

## **Retorno ao Artigo “A importância da Pesquisa de Opinião para o Jornal- Laboratório: Análise do Jornal Unicom”<sup>1</sup>**

Cleonice Sabine GOERCK<sup>2</sup>

Demétrio de Azeredo SOSTER<sup>3</sup>

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

### **RESUMO**

O trabalho visa apresentar um olhar sobre os apontamentos apresentados no artigo “A importância da pesquisa de opinião para o jornal-laboratório: Análise do Jornal Unicom”. A pesquisa apresenta um estudo sobre os passos dados pelos jornais- laboratório no Brasil, que desde o início, buscam aproximar o estudante da realidade, possibilitando que ele exerça a liberdade durante a produção. Outro aspecto apresentado neste estudo é a maneira com a qual os meios de comunicação utilizam de pesquisas de opinião para tentar conhecer melhor seu leitor, telespectador ou ouvinte, fazendo assim o possível para atender as necessidades destes. O presente artigo observa a importância da pesquisa de opinião para os jornais- laboratório, para isso descreve a caso do jornal- laboratório Unicom, da Universidade de Santa Cruz do Sul, Unisc.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; jornal-laboratório; pesquisa de opinião; Unicom.

### **1. Jornal-laboratório**

Este texto resume alguns apontamentos feitos durante a apresentação do artigo “A importância da pesquisa de opinião para o jornal – laboratório: Análise do Jornal Unicom” no V Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor) em 2015, na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. O trabalho foi orientado pelo professor Demétrio de Azeredo Soster e mostra o quão vasto podem ser os estudos sobre este assunto.

Em 1953 o primeiro curso de Jornalismo no Brasil começava a mostrar sua cara. Foi implantado na Universidade do Distrito Federal, e buscava formar o lado humanístico da profissão. José Marques de Melo, conta sua experiência:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Jr (IJ) – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 9º semestre do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da UNISC, email: [cleonicegoerck@mx2.unisc.br](mailto:cleonicegoerck@mx2.unisc.br)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação de Comunicação Social – Jornalismo da UNISC, email: [deazedososter@gmail.com](mailto:deazedososter@gmail.com)

[...] Só fomos redigir a primeira matéria no curso depois de três anos, justamente no dia do exame final da disciplina “Técnicas de Jornal”. Até então, todo conhecimento sobre técnicas de redação, como lead ou mesmo “pirâmide invertida”, ficava limitada aos escassos manuais de Jornalismo (LOPES, 1989, p. 20)

Os jornais laboratórios surgiram depois da instituição do decreto 83.284/79, que proibia, em seu artigo 19, o estágio profissional para os graduandos em jornalismo. A obrigatoriedade de implantação de laboratórios para a prática profissional durante o período de aprendizagem jornalística deu-se com a resolução 2/84 do Conselho Federal da Educação (CFE). Desde então se vem discutindo a importância dos jornais – laboratório na formação do profissional. Lopes descreve o conceito de jornal – laboratório, definido pela Comissão de Conceituação durante o VII Encontro de Jornalismo Regional, realizado em 1982:

O jornal – laboratório é um veículo que deve ser feito a partir de um conjunto de técnicas específicas para um público também específico, com base em pesquisas sistemáticas em todos os âmbitos, o que inclui a experimentação constante de novas formas de linguagem, conteúdo e apresentação gráfica. Eventualmente seu público pode ser interno, desde que não tenha caráter institucional. (LOPES, 1989, p. 50)

A busca pela relação com a identidade, compromissos e responsabilidades faz com que os jornais – laboratório assumam papel importante na formação do estudante.

O jornal – laboratório deixou de ser mero exercício escolar, confinado as paredes da sala de aula ou realizado para atender a auto-afirmação literária dos estudantes, e se converteu numa atividade pedagógica socialmente relevante. Ultrapassa a noção de ensino experimental para se tornar uma iniciativa factível de serviço comunitário, prestando informações ou veiculando opiniões úteis para o comportamento do público leitor. (LOPES, 1989, p. 12)

Outro aspecto a ser mencionado é a importância que os alunos têm na produção do jornal – laboratório. Não somente como futuros profissionais, mas como estudantes. Lopes ressalta essa importância dizendo que “Sabendo quem faz o que, com que objetivos, tendo condições de opinar no produto final, o receptor certamente valorizará mais o jornal, reforçando-o como um canal de comunicação de sua comunidade” (LOPES, 1989, p. 174).

