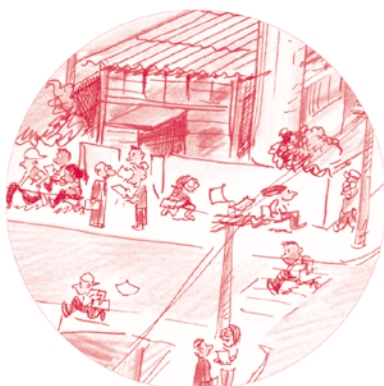




NOSSA ESCOLA PESQUISA SUA OPINIÃO

MANUAL DO PROFESSOR

3ª Edição



global
EDITORA

AÇÃO DO IBOPE PELA EDUCAÇÃO **instituto**
paulo montenegro

© Instituto Paulo Montenegro, 2009
3ª edição, Global Editora, São Paulo 2010

GLOBAL EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA.
DIRETOR-EDITORIAL: Jefferson L. Alves
GERENTE DE PRODUÇÃO: Flávio Samuel
COORDENADORA-EDITORIAL: Dida Bessana
ASSISTENTES DE PRODUÇÃO: Emerson C. Santos e Jefferson Campos
ASSISTENTE-EDITORIAL: Tatiana F. Souza
REVISÃO: Rodnei William Eugênio
CAPA: Sergio Kon sobre desenho de Ricardo Sanzi

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Nossa escola pesquisa sua opinião : manual do professor / editores
Ana Lucia D'Império Lima... [et al.]. – 3. ed. – São Paulo: Global, 2010.

Outros editores: Fabio Montenegro (in memoriam), Marilse Araujo
e Vera Masagão Ribeiro.
ISBN 978-85-260-1513-5

1. Educação – Opinião pública. 2. Opinião pública – Pesquisas. 3.
Pesquisa educacional. I. Lima, Ana Lucia D'Imperio. II. Montenegro,
Fabio. III. Araujo, Marilse. IV. Ribeiro, Vera Masagão.

10-08608

CDD-370.72

Índices para catálogo sistemático:

1. Escolas : Pesquisa de opinião : Educação 370.72
2. Pesquisa de opinião : Escolas : Educação 370.72

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO

Al. Santos, 2 101, 9ª andar
01419-002 São Paulo SP
tel.: (11) 3066-1758
ipm@ibope.com.br
www.ipm.org.br

Direitos reservados a

GLOBAL EDITORA E DISTRIBUIDORA LTDA.
R. Pirapitingui, 111, Liberdade
01508-020 São Paulo SP
tel.: (11) 3277-7999
fax: (11) 3277-8141
global@globaleditora.com.br
www.globaleditora.com.br



Colabore com a produção científica e cultural.
Proibida a reprodução total ou parcial desta obra sem a autorização do editor.

Nº de Catálogo: **2356**

REALIZAÇÃO: **Instituto Paulo Montenegro**

COORDENAÇÃO GERAL: **Ana Lucia D'Império Lima**

COORDENAÇÃO PEDAGÓGICA: **Ação Educativa – Marilse Araujo**



MANUAL DO PROFESSOR

EDITORES: **Ana Lucia D'Império Lima, Fabio Montenegro (*in memoriam*), Marilse Araujo e Vera Masagão Ribeiro**

EDIÇÃO DE ARTE: **Sergio Kon**

CONSULTORES: **Alexandre Fortes, Ana Lagôa, Ariovaldo Umbelino de Oliveira, Carlos Seabra, Celi Aparecida Espasandin Lopes, Célia Maria Benedicto Giglio, Flávia Inês Schilling, Fernando Valentim, José Carlos Cacau Lopes, Luiz Percival Leme Britto, Márcia Abreu, Marco Antônio Souza Aguiar, Paulo Fontes**

EDIÇÃO DE TEXTO: **Marcia Cavallari Nunes, Marilse Araujo, Renato Nascimento, Thais Bernardes e Vera Marchesi**

REVISORES: **Fabiana Freitas, Fernanda Cury e Marisa Villi**

REVISÃO FINAL: **Edméa Garcia Neiva**

ILUSTRAÇÕES: **Ricardo Sanzi**

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO

PRESIDENTE: **Desirée Saade Montenegro**

VICE-PRESIDENTE: **Solange Maria Saade Montenegro**

DIRETORES: **Amélia Regina Caetano Bayoud, Flavio Luiz Seabra Ferrari e Nelsom Marangoni**

DIRETORA-EXECUTIVA: **Ana Lucia D'Império Lima**

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	9
SOBRE O MANUAL	11
 PARTE 1	
O VALOR EDUCATIVO DA PESQUISA DE OPINIÃO	15
O espaço da pesquisa na escola	17
A escola como produtora de conhecimento	25
A relevância social da opinião pública e da pesquisa	31
 PARTE 2	
COMO FAZER PESQUISA DE OPINIÃO NA ESCOLA	45
Apresentação	47
A pesquisa no plano pedagógico	50
Planejamento do projeto de pesquisa	51
Propondo ações de intervenção a partir dos resultados da pesquisa	91
Avaliação	92
 CONGRESSO IBOPE UNESCO	98
SITES DE INTERESSE	101

APRESENTAÇÃO

UM NOVO DESAFIO PARA UMA TRADICIONAL INSTITUIÇÃO

Fundado em 1942, o IBOPE é o mais antigo instituto de pesquisa de mercado da América Latina. Seu produto é a informação usada como instrumento de orientação do processo decisório de seus clientes. No Brasil, o IBOPE é o maior e mais diversificado fornecedor de informações para apoiar decisões de marketing, propaganda, mídia e internet nas esferas empresarial e política.

Criado em 2000, o Instituto Paulo Montenegro é uma entidade sem fins lucrativos destinada a executar projetos sociais na área de Educação. Sua criação é consequência direta do engajamento que o IBOPE tem em ações sociais desde sua fundação.

O objetivo do Instituto é desenvolver e disseminar práticas educacionais inovadoras, contribuindo para que o sistema educacional nos países em que atua alcance novos patamares de qualidade. Uma de suas prioridades é ajudar a renovar o papel formador da escola pública na comunidade em que está inserida, reforçando seu poder de atração, de agrupamento e de liderança no cotidiano de alunos, pais e professores.

Estrategicamente, o Instituto Paulo Montenegro procura atuar em parceria com outras entidades afins na área de Educação, para ampliar o alcance dos programas. Dessa forma, evita a superposição de funções e aproveita melhor os recursos disponíveis para cada ação.

Em 2000, o Instituto desenvolveu seu primeiro programa, em parceria com a organização não governamental Ação Educativa, ao investigar como a pesquisa de opinião poderia ajudar a melhorar a qualidade do ensino. Especialistas em Educação e professores foram reunidos em um seminário, para desenvolver a versão preliminar de um *Manual* sobre o valor educativo da pesquisa. Em seguida, foi feito um projeto-piloto, para testar o uso pedagógico da pesquisa de opinião em escolas públicas do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Os resultados desse programa, batizado de Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião e atualmente mais conhecido por sua sigla, Nepso, evidenciaram sua abrangência e seu potencial inovador. O uso da

pesquisa de opinião nas salas de aula contribui para múltiplos objetivos educacionais. A pesquisa pode encaixar-se em todas as disciplinas, dinamizar o trabalho desenvolvido pelas escolas, motivar e beneficiar alunos e professores e desenvolver a consciência cidadã da comunidade.

O lançamento desta terceira edição do *Manual*, dirigido a professores e alunos, celebra dez anos do programa Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião em escolas do Brasil, da Argentina, do Chile, da Colômbia, do México e de Portugal.

CARLOS AUGUSTO MONTENEGRO
PRESIDENTE DO IBOPE

DESIRÉE SAADE MONTENEGRO
PRESIDENTE DO INSTITUTO PAULO MONTENEGRO



SOBRE O MANUAL

Este *Manual* foi desenvolvido como um instrumento de trabalho do programa Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião, cujo objetivo é disseminar o uso da pesquisa de opinião como estratégia pedagógica em escolas da rede pública.

Na primeira parte, expõe-se a fundamentação da proposta, ou seja, discorre-se sobre o potencial educativo de projetos de pesquisa que envolvam docentes e estudantes. Evidencia-se como um programa dessa natureza pode propiciar aprendizagens significativas, que vêm ao encontro das orientações curriculares mais atuais para a educação escolarizada. Nessas orientações curriculares, afirmam-se princípios como o da contextualização de conteúdos, integração de disciplinas, valorização da iniciativa e autonomia dos jovens, cidadania e participação.

Entretanto, todos os educadores sabem que não é nada fácil concretizar tais princípios na prática cotidiana da escola. Sem pretender responder de forma completa e definitiva a esse enorme desafio educacional, o *Manual* mostra como a realização de pesquisas de opinião pode constituir uma experiência de prática escolar mais coerente com tais princípios, uma possibilidade de inovação do trabalho pedagógico.

A segunda parte do *Manual* traz instruções de como desenvolver um projeto completo de pesquisa de opinião, percorrendo todas as suas etapas.

O programa Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião procura responder às necessidades que surgem na prática: incentiva a inovação e o intercâmbio entre educadores e recorre ao apoio de especialistas em pesquisa e nas áreas curriculares do ensino.

O Nepso é um programa do Instituto Paulo Montenegro e conta com a coordenação geral da Ação Educativa. Está presente em várias regiões do Brasil e diversos países da América Latina e em Portugal, por meio de parcerias com universidades e organizações não governamentais que se constituem em Polos regionais, responsáveis pela implementação e pela multiplicação do programa nas escolas e por ações de formação e acompanhamento dos projetos de pesquisa educativa por estas realizados.

