em que tipo de instituição o respondente concluiu integralmente ou a maior parte do ensino fundamental e médio, constatou-se a maior porcentagem (57%) de estudantes oriundos da rede pública no ensino fundamental, sendo essa situação revertida no ensino médio, uma vez que 51% preferiram a rede privada de ensino. Isso pode ter ocorrido pela tradição do vestibular da UFMG, em que era comum o pensamento de que os anos de preparação no ensino médio eram mais importantes para as chances de o candidato ingressar na Instituição serem aumentadas. Outra observação importante diz respeito à escolaridade dos pais que, no caso do público respondente desta pesquisa, apresentou 35% dos pais e 34% das mães concluintes apenas do ensino fundamental. No entanto, os pais apresentaram mais concluintes de nível superior (26%) que as mães (19%), que em maior número, concluíram o ensino médio (33%). Tal dado parece apontar para uma situação de inclusão, reforçando a importante questão da mobilidade social, via educação.

No resultado da pesquisa, constatou-se a marcação de 64 cursos diferentes, contemplando todas as áreas do conhecimento. O curso com o maior número de ex-alunos participantes foi o de Biblioteconomia, com cerca de 6% dos respondentes. Não se pode deixar de comentar que tal ocorrência pode ter acontecido pelo fato de esta pesquisa ser oriunda do Programa de Pós-Graduação da Escola de Ciência da Informação da UFMG.

Logo, os ex-alunos deste curso tiveram mais acesso ao questionário. Sobre o ano de término do primeiro curso de graduação, observou-se que 50% dos respondentes concluíram o primeiro curso na última década, especialmente a partir de 2006. No entanto, não se pode deixar de exaltar a participação dos ex-alunos mais antigos, como aqueles que se formaram nas décadas de 1980 e 1990, que contaram com 14% e 17% dos respondentes, respectivamente.

Em relação ao perfil demográfico dos egressos, alguns achados foram interessantes, como o fato de grande percentual de ex-alunos trabalhar na esfera pública. Tal ocorrência pode favorecer a UFMG no que se refere ao relacionamento desta com o Poder Público, uma vez que muitos desses ex-alunos podem ocupar cargos estratégicos em instituições públicas importantes para a Universidade. O conhecimento desse aspecto também poderia direcionar as atividades de envio de notícias da UFMG sobre assuntos de interesse àqueles que trabalham na esfera pública.

Sobre os dados do perfil de usuários da informação do Sempre UFMG, observou-se que 76% tinham conhecimento da existência do programa. Tal ocorrência pode estar relacionada ao fato de os ex-alunos já estarem cadastrados no Sempre UFMG. Logo, os que tinham conhecimento do programa receberam o convite da pesquisa. De outro lado, 94% dos respondentes consideram importante a UFMG ter criado o programa de ex-alunos. Esse resultado talvez possa retratar maior sensibilidade dos respondentes com o assunto abordado pela pesquisa, uma vez que quem se dispôs a responder o questionário eletrônico da investigação já demonstra certa disposição para a questão em pauta.

Notou-se, também, que 93% dos participantes acham interessante estar a par das principais atividades e acontecimentos da UFMG, sendo que 69% já haviam recebido algum e-mail do Sempre UFMG. Esses resultados também remetem ao fato de os ex-alunos já cadastrados no Programa terem sido convidados a responderem à pesquisa, embora o Sempre UFMG também envie e-mail com notícias da Universidade a egressos não cadastrados, isto é, os usuários em potencial.

Em se tratando do comportamento diante do recebimento de e-mail do Sempre UFMG, 71% o abririam e 27% o leriam depois. No entanto, apenas 3 respondentes (0,2%) teriam a atitude de apagar a mensagem e 2% consideram-se indiferentes. Conclui-se que, mesmo o público da pesquisa sendo mais atento à questão, o contato com a Universidade ainda se faz importante e desejado.

