

Trinta e Cinco anos do Curso de Relações Públicas da UFAM: uma Pesquisa no Âmbito Acadêmico¹

Luana da Silva Prestes²

Larissa Oliveira Albuquerque³

Gabriella da Silva Santos⁴

Inara Regina Batista da Costa⁵

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

O presente estudo tem por fundamento a aplicação de uma pesquisa de opinião que visa analisar o nível de popularidade do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, em razão dos seus 35 anos de existência. Para isso, foram aplicados 60 questionários a alunos e professores do Departamento de Comunicação Social no período de 18/11 a 01/12/2011. A partir dos resultados obtidos com a pesquisa, identificou-se que a internet é o meio de comunicação mais utilizado pelo público em questão, dessa forma propõe-se a utilização deste veículo e das mídias sociais, como o principal meio para a divulgação das produções científicas, projetos de extensão, e atualidades do curso de Relações Públicas da Instituição.

PALAVRAS-CHAVE: Curso de Relações Públicas; Pesquisa de Opinião; Internet

INTRODUÇÃO

Em 2012, o curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas – UFAM completa 35 anos de existência, e por sugestão de uma equipe de alunos, foi elaborada uma pesquisa de opinião – em um dos trabalhos da disciplina Comunicação Dirigida II – cujo objetivo foi medir o grau de popularidade entre discentes e docentes de Comunicação Social, a partir da qual poder-se-á propor ferramentas de divulgação mais eficazes.

1 Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Relações Públicas, modalidade Pesquisa de Opinião.

2 Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Relações Públicas, integrante do Grupo de Pesquisa Interfaces, email: lua.prestes@gmail.com

3 Estudante do 7º. Semestre do Curso Relações Públicas, integrante do Grupo de Pesquisa Interfaces, email: la_agape@hotmail.com

4 Estudante do 7º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: gabriellasantos@hotmail.com

5 Orientadora do trabalho. Professora do Curso Relações Públicas, integrante do Grupo de Pesquisa Interfaces, email: inara.rp@gmail.com

A tentativa de se descobrir informações a respeito do curso de Relações Públicas da UFAM pode não ser uma tarefa fácil. É sabido que com o advento da internet, hoje as fontes de pesquisa mais acessíveis são os sites de busca. Ao utilizar um desses sites para uma pesquisa intitulada “relações públicas UFAM” várias páginas de acesso foram sugeridas, dentre estas, se destacaram o blog do Programa de Educação Tutorial de Comunicação – PETcom e o portal da UFAM, porém essas duas páginas não trazem informações precisas sobre o curso de RP da UFAM.

Outra pesquisa, esta identificada por “Comunicação UFAM”, não trouxe qualquer resultado que remetesse a algum ferramenta de divulgação do curso. Pode-se afirmar, então, que não é possível identificar instrumentos, na internet, que divulguem o curso de RP da UFAM, bem como suas especificidades, de forma satisfatória.

A partir deste cenário, identificou-se uma deficiência no uso da comunicação com aqueles que por ventura desejassem obter informações a respeito do curso de Relações Públicas, sejam eles, alunos, professores ou futuros acadêmicos. Essa deficiência despertou a curiosidade de pesquisar para saber se este público conhece as atividades desenvolvidas pelo curso de Relações Públicas e que estão presentes diariamente na Universidade.

2 OBJETIVO

Avaliar o grau de popularidade do Curso de Relações Públicas da UFAM em virtude dos seus trinta e cinco anos de existência, frente ao público discente e docente do Departamento de Comunicação Social.

Objetivos Específicos:

- Identificar o principal meio de comunicação para assuntos educacionais utilizado pela população dos cursos da área de Comunicação Social através de pesquisa de opinião.
- Propor instrumentos adequados, a partir do resultado da pesquisa, que divulguem os projetos de extensão, produções científicas e atualidades do curso de Relações Públicas.