Além dos Polos, há também Núcleos parceiros que desenvolvem seus projetos de pesquisa de forma independente, contando com o apoio do Instituto Paulo Montenegro e da Ação Educativa.

CONHEÇA OS POLOS E NÚCLEOS PARCEIROS QUE FORMAM A REDE NEPSO

Polos e Núcleos brasileiros

- Ação Educativa – São Paulo e Bahia
- Estação Ecológica de Águas Emendadas – Ibram – Distrito Federal
- Pontifícia Universidade Católica/PUC-RJ – Rio de Janeiro
- Universidade Federal Rural de Pernambuco/Unidade Acadêmica de Garanhuns e Colégio de Aplicação da UFPE – Pernambuco
- Universidade de Caxias do Sul – Rio Grande do Sul
- Universidade Federal do Paraná – Paraná
- Universidade Federal de Minas Gerais – Minas Gerais

Polos internacionais

- Argentina: IBOPE Medios e Universidade de Quilmes
- Chile: Time IBOPE Chile e Universidad de La Frontera
- Colômbia: IBOPE Medios
- México: IBOPE AGB México
- Portugal: Fundação Vox Populi e Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa

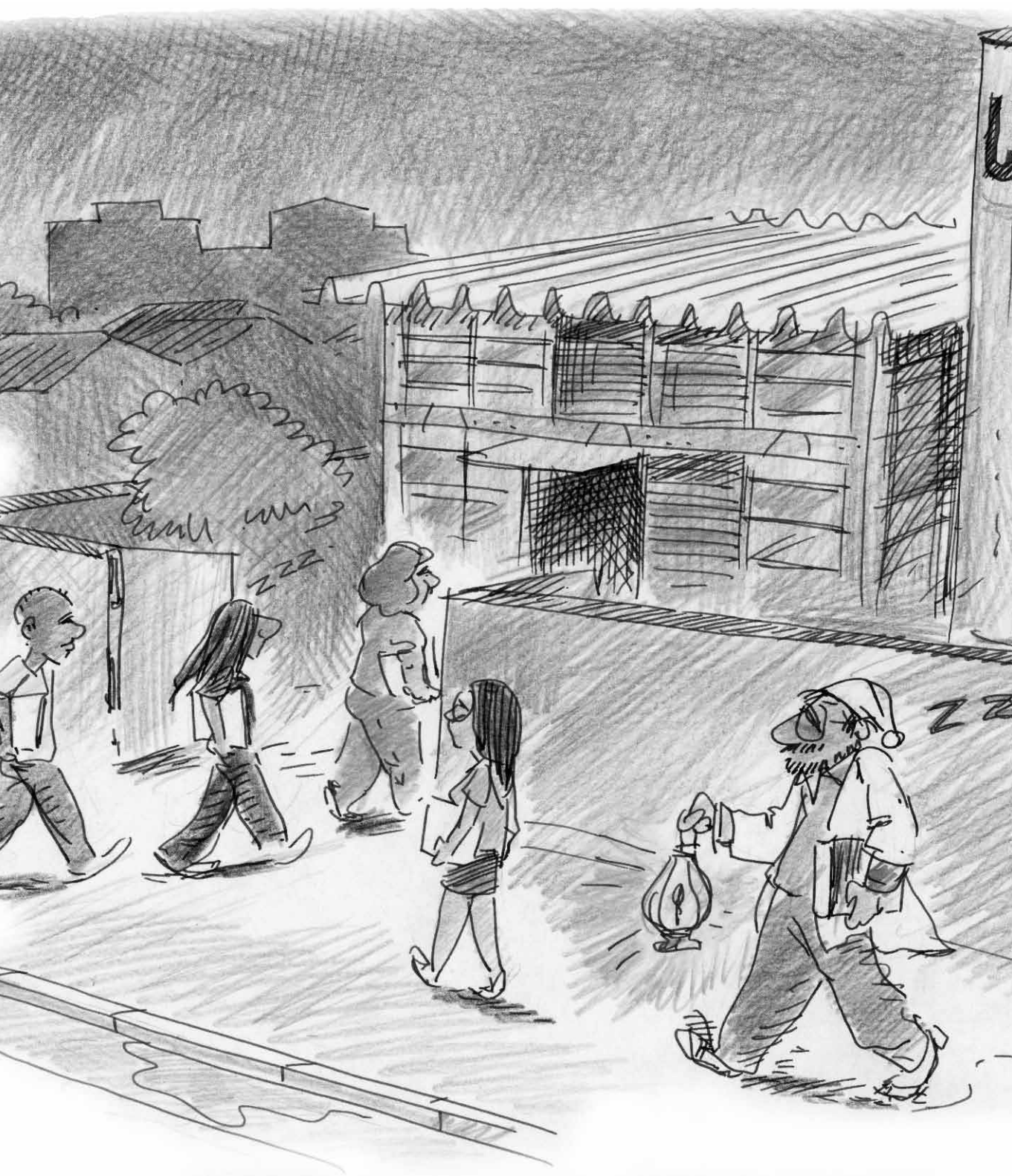
Além deste *Manual*, que fornece orientações básicas e gerais, outros subsídios complementares encontram-se à disposição no site do Instituto Paulo Montenegro – www.ipm.org.br. Nesse site, os interessados também podem encontrar referências sobre escolas e pessoas que desenvolvem pesquisas de opinião com finalidade pedagógica, assim como informações sobre as pesquisas já desenvolvidas nos diversos Polos e Núcleos que coordenam o programa nas diferentes regiões dos países participantes.

Anualmente, um congresso promovido pelo IBOPE em parceria com a UNESCO gera, também, oportunidades de formação e intercâmbio presencial entre docentes e estudantes que fazem pesquisas.

Espera-se que este *Manual* inspire e ajude professores e alunos a realizar projetos de trabalho escolar relevantes, adotando a pesquisa de opinião como ferramenta. Como é uma publicação de dimensões limitadas, certamente deixará muitas questões em aberto. Porém, aqueles que se engajarem na iniciativa terão, certamente, a oportunidade de aprender mais e ir além, integrando uma rede de pessoas que partilham os mesmos objetivos, ou seja, experimentam uma prática pedagógica instigante e trabalham para que a escola ofereça aos alunos educação relevante e mais ajustada às necessidades do mundo contemporâneo.



NOSSA ESCOLA
PELO **SEU** **QUISA**
SUA OPINIÃO





PARTE 1

O VALOR EDUCATIVO DA PESQUISA DE OPINIÃO



— Por que você não apareceu na festa ontem?

— Adivinhe! Tive de ficar tomando conta do meu irmão menor!

O ESPAÇO DA PESQUISA NA ESCOLA

Formar o aluno¹ para o exercício da cidadania, para o trabalho e para continuar aprendendo ao longo da vida. Essas são as orientações curriculares propostas pela UNESCO e que servem de referência a muitos sistemas educacionais.

Ampliar a cidadania é um dos objetivos centrais que devem orientar o trabalho pedagógico. Tal objetivo requer o desenvolvimento de competências e habilidades que permitam entender a sociedade em que vivemos. Entender essa sociedade não como um cenário estático, mas como uma produção dinâmica da humanidade – reconstruída em processo contínuo por todos os indivíduos e grupos humanos. Desenvolver a cidadania é capacitar-se, entre outras habilidades, a avaliar o sentido do mundo em que se vive, os processos sociais e seu próprio papel nesses processos.

Coerente com essa perspectiva, uma proposta curricular deve ter como eixo as seguintes premissas indicadas pela UNESCO.

Aprender a conhecer

No processo educativo, o conhecimento é meio e fim. Meio para compreender o mundo e agir. Fim porque em si já possibilita o prazer do saber (descobrir, compreender, conhecer). Aprender a conhecer permite que a educação se torne um processo de toda a vida, dentro e fora da escola.

Aprender a fazer

As transformações sociais pedem que o processo educativo desenvolva novas habilidades. Elas possibilitam a passagem da teoria para a prática e o trânsito da ciência para a tecnologia e desta para a sociedade.

¹ Ao longo do texto será adotado para referir-se às pessoas o genérico da língua, que é o masculino. Nosso objetivo é facilitar a leitura, mas é importante destacar que estaremos falando sempre de homens e mulheres, moças e rapazes, meninas e meninos.

Aprender a viver

Educar é também preparar para a vida em comum, para a realização de projetos em sociedade e possibilitar a gestão de conflitos de forma dialogada.

Aprender a ser

Outro objetivo da educação deve ser o desenvolvimento total do ser humano, para que ele possa ter pensamento próprio, livre, capaz de realizações individuais e coletivas, como pessoa e como cidadão.

A PESQUISA COMO FONTE DE INFORMAÇÃO

Pesquisar é uma atividade presente em muitas escolas – tanto a pesquisa escolar como a pesquisa sobre a escola. No primeiro caso – orientada por professores e executada por alunos na forma de exercícios escolares – a busca de informações em livros ou em jornais sem dúvida traz bons resultados em termos de geração de conhecimentos e aprendizado. Da mesma forma, também têm sido férteis as pesquisas feitas para estudar o desempenho dos estudantes ou da escola, ou as iniciativas como os censos escolares, que reúnem dados sobre todas as unidades dos sistemas de ensino.