No que concerne ao conhecimento do banco de oportunidades de trabalho do programa, o Perfil UFMG, apenas 18% relataram a ciência de tal sistema. O fato de 75% terem declarado que não conheciam o Perfil UFMG evidencia uma falha na divulgação desse produto do Sempre UFMG, uma vez que a maioria dos respondentes afirmou ter conhecimento do programa e, por consequência, deveria também ter conhecimento do banco de oportunidades. Esses dados apresentados seguem descritos na Tabela 1.

Tabela 1 – Dados do perfil de usuário da informação do Sempre UFMG

(continua)

Variável		Frequência	Percentual	Percentual Válido
Conhece o Sempre UFMG	Sim	1.092	75,57	75,57
	Não	353	24,43	24,43
Acha importante a UFMG ter criado um programa de ex-alunos	Sim	1.363	94,33	94,33
	Não	3	0,21	0,21
	Indiferente	79	5,47	5,47
Já recebeu algum e-mail do programa de ex-alunos da UFMG	Sim	993	68,72	68,72
	Não	294	20,35	20,35
	Não se lembra	158	10,93	10,93
Acha interessante estar a par das principais atividades e acontecimentos da UFMG	Sim	1.344	93,01	93,01
	Não	12	0,83	0,83
	Indiferente	89	6,16	6,16
Se recebesse um e-mail da UFMG	Abriria o e-mail	1.020	70,59	70,59
	Leria depois	393	27,20	27,20
	Apagaria o e-mail	3	0,21	0,21
	Indiferente	29	2,01	2,01
Tem conhecimento do Perfil UFMG – Rede de Oportunidades	Sim	258	17,85	17,85
	Não	1.088	75,29	75,29
	Não se lembra de ouvir falar	99	6,85	6,85
Participa ativamente de outros grupos ou comunidades*	Sim	595	41,18	41,18
	Não	802	55,50	55,50
	Não sabe dizer	48	3,32	3,32
Faz parte de alguma comunidade de egressos da UFMG em redes sociais*	Sim	493	34,12	34,12
	Não	909	62,91	62,91
	Não sabe dizer	43	2,98	2,98
Mantém contato com ex-colegas ou ex-professores da UFMG*	Sim	1.196	82,77	82,77
	Não	239	16,54	16,54
	Não sabe dizer	10	0,69	0,69

Fonte: QUEIROZ, 2014, p. 128-129.
* Estas questões têm relação com a Tabela 2.

As questões descritas a seguir são aquelas que, de fato, identificam-se as necessidades de informação dos egressos. Verificou-se na questão sobre os tipos de vínculo virtual que o ex-aluno mantém com a UFMG que 61% preferem buscar informações nos sites da Universidade. Isto é, o maior vínculo ainda é com o portal eletrônico da Instituição. A utilização dos serviços do minhaUFMG[8] também foi marcada por 33% dos respondentes e o acompanhamento de notícias via redes sociais, por 22%. O acompanhamento dos programas da TV UFMG e da Rádio UFMG não se mostrou muito procurado pelos ex-alunos, já que apenas 6% selecionaram esta opção. Contudo, cerca de 25% alegaram não ter esse tipo de vínculo com a Instituição. Tal resultado pode ser considerado significativo, uma vez que a base para o relacionamento com os egressos, por meio da informação, perpassa por algum tipo de vínculo virtual. Se esse vínculo não existir, torna-se arriscada a manutenção dessa relação.

O resultado apresentado na questão sobre a participação do respondente em alguma comunidade de egressos da UFMG em redes sociais, que acusou 34%, ajustou com o resultado alcançado na questão descrita no parágrafo anterior em relação aos tipos de vínculo virtual, em que o acompanhamento de notícias em redes sociais atingiu os 22%. Esses números ressaltam que as redes sociais, embora sejam uma realidade presente no cotidiano das pessoas em geral, ainda não vem sendo utilizadas de modo mais determinante como meio de contato para o público em questão.

No tocante ao que o ex-aluno considera que seria mais importante a UFMG promover ou disponibilizar aos seus ex-alunos para manter um vínculo mais próximo, 82% preferiram desconto nos cursos de especialização e extensão da Universidade, seguindo-se: banco de oportunidades de trabalho direcionado aos ex-alunos (79%), empréstimo domiciliar nas bibliotecas (58%) e envio, via e-mail, de notícias da UFMG (56%). Uma vez que tanto o banco de oportunidades quanto o envio de notícias já são contemplados nas atividades do Sempre UFMG, os descontos nos cursos de especialização e extensão oferecidos pela UFMG e o empréstimo domiciliar nas bibliotecas deveriam ser opções a serem estudadas com atenção pelos gestores da Universidade.