JUSTIFICATIVA

Qualquer definição de pesquisa de opinião deve começar por situá-la no conceito mais específico dos termos: pesquisa e opinião, e no caso desta pesquisa, transportá-los para um olhar institucional. Antes de tudo, há que se entender a dimensão vocabular de *pesquisa*, que segundo o Miniaurélio Século XXI, significa: “ato ou efeito de pesquisar. Buscar com diligência. Inquirir”. E para o termo *opinião*, este mesmo Dicionário conceitua: “Modo de ver, pensar, deliberar. Parecer, conceito”.

Partindo destes princípios terminológicos, percebe-se a relevância que esta pesquisa possui, em razão dos 35 anos de existência do curso de Relações Públicas – RP da UFAM. Com isso, nasce o desejo de inquirir com diligência o modo de ver e pensar dos públicos (docentes e discentes) do Departamento de Comunicação Social da UFAM em relação ao curso de Relações Públicas.

Acredita-se que por meio dos resultados obtidos, isto é, a partir das opiniões externadas, será possível diagnosticar o nível de conhecimento e/ou popularidade do referido curso. Considerando o termo “pesquisa de opinião” encontra-se a definição adotada por Waldyr Gutierrez Fortes:

A pesquisa de opinião, empreendida com grupos de interesse da organização, é a principal técnica de coleta de dados para orientar o processo de Relações Públicas, fornecendo-lhes um complexo mensurável de informação. Utiliza o método científico, prevendo a definição do problema, o planejamento da pesquisa, a execução (coleta dos dados, processamento, análise e interpretação) e a comunicação dos resultados. (2002, p.104)

Justifica-se, portanto, a indicação do trabalho na modalidade Pesquisa de Opinião. Fazendo referência ao contexto histórico dos Cursos da área de Comunicação Social da UFAM, seguem os dados documentais obtidos através do Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas (ano 2011):

O Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas foi criado em 1969, por meio da resolução nº 02/69 – CONSUNI, inicialmente como curso de Jornalismo, ligado à extinta Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras. Contudo, a implementação do curso só ocorreu em 1970, com a realização do seu primeiro vestibular, o qual ofertou 30 vagas.

Com a Reforma Universitária de 1969, aconteceu a reestruturação dos cursos da Universidade, surgindo então a ideia das habilitações. Desta forma, em 1971, o curso passou a denominar-se Curso de Comunicação e, em 1972, definiram-se as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas.

Em 1975, com a extinção da Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras, o curso de Comunicação foi transferido para o recém-criado Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL. Este processo resultou na criação do Departamento de Comunicação Social.

Com a criação do DECOM, houve a necessidade de repensar o Curso de Comunicação Social dentro da reforma universitária, assim por meio da Resolução nº05 de 1977 – CONSUNI, passou a formar profissionais nas habilitações Jornalismo e Relações Públicas. Com isso, Relações Públicas passaram a compor uma habilitação específica, possuindo elenco próprio de matérias. A primeira turma formou-se em 1978, com seis finalistas.

Em 2011, por meio da Portaria nº 20/2011 – ICHL foi criada uma Comissão de competência para elaborar o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas, com previsão de implantação de nova estrutura curricular em 2012.

Em 2012 o curso de RP da Ufam completa 35 anos de existência e hoje conta com um quadro de professores significativamente qualificado, os quais têm contribuído não somente para a formação profissional dos acadêmicos, mas também para uma construção ética e moral. O colegiado, atuante, assume junto à instituição o desafio de mergulhar no mundo do saber, instigando seu alunado a atuar no mundo da pesquisa e da extensão, por meio do qual tem recebido reconhecimento e premiação em grandes eventos acadêmicos da área.

A presente produção registra a abordagem histórica dos 35 anos de existência do curso de Relações Públicas da UFAM e também dados precisos sobre o grau de conhecimento do colegiado e alunado do curso de Comunicação Social da UFAM a respeito do curso de RP na instituição no ano de 2011, tornando-se fonte para futuras pesquisas, além de servir como base de informações para possíveis propostas para divulgação do curso de Relações Públicas da UFAM

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

- **Identificação do público alvo** – Docentes e discentes dos cursos de Jornalismo e de Relações Públicas vinculados ao Departamento de Comunicação Social da UFAM.
- **Métodos de abordagem e procedimento** – o método de abordagem utilizado para a presente pesquisa se deu pelo processo dedutivo, onde os 60 questionários foram aplicados proporcionalmente entre os oito períodos dos cursos de Comunicação

Social, atingiu-se, portanto, uma média de sete questionários por turma através de escolha aleatória.