— *Essas aulas são um porre. Do que esse cara fala tanto?*

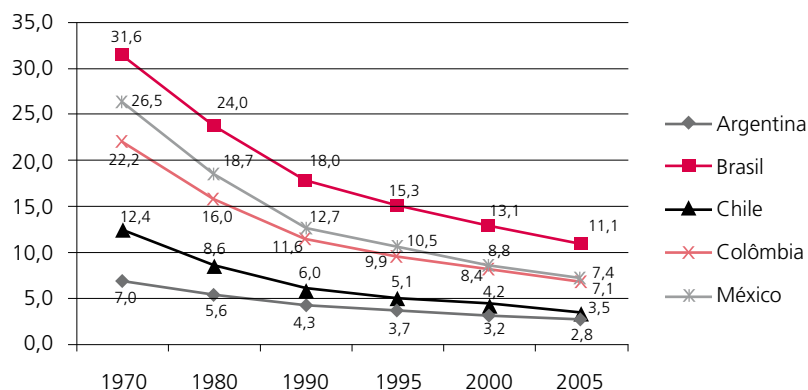
Outra prática também adotada é a aplicação de questionários para identificar o perfil socioeconômico dos alunos e de sua família. Esse tipo de levantamento é sempre muito rico em informações. No entanto, cabe perguntar, para que têm servido esses resultados. Essas iniciativas, embora tragam dados importantes, podem ter alcance limitado se estudantes, mães e pais forem tomados apenas como fontes de informação.

Aprofundar a indagação, envolvendo os estudantes nesse processo – formular questões, aplicar questionários e analisar os resultados, compartilhá-los com outras pessoas e eventualmente propor ações para incidir sobre as temáticas investigadas – é, por sua vez, uma grande possibilidade de aprendizado para todos os participantes. Ampliam-se os temas de interesse, desenvolvem-se habilidades e capacidades, dá-se concretude ao currículo. Não apenas saber quem são as pessoas que participam da escola, mas descobrir o que pensam e por que pensam assim. Essa é uma das maneiras de transformar a pesquisa em fonte de subsídios para a construção de novos conhecimentos.

FAZENDO PESQUISA DE OPINIÃO, APROFUNDAMOS NOSSAS INDAGAÇÕES

No gráfico abaixo, encontramos a taxa de analfabetismo de alguns países da América Latina. Com base neles, podemos refletir sobre a comunidade na qual vivemos.

Taxa de analfabetismo da população de quinze anos ou mais em alguns países da América Latina (%)



Fonte: Anuario estadístico de América Latina y el Caribe 2008. Anuario estadístico de América Latina y el Caribe 2009. Disponível em: <<http://www.eclac.cl/publicaciones/>>. Acesso em: mar. 2010.

Será que há pessoas da nossa comunidade com mais de quinze anos que são alfabetizadas?
 São oferecidas oportunidades da alfabetização no local onde você vive?
 Você já pensou em ensinar alguém a ler e escrever?
 Em sua opinião, é importante que mais pessoas saibam ler e escrever?

A PESQUISA COMO PRÁTICA EDUCATIVA

À medida que participam das decisões sobre o que e como pesquisar, os alunos estarão mais motivados para assimilar as informações obtidas. Integrarão essas informações a seus conhecimentos e as empregarão para ampliar sua visão de mundo e, conseqüentemente, orientar suas ações.

Nessa perspectiva, a escolha da pesquisa de opinião como foco das propostas tem um significado especial: ao elaborar uma pesquisa de opinião sobre determinado tema, as pessoas necessariamente têm de se posicionar e, com isso, estão participando do processo. Ao conhecer as opiniões de outros e compará-las com as suas, poderão ainda conscientizar-se sobre como as visões de mundo são construídas socialmente, por meio de influências, acordos, conflitos e negociações.

Na escola, a pesquisa de opinião pode ser empregada em vários momentos e situações:

No planejamento da gestão escolar

Muitas vezes, gostaríamos de investir na gestão democrática da escola, incorporando pais e mães, professores, alunos e funcionários. Não sabemos, contudo, por onde começar. Como planejar e agir sem saber



— *Nunca vou usar nada disso na minha vida. Que perda de tempo essa escola!*

quem somos, o que pensamos, o que desejamos de uma instituição de ensino? Sem saber quem são, o que pensam e o que desejam os usuários da escola?

As respostas a questões como essas podem ser obtidas com uma pesquisa de opinião.

No planejamento do processo de ensino-aprendizagem

Repete-se, de forma exaustiva, a necessidade de um processo de ensino-aprendizagem que parta do conhecimento prévio dos alunos e que se sustente no que é pensado pelos sujeitos do processo. Espera-se, na escola, a valorização das experiências e das representações sociais obtidas no mundo exterior a ela. Porém, essa bagagem é pouco conhecida. Quem somos nós? O que pensamos sobre a escola? O que é ser um bom professor? Quais são os centros de interesse dos alunos? O que pensam nossos jovens sobre seu futuro? Essas são algumas perguntas, e as respostas podem orientar as ações pedagógicas.

Na contextualização dos conteúdos das disciplinas

A relevância de muitos conteúdos que compõem os currículos das disciplinas não é imediatamente perceptível para os alunos. Por isso,



— Pô, não é que essa matéria é até legal!

aumentamos as chances de que se interessem pelos conteúdos quando criamos situações que os levem a experimentar certos conceitos e procedimentos em ação ou quando os levamos a tomar uma posição pessoal a respeito de um tema. Desse modo, é provável que estabeleçam relações entre os novos conteúdos e os conhecimentos que já têm, e, assim, realizem aprendizagens mais significativas.

Na integração de diversas disciplinas

A realização de pesquisas de opinião pode favorecer a integração do trabalho de professores de diferentes disciplinas. Os procedimentos envolvidos na pesquisa – formulação de perguntas, organização de informações, contagem, cálculos, representação gráfica, elaboração de sínteses etc. – são pertinentes a várias disciplinas. Também os temas abordados podem sugerir enfoques múltiplos, que ajudem os alunos a perceber as relações entre os diversos campos do conhecimento. Conhecer a opinião que as pessoas têm sobre os problemas envolvidos nesses temas permite abrir portas para a intervenção em uma dada realidade, provocam novas ações e, principalmente, contribuem para a construção de uma cidadania ativa.

Na integração da escola com a comunidade

A escola só realiza plenamente sua missão quando se coloca a serviço não apenas dos estudantes, mas de toda a comunidade, relacionando-se também com outras escolas e organizações locais. Ao abrir-se para a comunidade, ao refletir sobre seus problemas e ao dar as respostas que estiverem a seu alcance, a escola estaria desempenhando um papel de centro irradiador de educação e de ação cultural.



— Esse cara é louco. Não perco a aula dele por nada. Sou capaz de seguir essa carreira.



— Vocês acreditam no que fazem? Sabem o que estamos fazendo aqui?



— Acho que estamos nos preparando para uma nova forma de olhar e entender as coisas à nossa volta...

A ESCOLA COMO PRODUTORA DE CONHECIMENTO

Nosso modelo escolar é predominantemente calcado na transmissão de conhecimentos. Esse modelo vem dando sinais de esgotamento ao longo do tempo e, atualmente, diante das novas tecnologias da informação e da comunicação, mostra-se cada vez mais inadequado.

Alterá-lo é um desafio para a escola. Significa transpor um modelo de transmissão de saberes para construir um modelo de escola que produz conhecimentos sobre si mesma, sobre sua comunidade, sobre como interferir nos fenômenos educativos, dando um novo sentido para a educação escolar.

Historicamente, a universidade foi o lugar da produção do conhecimento. Os gabinetes dos governos, os lugares em que as decisões são tomadas. E a escola básica, o lugar em que se obedece às orientações vindas do seu exterior.

Hoje, propõe-se que a escola tenha autonomia para formular um projeto pedagógico. A pesquisa de opinião é ferramenta importante para incentivar o surgimento dessas propostas e, com elas, transpor o modelo da transmissão e oferecer a base para a produção de novos saberes.

INTERDISCIPLINARIDADE E CONTEXTUALIZAÇÃO

Os estudantes estão cada vez mais insatisfeitos, por não perceberem ligação entre os conteúdos escolares e a realidade. Constantemente indagam: “Para que serve isso que estou estudando?”.

Grande parte das diretrizes curriculares, respondendo a essa demanda, propõe a busca da interdisciplinaridade e da contextualização dos conteúdos curriculares. Com isso, pretende-se que o processo pedagógico seja capaz de envolver, de forma combinada, o desenvolvimento de conhecimentos, competências e habilidades que sirvam para o exercício de intervenções e julgamentos práticos.

Pretende-se, também, que os conteúdos respondam às necessidades da vida contemporânea, bem como ao desenvolvimento de conhecimentos mais amplos e abstratos – correspondentes a uma cultura geral e a uma visão de mundo.

Em outros termos, pode-se dizer que o objetivo último desses pressupostos é colocar no centro das práticas educativas o desenvolvimento de uma cidadania ativa. Assim sendo, o aprendizado não se resume à exposição dos alunos ao discurso do professor. Ele se realiza pela participação ativa de cada um e do coletivo educacional numa prática de elaboração cultural.

As diretrizes curriculares afirmam ainda que os conhecimentos selecionados *a priori* tendem a se perpetuar nos rituais escolares, sem passar pela crítica e reflexão dos docentes. Tornam-se, dessa forma, um acervo de conhecimentos quase sempre esquecidos ou que não se consegue aplicar – por se desconhecer suas relações com o real.

A distância entre os conteúdos programáticos e a experiência dos alunos certamente responde pelo desinteresse e até mesmo pela evasão que constatamos em nossas escolas. Não há conhecimento que possa ser aprendido e recriado se não se partir das preocupações das pessoas. Contextualizar as atividades e o currículo escolar é dar um passo à frente na adequação da educação às demandas da sociedade.

A contextualização abre as portas para a interdisciplinaridade. Ao eleger temas para projetos de pesquisa de opinião relacionados a suas vidas e à vida de suas comunidades, docentes e estudantes abrem a possibilidade de pensar esses problemas de vários pontos de vista.

A interdisciplinaridade é um instrumento que aponta para estabelecer – na prática escolar – interconexões e passagens entre os conhecimentos, por meio de relações de complementaridade, convergência ou divergência.