Dando continuidade à questão, promoção de atividades culturais (48%), localização dos ex-colegas de turma (42%), manutenção do endereço de e-mail no domínio ufmg.br

[8] O minhaUFMG é um portal que centraliza a maioria das ferramentas eletrônicas da Universidade, disponibilizando informações de suporte acadêmico aos alunos como: correio, apoio on-line a disciplinas, sistema de matrículas, diário de classe e notícias.

(35%), organização de encontros ou festas de congraçamento para ex-alunos (34%), promoção de atividades de lazer e esportivas e homenagens a ex-alunos que tenham obtido destaque em seu âmbito profissional (ambas com 33%) são atividades e informações desejadas pelos ex-alunos, em especial as atividades culturais e a localização de ex-colegas de turma. Desse elenco de opções, a manutenção do endereço no domínio ufmg.br, isto é, o minhaUFMG, e as homenagens a ex-alunos já se tornaram realidade no contexto da Universidade.

No que diz respeito à questão que indaga sobre a participação em grupos ou comunidades, virtuais ou não, 41% responderam positivamente, sendo que deste montante 29% dos que responderam a essa questão declararam que participam de comunidades virtuais; 9%, de grupos para prática de esportes; 6%, de grupos de apoio mútuo e 5% são sócios torcedores de times de futebol. Rotary ou Maçonaria (2%) e torcidas organizadas de times e grupos de terceira idade (ambas com 1%) foram as opções menos selecionadas pelos respondentes a esta questão. A opção "Outro" foi selecionada por 11% dos respondentes, sendo que as respostas mais expressivas foram: grupos de estudos e de línguas estrangeiras, grupos de voluntários para atividades de cunho social, grupos cristãos, grupos de interesses profissionais, ONG, OSCIP e partido político.

Ainda sobre a questão anterior, a participação em grupos ou comunidades, além de demonstrar um comportamento mais sensível à união das pessoas em torno de uma causa para o alcance de objetivos comuns, sejam eles para a realização de alguma atividade ou para a disseminação e discussão de informações, evidencia, também, o sentimento de pertença a um grupo. Isso pode salientar que essas pessoas acostumadas a participar de grupos ou comunidades têm a disposição para se sentirem mais identificadas a uma Instituição.

No que se refere ao contato do egresso com ex-colegas ou ex-professores, foi observado que 83% afirmaram que mantêm contato, por meio de e-mail (66%), redes sociais (60%) e telefone (44%). A opção "Outro" foi marcada por 12% dos respondentes desta questão, sendo que as respostas mais frequentes acerca dessa alternativa giraram em torno de contato pessoal e profissional, encontros de turmas e contatos por meio do aplicativo de celular *WhatsApp*.

Com relação às informações que seriam relevantes os egressos receberem da UFMG para o desenvolvimento da sua profissão, seminários, palestras e encontros científicos (86%) e cursos de pós-graduação (76%) e de extensão (74%) foram as alternativas mais selecionadas pelos respondentes, reforçando o interesse na educação continuada por parte do ex-aluno. O modo como os egressos gostariam de receber as informações da UFMG teve o e-mail como o

meio preferencial para 97%. Redes sociais (29%), cartas (13%) e mensagens de texto no celular (9%) foram outras opções selecionadas. O fato de nem mesmo 1% dos respondentes não desejar receber informações da Universidade reafirma a vontade do egresso em manter contato. O resultado obtido com as redes sociais também reitera o fato de este tipo de contato ainda estar se firmando como um importante canal de comunicação entre a UFMG e seus egressos, uma vez que ainda não ultrapassou o e-mail como principal meio de contato. Na Tabela 2, seguem os dados descritos nos parágrafos anteriores.

