

## **Jornal Mural Expresso: Pesquisa de Opinião sobre as percepções dos públicos de interesse<sup>1</sup>**

Ariane Marculino de ALCÂNTARA<sup>2</sup>

Tayara de Paula WANDERLEY<sup>3</sup>

Célia Maria da Silva CARVALHO<sup>4</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### **RESUMO**

A pesquisa de opinião caracteriza-se como uma das técnicas mais importantes na área de Relações Públicas, visto que funciona como método de averiguação do grau de positividade ou de insatisfação do objeto que se deseja conhecer que está sendo aplicado a determinado público. Dada sua importância, essa técnica foi escolhida para conhecer o que pensa o público-leitor do Jornal Mural “Expresso”, editado por alunos do curso de Relações Públicas, da Universidade Federal do Amazonas. O levantamento dos dados foi primordial para que se procedesse a ações de melhorias no referido instrumento, contribuindo para a sua consolidação e para que se tornasse fonte fidedigna de informação na UFAM.

**PALAVRAS-CHAVE:** Pesquisa de Opinião, Jornal Mural, Relações Públicas, Públicos de interesse, Expresso.

### **1 INTRODUÇÃO**

O Jornal Mural “Expresso” foi criado em 1997, pela professora do curso de Comunicação Social – Relações Públicas, da Universidade Federal do Amazonas - UFAM, Célia Carvalho, com a finalidade de ser um instrumento de comunicação que exercitasse a prática contínua de construção de texto para os alunos do curso de Relações Públicas. Desta forma, os estudantes aprenderiam a construir textos de forma clara, concisa e objetiva e contribuiriam para a disseminação de informações na Instituição, com o intuito de que o veículo se tornasse uma fonte de conhecimento para a comunidade universitária da UFAM.

Inicialmente, o “Expresso” era produzido pelos alunos do 8º período, e tinha como proposta inicial a discussão de assuntos pertinentes à área de Comunicação. Sua localização, próxima à Secretaria do Departamento de Comunicação Social, facilitava a restrição do conteúdo abordado. Com a mudança do posicionamento editorial e a abrangência do conteúdo apresentado, passando a discutir temas de interesses coletivos e de outras áreas do conhecimento, o Jornal Mural mudou sua localização e passou a ser posicionado na entrada do Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2015, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Pesquisa de Opinião em Relações Públicas (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 9º. Semestre do Curso Comunicação Social - Relações Públicas, email: ariane.alcantara@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 9º. Semestre do Curso Comunicação Social - Relações Públicas, email: tayarawanderley@gmail.com.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social - Relações Públicas, email: ccarvalho@ufam.edu.br.

A nova forma de abordagem do “Expresso” fez com que a professora responsável direcionasse a produção do mural aos alunos do 5º, 6º e 7º períodos, para que não fosse interrompida a elaboração do veículo. Além disso, definiu-se que ele teria periodicidade semana e seria de natureza conceitual.

O Jornal Mural, na concepção de Fábio França (1988), é um dos veículos mais rápidos e eficientes na comunicação interna, por se tratar de um instrumento dinâmico, imediato e de baixo custo. Contudo, para que seja eficiente deve atender a requisitos que o torne atrativo ao público de interesse, dentre eles, pode-se citar o planejamento prévio, a programação visual e a utilização de recursos gráficos, fotos e ilustrações.

Partindo desta premissa, antes de se iniciar a sua produção é discutido o Projeto Editorial do Jornal Mural Expresso, que define desde sua missão e visão, passando pelo seu layout, até as editorias que deverão conter. Antes da edição do periódico, a turma responsável realiza reunião de pauta, sob orientação da preceptora, para definir o encaminhamento e o direcionamento da posição editorial do jornal referente ao tema escolhido. Ao final de cada período, a turma responsável deve aplicar uma pesquisa de opinião para conhecer o que os leitores identificam no “Expresso” e até a opinião dos não-leitores, para saber o porquê de o Jornal Mural não ser lido por aquele grupo. Em 17 anos de existência do “Expresso”, tem-se a preocupação que cada turma responsável pelo mural conceba-o a sua maneira, sem deixar que se perca a essência de sua concepção inicial.

A turma do 7º período do curso de Comunicação Social - Relações Públicas, responsável por produzir o "Expresso" como atividade da disciplina Técnica de Relações Públicas I, no primeiro semestre letivo de 2014, que teve início em junho e finalizou em dezembro desse ano, definiu que a Missão do veículo seria: *Informar a comunidade universitária com temas relevantes, de interesse coletivo, primando pela qualidade e veracidade das informações e despertando a criticidade do público leitor*; a Visão: *Ser referência como veículo de comunicação na UFAM*; o Objetivo Geral: *Manter informada a comunidade universitária*; e o slogan: *Comunicar faz bem*.