— Senhor, senhor! Poderia responder a uma pesquisa?

FAZENDO PESQUISA DE OPINIÃO, DESCOBRIMOS O QUE AS PESSOAS VALORIZAM

A tabela abaixo mostra a preferência das pessoas por praticar algumas atividades em seu dia a dia.

Atividades praticadas com mais frequência	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	México
Ouvir música	26%	41%	30%	35%	38%
Reunir-se com os amigos	18%	23%	16%	15%	25%
Sair para caminhar	13%	13%	13%	19%	35%
Ler livros	10%	19%	11%	10%	16%
Ir a shopping centers	7%	17%	10%	7%	16%
Jogar videogames	6%	11%	8%	5%	6%
Cozinhar	7%	11%	5%	19%	1%
Ir a restaurantes	6%	11%	5%	8%	5%
Ir a bares	9%	9%	4%	5%	6%
Tirar fotografia	6%	12%	7%	5%	3%

Fonte: TGI Latina, 2009.

Qual será a opinião dos alunos de nossa escola sobre esse tema? Será que há diferenças entre as preferências das pessoas de acordo com diferentes faixas de idade, níveis de escolaridade ou de renda?



METODOLOGIA DE PROJETOS DE TRABALHO

Há mais de cinquenta anos, muitos educadores vêm propondo a metodologia de projetos como alternativa à organização tradicional dos conteúdos em sequências rígidas e por disciplinas. De maneira geral, as propostas nessa linha preconizam a organização do ensino a partir de um tema que pode envolver uma ou mais áreas do conhecimento. O educador espanhol Fernando Hernandez, ao desenvolver essa proposta, afirma que, além do tema, outros pressupostos são essenciais para fazer dos “projetos de trabalho” algo de fato inovador, capaz de promover transformações importantes na cultura escolar.

Em sua visão, utilizar projetos de trabalho implica:

1

Definir e divulgar para a comunidade escolar o tema objeto da investigação, estabelecendo o que e como se quer investigar.

2

Assumir que o professor também é um aprendiz dos conteúdos e dos processos.

3

Recusar uma versão única da realidade e buscar diferentes relações possíveis entre os fatos.

4

Constatar que mesmo que se repita uma proposta de projeto, ele nunca se dará da mesma forma.

5

Aprender a escutar os outros e valorizar o debate como fonte de aprendizagem.

6

Aceitar que há inúmeras formas de aprender e que cada aluno pode avaliar a forma como aprende.

7

Aceitar que o currículo por matérias não é a única forma possível de organizar a aprendizagem.

8

Perceber que todo aluno pode encontrar seu lugar, seu papel em um projeto que preveja a diversidade do grupo e a contribuição de cada um.

9

Aceitar que o fazer, a atividade manual e a intuição também são importantes formas de aprendizagem.



— Pesquisa? Oh, sim, se for rápida, sim, com prazer.

Assim entendidos, os projetos de trabalho indicam uma nova forma de ver o conhecimento como algo acumulado, mas em constante transformação. Indica, também, ver a aprendizagem como um processo em que os alunos se tornam capazes de ir além da informação. Eles podem reconhecer diferentes pontos de vista, buscar explicações e formular hipóteses sobre as consequências dessa pluralidade de visões em torno de um mesmo fato.

A grande interrogação é, no entanto, como desenvolver essa pedagogia na escola. Sem dúvida, a pesquisa de opinião é instrumento poderoso para os educadores que querem trabalhar nessa perspectiva. Esse tipo de pesquisa envolve a diversidade de pontos de vista e a busca de explicações, além de uma série de procedimentos de investigação e trabalho coletivo.



“Puxa, sabe que isso me deu uma boa ideia?”



— *Colegas, o que vocês acham de a gente reunir disciplinas e montar com os alunos uma pesquisa de opinião? Isso vai aumentar o interesse deles pelos assuntos das aulas.*

— *Lá vem o sonhador...*

A RELEVÂNCIA SOCIAL DA OPINIÃO PÚBLICA E DA PESQUISA

Dentre os muitos tipos de pesquisas, as de opinião são as que têm maior visibilidade para a população. É muito comum abrirmos jornais e revistas e encontrarmos levantamentos sobre o que pensam as pessoas a respeito dos mais diversos temas: criminalidade, religiosidade, os jovens e a virgindade, o casamento, expectativas de futuro. Assistindo a algum telejornal ficamos sabendo que o índice de popularidade de um prefeito vem caindo, enquanto um candidato vem subindo alguns pontos na intenção de voto do eleitorado. Esses levantamentos que investigam a opinião de pessoas e grupos sobre os mais variados temas de interesse são conhecidos como pesquisa de opinião.

O levantamento e a contagem da opinião do público também têm sido recursos empregados pelos meios de comunicação para promover a chamada interatividade com os ouvintes, telespectadores ou usuários. É o caso, por exemplo, dos programas que incentivam a participação da assistência para opinar sobre o melhor final para uma história, ou dos sites da internet nos quais os visitantes podem registrar on-line sua opinião sobre algo. Ainda que sem o rigor da pesquisa sistemática, tais levantamentos também ajudaram a tornar comum, na mídia, a contabilização da opinião pública.

Geralmente, as pesquisas de opinião propriamente ditas são feitas por amostragem, ou seja, faz-se um levantamento sobre as opiniões de uma parte da população – que serve como amostra representativa do conjunto.

AS PESQUISAS POR AMOSTRAGEM

As pesquisas por amostragem são usadas em várias áreas do conhecimento, pelas ciências exatas, biológicas e humanas. Elas abrangem uma variedade de situações e objetivos. Vejamos alguns exemplos.

PESQUISAS SOCIAIS

Compreendem diversos estudos que procuram conhecer e explicar problemas que envolvem a população, como: criminalidade, comportamento político, religiosidade, mercado de trabalho, cultura organizacional de instituições, demografia e saúde pública, entre outros. Ainda nessa mesma

linha de pesquisa estão o Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA), desenvolvido e coordenado pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e o Relatório de Monitoramento Global de Educação para Todos, publicado anualmente pela UNESCO.

Empreendidos por universidades ou institutos de pesquisa governamentais ou privados, tais estudos servem para o planejamento de políticas públicas ou ainda para o desenvolvimento das ciências sociais.

PESQUISAS DE OPINIÃO

Trata-se da busca de opinião de segmentos populacionais sobre os mais variados temas. Um dos exemplos mais conhecidos de pesquisas de opinião são as pesquisas eleitorais, que são levantamentos sobre intenção de voto e rejeição a candidatos, avaliação de gestão governamental, pesquisas sobre problemas de estados e municípios, pesquisas de boca de urna (prévia dos resultados finais das eleições). Essas pesquisas são feitas normalmente por empresas de pesquisa, a pedido dos candidatos, dos partidos ou de órgãos de imprensa.



— Esse tipo de pesquisa permite que a gente investigue, por exemplo, qual é o maior problema do bairro, na opinião dos alunos da escola.

PESQUISAS DE MÍDIA

Levantam índices de audiência (TV, rádio, internet), índices de circulação de jornais e revistas. São feitas por veículos de imprensa, empresas de pesquisa, universidades, organizações não governamentais, centros de estudos, fundações públicas e privadas. Tais estudos interessam a empresas de comunicação, anunciantes, cientistas sociais e ao público em geral.

PESQUISAS DE MERCADO

Verificam o potencial de consumo de áreas e segmentos sociais e as principais vantagens de produtos e serviços, fazem testes de produtos e avaliação da satisfação dos consumidores. Normalmente, ficam a cargo de empresas de pesquisa ou dos departamentos de marketing e qualidade dos fabricantes de produtos ou empresas públicas ou privadas de prestação de serviços.

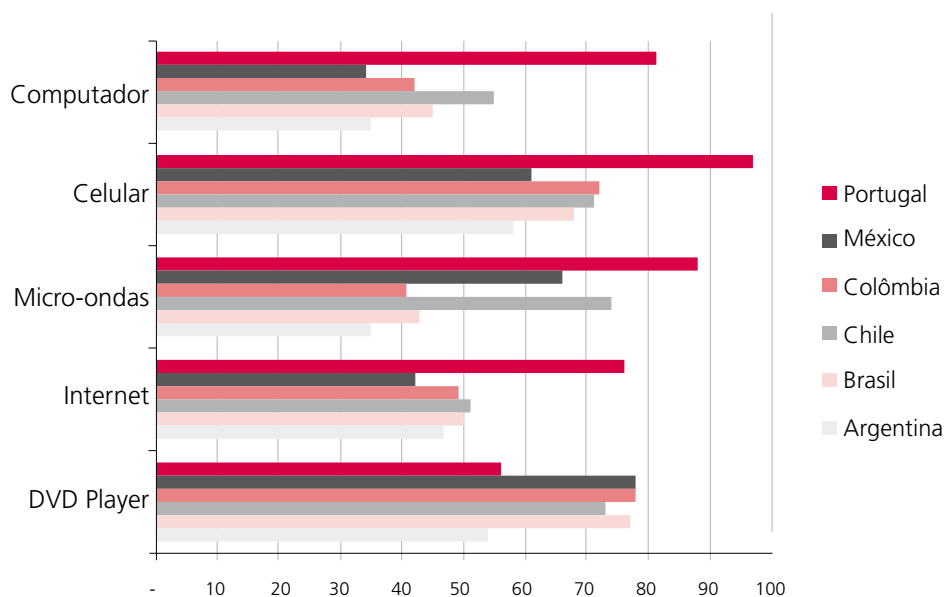


— Todo mundo entendeu como uma pesquisa de opinião é feita? Não é fácil? Pois então, vamos escolher um assunto para pesquisar.