O jornal–laboratório Unicom foi criado em 1997 na Universidade de Santa Cruz do Sul, fruto da disciplina de Produção em Mídia Impressa do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. Tem como objetivo principal contribuir para que o acadêmico

aperfeiçoe suas técnicas de redação jornalística e entenda o processo de produção do produto. O jornal, que tem dezenove anos, é desenvolvido pelos estudantes do curso. Pretende-se com o Unicom que o aluno aprimore, na prática, os conhecimentos adquiridos nas disciplinas teóricas. Para isso, são desenvolvidas duas edições por semestre, sendo que a primeira é temática e a segunda “livre”. Soster explica a dinâmica:

O objetivo de se trabalhar um único tema para toda a turma na primeira edição é permitir que os graduandos exercitem a capacidade de desenvolverem ações em conjunto, focados em um mesmo propósito. Na segunda edição, ao final do semestre, espera-se que eles sigam exercitando esta capacidade, mas de forma autônoma, de maneira que consigam dar conta da segunda edição do jornal igualmente em conjunto, mas trabalhando focados em suas próprias tarefas, como ocorre em uma redação. (SOSTER, 2013, p.169)

A cada edição são impressos 500 exemplares. Além disso, o jornal é disponibilizado no site Acervo A4 (<http://hipermidia.unisc.br/acervo4/>) e no blog do jornal – laboratório, Unicom (<http://blogdounicom.blogspot.com.br>). O jornal-laboratório Unicom é visto justamente como uma oportunidade de experimentar a produção real de textos e a rotina produtiva de uma empresa, que evidencia a relevância da experiência laboratorial na formação do acadêmico de jornalismo.

Não basta, no entanto, publicar um jornal apenas para satisfazer a vaidade pessoal do aluno ou cumprir uma tarefa determinada pelo professor. É fundamental que um jornal – laboratório seja dirigido a uma determinada comunidade para ter um público definido e ser um veículo com todas as características de um jornal profissional. (LOPES, 1989, p. 16)

Mas como conhecer esse público? Para quem estamos falando?

## 2. Pesquisa de opinião

Pesquisa pode ser entendida como uma ação que visa solucionar um problema, “[...] como atividade de busca, indagação, investigação, inquirição da realidade, é a atividade que vai nos permitir, no âmbito da ciência, elaborar um conhecimento, ou um conjunto de conhecimentos, que nos auxilie na compreensão desta realidade e nos oriente em nossas ações. ” (PÁDUA, 2012, p. 31). Visto isso, podemos concluir que toda pesquisa possui uma intenção, produzir conhecimento, a fim de compreender algo. Partindo deste pressuposto, podemos afirmar que é comum saber pouco sobre o público ao qual estamos falando, tratando-se de comunicação. Isso não acontece somente em empresas jornalísticas,

mas também em universidades, tratando-se de jornal – laboratório. Faz-se necessário então a medição. Por que medir?

Medir é importante porque permite várias coisas. A primeira é aprender mais sobre algo que já sabemos. A temperatura está elevada é uma informação relevante. Contudo, afirmar que ela é de 40 graus Celsius significa dar uma informação mais completa, posto que não apenas se limita a dizer que está quente, mas quão quente está o clima. Uma outra vantagem da medição é que ela nos permite diminuir a incerteza inerente a qualquer conhecimento científico. (ALMEIDA, 2009, p. 13)

É comum criar um público alvo imaginário. Duas perguntas devem ser frequentes: Quem é meu público alvo? Quem realmente é meu público? Alguns jornalistas supõem saber a quem falam. Muitas vezes eles têm razão, seja por orientação da empresa em qual atuam ou de colegas. Justificar escolhas apontando um suposto gosto popular é um erro frequentemente visto. Mas o que pode realmente ser muito útil e válido é a pesquisa de opinião pública. Porém deve ficar claro que “...não existem medições totalmente corretas ou verdadeiras. As medições são sempre imperfeitas e o que se busca de maneira constante é o seu aperfeiçoamento. A metodologia científica, as técnicas de pesquisa e o treinamento nos procedimentos da ciência cumprem esse objetivo” (ALMEIDA, 2009, p. 17). Para uma pesquisa visando conhecer a opinião de seu público, Almeida (2009) ainda sugere três passos para uma medição. Primeiro é necessário dizer o que se deseja medir. Depois se estabelece critérios de medição. Após, são estabelecidos indicadores e procedimentos de levantamento de dados. E os dois últimos passos são o tratamento dos dados e a validação da medição.