Tabela 2 – Dados do perfil de usuário da informação do Sempre UFMG – questões com mais de uma resposta

(continua)

Variável	Percentual
Quais os tipos de vínculo virtual que você mantém com a UFMG	
Busca de informações em sites da UFMG	60,69
Uso de serviços do portal minhaUFMG	33,49
Acompanhamento de notícias via redes sociais	22,35
Acompanhamento dos programas da TV UFMG e da Rádio UFMG	6,16
Não tenho esse vínculo	24,50
O que você acha que seria mais importante a UFMG promover ou disponibilizar aos seus ex-alunos, com o objetivo de manter um vínculo mais próximo com esse público	
Desconto nos cursos de especialização e extensão da UFMG para ex-alunos	81,87
Banco de oportunidades de trabalho direcionado aos ex-alunos	78,55
Empréstimo domiciliar nas bibliotecas	57,58
Envio, via e-mail, de notícias da UFMG	56,33
Promoção de atividades culturais	48,37
Formas de localizar os ex-colegas de turma	41,73
Manter endereço de e-mail no domínio ufmg.br	34,81
Encontros ou festas de congraçamento para ex-alunos	34,33
Promoção de atividades de lazer e esportivas	33,08
Homenagens a ex-alunos que tenham obtido destaque em seu âmbito profissional	32,87
Outro	3,11
Não sabe dizer	1,38
Que outros grupos ou comunidades participa	

Comunidades virtuais	28,51
Grupos para prática de esportes	8,51
Variável	**Percentual**
Grupos de apoio mútuo	6,37
Sócio torcedor de times de futebol	4,98
Rotary ou Maçonaria	2,01
Grupos de terceira idade	1,18
Torcidas organizadas de times	1,04
Outro	11,00
Por quais canais mantém contato com ex-colegas e ex-professores	
E-mail	65,95
Redes sociais	60,28
Telefone	44,43
Outro	12,25
Para o desenvolvimento da sua profissão, seria relevante receber da UFMG informações do tipo	
Seminários, palestras e encontros científicos	85,74
Cursos de pós-graduação	75,71
Cursos de extensão	74,39
Não se aplica	5,40
Outro	1,80
De modo geral, como você gostaria de receber informações da UFMG	
Via e-mail	96,89
Via redes sociais	28,93
Via carta	13,36
Via mensagem de texto no celular	8,58
Não gostaria de receber informações da UFMG	0,55
Outro	0,21

Fonte: QUEIROZ, 2014, p. 131-132.

De modo geral, os egressos estão bastante propensos a se manterem vinculados à UFMG. De outro lado, espera-se mais atenção e cuidado por parte da Instituição em atender certas demandas, como oferecimento de desconto nos cursos de especialização e extensão, empréstimo domiciliar nas bibliotecas e banco de oportunidades de trabalho direcionado aos ex-alunos. Este último, que também já é um serviço disponibilizado pelo Sempre UFMG, demonstrou ser pouco conhecido pela comunidade de egressos, evidenciando uma falha na sua divulgação.

Com os resultados do perfil demográfico e acadêmico dos respondentes, observou-se que o perfil de ex-aluno participante desta pesquisa é composto por pessoas, em sua maioria: do sexo feminino, embora não com uma diferença significativa para os respondentes do sexo

masculino; na faixa etária de 25 a 39 anos; solteira ou casada; residente em Belo Horizonte; oriunda de escola pública no ensino fundamental, e escola privada no ensino médio; e com os pais cuja escolaridade relatada apresentou uma maior parcela de concluintes apenas do ensino fundamental. Em se tratando do perfil acadêmico, os respondentes fizeram, ao menos, um curso de graduação na UFMG e um número significativo deles alegou trabalhar na área em que se graduou ou pós-graduou e em instituições públicas.

Os interesses informacionais dos ex-alunos apontam, principalmente, para as necessidades voltadas à continuidade de estudos para o desenvolvimento profissional, sendo que os seminários, palestras e encontros científicos, bem como os cursos de extensão e pós-graduação, mostraram-se as necessidades preferenciais dos egressos. O uso dos sites da UFMG também foi selecionado como o principal vínculo virtual, assim como a utilização do e-mail apareceu como o principal meio de contato para o recebimento de informações da Universidade. A utilização das redes sociais como meio de contato mostra bastante potencial, entretanto, não é ainda o principal modo escolhido pelos ex-alunos da UFMG.