FAZENDO PESQUISA DE OPINIÃO, DESCOBRIMOS NOVOS OLHARES SOBRE A NOSSA REALIDADE

Para melhorar sua atuação, as empresas de bens e serviços precisam conhecer seu mercado consumidor. É importante saber qual o nível de consumo de determinados produtos para traçar uma estratégia de produção e de vendas compatível com o país onde se atua.

Consumo de bens duráveis e serviços



Fonte: The 2009 TGI Product Book.

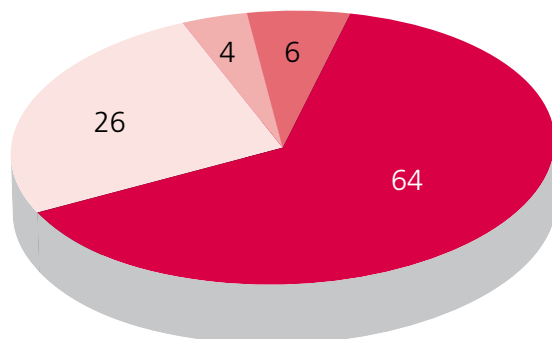
Você consome muito?

Você considera importante ter acesso fácil a determinados bens e serviços?

Você leva em conta a opinião de outras pessoas para decidir suas compras?

Também são feitas pesquisas de opinião pública que avaliam temas de interesse dos cidadãos, como no exemplo a seguir, que mostra a atitude dos brasileiros sobre meio ambiente.

A população brasileira entende que a preservação ambiental é importante (%)



- Cuidar do meio ambiente a todo custo, mesmo prejudicando um pouco o crescimento econômico do país
- Crescer economicamente, gerando emprego e renda para a população, mesmo prejudicando um pouco o meio ambiente
- Indiferente / Tanto faz
- Não sabe / Não respondeu

Pergunta: “Pensando no nosso país, na sua opinião, o que deve ser prioridade para o Brasil hoje?”

Fonte: Pesquisa FIEMG – meio ambiente (IBOPE Inteligência).

E em outros países, qual a opinião da população sobre a preservação do meio ambiente em relação ao desenvolvimento econômico?

OPINIÃO PÚBLICA: UM RETRATO

Opinião, em geral, é vista como algo que está pronto na sociedade, aguardando ser recolhido pelos pesquisadores. A opinião pública, no entanto, como qualquer opinião, não é assim. De um lado, as opiniões sofrem influência até mesmo da forma como as perguntas são formuladas ou sequenciadas, refletindo as intenções ou as visões dos próprios pesquisadores. As respostas formuladas são também influenciadas pelo grau de acesso dos respondentes às informações, assim como pela opinião de outras pessoas, cuja autoridade é reconhecida (formadores de opinião). Do mesmo modo, particularidades socioculturais do universo investigado influirão nas opiniões expressas.

O próprio conceito de opinião pública foi se alterando com o passar do tempo. Conforme se consolidou a democracia, se desenvolveu a sociedade de consumo e se difundiram os meios de comunicação, a previsão do comportamento das massas de consumidores e eleitores passou a ser relevante no campo da política e da economia. Para o mercado, para as empresas, para os líderes e partidos políticos, tornou-se essencial saber o que pensam, sonham e desejam as pessoas. E as pessoas pensam, sonham



— A gente podia fazer uma pesquisa para saber se as pessoas acham importante a preservação do meio ambiente.

— E aí, a gente poderia também perguntar o que as pessoas fazem para preservar o meio ambiente.

e desejam influenciadas pelas informações a que têm acesso. Por isso, a pesquisa de opinião pode retratar com grande fidelidade um momento histórico ou uma realidade específica. Será preciso, entretanto, saber interpretar o retrato fornecido pela pesquisa de opinião como resultado de processos sociais que estão em constante transformação.

O QUE SE APRENDE COM A PESQUISA DE OPINIÃO?

A EXPERIÊNCIA COMO UM MÉTODO DE PRODUZIR CONHECIMENTO

As pesquisas científicas consistem em investigações controladas e sistemáticas. Elas seguem procedimentos estabelecidos sobre relações entre fenômenos naturais ou sociais e objetivam ampliar o conhecimento das pessoas sobre esses fenômenos.

Esse tipo de investigação adota procedimentos padronizados para a validação dos resultados obtidos. Isso quer dizer que, para ter seus resultados aceitos na comunidade de cientistas, os pesquisadores precisam explicitar claramente os métodos que usaram para chegar àqueles resultados. Ainda que nas comunidades científicas possa haver polêmica sobre qual o melhor método para apreender e analisar a realidade, há algum consenso sobre procedimentos que garantem maior objetividade, precisão ou profundidade dos dados coletados.

Esquemáticamente, a realização de uma pesquisa científica obedece às seguintes etapas:

1. Identificar e definir o que se quer estudar (objeto do estudo).
2. Identificar os fatores (as variáveis) que atuam sobre esse objeto de estudo.
3. Imaginar questões e possíveis respostas em torno do objeto do estudo (elaborar hipóteses que relacionam as variáveis e o objeto).
4. Investigar o objeto de estudo por meio das diversas técnicas disponíveis. Seguir um plano que possa ser acompanhado passo a passo na prática e que proponha questões de modo sistemático, controlado, empírico e crítico.

Fazer pesquisa é uma oportunidade de vivenciar os procedimentos científicos. A pesquisa pode servir para ampliar as visões de mundo para além do senso comum e dar solidez ao conhecimento construído, assim como novas bases para o exercício da cidadania.

DEFINIÇÃO E EXECUÇÃO DE UM PLANO DE TRABALHO COLETIVO

Difícilmente uma pesquisa de opinião pode ser feita por uma só pessoa. Em geral, coletam-se informações de um grande número de sujeitos, e

é preciso contar com uma equipe para fazer o trabalho de campo e o processamento dos dados. Haverá, também, muito trabalho a fazer em relação à análise dos dados e busca de informações secundárias. Essas informações auxiliarão na interpretação e na elaboração de materiais de divulgação dos resultados.

Ao se envolverem num projeto de pesquisa dessa natureza na escola, os estudantes terão a oportunidade de participar de um trabalho coletivo, tanto na concepção quanto na execução e na avaliação. Terão de negociar a definição do objeto de estudo, pensar na viabilidade de suas pretensões e definir um cronograma de trabalho. O atraso ou o não cumprimento individual dos compromissos afetará o projeto de todos.

No meio do percurso, provavelmente será necessário detectar desvios, fazer ajustes e renegociar acordos. Em alguns casos, haverá necessidade de entrar em contato com muitas pessoas que não



- Eu já testei o questionário com cinco pessoas. Tá funcionando bem.
- Eu também acho.
- Amanhã vai ser legal. Vamos começar a entrevistar as pessoas pra valer!

sejam de seu círculo de colegas e familiares. Será preciso fazer-se entender às pessoas entrevistadas, expressando-se de maneira clara, além de concentrar-se e exercitar procedimentos de verificação, para garantir que os dados sejam processados corretamente.

Enfim, será necessário curiosidade e entusiasmo para mergulhar no universo das palavras e dos símbolos dos entrevistados, jogar com os números e com suas múltiplas possibilidades de relação. Tudo isso com o objetivo de dar um sentido ao conjunto das opiniões coletadas. Rever as próprias convicções e modos de agir para motivar-se a divulgar os resultados de uma pesquisa, visando à revisão das convicções e dos modos de agir dos outros, também é preciso.



— Pois bem, pessoal: ao trabalho!

Não é difícil observar que vários desses procedimentos e atitudes são essenciais para um bom desempenho profissional nos mais diversos ramos de atividade, assim como para uma participação social eficaz e responsável. Frequentemente, quando participam de experiências como essa, os alunos não são capazes de perceber, de imediato, sua aprendizagem. Entretanto, ao analisar sua experiência escolar com mais distanciamento, é principalmente essa aprendizagem “de fundo” a que mais valorizam.

Uma vez que o professor esteja convicto do valor dessa aprendizagem, poderá auxiliar os alunos na conscientização do valor educativo de projetos participativos de produção de conhecimento. Poderá, assim, motivá-los, ainda mais, para o engajamento na realização de pesquisas na escola.

INSTRUMENTOS PARA REPRESENTAR REALIDADES E FORMAR OPINIÃO

Em mais de uma passagem neste *Manual* faz-se referência à presença, cada vez mais constante nos meios de comunicação, de informações geradas por pesquisas de opinião. Isso não quer dizer, entretanto, que tais informações sejam sempre compreendidas e interpretadas adequadamente. Pelo contrário, estudos recentes mostram que poucas pessoas dominam conceitos matemáticos como os de porcentagem ou média, com frequência adotados





nesses tipos de estudo. Também são muitas as que não sabem como ler dados apresentados em tabelas ou gráficos.

Além do domínio desses conceitos e formas de representação matemática, outros elementos entram em jogo na leitura crítica de resultados de pesquisas. Que tipo de distorção pode ter sido gerado pela forma de coletar ou agrupar os dados? O que é o dado e o que é a interpretação do dado? Essas são perguntas que todo leitor (crítico) de resultados de pesquisa deve ser capaz de fazer. Uma vivência com esse tipo de trabalho pode ser valiosíssima.

No mundo da informação, no qual estamos inseridos, torna-se cada vez mais precoce o acesso do cidadão às questões sociais e econômicas. Assim, os alunos precisarão dominar noções relacionadas à estatística para analisar criticamente não só as pesquisas de opinião, mas também os índices que com frequência são usados no tratamento de temas de economia, saúde pública ou meio ambiente.

São as taxas de inflação, desemprego, mortalidade infantil, analfabetismo ou desmatamento na Amazônia, por exemplo. Mesmo no noticiário esportivo, as análises estatísticas vêm sendo cada vez mais empregadas: médias de pontos ou faltas por partida, índices de desempenho dos atletas etc.

