

Fala comunidade! Qual é a percepção dos usuários do serviço de transporte público urbano na cidade de São Borja (RS)?¹

Victor Augusto Cinquini TAVARES²

Caroline Bernardo CURTIS³

Anna Caroline Soares ROCHA⁴

Fernanda Sagrilo ANDRES⁵

Universidade Federal do Pampa, UNIPAMPA, São Borja – RS

RESUMO

O presente texto revela um panorama da qualidade do serviço de transporte público urbano na cidade de São Borja, interior do Rio Grande do Sul, sob a percepção dos usuários. Para isso, inicialmente, busca-se conceituar os termos transporte público urbano, licitação e opinião pública para que mais tarde seja possível a partir de uma união de métodos e técnicas, realizar entrevistas em profundidade, aplicar questionários de opinião pública e desenvolver grupo focal. Ao final, conclui-se que os usuários estão percebendo as últimas iniciativas da empresa Integração, mas ainda há muito para ser realizado a fim de solucionar algumas problemáticas enfrentadas no transporte coletivo do município.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas, pesquisa de opinião, transporte público.

1 INTRODUÇÃO

Não restam dúvidas de que o transporte público continua sendo a peça-chave no desenvolvimento de uma cidade. Visto que, além de reduzir a quantidade de carros em circulação (assim diminuindo a poluição, emissão de gases tóxicos e poluição sonora), sem esse tipo de transporte àquelas pessoas, que não detém de um veículo próprio para locomoção ou que preferem não fazer uso, não teriam como se deslocarem de um ponto a outro das áreas urbanas com facilidade, e de forma economicamente viável.

No Brasil, a responsabilidade pelo transporte público urbano é do município, às vezes com concessões de licenças, acompanhadas de subsídios de outras empresas particulares. No caso de São Borja, município fronteiriço do Rio Grande do Sul, a empresa *Integração Mobilidade Urbana* é quem presta esse serviço com uma frota de 20 ônibus para atender cinco linhas.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Relações Públicas, modalidade RP 02 Pesquisa em Relações Públicas (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural, e-mail: victortavares7m@gmail.com

³ Estudante do 5º Semestre do Curso Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural, e-mail: carolcurtis02@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural, e-mail: anna_rochacs@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural, email: fersagrilo@gmail.com.

A cidade apesar de ser pouco populosa possui uma caracterização espacial bastante dispersa, o que incentiva o uso de veículos. A maioria dos cidadãos são-borjenses não tem escolha: o transporte público é a única alternativa de locomoção para chegar ao trabalho, à escola, à universidade ou para realizar qualquer outra atividade do cotidiano, como pagar contas, fazer comprar, se divertir ou ir numa consulta médica.

Tendo em vista a importância do transporte coletivo para o desenvolvimento local e social da cidade de São Borja, os acadêmicos do 3º semestre do curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural escolheram essa temática para desenvolverem uma pesquisa de opinião pública como atividade curricular, firmando parceria com a Agência Municipal de Serviços Públicos Delegados de São Borja (AGESB), órgão que regulamenta o serviço de transporte público na cidade. Durante quatro meses, foram desenvolvidas ações de investigação, mensuração e divulgação dos dados. Os resultados após a pesquisa foram apresentados em audiência pública na câmara de vereadores para as autoridades, empresa de transporte e a agência de regulação, nas quais a partir das informações apresentadas pelos alunos, a empresa pode aperfeiçoar o transporte público na cidade.

Inicialmente, algumas **questões-problema** motivaram e nortearam a investigação desenvolvida: como a comunidade percebe o transporte público? Qual o nível de satisfação em relação ao transporte coletivo? Os ônibus cumprem o horário estipulado? O serviço de bilhetagem eletrônica é desejado? O preço da passagem é condizente com a segurança, o conforto, a limpeza e a qualidade da frota? Há frota suficiente para atender a demanda? O estado das vias e as estrutura dos pontos de ônibus são satisfatórios? Os horários e informações sobre as linhas são de fácil acesso? Existem canais de relacionamento com o cliente? Qual imagem da marca Integração?

2 OBJETIVO

Sendo assim, a pesquisa aqui exposta buscou mapear a qualidade deste serviço pelo olhar dos próprios usuários. E conseqüentemente tornou possível (1) apresentar para a comunidade local um panorama do transporte público urbano da cidade de São Borja – RS; (2) criar índices de qualidade sobre o transporte coletivo no município; (3) oferecer para a empresa Integração como está sua marca na comunidade; (4) respaldar à AGESB - Agência Municipal de Regulação dos Serviços Públicos Delegados de São Borja, para auxiliar na tomada de decisões, alteração de contrato e na formulação de uma nova licitação do serviço

de transporte de São Borja; (5) oferecer sugestões de melhorias no transporte; (6) possibilitar aos acadêmicos um laboratório experimental de práticas profissionais.