É interessante pensar em aplicação de questionários, “[...] instrumentos de coleta de dados que são preenchidos pelos informantes, sem a presença do pesquisador.” (PÁDUA, 2012, p. 72). Mais interessante ainda é pensá-los como questionários eletrônicos, através da Internet, visto que o rápido aumento do número de usuários e do desenvolvimento de novas tecnologias evidencia o potencial desta ferramenta. Mas, independente do suporte escolhido, o mais importante ainda é o questionário em si

A elaboração de um questionário obedece a normas precisas, que visam a aumentar sua eficácia e validade. Mais do que as outras técnicas de investigação das atitudes e opiniões, requer a atuação de uma equipe, composta por profissionais especializados. Com efeito, a organização do questionário, a redação das perguntas, seu número, devem levar em conta tudo aquilo que se sabe sobre percepção, estereótipos, mecanismos de defesa, liderança, etc. (AUGRAS, 1978, pág. 146)

Na elaboração do questionário, alguns pontos são de suma importância. De acordo com Augras (1978), as perguntas devem ser claras, simples, não ambíguas e de linguagem simples. Para maior facilidade de compreensão, a autora distingue as perguntas, conforme a liberdade da resposta, em duas grandes categorias: abertas e fechadas. Nas perguntas abertas, a resposta é de total liberdade. Já nas perguntas fechadas, restringe-se a liberdade de resposta.

Na prática, qualquer questionário deve comportar todos os tipos de perguntas, sendo o maior número de fechadas, pois são de codificação mais simples. Embora não existam regras estritas sobre a frequência dos diversos tipos, parece razoável situar o número de perguntas fechadas em torno de 2/3 do número total de perguntas. (AUGRAS, 1978, p. 149)

Para Pádua (2012), as perguntas abertas, por exigirem uma resposta pessoal, espontânea, do informante, trazem dados importantes para uma análise qualitativa. Outro fator que influencia no bom desenvolvimento do questionário é a ordem das perguntas. Em primeiro lugar – e isto parece ser uma regra geral – as perguntas de fato devem ser colocadas no fim do questionário. Começar por elas dá um tom de inquérito, quase policial (AUGRAS, 1978, p. 155).

Outro ponto a ser levado em conta é a importância de pesquisas qualitativas e quantitativas. Enquanto a pesquisa quantitativa leva em consideração números e estatísticas, a pesquisa qualitativa evita os números e foca em interpretação. Porém não podemos pensá-las individualmente, elas caminham juntas

Pensamos que é incorreto assumir que a pesquisa qualitativa possui monopólio da interpretação, com o pressuposto paralelo de que a pesquisa quantitativa chega a suas conclusões quase que automaticamente. Nós mesmos nunca realizamos nenhuma pesquisa numérica sem enfrentar problemas com interpretação. Os dados não falam por si mesmos, mesmo que sejam processados cuidadosamente, com modelos estatísticos sofisticados. (GASKELL, 2003, p. 24)

Dada a importância da pesquisa e alguns meios pelos quais ela pode ser realizada com êxito, vamos observar o movimento realizado pelo jornal-laboratório Unicom.

### **3. Análise do Jornal – laboratório Unicom**

Tratando-se especificamente do jornal-laboratório Unicom, durante o primeiro semestre de 2015, foram produzidos duas edições. Como já citado, a primeira edição é

monotemática e a segunda edição de tema aberto. A primeira edição do Unicom 2015 é intitulada Unicom Estradas. O tema é escolhido pela turma, através de sugestões dadas pelos próprios alunos. Unicom Estradas tem como objetivo mostrar *Estradas* como caminhos, rumos, momentos de transformação, encontros, experiências. Em seu editorial, o tema é explicado ao leitor:

Mais do que uma estrutura pavimentada com asfalto, a estrada pode incitar inúmeros significados. Desta forma a grande pergunta que balizou os primeiros encontros da disciplina foi a que mais desacomodou: o que a estrada significa pra você? Aliás, existe uma definição única e tangível para tal termo? Entre as respostas encontradas em aula, ênfase para a estrada como um não lugar, como um lugar de passagem, como um trajeto de transformações. (UNICOM, 2015, p 2)

Definido o tema a ser trabalhado e as funções exercidas por cada aluno, foi mencionado pelo professor a importância de se realizar uma pesquisa de opinião. E assim foi feito. Após consulta aos arquivos, percebeu-se que não era comum essa pesquisa ser efetivada, visto que foram feitas apenas duas pesquisas de opinião durante os dezoito anos do jornal-laboratório Unicom. A primeira pesquisa havia sido aplicada em 2010 e a segunda em 2014.