Frequentemente, orientações curriculares ressaltam o valor formativo que a matemática deve ter na escola, sobrepondo-se à mera memorização de fórmulas e vinculando-se ao domínio do saber fazer matemática e saber pensar matemática.

O desenvolvimento de projetos de pesquisa, que impliquem coleta, tabulação, análise e comunicação de dados quantitativos sobre temas relevantes para os alunos, favorecerá a aquisição de conhecimentos matemáticos significativos.



— Er... Qual situação vocês consideram...



Nem sempre será possível reproduzir numa pesquisa escolar todos os procedimentos característicos das pesquisas científicas feitas por profissionais. Ainda assim, vivenciando procedimentos semelhantes na escola, os jovens obterão uma boa noção dos problemas envolvidos nesse tipo de estudo.

A REVELAÇÃO DO OUTRO, DE SI E DO SOCIAL

Perceber o outro e aceitar as diferenças, construindo posturas de recusa ao preconceito, é outra possibilidade que se abre com a atividade de pesquisa de opinião. Orientada para temas sobre comportamento ou formas de expressão linguística, por exemplo, ela pode ajudar os alunos a analisarem com distanciamento valores sociais que compartilham ou não.

Nesse domínio, há muito o que explorar em termos do posicionamento de cada um diante dos resultados de pesquisas feitas por outros ou pelo próprio grupo. A opinião da maioria é a melhor opinião? Devo aderir a ela por ser a dominante? O que levou a maioria a pensar assim? E as posições minoritárias? Devem ser consideradas? Também têm sua razão de ser? Como me sinto compartilhando as opiniões da maioria, ou, ao contrário, de um grupo minoritário?

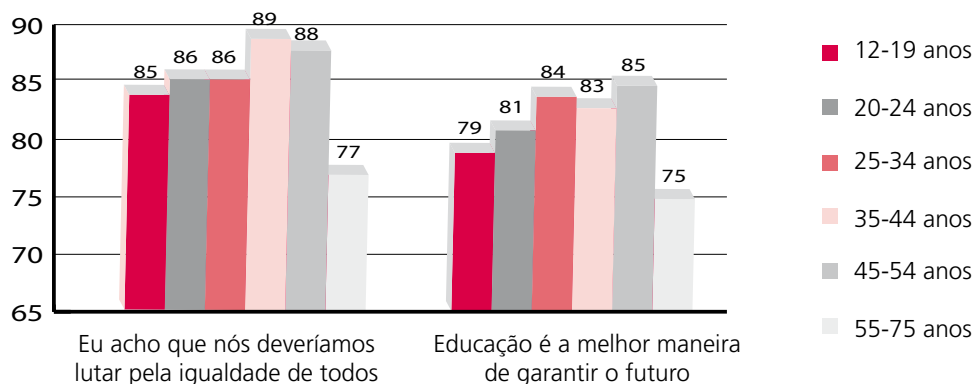
Ao refletir sobre questões como essas, os alunos poderão desenvolver sua percepção sobre os demais, buscando compreender pontos de vista diferentes dos seus. Do mesmo modo, serão incentivados a reconhecer sua singularidade como pessoa e afirmar sua identidade de forma cada vez mais reflexiva. Em suma, poderão investigar os fatores que influenciam a formação das identidades, como se processa na sociedade a construção das várias visões de mundo, valores e padrões de comportamento.



FAZENDO PESQUISA DE OPINIÃO, TEMAS DE INTERESSE SOCIAL TORNAM-SE INSTIGANTES

Conhecer a opinião das pessoas sobre determinados temas pode nos levar a discuti-los e a conhecê-los melhor. Isso auxilia na formação de opinião e faz com que reflitamos sobre a realidade na qual vivemos.

O que pensam os habitantes de alguns países latino-americanos* (%)
(Por faixa etária)



*Países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e México

Fontes: TGI Latina, 2009/2010.

Educação é um tema importante para você?
Você acha que a igualdade entre as pessoas deve ser reivindicada?
Como são tratadas essas questões em seu país? E em sua escola?

O QUE É O NEPSO?

O Programa Nepso (Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião) envolve alunos e professores na realização de pesquisas de opinião com caráter pedagógico. Está disseminado em vários estados brasileiros, em países da América Latina e da Europa, constituindo grande rede entre escolas. A interação entre os participantes dessa rede se dá em encontros presenciais:

- locais – para assessoria ao processo de pesquisa;
- regionais e estaduais – seminários para socialização das pesquisas realizadas;
- internacionais – Congresso IBOPE UNESCO realizado anualmente, reunindo representantes dos polos.

Os educadores e estudantes também se comunicam por meio do site www.ipm.org.br, canal virtual construído para estimular o registro e a divulgação dos trabalhos feitos nas escolas.

O site reúne ainda centenas de pesquisas educativas de opinião, realizadas com a metodologia Nepso desde os primeiros projetos, no ano de 2000. A experiência acumulada ao longo desses anos reafirmou, para os educadores participantes, um conjunto de princípios pedagógicos que orientam as atividades educativas de investigação e contribuem para o êxito do processo de aprendizagem:

1. Respeito à livre adesão dos educadores e estudantes ao uso da metodologia e participação na rede Nepso;
2. Ênfase e atenção para o processo de aprendizagem mais do que para as técnicas de ensino;
3. Reconhecimento das necessidades e das curiosidades dos sujeitos como mobilizadoras de aprendizagens significativas;
4. Cuidado para que o trabalho seja realizado *com* as pessoas e não *para* elas;
5. Valorização da experimentação no processo de aprendizagem, reconhecendo que o erro faz parte desse processo e, portanto, não deve ser punido;
6. Valorização e aprimoramento da capacidade de escuta dos participantes, para que a fala “do outro” seja respeitada e acolhida.



PARTE 2



COMO FAZER PESQUISA DE OPINIÃO NA ESCOLA



— Vocês podem responder a algumas perguntas?
— Claro! E você pode responder as nossas?

APRESENTAÇÃO

Apresentaremos agora as etapas necessárias para a realização de uma pesquisa educativa de opinião.

Quando o educador decide fazer uma pesquisa de opinião com os estudantes, é importante explicitar, com clareza, as razões que justificam o uso dessa metodologia como prática educativa em sala de aula. Por exemplo, o que se pretende é:

- Averiguar a existência de algum problema?
- Avaliar a continuidade de uma ação em andamento?
- Compreender a visão que as pessoas têm de um fato ou de alguma ação em curso?
- Detectar a dimensão de algum problema ou de alguma ação?
- Refletir sobre como agir, como mudar, como superar e reafirmar as posições ou caminhos já escolhidos?

A pergunta/problema inicial, que motivou a pesquisa educativa de opinião, irá orientar todo o processo de investigação e deverá ser retomada, ao final, para que o grupo avalie a qualidade da resposta obtida e possa planejar possíveis desdobramentos.

Uma vez definidos os objetivos da pesquisa, deve-se escolher fazer uma pesquisa qualitativa ou uma quantitativa.

DIFERENÇAS ENTRE PESQUISAS QUALITATIVA E QUANTITATIVA

Uma vez definido o tema da pesquisa, deve-se escolher entre realizar uma pesquisa qualitativa ou uma quantitativa. Uma não substitui a outra: elas se complementam.

As pesquisas qualitativas têm caráter exploratório: estimulam os entrevistados a pensar e falar livremente sobre algum tema, objeto ou conceito. Elas fazem emergir aspectos subjetivos, atingem motivações não explícitas, ou mesmo não conscientes, de forma espontânea.

As pesquisas quantitativas são mais adequadas para apurar opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos entrevistados, pois utilizam instrumentos padronizados (questionários). São utilizadas quando se sabe exatamente o que deve ser perguntado para atingir os objetivos da pesquisa. Permitem que se realizem projeções para a população representada. Elas testam, de forma precisa, as hipóteses levantadas para a pesquisa e fornecem índices que podem ser comparados com outros.

No quadro a seguir, apontamos algumas diferenças entre elas:

	Qualitativa	Quantitativa
Amostra	Não há preocupação em projetar resultados para a população. O número de entrevistados geralmente é pequeno.	Exige um número maior de entrevistados para garantir maior precisão nos resultados, que serão projetados para a população representada.
Questionário	Normalmente as informações são coletadas por meio de um roteiro. As opiniões dos participantes são registradas (com o uso do gravador, por exemplo) e posteriormente analisadas.	As informações são coletadas por meio de um questionário estruturado com perguntas claras e objetivas. Isso garante a uniformidade de entendimento dos entrevistados.
Entrevista	São feitas por meio de entrevistas em profundidade ou de discussões em grupo. Para as discussões em grupo, as pessoas (em média oito) são convidadas para um bate-papo, coordenado por um mediador, cujo papel é direcionar a conversa para os temas de interesse, sem, no entanto, influenciar as opiniões dos participantes. Já as entrevistas em profundidade são aplicadas individualmente, quase sempre em horários pré-agendados para que o respondente possa dedicar-lhe o tempo e a concentração necessários.	O entrevistador identifica as pessoas a serem entrevistadas por meio de critérios previamente definidos: sexo, idade, ramo de atividade, localização geográfica etc. As entrevistas não exigem um local previamente preparado, podendo ser feitas na própria residência do entrevistado ou em pontos de fluxo de pessoas. O importante é que sejam aplicadas individualmente e sigam as regras de seleção da amostra e de aplicação para todos os entrevistados.
Relatório	As informações colhidas na abordagem qualitativa são analisadas de acordo com o roteiro aplicado e registradas em relatório, destacando-se as opiniões, os comentários e as frases mais relevantes que surgirem.	O relatório da pesquisa quantitativa, além das interpretações e conclusões, deve mostrar tabelas de percentuais e gráficos.