3 JUSTIFICATIVA

A pesquisa de opinião é uma maneira empregada pelas organizações, que buscam uma relação mais efetiva com seus públicos. O contato mais profundo da organização/público possibilita adquirir informações essenciais para a criação de meios, que corrigirão possíveis falhas e conseqüentemente levarão a melhor atendê-los.

É complexa a relação das organizações com seus públicos, por isso, para compreendê-la se faz necessário, tanto pela extensão do campo abrangido, como pela necessidade de obtenção de dados precisos, uma pesquisa que possa analisar as diferentes formas dessa relação e que forneça dados suficientes para o conhecimento mais profundo dos diversos públicos. (FRANÇA, 2004, P.81)

A partir da análise e mensuração das informações adquiridas na pesquisa, a organização pode criar um planejamento estratégico, contendo ações que servem para aprimorar o relacionamento com o seu público. Por tudo isso, e sabendo da relevância da atividade de pesquisa de opinião para a área de Relações Públicas, visto que funciona como método de averiguação do grau de positividade ou de insatisfação, os acadêmicos do curso de Relações Públicas, através de uma atividade prática da disciplina Pesquisa de Opinião Pública, escolheram averiguar uma questão de interesse para toda a comunidade São-borjense, o transporte público. Dessa forma, buscaram saber a opinião do público sobre os serviços oferecidos pela empresa responsável do transporte de ônibus.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Sendo assim, o trabalho aqui exposto se constitui de uma pesquisa de natureza quanti-qualitativa. Enquanto a pesquisa quantitativa se centra na objetividade, influenciada pelo positivismo e recorrendo à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, a pesquisa qualitativa permite que o cientista participe, compreenda e interprete de forma aprofundada determinado grupo social (MICHEL, 2005). Portanto, o interesse em unir as duas abordagens nesta investigação se deu em virtude de que a utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente. Além do mais, em função dos múltiplos objetivos da pesquisa, as técnicas também tiveram de ser agrupadas, há uma união para dar conta. Inicia-se com

revisão bibliográfica, passa por entrevistas em profundidade, aplicação de questionários, observação do ambiente e grupo focal.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Cabe destacar, que para alcançar os objetivos traçados no planejamento, de oferecer as opiniões, percepções e expectativas dos entrevistados sobre o transporte público urbano na cidade de São Borja – RS, a investigação passou por diferentes etapas. A investigação, realizada durante o componente curricular Pesquisa, de Opinião Pública, do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural, da Universidade Federal do Pampa – Unipampa, Campus São Borja, sob orientação da professora Fernanda Sagrilo Andres, foi desenvolvida de abril a julho de 2015, em cinco momentos: (1) Pesquisa Exploratória - revisão de literatura e entrevistas em profundidade; (2) Campanha de Conscientização e Divulgação; (3) Aplicação de questionários e observações no ambiente; (4) Grupo Focal; (5) Análises, sugestões e divulgação dos resultados.

(1) Pesquisa Exploratória - *revisão de literatura* para aprofundar os conceitos teóricos que envolvem transporte urbano, licitação e opinião pública e *entrevistas em profundidade* com os representantes das duas organizações envolvidas na investigação: a empresa Integração, atual empresa que presta o serviço em São Borja e a AGESB, órgão que regula o serviço no município.

(2) Campanha de Conscientização e Divulgação - para buscar um maior envolvimento dos entrevistados na pesquisa a fim de garantir que os usuários do transporte público aceitassem o convite de participar e respondessem com seriedade as questões interrogadas. De 1º a 13 de junho, buscou-se promover a pesquisa a partir do emprego de 30 cartazes em pontos estratégicos da cidade; do envio de releases para a imprensa local; e postagens em redes sociais digitais (Facebook, Twitter e Instagram).

Com o envio de releases, as mídias (rádio, web e impresso) discutiram os objetivos desta pesquisa e abriram espaços para entrevistas com os próprios pesquisadores. Assim, foram realizadas três entrevistas em programa radiofônicos – Papo Aberto (Rádio Fronteira AM), do Arce (Rádio Cultura AM), do Marcelo Vieira (Rádio Cultura AM) e publicadas duas matérias em jornais da cidade (Folha de São Borja).

(3) Aplicação de questionários e observações no ambiente – para descobrir a opinião dos usuários sobre a qualidade do transporte coletivo urbano por ônibus de São Borja, mais especificamente sobre: acessibilidade, frequência de atendimento, tempo de

viagem, lotação, confiabilidade, segurança, características dos ônibus, características dos locais de parada, sistemas de informação, comportamento dos operadores e estado das vias.

