

A Pesquisa Eleitoral como Metodologia Formativa, Participativa e Sistêmica para a Transformação no Ensino Extensionista¹

Celia Maria Retz Godoy dos SANTOS²

Maria Eugênia PORÉM³

Raquel CABRAL⁴

Roseane ANDRELO⁵

Tamara GUARALDO⁶

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)

Resumo

O período eleitoral é um desafio para as universidades, que devem promover o diálogo em meio à polarização e desinformação. As instituições precisam reafirmar seu papel como espaços de pluralidade, incentivando a convivência e o respeito à diversidade de opiniões. A pesquisa de opinião realizada pelo curso de Relações Públicas da Unesp, analisada neste trabalho, visou entender os meios de informação utilizados pela população de Bauru nas eleições de 2024, socializando os dados via debates televisivos. Esta ação foi conduzida por docentes e membros da Empresa Júnior de Relações Públicas em parceria com a TV Unesp, num processo que buscou democratizar o acesso à informação e minimizar a desinformação, além de fortalecer a relação entre a universidade e a comunidade. Essa experiência educativa promove um aprendizado significativo, permitindo que educadores e alunos construam conhecimento juntos, contribuindo para uma cidadania ativa.

Palavras-chave

Pesquisa eleitoral; extensão e ensino de relações públicas.

O período eleitoral é um momento crucial para a democracia, mas também representa um desafio intensificado para as universidades em sua missão de dialogar

¹ Trabalho apresentado na Sessão Temática: Ensino, pesquisa e práticas de comunicação organizacional na sociedade de risco, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Livre-docente em Pesquisa de Opinião pela Unesp. Email: celia.retz@unesp.br

³ Doutora em Educação e pos doutorado em Comunicação. Email: maria.porem@unesp.br

⁴ Doutora em Comunicação e pos doutorado em ciência da comunicação. Email: raquel.cabral@unesp.br

⁵ Livre-docente em Letramento Midiático pela Unesp. Email: Roseane.andrelo@unesp.br

⁶ Doutora em Ciência da Informação. Email: tamara.guaraldo@unesp.br

com a sociedade. Em um contexto marcado pela polarização, desinformação e discurso de ódio, as instituições de ensino superior enfrentam a tarefa de se posicionar como espaços de reflexão crítica e promoção do conhecimento, ao mesmo tempo em que lidam com as pressões externas e internas que podem comprometer essa função.

As universidades, tradicionalmente vistas como centros de debate e pluralidade de ideias, precisam encontrar formas de promover a convivência pacífica e o respeito à diversidade de opiniões. Isso requer um esforço consciente para criar ambientes que incentivem a escuta ativa e o debate saudável, evitando que as vozes extremistas se sobreponham às discussões fundamentadas. Além disso, a desinformação se tornou uma realidade alarmante, especialmente nas redes sociais, mas quais as informações falsas podem se espalhar rapidamente. As universidades têm um papel fundamental na promoção da alfabetização midiática e na capacitação de seus alunos e da comunidade em geral para discernir entre informações verídicas e enganosas. Isso implica não apenas em oferecer cursos e workshops, mas também em engajar-se ativamente na produção e disseminação de informações precisas e baseadas em evidências. E a pesquisa de opinião e de intensão de voto é uma dessas vertentes.

O discurso de ódio, por sua vez, representa um desafio ético e moral. As universidades devem ser proativas na condenação de qualquer forma de discriminação e violência verbal, promovendo uma cultura de respeito e inclusão. Isso pode ser feito por meio de campanhas de conscientização, eventos que celebrem a diversidade e políticas extensionista e de práticas pedagógicas que possam dialogar com a sociedade durante períodos eleitorais. Para enfrentar a polarização e a desinformação, as instituições precisam reafirmar seu compromisso com a educação crítica, a promoção do respeito e a busca por informações que possam ajudar a ampliar este novo conhecimento via pesquisa de opinião.

Neste contexto, e considerando o papel das ações extensionistas na área de Relações Públicas, surge a questão: como promover um debate eleitoral qualificado na universidade e, ao mesmo tempo, estabelecer um diálogo efetivo com a sociedade? A proposta deste trabalho é refletir sobre uma pesquisa de opinião realizada pelo curso de Relações Públicas da Unesp (Universidade Estadual Paulista

“Júlio de Mesquita Filho”) voltada a compreender os meios de informação que a população bauruense utilizou durante as eleições municipais de 2024. E, mais que isso: educar e capacitar os estudantes a lerem a realidade e agirem para transformá-la, articulando o contexto social e político com a comunidade acadêmica.

A proposta buscou desenvolver uma pedagogia comprometida com a melhoria das condições de vida das populações próximas as universidades, proporcionando aos educandos uma compreensão crítica do mundo. Conhecer a realidade eleitoral de Bauru, às vésperas das eleições, por meio de uma pesquisa de intenção de voto e da divulgação de seus resultados na TV Unesp, não foi uma ação ingênua ou superficial, mas sim um compromisso da universidade, dos estudantes de Relações Públicas e dos comunicadores da emissora em criar condições, mesmo que modestas, para alimentar o diálogo político com a sociedade e entre os estudantes. A apreensão do mundo é um processo educativo que depende da interação entre educadores e educandos, que buscam temas relevantes e significativos. Assim, os docentes convidaram os membros da empresa júnior de Relações Públicas da Unesp para realizar a pesquisa junto aos eleitores de Bauru, com o intuito de compreender o nível de percepção deles sobre o contexto em que vivem.

O ponto de partida para essa construção de conhecimento foi fazer com que os estudantes se familiarizassem com seu território, seu espaço de convivência, trabalho e relações sociais. Isso permitiu que desvendassem o universo político e realizassem as ações necessárias para desenvolver uma pesquisa de intenção de voto que trouxesse mais transparência ao processo eleitoral da cidade. Conforme Paulo Freire (1987), educadores e educandos se aproximam das questões que os afligem e da realidade que os oprime, buscando alternativas de transformação. Foi exatamente isso que realizamos com a pesquisa eleitoral, na qual cada participante contribuiu com seus conhecimentos e experiências, visando à sociedade e à necessidade de um projeto político-pedagógico voltado para a extensão e a formação de uma cidadania ativa e transformadora.

O trabalho, caracterizado como um relato de experiência, traz a pesquisa quantitativa realizada pela RPJúnior, atuando como uma "ponte" entre a sociedade e a universidade. Os estudantes foram responsáveis pela coleta, tabulação e análise

dos dados, que foram posteriormente exibidos na TV Unesp. Os docentes e monitores orientaram a elaboração do instrumento de coleta (questionário) e a amostragem, que foi estratificada por área, faixa etária e gênero dos eleitores, totalizando 325 entrevistados (erro estimado de ± 5 pontos percentuais para mais ou para menos sobre confiabilidade de 95,5%).

As pesquisas eleitorais têm como objetivo ajudar os eleitores a identificarem quem é o favorito na corrida eleitoral e auxiliar candidatos e partidos a compreenderem a opinião pública sobre suas candidaturas e mandatos. Dentre suas metodologias as mais comuns são as de intenção de voto, que questionam os eleitores sobre suas preferências, as de opinião, que abordam a percepção dos eleitores sobre candidatos, propostas de campanha e outros temas; os estudos de rejeição, clivagem e do eleitorado, que analisam características demográficas como idade, renda, educação e gênero a as sondagens de *exit polls*, que estimam os resultados eleitorais com base nos votos apurados no dia da eleição (Babbie, 1999).

Neste caso realizou-se a pesquisa de Intenção de Votos, para compreender qual candidato ou partido tem a maioria do apoio, com o objetivo de ajudar os eleitores a decidirem em quem votar e entender melhor como eles se sentem sobre questões específicas: como se informam sobre as eleições, sobre as propostas de campanha ou o desempenho dos candidatos e em que meios e com que frequência fazem isso. Sua execução pela RPJúnior, teve como foco intensificar o aprendizado dos alunos sobre este tipo de ação, a fim de ampliar a cultura de gestão autônoma das juniores, mesmo amparadas por professores orientadores, além de trazer para a comunidade um retrato importante da opinião dos eleitores.

A escolha do método considerou a informação que se pretendia levantar (dados quantitativos amostrais), o número de eleitores (282.602) da cidade de Bauru e a segmentação da zona urbana em cinco setores ou áreas –com um sorteio probabilístico de subáreas e entrevistas nas residências com uma cota proporcional de gênero e de faixa etária (33% de 16 a 34 anos; 35% de 35 a 59 anos; e 33% de 60 anos ou mais), segundo o TSE, 2024. Os métodos utilizados seguiram as especificidades técnicas da metodologia científica, tanto nos procedimentos estatísticos amostrais como na escolha das técnicas mais adequadas à sondagem

desejada. Essa parceria aluno-educador permitiu verificar a visão não só dos eleitores da cidade, mas dos estudantes executores sobre a situação problematizada fazendo-os perceber a necessidade de adquirir outros conhecimentos, para entender melhor o contexto. O processo de construção do conhecimento, parte sempre de temas relacionados a cultura do educando e da compreensão inicial que este tem do problema, para que, por meio do diálogo e da experiência a relação entre educandos e educadores, vá se ampliando e constituindo outros conhecimentos.

Portanto, a pesquisa de opinião pode ser considerada como uma ferramenta imprescindível para a democratização do acesso à informação, visto que minimiza a desinformação e a manipulação dos cidadãos e proporciona mais liberdade de expressão aos diferentes segmentos de eleitores, muitos raramente ouvidos e marginalizados. Também para os alunos de comunicação que executaram a pesquisa, este processo proporcionou enorme empoderamento na forma de estabelecer julgamentos sobre aquilo que os cerca. Trocar opiniões é a forma mais básica de estabelecer relações com os seres humanos, pois elas são o denominador comum responsável por reger os interesses, gostos e demandas. Servem para se expressar, criar laços, oferecer pontos de vista, enaltecer o que gostam, tentar mudar e ajudar na gestão dos relacionamentos: foco das relações públicas.

Fica fácil perceber a importância desta proposta, seja para o aprendizado do fazer, para divulgar no portfólio de serviços prestado pela RP Júnior a comunidade ou ainda para o amadurecimento intelectual de todos os envolvidos no processo, já que a confecção de uma pesquisa de opinião é muito mais do que se obter dados, é preciso saber interpretar o que é dito, as motivações para isso e os ambientes em que essas opiniões estão inseridas. As autoras desta experiência didática pedagógica relatam que na formação de profissionais de Relações públicas já adotam, como uma possibilidade de ruptura com o ensino tradicional, metodologias problematizadoras, fundamentadas na contextualização da realidade dos educandos, em suas relações com o mundo, as quais esse apoiam na extensão a comunidade e na relação dialógica.

Referências

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

BARBIE, Earl. *Métodos de pesquisas de survey*. Belo Horizonte: UFMG, 1999