Assim como ocorre no âmbito dos projetos de pesquisa feitos por profissionais ou no mundo acadêmico, também no contexto da pesquisa de opinião adotada como prática pedagógica as pesquisas quantitativas não substituem as qualitativas: elas se complementam. Muitas vezes é interessante desenvolver um roteiro para que os estudantes possam “conversar organizadamente” com algumas pessoas, em busca de mais informações sobre um determinado tema, cujo conteúdo não lhes é familiar. Essa forma de abordagem equivale a uma pesquisa qualitativa.

De modo sucinto, em pesquisas qualitativas o importante é *o que se fala* sobre um tema, ao passo que em pesquisas quantitativas o importante é *quantas vezes é falado*.

O foco do Nepso é a pesquisa quantitativa, pois é a que maiores impactos pode promover, quando feita no ambiente escolar, por envolver maior número de pessoas, tanto entrevistados quanto entrevistadores.

Este não é um manual sobre teoria estatística ou construção de questionários. Mesmo porque o grau de rigor técnico exigido dos institutos de pesquisa profissionais não é aplicável às atividades realizadas no ambiente escolar.

Os interessados em aprofundar esses temas devem recorrer à bibliografia especializada de caráter técnico ou a textos mais relacionados à prática da atividade de pesquisa de opinião.

Nosso objetivo é orientar educadores e estudantes a utilizarem a pesquisa de opinião com finalidade pedagógica.



— E qual é...o brinquedo da...praça que...você acha ... o mais ... divertido?

A PESQUISA NO PLANO PEDAGÓGICO

Muitas pessoas podem entender a realização de uma pesquisa de opinião na escola como atividade extracurricular. Entretanto, viu-se na primeira parte deste *Manual* que ela pode promover aprendizagens essenciais à visão educacional atual. Por esse motivo, merece ser tratada como parte integrante das atividades curriculares e constar do planejamento do professor e também da escola.

Como um projeto de pesquisa sempre ocupa espaço na rotina da sala de aula, da escola ou mesmo da comunidade, é imprescindível fazer previsões quanto ao tempo e aos recursos humanos e materiais necessários.



PLANEJAMENTO DO PROJETO DE PESQUISA

FORMAÇÃO DA EQUIPE

A iniciativa de fazer uma pesquisa sempre parte da ideia de uma pessoa ou de um pequeno grupo de pessoas. Para concretizar essa ideia, a primeira tarefa é constituir uma equipe. Uma professora, por exemplo, pode propor a uma turma que se envolva num projeto de pesquisa que fará parte das atividades pedagógicas planejadas para sua disciplina.

Como a pesquisa requer trabalho coletivo, é fundamental a definição conjunta de objetivos e responsabilidades entre alunos, professores e outros participantes da comunidade escolar envolvidos no projeto.

A proposta para a comunidade escolar também pode partir da coordenação pedagógica ou de representantes do conselho de escola, contando ainda com voluntários para apoiar a ação.

Em alguns casos, a equipe responsável pelo projeto pode também recorrer à ajuda de outros grupos para atividades determinadas. Por exemplo, a pesquisa que uma turma está fazendo em geografia pode contar com a ajuda de outra turma na aplicação dos questionários ou na digitação dos dados, ou ainda na elaboração dos gráficos, como parte do trabalho de matemática. Uma participação parcial já encerra algum potencial educativo mas, sem dúvida, as pessoas que participarem integralmente de todo o processo terão mais oportunidades de aprender com a experiência.

São oito as etapas necessárias para a realização de uma pesquisa quantitativa:

1. Definição do tema;
2. Qualificação do tema;
3. Definição da população e da amostra;
4. Elaboração dos questionários;
5. Trabalho de campo;
6. Tabulação e processamento das informações;
7. Análise e interpretação dos resultados;
8. Sistematização, apresentação e divulgação dos resultados.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA FASE DE PLANEJAMENTO DO TRABALHO

- Participar na definição de um projeto de trabalho coletivo (fazer propostas, negociar quando houver expectativas divergentes, assumir responsabilidades sobre decisões coletivas).
- Prever recursos materiais e humanos, além do tempo e do espaço necessários para a execução de tarefas.
- Definir tarefas, dividi-las entre os participantes e organizar seu encadeamento, segundo o tempo estabelecido.
- Cumprir as tarefas atribuídas a cada um, considerando a necessária coordenação com as atividades assumidas pelos demais.
- Empregar mecanismos de controle de execução das tarefas (planilhas, listas, relatórios, agenda).
- Avaliar a própria participação e a dos demais quanto ao cumprimento de tarefas e acordos coletivos.

1. DEFINIÇÃO DO TEMA

A definição do tema é um momento especial, que deverá ser muito explorado. Os temas propostos pelo grupo revelam suas preocupações e crenças e oferecem oportunidade para que os educadores conheçam um pouco mais os estudantes, percebendo sua heterogeneidade, o que os influencia etc.

Nessa fase, o educador terá a oportunidade de chamar a atenção para questões que nem sempre são explorados em sua aula, como a influência dos meios de comunicação na comunidade a que pertencemos etc.

A seguir sugerimos alguns passos a serem seguidos nessa etapa:

1. Sugestões de temas: os estudantes propõem temas com total liberdade, aqui não há uma regra de quantos temas serão sugeridos, o importante é que todos se sintam à vontade para fazê-lo. Após

a apresentação, é preciso verificar se dois ou mais temas podem fundir-se em um único.

2. Preparação para a defesa do tema: após as sugestões dos temas, os estudantes, individualmente, ou em subgrupos, deverão defender sua proposta. A defesa poderá ser apresentada no encontro seguinte, possibilitando que todos investiguem e iniciem um processo de apropriação de seu objeto de pesquisa. É importante que os estudantes digam por que o tema merece ser pesquisado.

Para explorar e delimitar o tema selecionado, assim como avaliar a importância do estudo, deve-se buscar respostas para perguntas como:

- O que queremos saber?
- O que já sabemos sobre o assunto, seja no âmbito local, seja em termos de referências mais amplas?
- Que tipo de dúvidas pretendemos esclarecer com essa pesquisa?

Em alguns casos, o tema selecionado é muito amplo e será preciso delimitá-lo melhor. Em outros, o problema formulado pelo grupo é muito específico, merecendo a busca de outros problemas a ele relacionados.

Suponhamos que uma turma tenha decidido fazer uma pesquisa de opinião com os usuários de um posto de saúde, próximo à escola, para medir o grau de satisfação com o atendimento.

O primeiro passo seria delimitar o leque de questões – o que é interessante ou possível abordar:

- avaliação das instalações do posto;
- satisfação com os serviços oferecidos;
- avaliação do atendimento recebido (atenção dispensada pelos profissionais, qualidade do diagnóstico etc.);
- satisfação com o tempo de espera/atendimento;
- levantamento de sugestões para melhorar a satisfação com o atendimento do posto.

Esse esforço na definição do tema e dos subtemas a serem pesquisados nessa fase do planejamento da pesquisa é importantíssimo. Ele evita uma série de problemas futuros, como perda de tempo, desperdício de recursos e desmotivação por parte dos integrantes do projeto, entre outros.



— Bom dia. O senhor poderia responder a uma pesquisa da nossa escola?

3. Defesa do tema: superada a primeira investigação, cada um dos temas é apresentado para a turma. O importante é usar e abusar da criatividade. Cartazes, músicas, reportagens, dados estatísticos etc. poderão ser empregados para motivar os demais colegas a embarcar nesse trabalho.

Envolver todos os alunos de uma turma – ou mesmo mais de uma turma da mesma escola – para pesquisar um tema comum a todos pode estimular movimentos muito interessantes na sala ou na escola, por estimular o engajamento de várias crianças, adolescentes e/ou adultos com um mesmo objetivo. Particularmente nesse momento, o papel da coordenação pedagógica é importante, pois ajuda a potencializar esse envolvimento coletivo e criar sinergias com o projeto pedagógico da escola.

Outras vezes, no entanto, o tema escolhido por um determinado grupo não chega a empolgar outros colegas. Nesses casos várias estratégias podem ser adotadas:

- Busca do consenso, mediante dinâmicas de negociação: pode-se pedir a cada grupo que defenda a escolha do tema de outro grupo ou ainda que todos façam uma listagem de prós e contras em pesquisar cada um dos temas sugeridos. Nesse momento é importante lembrar os estudantes que avaliem todos os temas apresentados com distanciamento e desapego de suas próprias preferências. Dinâmicas como essa constituem uma oportunidade de lembrá-los de que não é uma competição, que não há ganhador ou perdedor, e, sim, de que se trata de um momento de construção de acordos sobre algo que definirá o trabalho de todos e, portanto, que deve envolver toda a turma.
- Definição de um tema guarda-chuva que abarque diferentes subtemas, que podem ser abordados de maneira autônoma por cada grupo, mas convergindo para uma temática comum. Neste caso, o papel do educador é acompanhar o desenvolvimento de cada um dos subtemas, garantindo a sinergia entre eles e tomando o cuidado de dar a devida atenção a todos os projetos de pesquisa realizados.



— Pois não. Que tipo de pesquisa?
 — É sobre hábitos de leitura... O senhor costuma ler livros?
 — Sim, às vezes.

- Eleição de um dos temas com direito a uma boa campanha eleitoral, liberando inclusive a boca de urna! Cédulas eleitorais poderão ser confeccionadas e uma comissão definida pela turma assumirá o processo de eleição e apuração. O desafio é que a classe escolha um tema a ser pesquisado por todos.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Problematizar a realidade, identificar uma questão que afeta a todos.
- Formular e apresentar ideias com clareza.
- Expor os próprios pontos de vista e posicionar-se em debate público.
- Formular hipóteses e prever resultados.
- Discutir ideias e produzir argumentos convincentes.