Essa etapa da pesquisa teve caráter descritivo, pois foi realizada a partir de um questionário aplicado aos usuários, face a face. Conforme Gil (2006, p. 124), um questionário é uma técnica de investigação composta por um número de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas. Assim, essa técnica contribuiu para abranger uma amostra significativa do universo do público e com isso entender como ocorre a percepção da mesma por seus consumidores. Tal diagnóstico quantitativo confere um resultado consistente ao trabalho, cujo necessita de respostas diversas desse público para comparar e investigar pontos comuns e divergentes entre as percepções.

O instrumento de coleta de dados foi um *questionário estruturado* contendo perguntas fechadas e abertas. O questionário inicia com seis questões de identificação dos participantes com o objetivo de mapear o perfil dos usuários. Interroga-se sobre os motivos e a frequência que os levam a utilizar este serviço, a idade, a linha utilizada e também sobre isenção de pagamento. Em uma segunda etapa, o questionário aborda o tema de interesse, a qualidade do serviço público em 16 questões fechadas e uma aberta.

No geral, as questões avaliaram a opinião dos usuários sobre a qualidade do transporte coletivo urbano por ônibus de São Borja. Ao final de cada entrevista estruturada foi utilizada também de uma pergunta aberta, com o objetivo de identificar algum outro fator de qualidade não citado na entrevista.

O questionário foi impresso e apresentado a 1025 pessoas nas mais diversas paradas de ônibus da cidade. A porção do universo foi eleita para dar voz a todas as linhas e bairros de São Borja.

De 08 a 22 de junho de 2015, foram aplicados os 1025 questionários, com 205 entrevistados de cada uma das cinco linhas de ônibus. Em função de limitantes como tempo (foram duas semanas de inverno rigoroso e dias chuvosos) e tamanho da pesquisa (demorava em médio 5 min para ser aplicada) por esse fator não conseguiu alcançar um número maior de entrevistados ou a atenção merecida. Muitos responderam as perguntas rapidamente sem uma reflexão mais profunda, devido à pressa que estão no aguardo do transporte. Somados a tudo isso, a falta de tempo e paciência e também ao receio que as pessoas têm de responder para alguém desconhecido, mesmo havendo a campanha de

divulgação, a identificação clara do que se trata a pesquisa e a apresentação do entrevistador com uniforme da universidade.

A *amostra* em estudo foi de 1025 usuários do transporte público da cidade de São Borja-RS, sendo que a maioria deste público é feminina. As mulheres são a maioria dentro dos ônibus da cidade, uma representação de 63% e 37% do **sexo** masculino. Em consulta a empresa, não se conseguiu a informação do número exato da população que utiliza o transporte de ônibus. Considerando a população total de São Borja em 61.671,00⁶, a **amostra** de 1025 usuários representa uma **margem de erro** de 0,03%.

Foram entrevistados 205 usuários em cada uma das cinco linhas da cidade. Eles foram escolhidos aleatoriamente, nos mais diversos pontos de parada de ônibus. Buscou-se por paradas de maior movimentação e circulação de usuários, a partir de uma análise dos horários e da própria dinâmica da cidade, como pontos próximos a postos de saúde, hospitais, escolas, universidades, bancos e empresas.

Sobre a **idade dos passageiros** entrevistados, 22% entre 10 e 19 anos, 26% entre 20 e 29 anos, 18% entre 30 e 39 anos, 12% entre 40 e 49, 11% entre 50 e 59 % anos, 7% entre 60 e 69 anos, 3% entre 70 e 79 anos e 1% entre 80 e 89 anos.

Ainda, sobre o perfil dos usuários, pode-se concluir que apenas cerca de 11% dos passageiros são **isentos do pagamento** e em sua maioria, idoso e aposentados. Os outros 89% são pagantes, seja por passagem inteira ou meia passagem - que é o caso dos estudantes com carteirinha.

Sobre os **principais motivos de uso**, que justificam o emprego do serviço de transporte público em São Borja, 44% utilizam para o trabalho, seguido de 26% para o estudo, 11 % para o lazer. A saúde é o motivo que menos leva as pessoas a fazerem uso do transporte coletivo com apenas 6% e 13% dos entrevistados utilizam por outros motivos.

Já os idosos são-borjenses, que representam 10% do público total, utilizam o transporte principalmente para a saúde com 29%, seguido por outros motivos com 29%, lazer 27%, trabalho 10% e estudo com 5%.