Acredita-se que é de suma importância elaborar uma pesquisa a cada semestre para conhecer melhor o leitor, visto que, o Unicom circula em praticamente todo o campus da Universidade. Outro aspecto a ser evidenciado é a curiosidade em saber se o jornal é entendido ou não, como jornal-laboratório pelos leitores.

A pesquisa realizada no primeiro semestre de 2015 ocorreu entre os dias 12 e 25 de março. Durante este período a pesquisa foi disponibilizada aos internautas através da ferramenta Google Forms  
([https://docs.google.com/forms/d/16RK\\_zOoQeIYxVQCAkVHPsmJ-DZl0x\\_NS5prFPTXnNPo/viewform](https://docs.google.com/forms/d/16RK_zOoQeIYxVQCAkVHPsmJ-DZl0x_NS5prFPTXnNPo/viewform)). Além disso, foram disparados e-mails por meio do endereço institucional, onde alunos e professores foram convidados a participar. Na pesquisa, o participante encontrava 14 perguntas, destas, 11 eram fechadas e 3 abertas.

#### **4. Resultados obtidos**

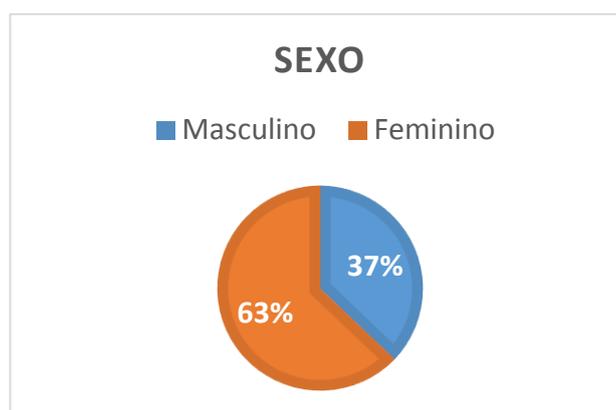
Os resultados foram contabilizados, apresentados em sala de aula e posteriormente aos participantes do V Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor). Durante

esta apresentação foi possível discutir os resultados com estudantes de outras universidades e conhecer de quais formas são produzidos outros jornais-laboratório.

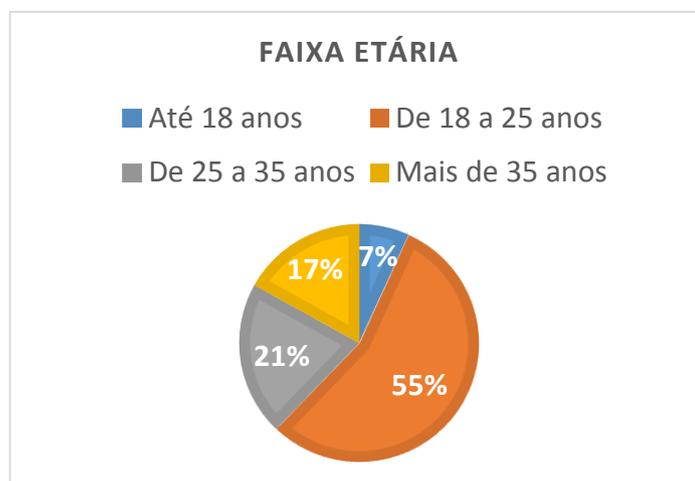
A primeira questão levantada foi o tema do artigo, os participantes se mostraram surpresos com o fato de ter sido feita uma pesquisa de opinião. Pudemos concluir que esta não é uma prática comum nas universidades. Mais do que isso, não existem muitos estudos sobre os jornais-laboratório em geral. Durante os 14 dias de pesquisa de opinião, foram contabilizadas cento e quarenta e oito participações, este número apesar de parecer pequeno quando comparado ao número total de estudantes da UNISC, é extremamente significativo, visto a pesquisa anterior. Após a introdução do assunto, foi apresentado aos participantes os seguintes resultados:

Perguntas fechadas:

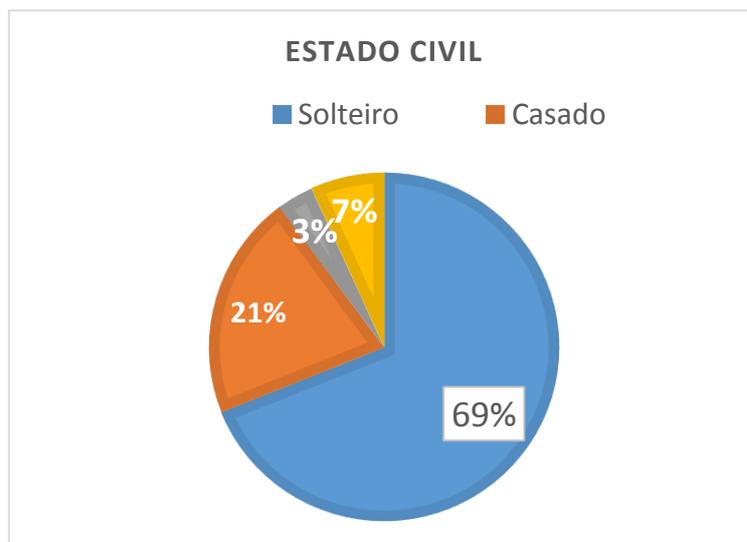
**Tabela 1: Sexo**



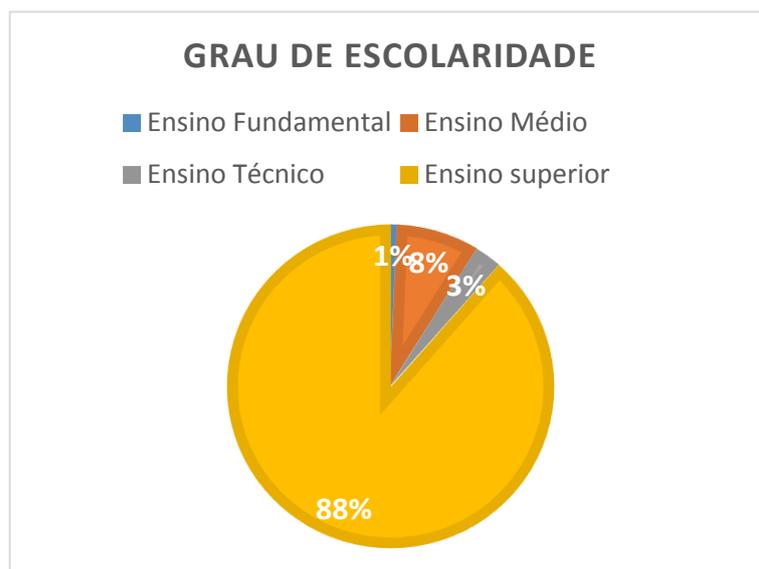
**Tabela 2: Faixa etária**



**Tabela 3: Estado civil**



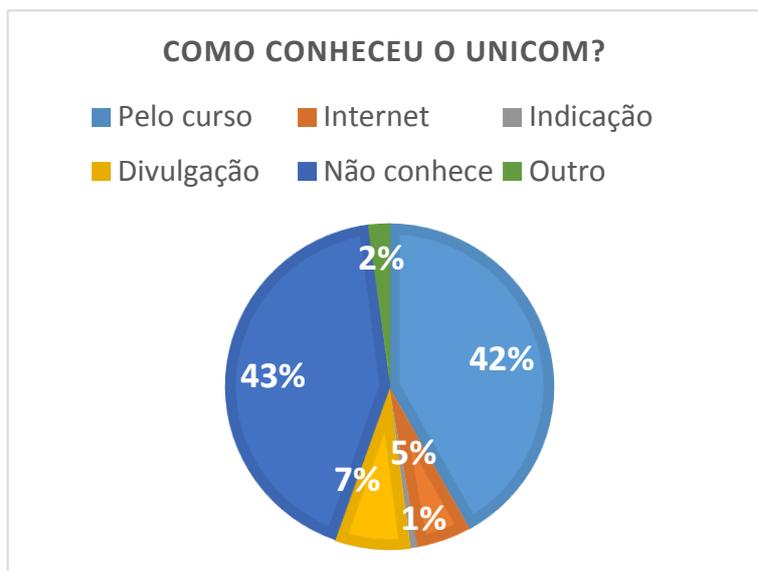
**Tabela 4 Grau de escolaridade**



A partir das informações apresentadas pelas Tabelas 1, 2, 3 e 4 podemos ter uma ideia mais clara sobre quem é o público do jornal-laboratório Unicom. Grande parte é formado por mulheres, com idade entre 18 e 25 anos. São jovens, solteiros e universitários. O que vai ao encontro não apenas da realidade da UNISC, mas sim de outras universidades do país.