- **Tipo de pesquisa** – a pesquisa é de natureza aplicada com forma de abordagem qualitativa e obteve como procedimento técnico o levantamento de dados. Para tanto foram aplicados sessenta questionários entre professores e alunos de Jornalismo e Relações Públicas da UFAM. Os dados foram configurados pela *Tabela Determinante do Tamanho da Amostra (TDTA)*⁶, que oferece o grau de confiança em 95%, com nível de erro variando em 10 pontos percentuais, para mais ou para menos e de *split* com variação de 80/20, conforme sugere Isabela Gomes (2002, p.09).
- **Análise documental dos 35 anos do curso de Relações Públicas da UFAM** – para tanto, buscou-se fazer uma leitura do processo de construção histórica do Curso de Comunicação Social e do curso de Relações Públicas da UFAM.
- **Proposta de instrumentos para divulgação do curso de Relações Públicas da UFAM** - Criação e alimentação do blog e twitter; Evento.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A pesquisa foi composta por um questionário⁷ com quinze perguntas objetivas e de múltipla-escolha, aplicado entre os alunos de Jornalismo, de Relações Públicas e os professores dos dois cursos, os quais foram escolhidos de forma aleatória.

A partir dos resultados obtidos com a pesquisa de opinião pôde-se diagnosticar que 31% dos entrevistados consideram a popularidade do curso de RP Regular e 25% consideram Ruim. Foi verificado também, através dos gráficos⁸ resultantes da pesquisa, que o principal meio de comunicação utilizado por 60% de alunos e professores é a Internet,

⁶ A tabela indica três níveis de erro amostral: 3%, 5% e 10%. Cada um deles está subdividido em dois níveis de split diferentes. O split na tabela de amostragem demonstra o nível de variação das respostas na pesquisa, isto é, o grau de homogeneidade da população. Uma população mais homogênea corresponde a uma população que possua características semelhantes como mesmo nível de renda, idade, sexo, etc. Assim, um split de 50/50 indica muita variação entre as respostas dos entrevistados (população mais heterogênea). Já um split 80/20 indica uma menor variação nas respostas (população mais homogênea). (GOMES, 2002)

⁷ Ver Apêndice 1

⁸ Ver Apêndice 2

seguida de 18% a televisão e 16% o jornal impresso. Deste modo, a internet foi o meio escolhido para a divulgação do curso de RP e as suas particularidades.

Os instrumentos propostos serão o blog, que no decorrer do ano terá postagens referentes a atualidades e produções científicas do curso de Relações Públicas da UFAM, pois somente 31% acessam as pesquisas; e o outro instrumento é o twitter que servirá de apoio na divulgação do blog com atualizações rápidas sobre o curso de RP, sobre grupos de pesquisa e projetos de extensão, pois a pesquisa revelou que 25% não conhecem os grupos e projetos desenvolvidos e 28% conhecem alguns.

De acordo com os objetivos deste estudo, propõe-se a utilização de um instrumento de comunicação aproximativa, em comemoração aos 35 anos do curso de Relações Públicas. A proposta é convidar egressos de diferentes épocas para debaterem a respeito de suas experiências no mercado de trabalho, além de homenagear, por meio de vídeo, àqueles que marcaram positivamente o curso ao longo de seus 35 anos de existência.

CONSIDERAÇÕES

A presente produção mostra a importância da pesquisa de opinião como ferramenta de relações públicas, não por se apresentar como mero instrumento de medição para que se tome um conhecimento estatístico sobre determinada situação, mas sim como um subsídio para a tomada de decisões com maiores possibilidades de acertos.

Vista dessa maneira, a pesquisa torna-se relevante quando utilizada para um determinado fim. De nada adiantaria, portanto, medir o grau de popularidade do curso de Relações Públicas da UFAM entre discentes e docentes de Comunicação Social através de pesquisa de opinião, se esta não servisse de fundamento para uma atitude futura.