## **2 OBJETIVO**

### **2.1 GERAL**

Conhecer a opinião do público-leitor sobre o jornal mural Expresso.

### **2.2 ESPECÍFICOS**

- Conhecer o perfil do público-leitor;
- Inquirir a opinião dos leitores do Expresso e mensurar a satisfação dos mesmos acerca do layout, conteúdo, temas, textos, localização, fonte, entre outros;
- Identificar quais editorias são mais ou menos lidas;
- Determinar a imagem que o público tem sobre a equipe de produção do Expresso.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Há 17 anos, o "Expresso" auxilia no processo de aprendizado da escrita, proporcionando a prática e o aprimoramento dos conteúdos ensinados em sala de aula. Hoje, pode ser considerada como a principal atividade de exercício textual dirigida aos alunos de Relações Públicas e referência em veículo comunicacional na Universidade, por possibilitar discussões de interesse coletivo, abordando temas diversos e despertando a criticidade no público leitor.

Com a intensidade das mudanças inerentes ao mundo atual, a comunidade acadêmica adquire características que se alteram constantemente. Com a finalidade de adequar-se a essas transformações e conhecer o pensamento dos seus públicos, faz-se necessário, de forma periódica, a aplicação de uma Pesquisa de Opinião sobre o Jornal Mural "Expresso", que segundo Lesly (1995), é por meio da pesquisa que se confirma suposições e 'palpites'.

A função da pesquisa, atividade privativa da área de Relações Públicas, é apontada por Roberto Porto Simões (1993) como inerente ao trabalho de quem atua nessa área, já que ela proporciona ao profissional de RP a possibilidade de fazer previsões e de acompanhar situações, pelo conhecimento das informações adquiridas com a sua realização periódica.

A pesquisa, no que se refere à atividade de Relações Públicas, está classificada como uma das mais importantes atribuições da profissão. Sendo ela função básica e específica das Relações Públicas, foi escolhida como o método ideal para conhecer o que pensa o público leitor a respeito do Jornal Mural "Expresso". Por ser a técnica mais usada para determinar e apreciar o comportamento do público, proporcionando a análise de mercados ou opiniões entre pessoas, grupos ou instituições, como aponta Cândido Teobaldo Andrade (1978) em sua definição de pesquisa.

A pesquisa de opinião, "considerada o melhor caminho para se conhecer a opinião dos públicos de interesse da organização a respeito de determinado tema", como afirma Marcello Chamusca e Márcia Carvalhal em seu artigo "Pesquisas de Opinião: A Opinião Pública na Construção de uma Imagem Pública Favorável<sup>5</sup>", foi identificada como a forma de pesquisa mais apropriada para mensurar os resultados quantitativos apurados na realização da pesquisa sobre o que pensam os leitores do "Expresso" a seu respeito.

Pesquisa de Opinião. Também chamada de inquérito por amostragem e entrevista, procura os seguintes objetivos: a) saber em que extensão está o público informado; b) saber como pensa e reage o público ante decisões; c) saber prever qual será a atitude do público em relação a certas ações que estão sendo planejadas; d) saber que é que o público está pensando e fazendo; e) saber o que o público está planejando fazer no futuro, ou seja, prever as futuras reações e atitudes do público; f) saber quais são as necessidades do público e que medidas devem ser adotadas pela instituição a fim de satisfazer essas necessidades. (1978, p. 67.)

Desta forma, a Pesquisa de Opinião foi ferramenta decisiva para a obtenção de dados preciosos para se promovesse a implementação de mudanças e adequações necessárias para que o Jornal Mural "Expresso" consolide-se como veículo de comunicação efetivo na UFAM, cumprindo assim o sua missão.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A Pesquisa de Opinião usou como instrumento de coleta de dados o questionário, com perguntas, na sua maioria, do tipo fechada, o que permite uma coleta de dados mais simples, não dependendo de qualificação por parte de quem irá aplicá-lo, além de um espaço de sugestões para a melhoria do veículo.

As perguntas fechadas identificaram a faixa etária do entrevistado, sua ocupação, assim como a área de atuação, no caso dos técnico-administrativos e professores universitários e, de estudo, para os alunos. As demais questões estavam relacionadas ao Jornal Mural, sobre o seu *layout*, conteúdo, tema, texto, localização, tipo e tamanho da letra e qual editoria era mais lida e qual era menos lida.