Considerando que relacionamento se traduz em trocas recíprocas, preferencialmente acompanhadas da geração de benefícios para as partes envolvidas, é desejado que a Instituição, por intermédio do Sempre UFMG, transforme essas demandas em serviços informacionais a serem disponibilizados aos egressos, que, por sua vez, sentir-se-ão mais sensibilizados em também atender às demandas da sua Universidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS: POSSIBILIDADES DE RELACIONAMENTO COM EGRESSOS

Uma vez analisados esses resultados relativos ao perfil de usuários da informação do Sempre UFMG, percebe-se que o desejo em manter o relacionamento com a Universidade, seja para assuntos de cunho pessoal, como o contato com ex-colegas e ex-professores, seja para a continuidade dos estudos, mostrou-se bastante evidente.

Diante deste contexto e, levando-se em conta a criação de instrumento facilitador de contato com os egressos, como um sistema de informações, possibilidades práticas podem ser geradas a fim de subsidiar a criação e manutenção dos vínculos com os ex-alunos. A promoção de eventos esportivos; encontros de turma comemorativos, inclusive com a participação da família; eventos culturais e de lazer abertos ao público, no caso de haver um *campus* universitário; envio de notícias, por e-mail, relevantes para a área de atuação do egresso e relacionadas à educação continuada; oferecimento de desconto nos cursos de

especialização e extensão, empréstimo domiciliar nas bibliotecas; banco de oportunidades de trabalho e possibilidades de localização dos ex-colegas são possíveis bons exemplos de manutenção do relacionamento.

Além das alternativas citadas, a formação de uma rede social da IES utilizando o próprio sistema desenvolvido de informações de egressos certamente aproximará este público de sua instituição. Para tanto, deve ser organizada e capacitada uma equipe multidisciplinar para uma atuação mais próxima e direta com os alunos e os egressos. No caso das avaliações institucionais, a participação dos ex-alunos torna-se fundamental para a conexão da IES com o mundo do trabalho, à medida que os egressos retornam à universidade com insumos e necessidades do mercado para auxiliar a melhoria dos currículos dos cursos. Segundo Meira; Kurcgant (2009, p. 482):

> O egresso enfrenta em seu cotidiano de trabalho situações complexas, que o levam a confrontar as competências desenvolvidas, durante o curso, com as requeridas no exercício profissional. Pode, a partir daí, avaliar a adequação da estrutura pedagógica do curso que foi vivenciado, bem como os aspectos intervenientes no processo de formação acadêmica.

Ademais, a temática trabalhada nesta comunicação oferece algumas respostas ao desafio enfrentado pelas IES brasileiras sobre como agir com os seus egressos. Primeiramente, a mudança de atitude das IES no que tange à criação de laços e à manutenção do relacionamento com alunos e egressos torna-se decisiva para o êxito de tal realização. A proatividade por parte da instituição em desenvolver atividades que demonstrem aos alunos e, posteriormente, aos egressos, o seu interesse em manter-se vinculada a eles, é o primeiro passo no reconhecimento da importância dessa conduta.

O sistema de informações de egresso, isto é, a base de dados com informações sobre o seu perfil, dados acadêmicos e demográficos, é um precioso recurso para a manutenção do relacionamento criado ainda no período de realização do curso. A inserção do ex-aluno de fato na pauta de atividades das IES, como nas avaliações institucionais, atribuem a devida importância desse público no cotidiano das instituições, ao mesmo tempo que favorece a um comportamento mais ativo, por parte do egresso, que poderá se sentir mais inclinado à colaborar com o desenvolvimento da sua instituição. Ademais, uma IES forte e consolidada reflete diretamente nos currículos dos profissionais por ela formados.