Para Philip Lesly (1995 apud KUNSCH, 2003, p. 279) “com a pesquisa é possível: confirmar suposições e ‘palpites’ acerca da posição da opinião pública sobre uma organização, seu produto ou serviço[...]”. Sendo assim, apesar das três décadas e meia, confirma-se a falta de conhecimento sobre o curso de Relações Públicas por parte do público inserido nos cursos da área de Comunicação Social.

O resultado desta pesquisa de opinião, portanto, deve ser visto como um ponto de partida para modificar a realidade e também como uma oportunidade para arregimentar voluntários que queiram participar da elaboração e da manutenção dos instrumentos de comunicação propostos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido. Curso de Relações Públicas: Relações com diferentes públicos. 6 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BRITO, Rosa Mendonça de. 100 anos UFAM. Manaus : Editora da Universidade Federal do Amazonas, 2009.

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS. Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2011.

CHAMUSCA, Marcelo. CARVALHAL, Márcia. Pesquisa de opinião: opinião pública, na construção de uma imagem pública favorável.

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

GOMES, Isabela Motta. Como Elaborar uma Pesquisa de Mercado Disponível em: http://eniosampaio.com/disciplinas/pesquisamercado/02-COMO_ELABORAR_P_M.pdf. Acesso em 29 de nov. de 2012.

KUNSCH, Margarida. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

PINHO, J.B. Relações Públicas na Internet: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

Apêndice 1:

Esta pesquisa será aplicada ao corpo discente e docente dos cursos de Jornalismo e de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas, afim de medir o grau de conhecimento dos mesmos a respeito do curso de Relações Públicas da UFAM

1.Sexo

- Masculino
 Feminino

2.Idade

- 17 a 22 anos
 23 a 28 anos
 29 a 34 anos
 35 a 40 anos
 acima de 40 anos

3.Escolaridade

- Ensino Superior em andamento
 Ensino Superior Completo
 Especialização
 Mestrado
 Doutorado

4. Situação Profissional

- Estudante
 Bolsista/ Estagiário em Comunicação Social
 Bolsista/ Estagiário em outra área
 Professor/ Pesquisador

5.Área de graduação

- Relações Públicas
 Jornalismo
 Publicidade e Propaganda
 Rádio e TV
 Outros

6. Para assuntos educacionais, qual o principal meio de informação que você utiliza?

- Jornal impresso
 Internet
 Rádio
 Tv
 Outros

7. Como você conheceu o curso de Relações Públicas da UFAM?

- Na escola
 Através de amigos
 No curso pré-vestibular
 Pesquisa individual
 Mídias (Rádio, Tv, Internet, Jornal)
 Outros

8.Você sabia que o curso de Relações Públicas da UFAM vai completar 35 anos em 2012?

- Sim
 Não

9.Você já teve acesso às publicações científicas do Curso de Relações Públicas?

- Sim
 Não

10.Você conhece os Grupos de Estudo, Pesquisa e Extensão do curso de Relações Públicas ?

- Sim
 Não
 Alguns

11. Como você avalia a atual estrutura curricular do curso de Relações Públicas?

- Ruim
 Regular
 Boa
 Ótimo
 Não conheço

12.Como você classifica a popularidade do curso de Relações Públicas na UFAM?

- Ruim
 Regular
 Boa
 Ótima
 Não conheço

13.Você já participou de algum evento promovido pelo curso de Relações Públicas?

- Sim
 Não

14.Como você classifica o curso de Relações Públicas no ponto de vista infraestrutural?

- Ruim
 Regular
 Bom
 Ótimo
 Não conheço

15.Por qual razão você acredita que o curso de Relações Públicas da UFAM pode ser referência para o ensino da área no Estado do Amazonas?

- Por ser uma instituição Federal
 Pela qualificação do corpo docente
 Pela tripé (ensino, pesquisa e extensão)
 Pelo Plano Político Pedagógico
 Pela infraestrutura

Apêndice 2:



