

Pesquisa de opinião: Perfil dos estudantes de Relações Públicas da UFPB¹

Stella Valentim Mendes da SILVA²

Hanna Pachu HAMAD³

Karen Cristina Rodrigues SOARES⁴

Josilene Ribeiro de OLIVEIRA⁵

Ana Paula CAMPOS⁶

Jamile Miriã PAIVA⁷

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados da pesquisa de opinião, denominada “Identidade RP”, realizada pelo Laboratório de Relações Públicas da Universidade Federal da Paraíba, com o objetivo identificar e conhecer o perfil dos alunos de Relações Públicas da instituição, no ano de 2011. As autoras se envolveram em todas as etapas do processo de pesquisa: desde a elaboração do instrumento de pesquisa à análise e interpretação dos dados, sob orientação de professoras do curso. Os resultados da pesquisa foram organizados de forma a contemplar a questão principal sobre três aspectos: dados sociodemográficos, expectativas sobre o curso e percepções e perspectivas dos alunos sobre a profissão.

PALAVRAS-CHAVE: pesquisa de opinião; perfil de alunos; estudantes; relações públicas.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o Laboratório de Relações Públicas (LARP) vem desenvolvendo novas atividades e ferramentas didáticas para aproximar teoria e prática. Seu objetivo é apoiar o ensino, a pesquisa e a extensão através da articulação entre discentes e docentes, universidade e mercado de trabalho. A pesquisa “Identidade RP” surgiu como uma forma de investigar algumas hipóteses oriundas da observação *in loco*, que sugeriam que os estudantes da habilitação de Relações Públicas - RP têm uma baixa adesão e pouco interesse por atividades acadêmicas, são bastante heterogêneos quanto aos aspectos socioeconômicos e demográficos, não possuem conhecimento adequado sobre a profissão e são indecisos quanto à carreira profissional a seguir.

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

² Aluno líder do grupo e recém-graduado do Curso de Relações Públicas, email: stellavalentim@yahoo.com.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: hanna_hamad@hotmail.com.

⁴ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: karen_cristina21@hotmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: josilene@cchla.ufpb.br.

⁶ Co-orientador do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: aparmorial@hotmail.com.

⁷ Co-orientador do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: jamilepaiva@ig.com.br.

Apenas uma investigação acurada poderia testar tais hipóteses. Assim, tomamos como referência Philip Lesly (1995, p.80), que afirma que: “[...] com a pesquisa é possível confirmar suposições acerca da opinião pública; clarificar questões sobre as quais há dados contraditórios; reorientar pensamentos e conceitos a respeito de um problema de relações públicas”.

Brom e Dozier (1990, p.4) definem pesquisa como “[...] uma forma científica de responder questões, propiciando respostas mais confiáveis em mais situações que autoridade, experiência pessoal e precedente histórico”. Partindo dessa premissa, o LARP decidiu aplicar uma pesquisa, realizada no período de 15/04 a 05/06 de 2011, para responder a seguinte questão ou problema de pesquisa: Quem é o aluno de Relações Públicas da UFPB?

2 OBJETIVO

2.1 Objetivo Geral:

Identificar o perfil dos alunos de Relações Públicas da UFPB.

2.2 Objetivos Específicos:

- Conhecer o perfil socioeconômico e demográfico dos graduandos em RP;
- Verificar o nível de satisfação do alunado com o Curso de RP da UFPB;
- Examinar os principais motivos de escolha e permanência no curso por parte dos estudantes de Relações Públicas;
- Apontar as áreas de atuação profissional pelas quais os alunos do curso mais se interessam.

3 JUSTIFICATIVA

No momento da pesquisa ocorria uma transição no Departamento de Comunicação e Turismo, em que se conjugavam dois eventos: a implantação de um novo Projeto Político Pedagógico (PPP); e a transformação das habilitações - Jornalismo, Rádio e Televisão e Relações Públicas, em cursos independentes.

