

Você conhece o Intercom?¹

Rafaela Garcia MEDEIROS ²

Fabiana da Costa PEREIRA ³

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

A realização de uma pesquisa de opinião junto aos alunos do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul foi um dos primeiros passos a serem realizados para subsidiar o planejamento do Intercom Sul 2013 na UNISC. O conhecimento sobre o nível de entendimento dos alunos com referência ao evento e suas categorias, e ainda sobre as melhores formas de comunicação do curso com os alunos, foi o que pautou a pesquisa que buscou a afirmação de um clima favorável entre corpo docente e corpo discente para que o evento se tornasse prioridade no Curso de Comunicação Social.

PALAVRAS-CHAVE: Intercom Sul, pesquisa qualitativa, pesquisa de opinião.

1 INTRODUÇÃO

A realização do Intercom Sul, no ano de 2013, na Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, movimentou o curso de Comunicação Social durante todo o ano de 2012. Além da Comissão Executiva, que desde o primeiro momento se organizou para planejar o evento, também os alunos foram envolvidos para que o clima de Intercom Sul já começasse a tomar conta do universo estudantil. Na edição do evento no ano de 2012, que aconteceu na cidade de Chapecó, em Santa Catarina, sob a coordenação da Unochapecó, a Unisc encaminhou uma comitiva, formada por professores e alunos, para que pudessem acompanhar a realização do evento, buscando conhecimento sobre as etapas de realização, recepção aos participantes e a organização das diferentes atividades ofertadas.

A ação, que foi chamada de “Missão Chapecó”, utilizou-se de personagens para aproximar os estudantes da UNISC dos participantes do evento em Chapecó. Nesse clima, os alunos das quatro habilitações do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz foram aos poucos tomando conhecimento que a realização do evento, no ano de 2013, seria na própria universidade. Foi realizada cobertura jornalística da atividade da Missão em Chapecó divulgada nos diferentes espaços informativos do curso – site, e-mail, jornal mural, informativos, revistas, etc.

Dentro da proposta, desde o primeiro momento entendida como indispensável, de que a realização do evento Intercom Sul 2013, na UNISC, deveria envolver o maior número de alunos, entendeu-se necessário avaliar o grau de conhecimento dos mesmos sobre o evento. Assim, entendeu-se que a realização de uma pesquisa de opinião viria a auxiliar no planejamento da organização, subsidiando a coordenação com informações sobre as melhores forma de comunicação com os alunos, a expectativa sobre o evento, os meios de comunicação mais acessados, o interesse na participação, etc. A pesquisa foi realizada na disciplina de Pesquisa em Relações Públicas, com o planejamento e execução tendo sido efetivadas no segundo semestre letivo do ano de 2012.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Pesquisa em Relações Públicas.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas/UNISC, email: rafa_medeiros92@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas/UNISC, email: rpfabianapereira@hotmail.com.

2 OBJETIVO

2.1. Objetivo Geral:

Identificar o nível de conhecimento e de interesse dos alunos do curso de Comunicação Social da UNISC sobre o evento Intercom.

2.2. Objetivos específicos:

- identificar o quanto os alunos do curso de Comunicação Social da UNISC sabiam sobre o evento Intercom;
- identificar o quanto os alunos possuíam interesse em participar do evento;
- levantar as expectativas dos alunos com referência a realização do evento no ano de 2013;
- mapear a melhor forma de comunicação entre a coordenação e os alunos para divulgação das ações sobre o evento.

3 JUSTIFICATIVA

A realização de um evento do porte do Intercom Sul, no ano de 2013, na Universidade de Santa Cruz do Sul, requer uma grande mobilização por parte dos professores e alunos do curso de Comunicação Social da instituição. Receber mais de 2.000 alunos, oriundos das diversas instituições de ensino superior da Região Sul do país, exige um esforço de planejamento na organização do evento, buscando os melhores resultados para a instituição e para os públicos envolvidos.

Agrega-se, ao exposto acima, o fato do evento ser de cunho científico e envolver alunos de pós-graduação e graduação, além de professores e profissionais da área de comunicação, o que oportuniza momento de ampla troca de experiência entre os participantes. Experiência que também será única para os acadêmicos envolvidos com a organização do evento, seja nas atividades de planejamento, execução, divulgação ou cobertura jornalística do mesmo.