**Tabela 5: Lê jornais?****Tabela 6: Conhece o Unicom?**

**Tabela 7: Como conheceu o Unicom?**



**Tabela 8: Como lê o Unicom?**



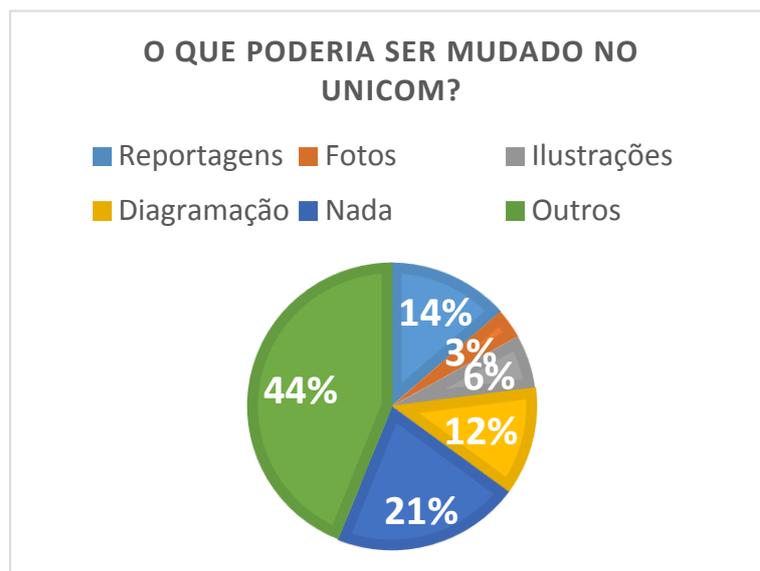
Com a interpretação das informações apresentadas pelas Tabelas 5, 6, 7 e 8, concluímos que boa parte dos participantes da pesquisa lê algum tipo de jornal e conhece o jornal-laboratório Unicom. Este número também foi discutido, pois o Unicom, por ser um jornal-laboratório, poderia ficar restrito aos alunos do Curso de Comunicação Social, mas não é isso que acontece. Do percentual que o conhecem, grande parte o fez através do Curso ou pelas formas de divulgação elaboradas em cada edição. Percebe-se que, apesar do jornal estar disponível online, os leitores ainda optam pela forma impressa. O que é, no mínimo, curioso, pois cada vez mais há um movimento que leva à migração ao meio digital.

**Tabela 9: O que mais gosta no Unicom?**



Há entre os alunos da disciplina de Produção em Mídia Impressa, responsável pela elaboração do Unicom, dúvidas em relação a aprovação ou não das grandes reportagens pelos leitores. Ouve-se comentário de que são reportagens sobre assuntos irrelevantes, ou reportagens pesadas, com muitas páginas. A Tabela 9 nos mostra que o público leitor do Unicom aprecia essas reportagens publicadas, e de que esse pode ser considerado uma forte característica do jornal.

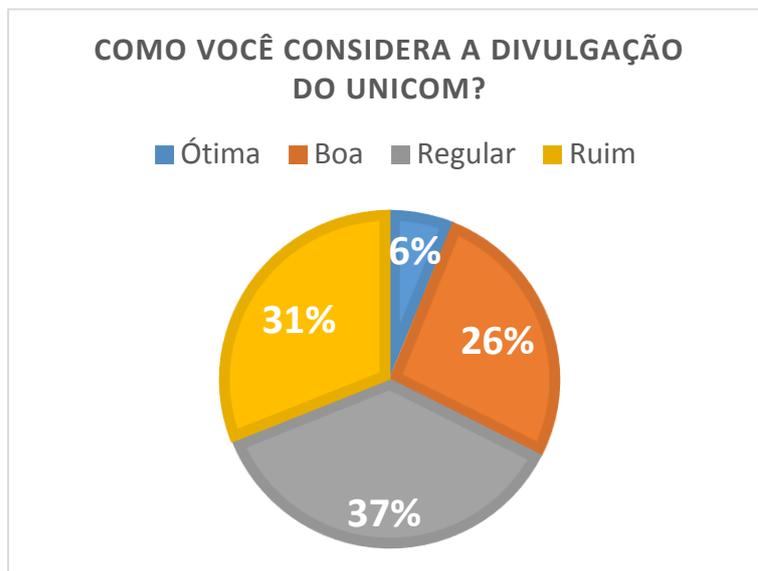
**Tabela 10: O que poderia mudar no Unicom?**



Como mostra a Tabela 10, questionados sobre sugestões de mudança para o jornal, grande parte acredita que nada precisaria ser mudado. Aqui também podemos perceber uma

falha na pesquisa, como o percentual de 44% optou pelo quesito *Outros*, observa-se a falta de uma opção denominada *Não se aplica*, que poderia ser utilizada pelos participantes que não conhecem o jornal, por exemplo.