O não cumprimento de um processo da realização da Pesquisa de Opinião, a aplicação do pré-teste do questionário, implicou na dificuldade de mensurar as editorias

---

<sup>5</sup> CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. Pesquisas de opinião: a opinião pública na construção de uma imagem pública favorável [online] - Disponível na Internet via: [http://www.rp-bahia.com.br/trabalhos/paper/opiniao\\_publica.doc](http://www.rp-bahia.com.br/trabalhos/paper/opiniao_publica.doc) - Capturado em 05/03/2015.

mais e menos lidas, uma vez que os leitores do "Expresso" não se atentavam aos nomes das editorias e não buscavam a informação de acordo com esses espaços e, sim, pelo conteúdo que eles abordavam. Os leitores mais assíduos identificavam a forma de abordagem da editoria, o que possibilitava a sua identificação por meio do aplicador da pesquisa.

O universo da pesquisa foi o setor Norte do Campus Universitário da UFAM. A amostragem, por sua vez, constituiu a comunidade universitária do Instituto de Ciências Humanas e Letras - ICHL, Faculdade de Educação - Faced e a Faculdade de Estudos Sociais - FES, por acreditarmos que esses grupos tivessem acesso ao Jornal Mural, localizado na entrada do ICHL. Com os resultados da pesquisa, podemos perceber que o nosso verdadeiro público eram os alunos do ICHL, já que os alunos dos outros institutos adentravam ao setor Norte do Campus pelas entradas direcionadas às suas unidades acadêmicas, e não transitavam pelo prédio onde era exposto o Jornal Mural.

A pesquisa é de natureza aplicada, uma vez que foi realizado um levantamento acerca dos leitores do Expresso, com o intuito de identificar seus públicos e avaliar os aspectos que precisavam ser melhorados. A forma do estudo utilizada é exploratória, já que trabalhou inteiramente com as pessoas envolvidas com o Expresso, classificadas como públicos de interesse, sendo possível estabelecer uma relação de familiaridade com esses leitores e suas impressões pessoais com o instrumento.

A forma de abordagem é direta, pois cada aluno tinha a incumbência de aplicar o questionário junto ao entrevistado e preencher as lacunas destinadas às perguntas, levando aproximadamente dois minutos para o levantamento completo das informações.

Utilizou-se o método quantitativo e foi realizada uma análise estatística e minuciosa das informações coletadas. A tabulação é expressa por meio de gráficos em que é explicado cada aspecto abordado no questionário, confrontando com os objetivos iniciais propostos pelo estudo.

O questionário elaborado em sala de aula pelos alunos do 7º período do curso de Relações Públicas, sob orientação da professora Célia Carvalho, possuiu perguntas dinâmicas e precisas a serem aplicadas. Após a formulação das questões, foi construído o instrumento de coleta de dados e definido o cronograma de implementação da pesquisa.

Para a realização das entrevistas, a turma dividiu-se em três equipes, distribuídas nos dias 28, 29 e 30 de agosto de 2014, nos turnos matutino, vespertino e noturno, uma vez que o Jornal Mural é fixo e possui leitores nos três turnos.

Os recursos utilizados foram os humanos, 15 alunos do 7º período de Relações Públicas, que deveriam entrevistar 30 pessoas, nas três unidades de ensino: ICHL, FAGED e FES, e nos três turnos. Os recursos materiais foram os questionários para a aplicação da pesquisa.

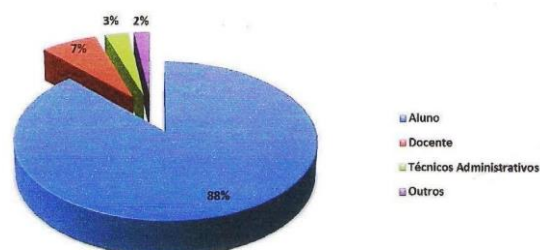
Na aplicação da pesquisa, as equipes encontraram não apenas o público-leitor do Expresso, mas também pessoas que não conheciam o jornal ou não demonstraram interesse pela leitura do mesmo. Esses públicos também foram levados em consideração na avaliação dos resultados, isto porque identificar os motivos da falta de interesse pelo "Expresso" se configura como um fator condicionante da pesquisa.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Foi respondido um total de 450 questionários. Desse quantitativo, 300 pessoas desconheciam completamente o jornal mural ou nunca procederem a leitura do periódico. Os demais resultados apontaram índices positivos, possibilitando boa repercussão entre o público ativo.