A respeito da **frequência de uso**, dentro da pesquisa, foi dividida em semanalmente - que varia de uma, a quatro vezes por semana - e diariamente - que varia de cinco a sete dias semanais. Um total de 70% dos usuários afirmaram utilizar diariamente o transporte público e 30% afirmam utilizar semanalmente.

⁶ Fonte: Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010.

Conhecido o perfil do usuário de ônibus, parte-se para identificar a percepção do usuário frente à qualidade do serviço ofertado. Sobre a abordagem da bilhetagem eletrônica é visível que a maioria (58% dos entrevistados) dos usuários aprova o novo sistema. Contudo, é necessário apontar que quase 18% dos passageiros desconhecem a nova tecnologia - é um número relativamente grande e cabe uma análise sobre a comunicação da empresa com o consumidor neste quesito - e que simultaneamente 24% são contra esse serviço.

Ao contrário do que se possam imaginar, quem está mais desinformado sobre a implantação da bilhetagem eletrônica são os trabalhadores, que fazem o uso do transporte, em sua maioria, diariamente. Por essas razões, torna-se válido uma campanha de divulgação sobre a nova forma de pagamento.

Para a maioria dos usuários (57%), o transporte público da cidade, em 2015, **melhorou** comparado ao último ano. Ressalta-se que, embora o número de passageiros que diz ter piorado seja pequeno (8%), é necessário também dar atenção aos consumidores que afirmam não haver mudança. Essa afirmação foi feita por 35% dos usuários. Cabe uma análise sobre o que realmente estes usuários esperam como mudança.

Ainda sobre a melhoria dos ônibus em **relação ao ano de 2014**, se faz necessário perceber que o número mais expressivo de consumidores que acreditam não ter havido mudança, partiu dos usuários semanais. Ou seja: mais da metade dos passageiros diários afirmam ter havido melhorias.

Dentro dessas **melhorias**, a mais comentada entre os entrevistados foi sobre a implantação do **ar condicionado** nas frotas. Cerca de 74% dos usuários aprovam o uso e apenas 11% julgam ser indiferentes ao uso e 15% desaprovam. Os que desaprovam justificam em virtude da poluição que invade o interior do ônibus, quando esse circula em vias não pavimentadas.

Quando levantada a questão do **cumprimento dos horários** em que os ônibus deveriam passar nas paradas, 59% dos entrevistados afirmam que o transporte não chega no horário estipulado. Muitos ressaltaram que o horário é cumprido apenas em horários fora do pico de movimentação na cidade e 41% dizem que os horários são cumpridos.

Em geral, **os serviços dos funcionários** foram avaliados como sendo bons. Tanto cobradores, motoristas e atendentes da loja foram mensurados da mesma forma, ainda que as pesquisas qualitativas apontassem críticas ao comportamento dos mesmos.

No que se refere aos **serviços, conforto, limpeza e rapidez** foram bem avaliados. Grande parte dos entrevistados pondera desta forma comparando a frota antiga com a nova. Entretanto, a maioria dos usuários julga como ruim a questão do preço da passagem - atualmente de R\$ 2,10 - e a quantidade de ônibus que fazem as linhas que cobrem os bairros da cidade.

Ainda sobre os **serviços**, o único considerado, pela maioria, como bom, foi o de qualidade das frotas. A segurança, a informação dos horários e o estado dos pontos de ônibus foram julgados como ruins pela maioria dos consumidores do transporte coletivo. O único item julgado pela maioria como indiferente foram os estados das vias por onde o ônibus circula.

Chama a atenção, que mesmo com um alto número de críticas, a maioria (64%) dos usuários de transporte coletivo está satisfeita com o serviço e somente 36% está insatisfeita.

(4) Grupo Focal – para captar com mais profundidade a percepção do público universitário, que utiliza diariamente o transporte público do município de São Borja, através de discussões que trazem opiniões e visões particulares sobre o assunto.

Com isso, foi realizado grupo focal com os acadêmicos da Unipampa para verificar a percepção dos estudantes quanto à satisfação do serviço. Grupo focal é um método de pesquisa exploratória, o qual permite a interação entre pessoas, possibilitando discussões que trazem opiniões e visões particulares sobre o assunto. Essa característica permite que as pessoas acrescentem informações, além do que foi planejado inicialmente, sendo o mediador capaz de conduzir o debate de forma que se chegue aos resultados pretendidos. O grupo focal contou com a participação de doze pessoas, sendo quatro do sexo masculino e oito do sexo feminino, com idades entre 18 e 33 anos, residentes na cidade de São Borja – RS, usuários diários do transporte público do município.

