

PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A TV UCSAL

Juliana Lessa da Silva*

RESUMO: *O objeto de estudo desta pesquisa enfoca a visibilidade da Televisão Universitária da Universidade Católica do Salvador, TV UCSal, perante os discentes do Campus da Lapa. Os resultados obtidos com a pesquisa sinalizaram, dentre outros pontos, que existe a necessidade de uma reformulação na programação, tornando-a diversificada e com maior inserção dos alunos. Esses resultados orientaram a elaboração de um plano de comunicação para a TV UCSal.*

Palavras-chave: TV Universitária; Audiência; Pesquisa de opinião.

INTRODUÇÃO

A Universidade, como já sabemos, é o espaço por excelência da produção do conhecimento científico. Todavia ela precisa ampliar as formas de socialização da sua produção acadêmica. Segundo Porcello (2002), é preciso que haja visibilidade de sua produção acadêmica, da exposição de seu pensamento e da divulgação das incontáveis linhas de pesquisa. Acrescenta que a televisão pode ser o canal para atingir este objetivo, pois a considera um veículo de comunicação social de indiscutível poder de penetração na sociedade.

A esse respeito, Magalhães (*apud* RAMALHO) afirma que “A TV Universitária proporciona uma integração ativa entre ensino, pesquisa, extensão, sociabilidade entre os seus atores principais: alunos, professores, dirigentes, funcionários e a comunidade onde atua”. No entanto Porcello (*opi.cit*) questiona como este veículo possa vir a embutir a ciência e o conhecimento produzidos pelas Instituições de Ensino Superior de forma concreta à sociedade.

O professor Hugo Belens, coordenador da TV UCSal, a define como um veículo de comunicação social da Universidade Católica do Salvador (UCSal), utilizada como instrumento do ensino, da pesquisa e da extensão universitária, na difusão do saber, na reflexão crítica e na articulação com a sociedade.

A UCSal fundou, em outubro de 2001, a sua TV Universitária, num consórcio com as TVs das outras três Universidades da cidade do Salvador: Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e Universidade Salvador (UNIFACS), criando, assim, o Canal Universitário de Salvador (CNU), baseado no modelo do Canal Universitário de São Paulo. O CNU vai ao ar pelo canal 17 da Operadora de TV a Cabo NET. A TV UCSal possui três funcionários, que são o coordenador da TV, a coordenadora de edição e o auxiliar administrativo. Detentora de um arquivo de 93 programas produzidos, ela utiliza o centro de transmissão da UNEB para veicular a sua programação.

Nesse horizonte, a presente pesquisa foi delineada com o intuito de buscar estratégias e instrumentos de comunicação social que divulguem a TV UCSal e a sua programação junto aos alunos desta Instituição. Para isso, foi tomado como objeto de estudo a sua visibilidade perante o corpo discente do Campus da Lapa da Universidade Católica do Salvador.

* Acadêmica do Curso de Relações Públicas da Universidade Católica do Salvador – UCSal. julylessa@gmx.net.
Orientadora: Tereza Cristina de Oliveira. (Mestre em Educação pela Universidade Federal da Bahia – UFBA).

METODOLOGIA

Esta pesquisa, em nível mais amplo, é quantitativa porque visa medir opiniões, reações, sensações, hábitos de consumo e atitudes de uma população através de uma amostra definida rigorosamente e estatisticamente verificada. Considera-se também a sua natureza descritiva, pois procura descrever elementos que caracterizam o fenômeno estudado – visibilidade da TV UCSal, buscando a relação existente entre eles. No sentido operativo, esta pesquisa caracteriza-se por ser de opinião, visto que tenta captar e conhecer o movimento das opiniões, intenções e comportamento sobre a visibilidade da TV Universitária segundo os acadêmicos do Campus da Lapa.

Para a construção dos dados, foi adotado o questionário, aplicado com o objetivo de buscar informações sobre a audiência, ou seja, a visibilidade dos discentes em relação à TV UCSal, que sustentasse a elaboração do planejamento de comunicação desta TV Universitária. Adotou-se questionário estruturado, composto por uma questão aberta e quinze fechadas.

Foi utilizada amostragem probabilística, onde cada elemento da população teve uma chance conhecida e diferente de zero de ser selecionado para compor a amostra. Isto é, amostra da qual todos os elementos de uma população têm oportunidade conhecida e não-nula de fazer parte.

Considerando um universo de 1800 discentes matriculados no 2º semestre de 2003, foram selecionados aleatoriamente 100 alunos para entrevista, o que representa um desvio de 10% de erro e 90% de acerto, durante quatro dias consecutivos, nos três turnos, com prevalência no turno vespertino.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Características do público entrevistado

Das pessoas entrevistadas, há uma predominância de mulheres com 56%, sendo que 78% dos entrevistados estão na faixa de idade dos 17 aos 27 anos, 18% entre 27 aos 37 e 4% entre 37 a 47 anos.

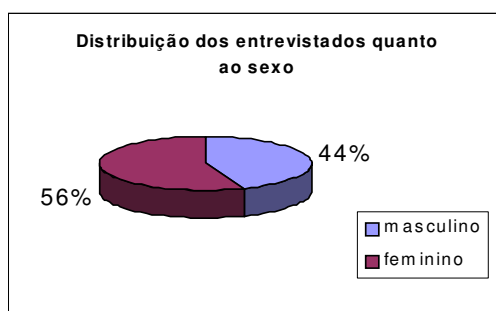


FIGURA 1

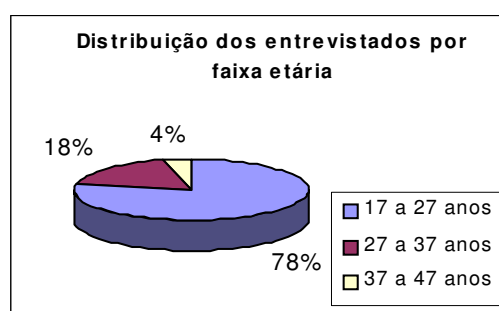


FIGURA 2

Com relação ao curso de origem, 66% são alunos de Relações Públicas, 22% de Publicidade e Propaganda, 7% de Secretariado e 3% de Letras, sendo que 2% não responderam.

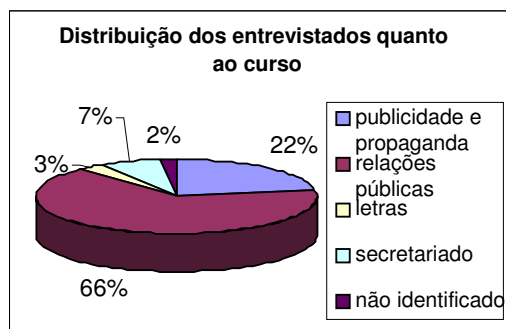


FIGURA 2

Os resultados obtidos na pesquisa demonstraram que 66% dos entrevistados revelaram não assistir à TV UCSal, ou seja, a grande maioria dos alunos não tem acompanhado a sua programação. Dos 33% que afirmaram ter assistido à programação da TV UCSal, 76% o fizeram na própria casa, 18% na casa de amigos e 6% na casa de familiares.

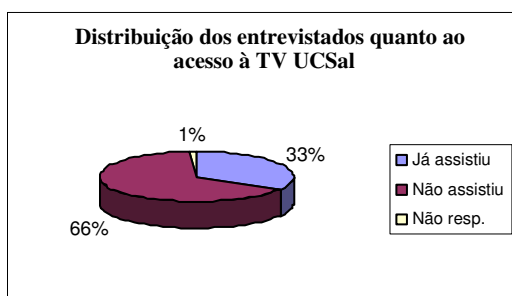


FIGURA 4

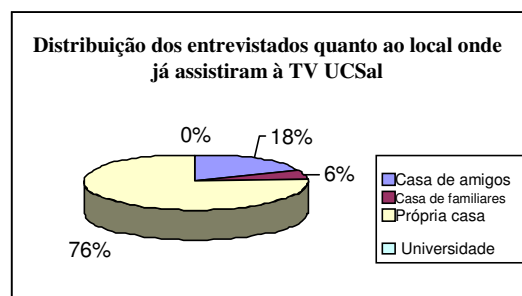


FIGURA 5

Nos depoimentos tomados durante a aplicação dos questionários, vários entrevistados comentaram que, pelo fato de a TV Universitária ser transmitida em canal de TV a Cabo, e a maioria dos alunos não dispor do sistema, como também em razão de a Universidade não disponibilizar pontos da operadora NET, transmitindo o referido canal, há dificuldade em ter acesso ao mesmo por estes alunos, restringindo, portanto, uma maior abrangência da audiência da TV e por consequência a sua visibilidade.

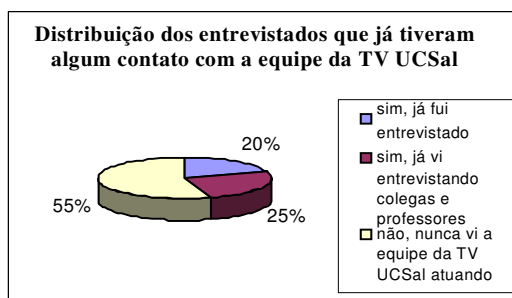


FIGURA 6

Quanto à visibilidade da atuação da equipe da TV UCSal, pode-se constatar que 55% dos alunos entrevistados informaram nunca ter visto a equipe da TV atuando, 25% já viram entrevistas sendo feitas a colegas e professores e 20% já foram entrevistados.

Esses dados são importantes porque demonstram que, mesmo quando a TV UCSal está trabalhando na realização de filmagens, entrevistas ou outras atividades, as pessoas não sabem identificá-la, pois não existe nenhuma informação visual indicando que aquela equipe está a

serviço da TV UCSal. Apesar de ser uma produtora terceirizada que realiza este tipo de trabalho, a equipe poderia utilizar coletes, crachás ou cubos para o microfone com a marca e o nome da TV UCSal. A falta desses recursos afeta a sua visibilidade.

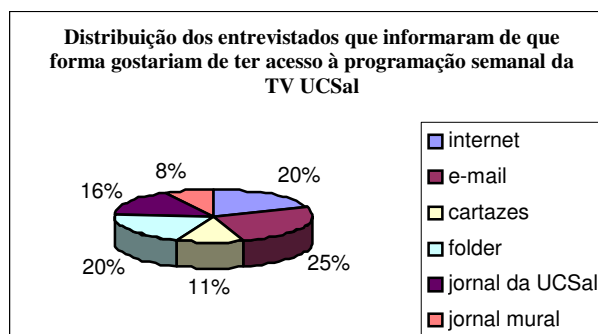


FIGURA 7

Os alunos entrevistados colocaram que gostariam de ter acesso à programação semanal da TV UCSal da seguinte forma: 25% por e-mail, 20% folder, 20% Internet, 16% jornal da UCSal, 11% através de cartazes e 8% jornal mural.

Muito embora tenham sido ofertadas aos entrevistados seis opções diferentes sobre as formas de acesso à programação, não houve evidência de um meio que pudesse ser padrão. Portanto a TV UCSal pode utilizar os instrumentos mais baratos para a sua divulgação, por exemplo, uma coluna no jornal mensal da Universidade, UCSal Notícias, ou ainda mala direta para os e-mails constantes no banco de dados da Instituição. Quanto ao jornal mural, que obteve a menor frequência, sua baixa votação pode ser explicada devido ao excesso de murais que o Campus da Lapa possui.

Quanto aos entrevistados que informaram o que gostariam de ver na TV UCSal, a pesquisa demonstrou que 50% preferem coberturas de eventos promovidos por alunos e professores da UCSal, 21% gostariam de ver entrevistas com profissionais das áreas de interesse, 10% entrevistas com alunos e programas de entretenimento e 9% entrevistas com professores. 0% outros.

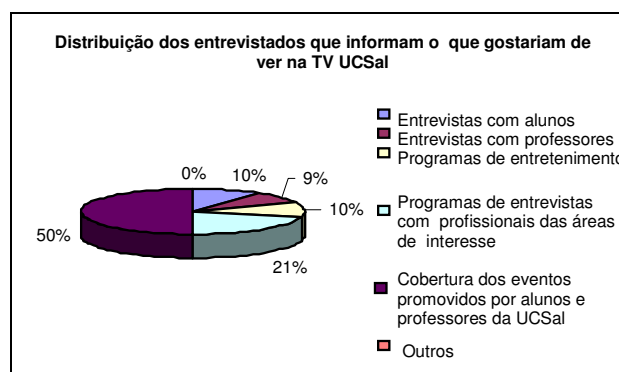


FIGURA 8

Dentre os alunos entrevistados, 87% informaram não conhecer as formas de participação na TV UCSal. Dos 13% que informaram conhecer, 61% seriam através de indicação de eventos, 31% através de entrevistas e 8% através do serviço de locação das fitas produzidas pela TV.

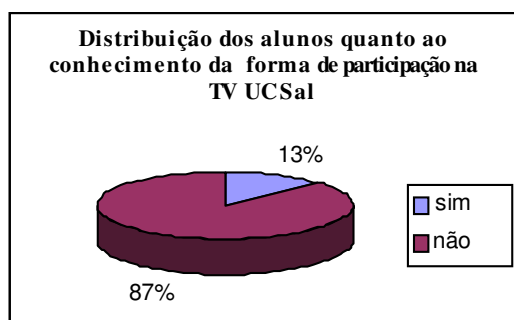


FIGURA 9

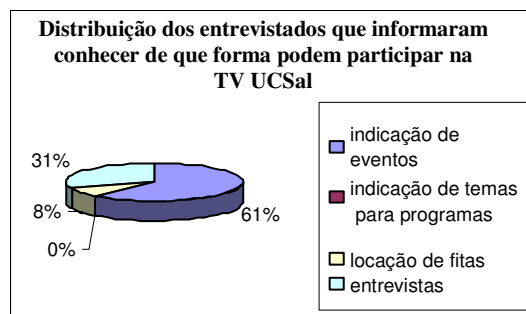


FIGURA 9.1

Segundo a coordenação da TV UCSal, os alunos podem solicitar a presença da equipe da TV em eventos que estes estejam organizando, sugerindo, assim, temas para a programação, cabendo, entretanto, à coordenação decidir se terá condições de atender à solicitação ou não. Dependerá da relevância do evento, do que vai ser abordado, etc. É interessante ressaltar que os alunos desconhecem essa possibilidade, como podemos observar no gráfico 9.1.

Dos entrevistados, 34% possuem TV por assinatura, sendo que, destes, quase 64% são assinantes da operadora NET, tendo acesso direto ao Canal Universitário. Este é um público que poderia ser mais estudado, pois, mesmo tendo a possibilidade de assistir, não o faz. Seria interessante saber por quais motivos e, se acaso assistem freqüentemente, estes podem ajudar a identificar qual o perfil deste público. (GRÁFICO 11)

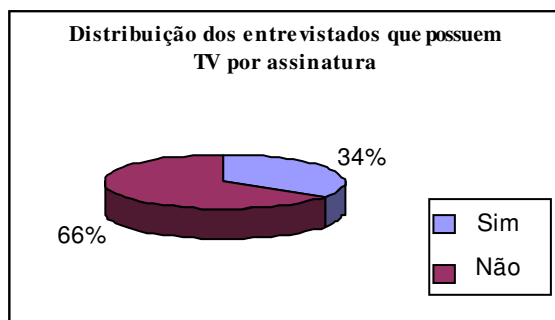


FIGURA 11

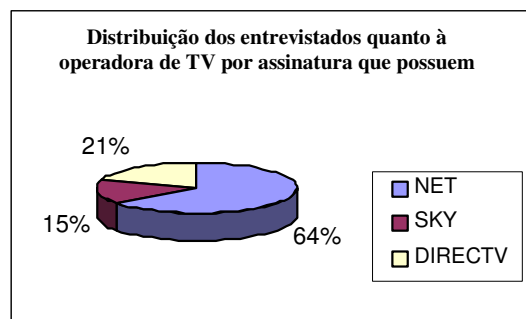


FIGURA 12

Características do entrevistado que possui TV a Cabo

Dos 34% dos entrevistados que possuem TV a Cabo, 55% têm assinatura num tempo maior que um ano e menor que cinco anos, 24% num período maior que cinco anos e 15% possuem assinatura recentemente, ou seja, inferior a seis meses.

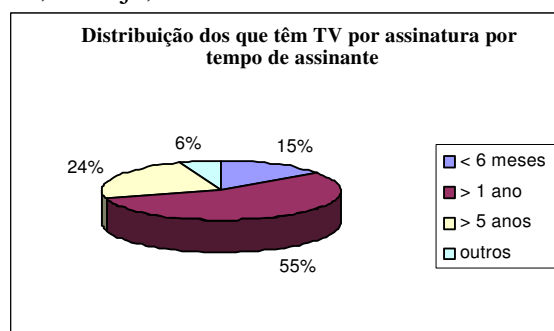


FIGURA 13

Foi constatado que 64% dos 34% que possuem TV a Cabo são assinantes da operadora NET. Considerando-se o percentual de 79% dos assinantes que assistem à TV Universitária ser maior que 64% dos assinantes da NET (única operadora que transmite o Canal Universitário), conclui-se, portanto, que esses 15% de diferença, mesmo não possuindo a assinatura da NET, acompanham a TV Universitária.

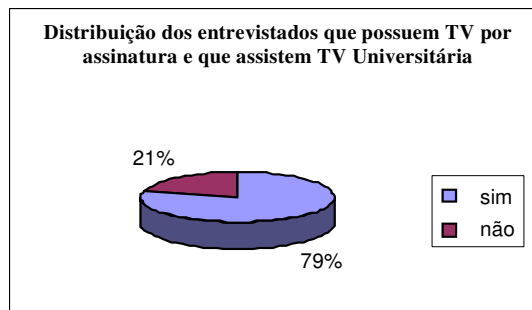


FIGURA 14

Durante a aplicação da pesquisa, alguns entrevistados, que não possuíam a assinatura da operadora Net, disseram acompanhar a programação da TV Universitária pela assinatura do condomínio, em casa de parentes e por outros meios.

Dos alunos da UCSal assinantes de TV a Cabo NET que afirmaram assistir à programação da TV Universitária, 48% disseram assistir mais à TV UCSal, 30%; à TV UFBA; 11%, à TV UNIFACS, 7%; à TV UNEB e 4% não opinaram.

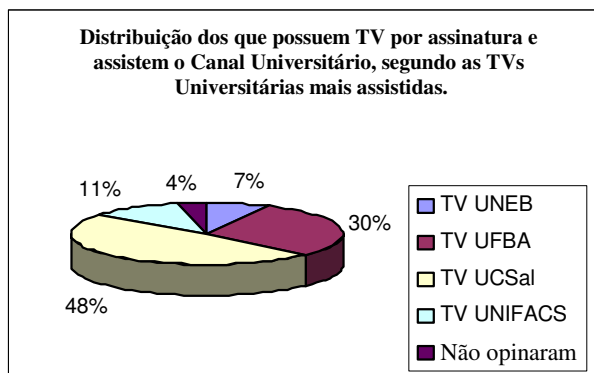


FIGURA 15

Este resultado pode refletir a preferência pela programação devido à identidade do aluno com sua Universidade, à maior afinidade com a programação, ou ainda devido ao horário de transmissão da programação ser de melhor acessibilidade para estes alunos. Esses dados demonstram à TV UCSal que ela pode enfatizar, durante a divulgação da programação, o apelo emocional aos discentes, para que estes despertem um interesse contínuo pela TV. Apesar dos horários de transmissão sempre alternarem com as TVs das outras universidades, ela pode fazer um planejamento e divulgar com antecedência quais serão os programas e em quais horários serão exibidos, para que os telespectadores não se sintam desorientados com relação ao horário de transmissão da TV UCSal.

Investigando as razões pelas quais os entrevistados assistem ao Canal Universitário (79% dos alunos afirmaram assistir) 44% destes declararam que a razão de assistir a ele é devido à maior participação dos alunos na TV. As outras razões apontadas foram: programação, com 15%, qualidade das entrevistas, com 11%, diversidade de informações e cobertura dos eventos, ambos com 7%. Muitos dos entrevistados que tinham afirmado assistir ao Canal Universitário não opinaram.

Durante a aplicação do questionário, alguns depoimentos expressaram não achar a TV Universitária democrática, o que vai de encontro à sua filosofia, conforme pode ser lido nestas falas: “Não acho democrática...”, “É uma TV muito fechada...”, “Só transmite o que interessa à Universidade”. (GRÁFICO 16)

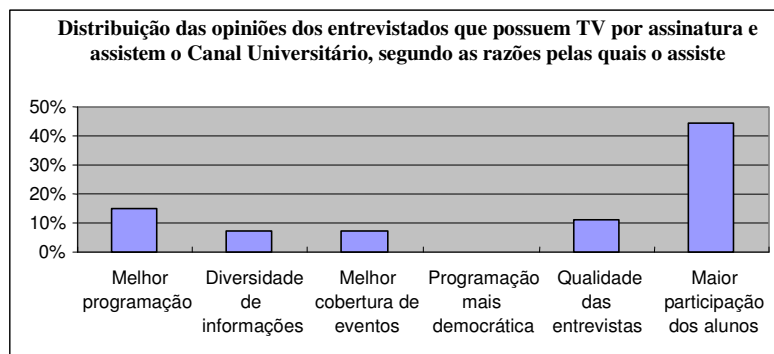


FIGURA 16

Características do entrevistado que possui TV por assinatura e assiste à TV UCSal

Dos 79% dos entrevistados que possuem TV por assinatura NET e que afirmaram assistir ao Canal da TV Universitária, 48% assistem à TV UCSal, com as seguintes frequências apresentadas (VER GRÁFICO 17): 46% informaram assistir a ela uma vez por semana; 31%, uma vez por mês; 15%, mais de uma vez por mês; 8%, uma vez por dia, sendo que ninguém informou assistir mais de uma vez por dia ou mais de uma vez por semana.

A TV UCSal é veiculada durante quatro horas diárias, divididas em quatro blocos de 60 minutos cada um. O mesmo programa é transmitido durante essas quatro horas diárias e durante duas semanas, como ocorre com as TVs UNIFACS, UNEB e UFBA. Entretanto a UCSal é a única que não subdivide seus blocos de 60 minutos em vários programas, transmitindo apenas um único programa com um único tema, como, por exemplo, uma palestra veiculada durante uma hora. Assim, os entrevistados que informaram assistir uma vez por dia à TV UCSal, com certeza assiste ao mesmo programa durante a semana. Essa informação fornece base para responder o porquê da opinião dos entrevistados quanto à programação repetitiva.

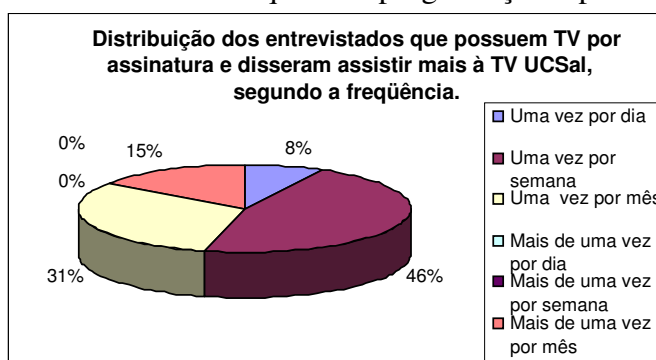


FIGURA 17

Alguns entrevistados emitiram mais de uma opinião sobre características da programação, e, dentre elas, destacou-se com 69% a opinião de que o conteúdo da programação é repetitivo. Na sequência, aparecem os seguintes indicadores: 31% opinaram que a programação oferece poucas opções, 15% declararam que a linguagem é clara e adequada, e 8% julgaram que a programação tem caráter importante para a formação universitária.

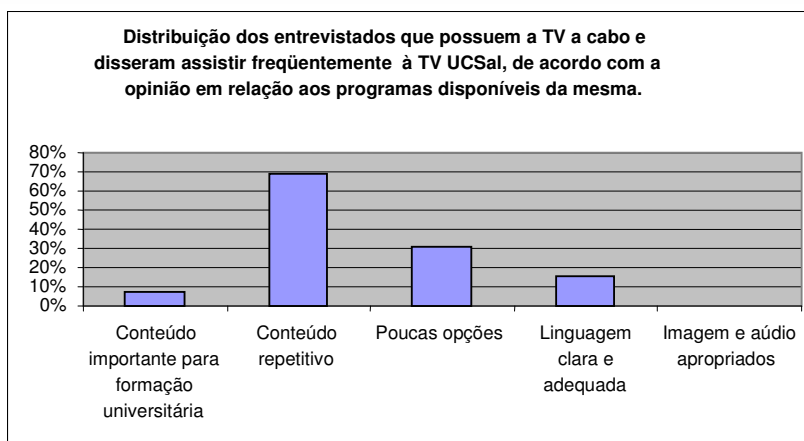


FIGURA 18

Das pessoas entrevistadas que possuem TV a Cabo e afirmaram assistir freqüentemente à TV UCSal, 54% disseram não recomendar a sua programação, o que sugere insatisfação destas com relação à mesma.

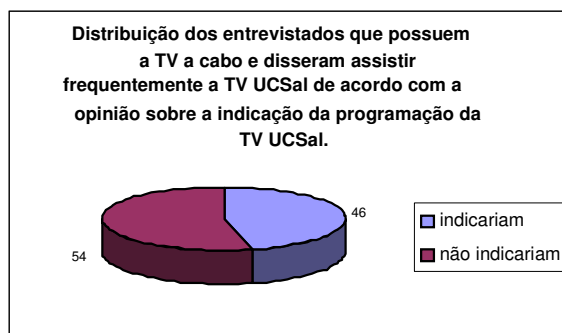


FIGURA 19

Uma das características levantadas pela pesquisa que pode ter interferido no fato de 54% dos entrevistados (que possuem a TV a Cabo e que disseram assistir com freqüência à TV UCSal) não recomendarem a sua programação é que estes consideram o conteúdo exibido pela TV repetitivo e de pouca importância para a formação acadêmica.