Em face ao momento de transição comentado acima, a previsão era que a demanda por informações e esclarecimento referentes a tais mudanças iria aumentar, sobretudo por parte dos estudantes já ingressos no curso. E, diante da inexistência de dados que

orientassem sobre a melhor maneira de explicar e comunicar tais mudanças aos alunos, o LARP se antecipou na busca para criar canais de comunicação como uma fonte alternativa e de credibilidade para suprir as necessidades informacionais.

Os resultados dessa pesquisa serviram para implantação de um banco de dados com *mailing list* atualizado com cadastro de alunos, que permite uma comunicação mais rápida e eficiente entre docentes e discentes, visando divulgar informações sobre a transição, eventos e projetos desenvolvidos pela Universidade, tais como monitoria, PROBEX, PIBIC, etc. Além de subsidiar as ações do LARP, esta pesquisa também proporcionou à Coordenação de Curso e aos professores a este vinculados o conhecimento acerca da realidade dos alunos e, com isso, poderá facilitar o planejamento das aulas e atividades acadêmicas, contribuindo para uma formação e qualificação consonante com a realidade do mercado de trabalho.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Segundo a natureza dos dados optamos pelo método quantitativo, pois é através dele é possível quantificar a opinião de pessoas e suas percepções sobre determinado tema/problema, fazendo um levantamento das variáveis, de uma forma aproximativa do objeto pesquisado.

Foi adotada a pesquisa descritiva, a qual segundo Gil (2002, p. 46) “[...] têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O universo pesquisado correspondeu a todos os alunos de Relações Públicas da UFPB matriculados no período 2011.1, totalizando o número de 299 estudantes. A amostra foi extraída a partir do seguinte cálculo:

N = tamanho da população (299)
 E_0 = erro amostral tolerável de 3% ($E_0 = 0,03$)
 n_0 = primeira aproximação do tamanho da amostra
 n = tamanho da amostra
Em que: $n_0 = 1/E_0^2$ e $n = N.n_0 / N + n_0$
Assim tivemos: $n_0 = 1/0,03^2$ --- $n_0 = 1/0.0009$ --- $n_0 = 1111$ alunos
Continuando:
 $n = N.n_0 / N + n_0$ --- $n = 299 \times 1111 / 299 + 1111$ --- $n = 332189 / 1410$
 $n = 235,6 \Rightarrow 236$ alunos

Quadro 1: Cálculo amostral (Fonte: BARBETTA, 2002.)

Os dados foram coletados através de um questionário eletrônico, publicado no google doc's⁸, estruturado com conteúdo não-disfarçado, composto por perguntas de múltipla escolha, dicotômicas e com gradação de opinião, contendo 18 questões elaboradas a partir dos objetivos e hipóteses construídas, disponibilizado no site do Larp no período de 16/05 à 05/06 de 2011.

Para estimular o acesso ao site e adesão dos estudantes à pesquisa, adotou-se três estratégias: o lançamento e divulgação prévia da pesquisa na forma de uma campanha denominada "Identidade RP – mostre sua cara"⁹, produto de um planejamento de comunicação integrada desenvolvido por outra equipe de alunos voluntários do LARP.

Após a elaboração dos instrumentos para coleta de dados e a aplicação da pesquisa no prazo determinado, a amostra foi alcançada e os dados foram tabulados, analisados e interpretados, segundo critérios estatísticos. Buscou-se alcançar os objetivos definidos, confrontando as hipóteses levantadas e fazendo-se inferências em relação ao ambiente da pesquisa a partir da observação *in loco*.

CRONOGRAMA				
	Abril	Maio	Junho	Julho
ATIVIDADES				
Elaboração do projeto de pesquisa	x			
Elaboração dos instrumentos de coleta de dados	x			
Início da divulgação		x		
Lançamento oficial da campanha "Identidade RP – mostre sua cara"		x		
Aplicação da Pesquisa		x	x	
Tabulação Análise			x	
Interpretação			x	
Relatório Final				x

Quadro 2: Cronograma (Fonte: Pesquisadores)

⁸ É um pacote de aplicativos do Google que permite a criação, armazenamento e compartilhamento de arquivos online.

⁹ A campanha teve por finalidade sensibilizar os estudantes sobre a importância da pesquisa e para incentivá-los a responder o questionário, foram adotadas as seguintes estratégias: sorteio de um prêmio aos que participassem respondendo ao questionário on-line; brindes para os primeiros 90 respondentes, doados por instituições parceiras do LARP

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

A pesquisa abordou diversos aspectos referentes ao perfil socioeconômico e demográfico dos estudantes de RP da UFPB; os conhecimentos dos discentes sobre o curso; perspectivas dos alunos sobre a profissão.

5.1 Perfil socioeconômico e demográfico dos estudantes de RP da UFPB

Estes dados coletados além de nos ajudar a responder a premissa da problemática da pesquisa, também, nos serviu como fonte para cruzar com os demais dados, possibilitando uma visão ampla sobre o perfil dos discentes.

Tabela 1: Período em que o aluno se encontra no curso.

Tabela 1: Período	
	%
1º ao 3º (iniciantes)	34
4º ao 6º (intermediários)	32
7º ao 10º (avançados)	34

Fonte: Pesquisadores, 2011.

Tabela 2: Faixa etária.

Tabela 2: Faixa etária	
	%
16 a 20 anos	31
21 a 27 anos	57
28 a 35 anos	10
36 a 45 anos	1
46 a 55 anos	0

Fonte: Pesquisadores, 2011

Tabela 3: Sexo do aluno.

Tabela 3: Sexo	
	%
Masculino	31
Feminino	69

Fonte: Pesquisadores, 2011

Tabela 4: Naturalidade.

Tabela 4: Naturalidade	
	%
João Pessoa	56
Região Metropolitana	3
Cidade do Interior do Estado da Paraíba	15
Cidade de outro Estado	26

Proveniente de outros país	0
Outro	0

Fonte: Pesquisadores, 2011

Tabela 5: Renda familiar do aluno.

Tabela 5: Renda familiar mensal	
	%
até 3 salários mínimos	25
de 3 a 6 salários mínimos	43
de 6 a 8 salários mínimos	18
de 8 a 10 salários mínimos	10
acima de 10 salários mínimos	2
Não responderam	2

Fonte: Pesquisadores, 2011

Tabela 6: O aluno exerce alguma atividade remunerada.

Tabela 6: Exercício de atividade remunerada	
	%
Não	31
Estágio/Monitoria/Pibic.	19
Sou Freelancer/Autônomo	3
Sou servidor público	7
Sou um empreendedor/tenho meu próprio negócio	5
Trabalho com carteira assinada	30
Trabalho como voluntário (sem remuneração)	2
Outro	3

Fonte: Pesquisadores, 2011

5.2 Conhecimento dos discentes sobre o curso

De acordo com os dados analisados, constatamos que os alunos tinham pouco conhecimento sobre o curso e a profissão, visto que o grande percentual (45%) não teve acesso à orientação vocacional ou informações antes de escolher o curso. Em contrapartida, uma minoria (21%) procurou informações acerca das ementas das disciplinas do curso pelo site da UFPB ou buscou orientações com terceiros – pais, professores, profissionais, como no caso dos 8% restantes.

Outro aspecto que reafirma a análise anterior, é que a maior parte dos respondentes da pesquisa (63%) já tinha ouvido falar do curso, mas não tinha conhecimento exato sobre o mesmo. Ainda nessa questão, 15% dos entrevistados disseram que não sabiam nada a respeito da atividade de RP antes de ingressar na UFPB. Todavia, 22% dos alunos afirmaram que conheciam a profissão Relações Públicas. Tais constatações, provavelmente,

reforçam e explicam a razão porque muitos alunos não se identificam com o curso, levantando outras perguntas, também investigadas, sobre as razões pelas quais os demais se mantêm nesta formação carreira profissional.