Para que a equipe organizadora do evento, no âmbito da UNISC, possa ter o melhor aproveitamento, em termos de participação dos alunos do curso, entendeu-se necessário a realização de uma pesquisa de opinião que pudesse dimensionar o nível de conhecimento e interesse dos alunos sobre o evento Intercom, assim como sobre a melhor forma de estabelecer uma comunicação eficiente entre coordenação e acadêmicos. Nesse sentido justifica-se o presente trabalho, visto atender às necessidade da comissão executiva do Intercom Sul 2013, além de proporcionar a prática acadêmica, com objetivos focados numa necessidade real, para os alunos da disciplina de Pesquisa em Relações Públicas, da habilitação de Relações Públicas, do curso de Comunicação Social da UNISC. Ainda cabe salientar que é justamente o profissional de Relações Públicas que irá lidar, no mercado de trabalho, com a necessidade de realizar pesquisas para obter conhecimento sobre as organizações, de forma que subsidiem os planos, projetos e programas de comunicação a serem propostos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A pesquisa realizada foi de natureza quantitativa, tendo buscado a análise estatística dos resultados para subsidiar o conhecimento produzido, o qual embasou as tomadas de decisões dentro do planejamento realizado na organização do Intercom Sul 2013. Conforme Terence e Escrivão Filho (2006, p.3) a pesquisa qualitativa se justifica “quando existe especial interesse na interpretação do respondente em relação aos seus comportamentos,

motivos e emoções”, justamente o que se buscava entender sobre os alunos do curso de Comunicação Social em relação ao evento Intercom.

Para a consecução dos objetivos, e como pesquisa qualitativa, foi definida a pesquisa de opinião como método a ser utilizado, visto a mesma possibilitar a identificação do posicionamento de um determinado público frente a dada situação que lhe é apresentada. Conforme Novelli (2006, p. 164) “como método quantitativo, a pesquisa de opinião ou *survey*, como também conhecida, possibilita a coleta de vasta quantidade de dados originados de grande número de entrevistados”. Justamente por trabalhar com uma mostra representativa do público de interesse é que a Pesquisa de Opinião exige um cuidadoso planejamento, momento em que se definirá o universo da pesquisa, o cálculo da amostragem, a construção do instrumento de coleta dos dados, o pré-teste, a ida a campo para aplicação do instrumento, a tabulação, o processamento e a análise dos dados, gerando o resultando a ser compilado num relatório final com as conclusões da pesquisa. Nesse ponto é que a pesquisa realiza os objetivos propostos com o conhecimento gerado.

O questionário foi a técnica empregada para coleta dos dados, utilizando-se de questões claras e objetivas, com marcação de resposta única, visto facilitar a quantificação e possibilitar uma interpretação clara dos resultados. Novelli (2006) salienta que a apresentação da pesquisa deverá estar presente no questionário, para que o respondente tenha ciência dos objetivos da pesquisa e possa contribuir da melhor forma com a mesma.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A disciplina de Pesquisa em Relações Públicas é ofertada aos alunos do Curso de Relações Públicas, entre o 5º e 7º semestre, sempre no segundo semestre letivo do ano. É nesse momento que os alunos aproximam-se dos métodos e técnicas de pesquisa voltados ao mercado, visto ser o ato de pesquisar uma das funções primeiras do profissional de Relações Públicas dentro da organização, como ação de embasamento dos planos, projetos e programas a serem definidos no planejamento da comunicação. Nesse sentido Dorneles salienta:

O ato de “pesquisar” é uma premissa básica da área, estando presente no rol de atividades da profissão, pois lidamos com pessoas, buscamos aproximação entre as empresas e seus públicos, trabalhamos com a imagem e a reputação organizacional e também com percepções, interesses e expectativas dos envolvidos, para que possamos efetivamente abrir canais de comunicação e de interação com os mesmos (2012, p. 3).

Tendo a oportunidade de trabalhar na disciplina com objetivos e público reais, foi proposto para a turma da disciplina de Pesquisa em Relações Públicas a elaboração e aplicação de pesquisa de opinião junto aos colegas do Curso de Comunicação Social com o objetivo de identificar o conhecimento e interesse dos mesmos sobre o evento Intercom, visto que a Unisc sediaria o mesmo no semestre posterior. Dentro das oportunidades apresentadas, como momento único dos acadêmicos em lidarem com situação de real necessidade, os mesmos se propuseram a vencer a cada uma das etapas estudadas dentro da metodologia de pesquisa de opinião, a ser aplicada.

Como primeiro passo foi elaborado o projeto de pesquisa, o qual embasou teoricamente os alunos sobre a aplicação do método e técnica escolhidos, assim como já definiu o universo do público de interesse. Esse público ficou constituído dos alunos do Curso de Comunicação Social da Unisc, abrangendo as quatro habilitações –Relações Públicas, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Produção em Mídia Audiovisual – que

forma identificado num número de 500 acadêmicos dos mais diferentes períodos dentro do curso. O passo seguinte, após definição do universo de estudo, deu-se através do cálculo da amostragem, visto que os 500 indivíduos não poderiam ser atingidos com a pesquisa considerando o período acadêmico de um semestre para a consecução de todas as etapas da mesma. Nesse sentido reduziu-se o universo a uma mostra probabilística, do tipo conglomerado ou grupo, visto ser grupo determinado por alguma classificação, no caso os alunos das turmas de segunda, quartas e sextas-feiras, dos turnos de manhã e tarde, os dias de maior número de oferta de disciplinas no Curso. No cálculo da amostragem o universo ficou definido em 208 alunos a serem entrevistados.

Na sequência foi a construção do instrumento de pesquisa o foco dos alunos, partindo da definição das variáveis à sequência das questões, a qual precisa ter uma lógica para dar o entendimento dos objetivos onde se quer chegar. Parte-se das perguntas de identificação, que irão retratar, dentro da mostra selecionada, quem são realmente os respondentes. O questionário utilizou-se somente de perguntas fechadas, com escala nominal e intervalar, abordando quatorze questões, sendo duas com respostas em duas etapas (conforme apêndice 1). Para dar legitimidade ao trabalho realizado, os alunos aplicaram a validação do questionário com uma amostragem ainda menor de alunos do próprio curso, os quais não seriam entrevistados posteriormente. Foram feitos alguns ajustes nas questões cuja construção do enunciado dificultaram o entendimento. Com o questionário validado, partiu-se para o levantamento dos dados. Cada dupla de alunos ficou responsável na aplicação dos questionários num número específico das turmas já pré definidas.

Aplicados os questionários, a tabulação dos dados coletados foi o passo na sequência. Definida a forma de codificação das respostas, através de parametrização, onde numera-se a resposta na ordem de localização do questionário em cada uma das questões, cada um dos alunos se responsabilizou em tabular o número de questionários respondidos nas turmas onde ficou responsável. Tabulados todos os questionários, a construção da tabela de resultados foi concluída, conforme Imagem1 abaixo:

TABULAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL	NULO
1	21	74	51	59					205	3
2	48	91	58						197	11
3	107	11	63	18					199	0
4	35	48	20	28	14	48	0	0	193	15
5	197	6							203	5
6	31	170							201	7
7	152	47							199	9
8	163	32							195	13
8.1	9	6	12	17	97	25			166	42
9	131	77							208	0
9.1	2	6	9	5	52	29			103	105
10	134	67							201	7
11	42	158							200	8
12	34	56	12	22	40				164	44
13	30	83	91						204	4
14	164	38							202	6

Imagem1

A tabela dos questionários gerou gráficos, os quais serviram de base para a transformação dos números em informações que foram respondendo aos objetivos das pesquisa. Nesse

sentido podemos dizer que conforme os resultados apresentados foi identificado que, na grande maioria, os alunos do curso de Comunicação Social da Unisc já sabiam sobre o evento Intercom, embora não tivessem participado do mesmo, e também sabiam que a Instituição sediaria a próxima edição regional. Também identificou-se que os alunos possuíam interesse em participar do evento, tinham interesse na pesquisa acadêmica, mas não tinham muito conhecimento sobre o Expocom e Intercom Júnior, estando dispostos a receber mais informações sobre os mesmos. Sobre a primeiro chamamento para trabalho de voluntário no evento, ficou evidente que a informação chegou até os alunos do curso, sendo identificado que a forma de melhor resultado na divulgação das ações se dá através dos próprios colegas, que empatou com o uso do facebook, ficando em terceiro lugar ainda a comunicação que é feita pelos professores. Sobre as expectativas com a realização do Intercom Sul na UNISC, os alunos salientaram a oportunidade de novas experiências, ter uma nova visão sobre a área de comunicação, a presença de profissionais renomados na área, entre outros, não deixando de ser interessante o fato de que boa parte dos alunos não respondeu a essa questão (respostas nulas ficou em segundo lugar no número de questionários).