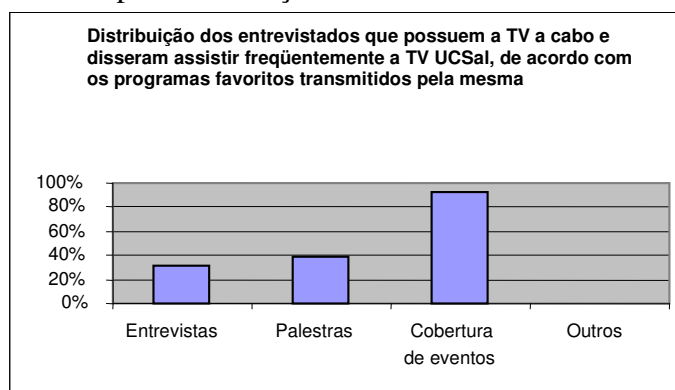


FIGURA 20

Com relação aos programas preferidos pelos entrevistados, foram obtidas respostas múltiplas. Dos entrevistados que disseram assistir com freqüência à TV UCSal, 92% têm como programa favorito as coberturas de eventos, 38%, palestras e 31%, entrevistas. A grande maioria dos alunos que responderam esta questão tem mais de uma preferência de programação, sendo a cobertura de eventos nitidamente a mais indicada. (VER GRÁFICO 20)

CONCLUSÃO

Neste trabalho, podemos concluir que a TV UCSal ainda não atinge o objetivo que as TVs Universitárias se propõem. Durante a pesquisa, percebemos uma reação negativa pelos alunos em tecer uma opinião sobre a TV UCSal, alegando um desconhecimento sobre o assunto, e aqueles que responderam conhecê-la, disseram que a TV não atinge em sua amplitude o seu público-alvo, devido a problemas no corpo técnico ou à falta de medidas que facilitem a inserção dos docentes e discentes na estruturação de sua produção.

É notório que um dos problemas da TV UCSal é a falta de comunicação interna (TV UCSal x comunidade acadêmica), pois não existe nenhuma forma de divulgação na Universidade sobre a existência da TV. Mas essas dificuldades de estruturação, sejam elas no que tange à qualidade ou à sua divulgação, não se restringe à TV UCSal, pois, analisando as outras TVs do Canal Universitário de Salvador, percebemos que estas convivem com problemas semelhantes. É preciso ressaltar que o CNU tem pouco mais de dois anos de nascitura.

A TV UCSal pode ser um meio de comunicação eficiente, capaz de atingir toda a comunidade acadêmica interessada em estar obtendo informações sobre assuntos de interesses comuns. O principal passo, para que os discentes tenham acesso à TV UCSal, é que a Universidade disponibilize em pontos estratégicos de todos os Campi telões, transmitindo o Canal da TV Universitária. Entretanto é fundamental que a sua programação se torne mais dinâmica e variada, como foi explicitado na pesquisa, para que os alunos se interessem em assistir à TV UCSal.

Com isso, é necessário discutir de forma urgente uma nova configuração para a TV UCSal, como participante do Canal Universitário, pois já é sinalizado seu potencial como eficiente veículo de comunicação da Universidade com a sociedade, mas carecendo de mudanças pontuais em sua configuração que devem levar em conta a filosofia da Universidade e o seu papel na sociedade.

REFERÊNCIAS

PORCELLO, Flávio Antonio Camargo. **TV Universitária: Limites e Possibilidades**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002. 146p.

RAMALHO, Auzimar Rodrigues. A TV Universitária como Instrumento de Difusão da Cultura Regional. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em 25 de mar. 2004.

REDE BRASIL. **O Desafio da TV Pública** uma Reflexão Sobre Sustentabilidade e Qualidade. Rio de Janeiro: Editora Nacional Ltda., 2003. 128p.

SILVA, André M. Ponto Gonçalves. **Propaganda Aplicada à TV Universitária**. 2002. 98 f. Monografia (Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda) - Universidade do Sul de Santa Catarina. Santa Catarina, 2002.

TAVARES, Rogério, Universidade e Televisão. Disponível em <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em 25 de mar. 2004.