A investigação permitiu chegar a conclusões relevantes, segundo os objetivos traçados, uma vez que foi possível, com a coleta das respostas com a aplicação dos questionários, estabelecer contato direto com pessoas diferentes, que têm em comum o fato de acompanharem e se interessarem pela leitura desse jornal mural. Procurou-se, nas entrevistas, manter o máximo de integridade e comprometimento com a pesquisa, assim como na análise dos resultados.

A identificação dos públicos do Expresso foi feita baseando-se nos quesitos aluno, docente, técnicos administrativos e outras categorias, assim como nas suas respectivas áreas de atuação. Das respostas, 88% são alunos, 7% docentes, 3% técnicos administrativos e 2% se encaixam na categoria outros. Das áreas de atuação encontradas, sobressaíram-se as de humanas e exatas, com 92% e 8%, respectivamente.



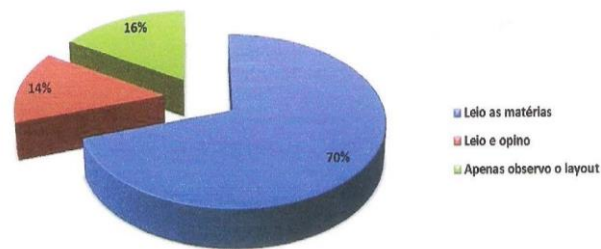
### **Gráfico 1.** Classificação do Entrevistado

Avaliando a estrutura do jornal mural Expresso, foram feitos apontamentos consideráveis e positivos. Quanto ao layout, os entrevistados foram questionados se estava sempre criativo e organizado, sendo que do total de pessoas que participaram da pesquisa, 69% afirmaram que essa aferição é satisfatória, contando com 31% contrários a esse quesito. Sobre o conteúdo, foram questionadas três opções: se era profundo e crítico, que somou 50% dos entrevistados; se apresentava-se satisfatório, o que rendeu 41% de pessoas; e, por fim, se era superficial, o que garantiu apenas 9% de respostas nesse item.

De acordo com o levantamento, 97% dos temas abordados foram considerados relevantes, enquanto que 3% afirmaram que nem sempre as temáticas são importantes para serem divulgadas. Quanto à estrutura dos textos, 96% das opiniões mostraram que são bem elaborados, em relação a 4% que apontaram o contrário.

A localização do Expresso, que é a entrada do ICHL foi apontada por 78% dos entrevistados como a melhor, principalmente para as pessoas que utilizam o transporte coletivo e fazem uso daquele espaço com mais frequência, dado identificado na aplicação dos questionários, mas que não estava contido nas perguntas. Do total de pessoas que opinaram sobre essa questão, 22% consideraram que o mural ficaria melhor localizado em outra área do ICHL, como por exemplo, próximo ao Restaurante Universitário (RU), identificado na opção sugestão, do questionário.

O tipo e o tamanho da fonte foram considerados por 63% dos entrevistados como adequado à leitura, enquanto que 37% afirmaram que o corpo da fonte dificultava a leitura das informações. A participação do Expresso foi avaliada em três níveis: se o leitor somente lê as matérias; se lê e também opina, na editoria Opine, criada justamente com esse propósito; ou ainda se apenas observa o *layout*, por despertar atenção. Nessa questão, 70% das pessoas abordadas pela pesquisa afirmaram lêem os conteúdos divulgados no jornal mural; 14% das opiniões mostraram que além da leitura, há o interesse por parte do leitor em sugerir ou mesmo apontar críticas ao jornal mural, possível na editoria Opine; por fim, 16% das pessoas entrevistadas apenas são atraídas pelo Expresso devido ao seu layout bem elaborado e criativo, não aprofundando essa participação por meio da leitura.



**Gráfico 2.** Participação no Expresso

Foi solicitado, também, que cada entrevistado desse uma classificação para o Expresso, de modo abrangente. Para isso, foram considerados os conceitos Muito Bom, Bom e Regular, sendo obtidos 45%, 46% e 9% de respostas, respectivamente. Quanto às sugestões para a melhoria do jornal mural, a maioria das opiniões afirmou que deveria aumentar o corpo da fonte, idealizar melhor o *layout*, poderia ser mais colorido e atraente, com mais imagens, menos textos, e até a implantar de mais um mural, localizado em outro ponto estratégico da Universidade.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A Pesquisa de Opinião sobre o Jornal Mural "Expresso" foi motivada pela inquietação em aprofundar a percepção dos públicos de interesse do veículo, como também da necessidade de colocar em prática a função básica da atividade de RP, a pesquisa, por parte dos acadêmicos do curso de Comunicação Social - Relações Públicas. No quesito ético da sua aplicação, houve sigilo das informações, sendo comunicado na abordagem dos alunos aplicadores do questionário aos entrevistados que tratava-se de uma atividade com finalidade acadêmicas. Não foram perguntados dados pessoais como nome, endereço, contatos.