As questões abordadas levaram em conta vários assuntos que envolvem o transporte público, tais como: uso de ar condicionado, serviço de bilhetagem eletrônica, qualidade da frota, imagem da empresa, limpeza dos ônibus, sugestões para o poder público e para a empresa privada, entre outros. Contudo, percebeu-se, no geral, uma visão crítica e posiciona dos acadêmicos. Eles, através do debate, sugeriram ações para melhorar a comunicação da empresa Integração e demonstraram uma preocupação com as questões que envolvem a acessibilidade.

(5) Análises, sugestões e divulgação dos resultados – para apresentar à comunidade de São Borja e demonstrar um panorama da qualidade do serviço prestado pelo

olhar dos usuários, realizou-se uma audiência pública em conjunto AGESB, no dia 31 de agosto de 2015, no salão plenário da Câmara dos Vereadores. Na oportunidade, foi abordado os resultados da pesquisa de opinião pública sobre o serviço público de transporte coletivo urbano de passageiros, conforme previsto em no artigo 17, de Lei nº 4.280, de 26 de agosto de 2010. Estiveram presentes os diretores da empresa de ônibus Integração, professores e alunos da Unipampa, políticos (presidente da câmara, prefeito e vereadores), o secretário de segurança pública e trânsito, usuários do transporte público, imprensa e cidadãos são-borjenses. Foi divulgado o convite para essa audiência no jornal Folha de São Borja no dia 24 de agosto de 2015 e também em programas de rádio da cidade, além de postagens em redes sociais digitais da AGESB, da Unipampa e dos participantes da pesquisa.

Além desse evento, os resultados da pesquisa também foram divulgados pelos acadêmicos na imprensa local, via releases publicados e entrevistas em programas de rádio.

6 CONSIDERAÇÕES

Levando-se em conta os procedimentos metodológicos e as técnicas empregadas neste estudo, bem como, a audiência pública com a presença de autoridades, empresários e comunidade em geral, entende-se como resultados relevantes que os usuários do transporte público perceberam as mudanças ofertadas pela empresa que presta o serviço na cidade, no entanto, alguns quesitos deveriam melhorar especialmente a comunicação e a higienização dos veículos. É importante verificar que há sugestões para melhorar os serviços públicos prestados pela empresa, bem como as oportunidades que podem aproximar a comunidade, minimizando as situações conflituosas.

Eis algumas informações levantadas a partir da tabulação da pesquisa: oferecer mais veículos em horários de pico; ofertar mais horários para algumas linhas específicas; oferecer melhorias ou implementações de paradas de ônibus; estudar as condições das vias públicas, em que circulam os ônibus; higienizar os ares-condicionados; tratar com mais atenção às questões de acessibilidade; oferecer pontos de recarga nas universidades para os acadêmicos; oferecer pontos de recarga nos supermercados para os usuários em geral; ofertar informações sobre horários e linhas de ônibus, em espaços *on* e *off*; produzir material de informação em geral; e implementar uma comunicação empresarial.

Salienta-se ainda o que França (2004) afirma sobre Relações públicas, enquanto uma “atividade de relacionamento estratégico das organizações públicas ou privadas, com

seus públicos e seu objeto é gerenciar de maneira adequada esses relacionamentos” (FRANÇA, 2004, p.97). Partindo dessa definição, a pesquisa é sempre o começo para a transformação, ainda mais em uma era onde o público preza por transparência e eficácia das organizações, foi a partir disso que os acadêmicos de relações públicas realizaram a pesquisa de opinião sobre o transporte público.

Este trabalho além de proporcionar aos acadêmicos da Universidade Federal do Pampa colocar em prática uma das estratégias exercidas pela atividade de relações públicas, também colaborar no relacionamento da empresa com o seu público, proporcionando melhorias para os cidadãos que usufruem do transporte urbano e conseqüentemente, gerando a empresa uma visibilidade maior dentro da comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOUR, Rosaline. **Grupos focais**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANÇA, Fábio. **Públicos como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul, SP. ed Yendis, 2004.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PÁDUA, Elisabete. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. 10. ed. Campinas: Papirus, 2004.

Prefeitura Municipal de São Borja, Anexo I, Licitação Pública nº 01/2013;

Prefeitura Municipal de São Borja, Anexo III, Decreto nº 14. 409/2013;

RODRIGUES, Marcos; APARECIDO, José. **A qualidade no transporte coletivo urbano**. 2015.

SANTOS, Benjamim Jorge Rodrigues dos. **A qualidade no serviço de transporte público urbano**. 2015.

WAINER, Jacques. **Métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa para a Ciência da Computação**. Instituto de comunicação – UNICAMP. Porto Alegre: PUCRS.