A informação se destaca ao amalgamar essa relação, uma vez que é por meio dela que o contato poderá ser mantido. Para tanto, a IES deve se preocupar em oferecer ao egresso o tipo de informação que ele necessita, sem demasia, e com a finalidade de lhe proporcionar conhecimento relevante principalmente para o desenvolvimento de sua carreira. Sendo assim,

chegou-se, como resultado desta investigação, à proposição de um ciclo descritivo para orientar a criação e a manutenção do relacionamento com alunos e egressos (FIGURA 1):

Figura 1 - Ciclo de etapas relevantes para a manutenção do relacionamento com alunos e egressos

Fonte: Elaborada pela autora. Abril de 2014.

Com base nesse ciclo, foi dado início a uma serie de iniciativas, executadas sob a forma de atividades de extensão universitária, com o objetivo de avaliar a aplicabilidade destas ações em projetos piloto. Os resultados dessas iniciativas, quando oportunamente avaliados, irão revelar a validade dessas sugestões.

Por fim, entende-se que este estudo oferece contribuições para o desenvolvimento de uma literatura ainda pouco amadurecida, no Brasil, sobre a relação entre o egresso e sua IES. É possível ainda que programas de egressos já existentes ou ainda em formulação possam se utilizar deste material para obter referencial auxiliar a ser utilizado no planejamento de suas atividades, uma vez que a discussão sugere elementos que poderão contribuir para um melhor gerenciamento das informações produzidas pelas instituições, para que possam ser compartilhadas com o seu egresso a fim de promover um relacionamento mais efetivo e duradouro com este, podendo acarretar, inclusive, vantagens mútuas com a manutenção desse

vínculo. O desenvolvimento de sistemas de informação de egressos pode reforçar também uma tomada de decisão mais assertiva e atender com mais eficiência este público.

REFERÊNCIAS

ADAM, Márcia Cristina Pastore. **O relacionamento entre as instituições de ensino superior e seus ex-alunos***:* reflexos na captação de recursos. Estudo de caso da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas e do Instituto Presbiteriano Mackenzie**.** 2007. 408f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4553>. Acesso em 19 de jul. 2013.

ALCARÁ, Adriana Rosecler; *et al.* . Fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciência e Informação**, v. 14, n. 1, p.117-191, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v14n1/v14n1a12>. Acesso em abr. de 2014.

BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisa de Survey**. Tradução de Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999. 519 p. Título original: Survey research methods.

BETTIOL, Eugênia Maranhão. Necessidades de informação: uma revisão. **Revista de Biblioteconomia,** Brasília, v. 18, n. 1, p. 59-69, jan./jun. 1990. Disponível em: <http://164.41.105.3/portalnesp/ojs-2.1.1/index.php/RBB/article/view/616/614>. Acesso em 19 jul. 2013.

BRASIL. Congresso Nacional. **Lei n. 10.861 de 14 de abril de 2004**. Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.861.htm>. Acesso em: 28 de dez. 2012.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento***:* como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora Senac, 2006. 425 p.

DUMONT, Lígia Maria Moreira. O não-usuário de serviços de informação, este ilustre desconhecido. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 17, 1994, Belo Horizonte. **Anais**... Belo Horizonte: Associação dos Bibliotecários de Minas Gerais, 1994, p. 697-718.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Estudos de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994. 154p.

MEIRA, Maria Dyrce Dias; KURCGANT, Paulina. Avaliação de curso de graduação segundo egressos. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, São Paulo, v.43, n.2, p.481-485, 2009. Disponível em:< http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v43n2/a31v43n2.pdf> Acesso em: 19 jan. 2015.

PEREIRA, Custódio. Por um país doador. **Revista Ensino Superior**. São Paulo, set. 2006. Entrevista concedida a Gustavo Acioli. Disponível em: <http://www.cmconsultoria.com.br/vercmnews.php?codigo=27139>. Acesso em: 02 jan. 2014.

QUEIROZ, Tatiana Pereira. **O bom filho a casa sempre torna**: análise do relacionamento entre a Universidade Federal de Minas Gerais e seus egressos por meio da informação. 2014. 202f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUOS-9PRKWC/disserta__o_tatiana_pereira_queiroz___02_09_14___vers_o_final.pdf?sequence=1>. Acesso em 10 de mar. 2015.