De acordo com os resultados obtidos, é possível considerar que os objetivos iniciais propostos com o estudo foram atingidos. A proposta de conhecer a opinião do público leitor sobre o Jornal Mural Expresso foi alcançada, assim como a mensuração da satisfação do público sobre as características peculiares do jornal, como *layout*, conteúdo, temas e localização. Quanto às editorias, não foi possível aferir com precisão quais editorias são mais lidas e menos lidas, pelo fato de não serem totalmente conhecidas pelo nome.

Todas as impressões acerca do "Expresso" serão consideradas na sua próxima edição, especialmente as negativas, dando destaque a estas, de modo que sejam efetuadas mudanças na produção do veículo.



A partir do levantamento de dados acerca das considerações do público-leitor sobre o Expresso, espera-se que possa haver o aperfeiçoamento do Jornal Mural "Expresso", a fim de atender às solicitações dos leitores e, assim, alcançar suas expectativas, mantendo e conquistando outros públicos e, de fato, tornando-se um canal de referência para a comunidade universitária da UFAM

## ANEXO

**EXPRESSO**  
*Comunicar faz Bem*

Esta pesquisa tem o objetivo de mensurar a funcionalidade e a qualidade do Jornal Mural Expresso. Sua participação é fundamental para a melhoria do nosso mural!

**Identificação do Público:**

1. Faixa etária:  
a) 16 a 24 anos  
b) 25 a 35 anos  
c) Acima de 35 anos

2. Você é:  
a) Aluno c) Técnico Adm.  
b) Docente d) Outros: \_\_\_\_\_  
Área: \_\_\_\_\_

**Quanto ao (a):**

1. Layout: criativo e organizado  
a) Sempre  
b) As vezes

2. Conteúdo:  
a) Profundo e crítico  
b) Satisfatório  
c) Superficial

3. Tema:  
a) Relevante  
b) Irrelevante

4. Texto:  
a) Bem elaborado  
b) Mal elaborado

5. Localização:  
a) Boa  
b) Ruim  
Outra: \_\_\_\_\_

6. Tipo e tamanho Letra:  
a) Adequado  
b) Inadequado

7. Como você participa do Expresso?  
a) Leio as matérias  
b) Leio e opino  
c) Apenas observo o layout

Marque um  na editoria que você mais gosta e um  na que você menos gosta:

Entre Nós  
 Nossa Comunicação  
 Em Questão  
 O Que?  
 Foi Luto  
 Expresso.com  
 Humor  
 Flagra  
 Fala Ai  
 Gente  
 E Eu Com Isso?  
 COMUNICAÇÃO  
 Aplausos e Vaias  
 Você Sabia?  
 Na Mídia  
 ~~EXPOENTE~~  
 Agenda UFAM  
 Giro Pelo Mundo  
 Expressão Cultural  
 Prós e Contras  
 Qual é a sua?  
 Opine

Que classificação você daria para o Expresso?  
a) Muito Bom  
b) Bom  
c) Regular

Sugestões:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Agradecemos sua atenção!  
7º Período de Comunicação Social - Relações Públicas  
2014

### Anexo 1. Questionário utilizado para aplicação da Pesquisa de Opinião

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Sousa, 1919. **Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e Glossário de termos anglo-americanos** - São Paulo : Saraiva, 1978.

DAYMON, Christine; HOLLOWAY, Immy **Métodos Qualitativos de Pesquisa nas Relações Públicas e nas Comunicações de Marketing**. Fonte: Routledge, <http://is.gd/XrEzQi>. Acesso em: 06/03/2015

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. **Pesquisa em Relações Públicas: tipos e práticas**. 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1569-1.pdf>> Acesso em: 16/03/2015

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas, processos, funções, tecnologias e estratégias**. São Paulo: Summus, 2002.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo:Summus Editorial, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Obtendo resultados com Relações Públicas**. 2a ed. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2006.

LESLY, Philip. **Os fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação**. São Paulo:. Pioneira, 1995.

MOURA, Cláudia Peixoto. **INFORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS: a pesquisa empírica em Portais Corporativos**.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: Função Política**. 3ª Ed. São Paulo; Summus Editorial, 1995.

Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo. Disponível em <[www.metodista.br/unesco/GCSB/index.htm](http://www.metodista.br/unesco/GCSB/index.htm)> Ano 1 - nº 1 - (janeiro/junho de 2004)