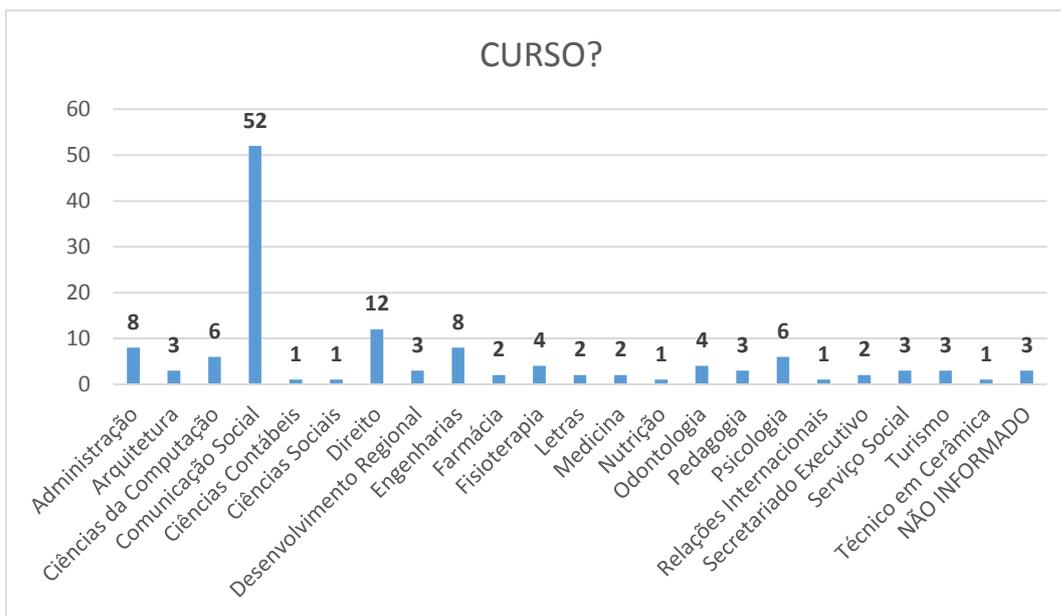
**Tabela 11: Como você considera a divulgação do Unicom?**



Na Tabela 11 percebemos um ponto que deveria ser mais bem trabalhado nesta edição do jornal: a divulgação. Ela foi classificada como regular e ruim, alertando-nos sobre esse ponto. Além destas perguntas fechadas, foram feitas três perguntas abertas:

- 1) Em qual curso que está (caso tenha respondido Ensino superior ou técnico na questão Grau de Escolaridade):

**Tabela 12: Curso**



- 2) Dicas para a divulgação do Unicom.
- 3) Deixe sua opinião sobre ele.

A pesquisa completa está disponível no blog do Unicom e através do site [http://issuu.com/dsoster/docs/unicom\\_pesquisa](http://issuu.com/dsoster/docs/unicom_pesquisa). Além disso, parte dela estará disponível na versão impressa do jornal. Os números da pesquisa, após apurados e comparados aos da pesquisa anterior, foram apresentados em sala de aula com o objetivo de nortear os trabalhos na parte gráfica e de diagramação, e na divulgação.

De acordo com os resultados pudemos concluir que a pesquisa atingiu principalmente jovens, universitários e estudantes do curso de Comunicação Social. Como crítica principal estava a divulgação do jornal – laboratório Unicom, que era feita até então com a distribuição aleatória dos jornais pelos alunos da disciplina, também eram entregues jornais na coordenação do Curso, para os professores. Após a pesquisa percebemos que precisávamos mudar a forma de divulgação do jornal – laboratório. Foram-nos dadas sugestões de locais alternativos para a distribuição do mesmo, como por exemplo, o Departamento Financeiro da Universidade, onde as pessoas acabam aguardando por atendimento e poderiam ter a companhia do Unicom durante este período. Outra sugestão dada foi a de distribuição nos ônibus intermunicipais que transportam alunos na Universidade. Outro viés explorado pela divulgação do jornal foi a produção de um vídeo<sup>5</sup> onde alguns alunos falavam um pouco sobre sua matéria, fazendo um convite à leitura. Esse vídeo foi disponibilizado nas redes sociais. Pensa-se também em realizar o lançamento das

próximas edições durante eventos do Curso ou da Universidade, como a Semana Acadêmica ou a Aula Inaugural.