Em relação à escolha do curso, os dados se aproximaram, destaca-se que a escolha do curso de RP foi motivada em 26% dos casos por ser o único curso na área de comunicação noturno, fato que oportuniza aos estudantes exercer outras atividades durante o dia. Em segundo lugar destaca-se os 25% dos alunos que disseram 'sempre quis cursar Relações Públicas'. Um percentual de 21% de alunos afirmou que escolheu o curso por indicação de amigos, familiares e/ou profissionais. E 4% por reopção de curso.

Na opção “outros”, foi obtido um percentual de 23% dos entrevistados que disseram que optaram pelo curso de RP por ser este o que mais se aproxima/assemelha ao curso de Publicidade e Propaganda, comprovando duas de nossas hipóteses: a de que os alunos participantes da pesquisa constituem, em parte considerável, indivíduos jovens que pretendem atuar na área de publicidade e propaganda; assim como, a hipótese de que a opção pelo curso se deu por ser o único curso na área de comunicação noturno na UFPB.

Quanto aos motivos da permanência dos discentes no curso, constatamos que a grande maioria dos alunos entrevistados (72%) gosta do curso e das atividades do profissional de Relações Públicas, se identificando e permanecendo por essa razão. Em menor escala, 14% dos entrevistados continuam cursando RP por perceberem oportunidades de trabalho e nichos de mercado na área. Apenas 7% dos alunos continuam no curso por não quererem fazer outro vestibular, 4% por trabalharem e esse ser o único curso de comunicação noturno em uma universidade pública, e os outros 3% indicaram motivos diferenciados quanto à sua permanência no curso de RP.

Tais resultados nos permitem afirmar que, possivelmente, após o ingresso na universidade o estudante tem condições de conhecer melhor a profissão e passa a se identificar com a atividade de Relações Públicas.

5.3 Perspectivas dos alunos sobre a profissão

Foi possível constatar, que às expectativas dos entrevistados com o término do curso são muito positivas, pois quase a metade (47%) dos estudantes afirmou que se vê atuando como gestor da comunicação. Esses resultados mostram o quanto os alunos estão interessados em atuar na área como “comunicólogos”. Supomos que isso se deve a interdisciplinaridade das Relações Públicas, área que dá uma base para que profissional atue

em várias áreas de comunicação. Os outros 18% têm interesse em fazer mestrado e seguir a carreira acadêmica.

Por outro lado, há um grande número de indecisos quanto ao que pretendem fazer após o término do curso, posto que 26% dos respondentes declaram que têm dúvidas sobre o futuro profissional, isso confirma a nossa hipótese de que uma parcela significativa dos estudantes não sabe ao certo o que irá fazer na sua vida profissional. Pode-se adicionar a este grupo 5% dos alunos que não têm a menor ideia sobre sua vida profissional ao terminar a universidade. Há ainda 2% de alunos que revelaram que não querem, de forma alguma, atuar na área de Comunicação, e outros 2% que já trabalham e não pretendem sair da sua área para entrar no campo de Comunicação.