6 CONSIDERAÇÕES

A oportunidade e prática acadêmica que foi vivenciada pelos alunos de Relações Públicas na Disciplina de Pesquisa em Relações Públicas ampliou o interesse do aluno, visto o mesmo vivenciar cada etapa da pesquisa que ia sendo trabalhada de forma teórica nas aulas, também numa forma prática, desde a construção do projeto até a compilação dos dados e interpretação dos resultados. Também cabe salientar a sistemática adotada que possibilitou que cada alunos pudesse tanto aplicar o questionários junto a mostra selecionada, como tabular os próprios dados levantados, podendo exercer o entendimento das técnicas trabalhadas.

Também temos que ressaltar que para a organização do Intercom Sul 2013, a pesquisa veio auxiliar no planejamento das atividades a serem realizadas com os próprios alunos para que tivessem oportunidade de vivenciar o evento na sua plenitude, seja como voluntários na organização, como participantes ao inscreverem trabalhos nas categorias Expocom ou Intercom Júnior, e ainda como ouvintes, para que aproveitassem a programação variada que é oportunizada nos eventos acadêmicos. Outra contribuição da pesquisa diz respeito ao conhecimento sobre as melhores formas de se fazer chegar a informação das ações do curso junto aos alunos, o que trará um novo olhar para a Coordenação do Curso, muito além do período de planejamento e realização do Intercom Sul 2013.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

NOVELLI, Ana Lúcia Romero. Pesquisa de Opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DORNELLES, Souvenir Maria G. Pesquisa em Relações Públicas: tipos e práticas. Disponível: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/projetosdepesquisa02/0315.pdf>. Acessado em 3 de agosto de 2012, às 22h24min.

TERENCE, Ana Cláudia Fernandes. Abordagem quantitativa, qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais. XXVI ENEGEP - Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 de Outubro de 2006.

APÊNDICE 1

Intercom: você conhece?		Questionário nº
A presente pesquisa tem como objetivo identificar o nível de conhecimento de acadêmicos do Curso de Comunicação Social- UNISC sobre Intercom.		
Instruções:		
<ul style="list-style-type: none"> Todas as perguntas devem ser respondidas, com exceção da questão 8.1 e 9.1 caso a alternativa da questão 8 e 9 ser “NÃO”. Marque com um “x” a alternativa que achar mais adequada. Em todas as questões deve ser marcada somente uma alternativa. 		
Data:	Horário:	Local:
Perfil do Entrevistado		
1) Curso: () Relações Públicas ¹ () Jornalismo ² () Produção em Mídia Audiovisual ³ () Publicidade e Propaganda ⁴		
2) Semestre: () 1º a 3º ¹ () 4º a 6º ² () 7º a 9º ³		
3) O que você mais utiliza na internet? () Facebook ¹ () Blog ² () E-mail ³ () Twitter ⁴		
4) Como fica sabendo sobre o que acontece no Curso de Comunicação Social - UNISC? () Professores ¹ () Colegas ² () Blog do Curso de Comunicação Social – UNISC ³ () E-mail ⁴ () Murais ⁵ () Facebook ⁶ () Jornal Unicom ⁷ () Revista Exceção ⁸		
Conhecimentos sobre o Intercom		
5) Já ouviu falar sobre o Intercom? () sim ¹ () não ²		
6) Já participou de alguma edição do Intercom? () sim ¹ () não ²		
7) Tem interesse em participar do Intercom? () sim ¹ () não ²		
8) Você sabe que a Unisc vai sediar o Intercom Sul 2013? () sim ¹ () não ²		
8.1) Se sim, como ficou sabendo? () Blog do Curso de Comunicação Social – UNISC ¹ () E-mail ² () Murais ³ () Facebook ⁴ () Professores ⁵ () Colegas ⁶		
9) Ficou sabendo do recrutamento para auxiliar na próxima edição do Intercom Sul? () sim ¹ () não ²		
9.1) Se sim, como? () Blog ¹ () E-mail ² () Murais ³ () Facebook ⁴ () Professores ⁵ () Colegas ⁶		
10) Tem interesse por pesquisa acadêmica? () sim ¹ () não ²		
11) Já participou de algum evento deste porte? () sim ¹ () não ²		
12) O que você espera do Intercom Sul? () experiência de profissionais renomados ¹ () novas experiências ² () interação com os convidados ³ () estabelecer novos contatos com outras universidades ⁴ () ter uma nova visão sobre a área da comunicação ⁵		
13) Dentro do Intercom existem dois segmentos: Intercom Jr e Expocom. Já ouviu falar deles? () Sim, tenho total conhecimento ¹ () Apenas ouvi falar ² () Não tenho conhecimento ³		
14) Tem interesse em obter mais informações sobre o Intercom Jr e o Expocom? () sim ¹ () não ²		