Após a pesquisa, também foi pensado um projeto gráfico capaz de valorizar as matérias e as fotografias, além de facilitar a leitura. Os textos foram escritos em quatro colunas, já as fotos ocuparam meia página. A imagem de capa e contracapa também foi produzida pelos alunos.

Como já citado, era também intenção da pesquisa saber como o jornal Unicom era visto como laboratorial. Infelizmente, podemos contatar que a ideia de jornal – laboratório ainda não é clara para a maioria dos participantes, visto que, quando questionados sobre sugestões, alguns responderam que “*falta a cara da Universidade*”. Essa não é apenas realidade na UNISC, mas também em outras universidades. Após relatos dos participantes do JPJor, pode-se perceber que em muitos casos os próprios alunos e professores acabam vendo o jornal-laboratório como uma janela para divulgação da instituição. Fugindo da essência proposta: uma oportunidade para experimentação. Os resultados foram muito válidos para a elaboração do Jornal Unicom Estradas (2015/1). Porém é fundamental ressaltar que a pesquisa também necessita ser aperfeiçoada. A sua disponibilização apenas na internet gerou dois movimentos: um, que pode ser considerado de forma positiva, que é a de grande mobilização e participação, e outro, porém, de participação de um público desconhecido, que talvez nunca tenha ouvido falar do jornal. Como já citado também, sabemos da importância e do grande avanço da internet, mas seria apenas essa a melhor plataforma para pesquisa de público?

## 5. Considerações finais

A proposta deste artigo foi a de mostrar a importância que a pesquisa com o público tem para qualquer meio de comunicação, visto que ela permite caminhar ao encontro dos desejos deste público. Mais ainda, a pesquisa de público é fundamental para um jornal – laboratório. Foi possível conhecer melhor aspectos técnicos para uma pesquisa bem sucedida. E tomar conhecimento de apenas um exemplo desse tipo de pesquisa, a do jornal – laboratório Unicom. Além disso, buscou-se mostrar as discussões realizadas após a apresentação do artigo “A importância da Pesquisa de Opinião para o Jornal-Laboratório: Análise do Jornal Unicom” durante o V Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo,

onde foi possível conhecer a realidade de outras universidades. Por fim, o artigo mostrou o logo caminho que ainda temos a percorrer no que diz respeito a este assunto, e mais ainda apresentar alguns indícios que apontam a necessidade de uma pesquisa mais aprofundada sobre pesquisa de mercado e jornal – laboratório.

## 6. Referências

ALMEIDA, Alberto Carlos. **Erros nas pesquisas eleitorais e de opinião**. Rio de Janeiro; Record; 2009.

AUGRAS, Monique. **Opinião Pública: Teoria e Pesquisa**. Rio de Janeiro. 3. ed; Vozes; 1978.

GASKELL, George; BAUER, Martin W. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Rio de Janeiro. 2. Ed. Vozes; 2003.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal Laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor**. São Paulo; Summus; 1989.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico – prática**. São Paulo; 10. ed; Papirus; 2012.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. TONUS, Mirna. **Jornalismo-laboratório: impressos**. Santa Cruz do Sul; EDUNISC; 2013

Jornal Unicom 2015/1, Google Forms. Disponível em:  
<[https://docs.google.com/forms/d/16RK\\_zOoQeIYxVQCAkVHPsmJ-DZl0x\\_NS5prFPTXnNPo/viewform](https://docs.google.com/forms/d/16RK_zOoQeIYxVQCAkVHPsmJ-DZl0x_NS5prFPTXnNPo/viewform)> Acesso em 4 de junho de 2015.

Resultado da pesquisa Jornal Unicom 2015/1, Issuu. Disponível em:  
<[http://issuu.com/dsoster/docs/unicom\\_pesquisa](http://issuu.com/dsoster/docs/unicom_pesquisa)> Acesso em 4 de junho de 2015.