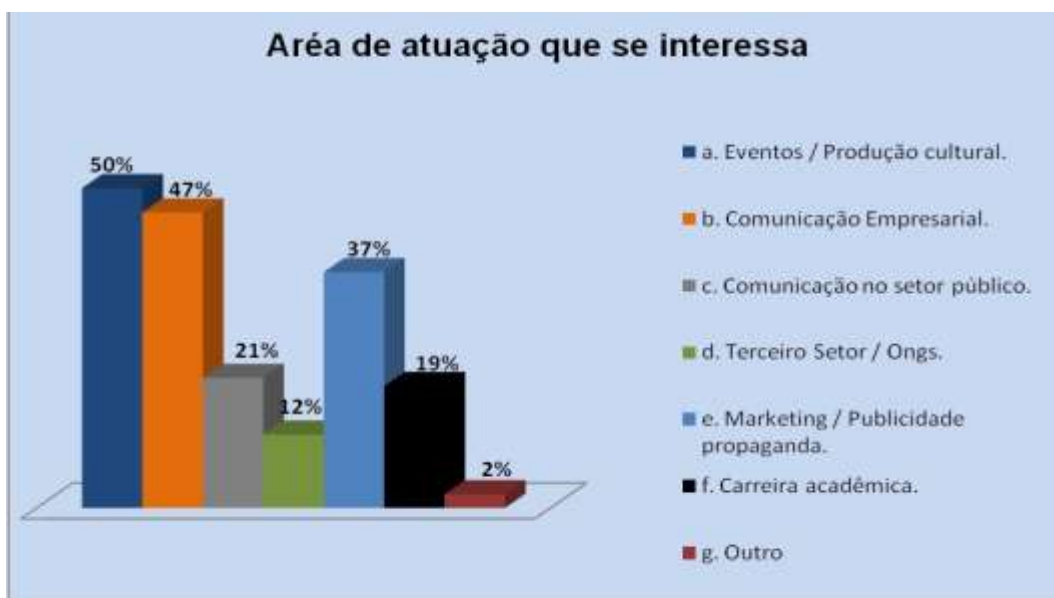


Gráfico 1: Área de interesse do aluno. (Fonte: Pesquisadores)

Essa questão dava possibilidade de marcar várias áreas de interesse, as respostas ultrapassam 100%. Assim, as respostas demonstram uma enorme indecisão dos alunos, e nota-se uma equidade nas áreas de eventos, citada por 50%, comunicação empresarial com 47% e Publicidade e Propaganda com 37%. A partir dos percentuais de publicidade e propaganda temos a confirmação de outra hipótese, visto que grande parte dos alunos tem interesse na área de publicidade e propaganda. Acreditamos essa indecisão se deve ao amplo leque de possibilidades ofertadas pela formação de relações públicas no campo da comunicação.

6 CONSIDERAÇÕES

Com esta pesquisa de opinião, pudemos responder ao nosso questionamento inicial e traçar um perfil do aluno de Relações Públicas da UFPB: possui idade entre 21 e 27 anos, pertence, em sua maioria, a classe média baixa e é predominantemente do sexo feminino. Constatamos também que mais da metade desses estudantes são naturais da mesma cidade em que está localizada a Universidade - João Pessoa/PB, e percebeu-se que existe um equilíbrio no exercício da atividade remunerada entre os alunos entrevistados: 30% não exercem atividade alguma e 31% trabalhavam com carteira assinada no momento da pesquisa.

Quanto à escolha do curso, estes alunos optaram por ser noturno e grande parte deles desconheciam a atividade do profissional, associando, em sua maioria, a atividade de RP a Publicidade e Propaganda. Em contrapartida, uma parcela considerável dos entrevistados afirma que sempre quis cursar esta habilitação.

Os dados mostraram que os alunos têm uma crescente expectativa quanto ao curso e a profissão, além de desejarem atuar como verdadeiros gestores da comunicação e isto reflete uma visão muito positiva quanto ao mercado onde desejam trabalhar. Além de apresentar como a profissão de Relações Públicas é vista pelos alunos e identificar suas expectativas em relação ao mercado, os resultados da pesquisa podem ser usados como subsídio para novos projetos, ações e até para embasar outras investigações.

O desenvolvimento e aplicação desta pesquisa, em suas diferentes etapas, incluindo desde a fase de elaboração do projeto a análise dos dados, aprimorou nosso entendimento de pesquisadores e da atividade de relações públicas, nos fazendo associar e perceber a importância da pesquisa não só no ambiente organizacional, mas também para auxiliar na consecução dos objetivos em projetos e pesquisas da área acadêmica.

A pesquisa de opinião é uma das funções básicas do Relações Públicas, e após realizarmos a pesquisa “Identidade RP” percebemos que ela é mais do que o desenvolvimento de uma técnica, pois envolve estratégia desde o momento da identificação da necessidade (por que pesquisar?), durante o seu desenrolar e, principalmente, na interpretação dos resultados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada as Ciências Sociais**. Florianópolis: Ed. UFSC, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BROM, Glen M.; DOZIER, David M. **Using research in public relations: applications to program management**. Buenos Aires: Paidó, 1997. IN: KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.

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