2. QUALIFICAÇÃO DO TEMA

Essa etapa é importante para ampliar a compreensão de todos sobre o assunto a ser pesquisado, enriquecendo o repertório dos envolvidos por meio de várias formas de pesquisa e estudo. Um dos objetivos dessa etapa é obter mais conteúdo e intimidade com o tema, o que contribuirá, mais adiante, para melhores elaboração do questionário e interpretação dos resultados.

É a grande ocasião para aproximar a curiosidade dos alunos aos conteúdos escolares, contextualizando esses conteúdos em uma realidade que lhes é mais próxima.

Deve-se estimular o acesso a todas as fontes disponíveis de informação, tanto internas quanto externas. As fontes mais usadas para aprofundar a exploração do tema de pesquisa são as conversas com especialistas, consulta a livros, jornais, revistas, filmes, anuários estatísticos, buscas na internet etc. Ou seja, é conveniente que essas fontes sejam as mais variadas possíveis, para abranger a complexidade de um determinado tema e compreender as diferentes visões sobre ele. Quanto maior a quantidade e a diversidade das informações sobre o tema, mais rica será a discussão entre os pesquisadores.

Esta etapa também pode se constituir em oportunidade para que a escola se aproxime de outros equipamentos/ instituições do entorno na busca de informações mais qualificadas sobre o tema. Por exemplo, se a investigação tem questões relacionadas à saúde como objeto da pesquisa, os estudantes podem conversar com os profissionais de uma unidade básica de saúde e/ou hospital próximo à escola. Também é importante conversar com pessoas que tenham opiniões diferentes sobre o tema, para ampliar e enriquecer a visão do grupo.



— Que tipos de livros o senhor gosta de ler?

Uma possibilidade é utilizar uma pequena pesquisa qualitativa para fazer o levantamento dessas informações com pessoas e/ou instituições. Para isso é necessário elaborar um roteiro, com algumas perguntas que irão nortear a conversa com o especialista. É interessante que se faça essa pesquisa com um pequeno grupo, em que alguns se responsabilizem por fazer as perguntas e outros por anotar as respostas, podendo haver um rodízio entre os participantes.

Pesquisas de opinião feitas em outros contextos históricos também servem como instrumentos e fontes para o tratamento de diversos temas do ponto de vista da história. Dessa forma, tais pesquisas seriam vistas e trabalhadas em sala de aula como documentos históricos, como uma forma de acesso ao entendimento de certos aspectos de determinado período da história nacional.

Além da análise dessas pesquisas (intenções de voto ou tendências de consumo, por exemplo), os professores deverão se preocupar com sua contextualização e sua decodificação: Por que a pesquisa foi feita? Com que objetivos? Quais foram os critérios adotados? Que interesses e escolhas estavam presentes?

Nessa abordagem podem ser privilegiadas não apenas pesquisas de opinião na área política, mas também nas áreas cultural, comportamental, econômica etc. Elas permitem aos estudantes uma apreensão mais ampla do processo histórico, ultrapassando, assim, abordagens tradicionais que privilegiam a história do país vista somente a partir do Estado, dos governantes e dos setores dominantes.

No site do Instituto Paulo Montenegro (www.ipm.org.br) podem ser encontradas várias pesquisas de opinião feitas pelo IBOPE sobre diferentes temas da atualidade. Essas pesquisas podem apoiar os projetos em sala de aula fornecendo dados sobre os diversos temas, exemplificando a construção de perguntas para o questionário ou enriquecendo a análise dos resultados, ao permitir comparações entre os dados obtidos nos projetos desenvolvidos no âmbito escolar com aqueles obtidos em grandes amostras, muitas vezes em nível nacional.



— Romances.
— Onde o senhor...

Pesquisas feitas na escola por turmas de anos anteriores podem também ser usadas como fonte, seja para aprofundar temas já explorados, seja para analisar a evolução de certos comportamentos ao longo do tempo.

É ainda na fase de qualificação que definimos o público-alvo da pesquisa, ou seja, quais as características das pessoas que queremos entrevistar. Este também é o momento de definir

quem cada entrevistado estará representando: Uma pessoa? Uma família? Uma instituição?

Uma vez definido o foco do estudo, avaliados os conhecimentos prévios de que o grupo dispunha e as informações coletadas nas mais diferentes fontes, os investigadores estão aptos a formular algumas hipóteses sobre o tema, ou seja, fazer suposições sobre o que irão descobrir com a pesquisa de opinião. Como o próprio nome diz, são apenas hipóteses. Só a pesquisa e o estudo poderão dizer se o que se pensou – a hipótese – é real ou não, ou seja, se ela tem comprovação empírica.

Voltemos a nosso exemplo sobre a qualidade do atendimento no posto de saúde:

Que hipóteses temos sobre o assunto? O que achamos que vamos encontrar como conclusão da pesquisa? Diferentes tipos de pessoas têm opiniões diferentes?

Hipóteses:

1. A satisfação com o atendimento do posto de saúde depende do nível de renda dos usuários do posto
2. A satisfação com o atendimento do posto de saúde depende da gravidade do caso que leva a população a procurar esse serviço.

Para complementar nosso entendimento sobre o tema podemos ainda considerar alguns subtemas importantes:

- A opinião dos homens será diferente da opinião das mulheres?
- A opinião dos jovens será diferente da opinião dos idosos?

Para explorar e delimitar o tema selecionado, assim como avaliar a importância do estudo, deve-se buscar respostas para perguntas do tipo:

- O que queremos saber?
- O que já sabemos sobre o assunto, seja no âmbito local, seja em termos de referências mais amplas?
- Que tipo de dúvidas pretendemos esclarecer com a realização dessa pesquisa?
- Que hipóteses temos sobre o assunto?
- Diferentes tipos de pessoas têm opiniões diferentes?
- Quais são os vários aspectos do problema ou os subtemas relacionados ao tema principal?
- O que será feito com os resultados?
- Para quem serão divulgados?

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Levantar conhecimentos, crenças e valores do grupo sobre a temática.
- Identificar a eventual necessidade de buscar mais conhecimentos para aprofundar o tema e delimitar o problema a ser pesquisado.
- Selecionar fontes de informação para desenvolvimento do tema.
- Interpretar informações relativas ao problema.
- Formular hipóteses e prever resultados.

3. DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO E DA AMOSTRA

AMOSTRAGEM — QUESTÕES E CUIDADOS

O conceito de amostragem consiste em tomar uma parte de alguma população para representá-la como um todo.

O autor da obra sobre Sherlock Holmes, Arthur Conan Doyle, tem uma visão interessante a respeito deste tema:

Enquanto um homem individualmente é um quebra-cabeça insolúvel, no conjunto ele se torna uma certeza matemática. Você nunca pode prever o que um homem fará, mas você pode dizer com precisão o que em média um grupo deles fará. Individualmente eles variam, mas em média se mantêm constantes.

A maior razão para o uso de amostragem é a economia de tempo e de dinheiro. Efetivamente não é necessário pesquisar todos os indivíduos de uma população. Uma pequena parcela já pode fornecer, com confiança, representação adequada do grupo como um todo e precisão suficiente para tomar decisões baseadas nos resultados da pesquisa.

A representação adequada do grupo consiste em garantir que a amostra contemple todos os diferentes tipos de indivíduos que fazem parte da população a ser pesquisada.

Neste item, trataremos desse assunto, analisando e conhecendo os tópicos:

- a população pesquisada;
- a unidade amostral;
- tipos de amostra;
- o tamanho da amostra;
- erro amostral;
- erro não amostral.



A POPULAÇÃO PESQUISADA

A escolha do tipo de amostra a ser usado começa com a identificação da população a ser pesquisada. Com relação a isso, algumas perguntas precisam ser respondidas:

Qual é a população que pretendemos estudar?

Temos dados sobre quem são e quantas são as pessoas que compõem esse conjunto?

Considerando o exemplo da pesquisa sobre o grau de satisfação com o atendimento recebido no posto de saúde de uma comunidade, quem deveríamos entrevistar?

- Todos os usuários desse posto de saúde?
- Somente os usuários que residem nessa comunidade?
- Os profissionais que trabalham no posto?
- Os não usuários?
- Os pais e/ou os responsáveis por crianças devem ou não ser entrevistados?

Essa parece uma tarefa simples, mas é importante discuti-la exaustivamente para não comprometer o resultado da pesquisa.

A UNIDADE AMOSTRAL

Outro passo importante é a definição da unidade amostral, ou seja, o menor elemento da população pesquisada que fornecerá uma resposta.

Geralmente, essas unidades amostrais são constituídas por indivíduos, isto é, cada pessoa entrevistada estará representando a si mesma como um indivíduo da população pesquisada. Dependendo do objetivo da pesquisa, no entanto, a unidade amostral pode ser, por exemplo:



... costuma ler livros com mais frequência?
— No banheiro!

- um domicílio ou uma família;
- uma turma de alunos, uma escola;
- uma empresa, uma organização ou uma instituição etc.

Por exemplo, numa pesquisa eleitoral cada entrevistado representa a opinião de um eleitor. Não seria apropriado, por exemplo, que representasse uma família, pois cada membro da família pode preferir um candidato diferente.

Por outro lado, uma pesquisa que procura descobrir as atividades extracurriculares oferecidas aos alunos por diferentes instituições de ensino não será eficiente se as unidades amostrais forem vários diretores e professores de uma mesma escola. Diretores e professores de uma mesma instituição fornecerão a mesma resposta. Nesse caso, o correto seria considerar unidades amostrais as próprias escolas, entrevistando apenas um representante de cada uma.

TIPOS DE AMOSTRAS

Os tipos de amostras são bem variados; no entanto, eles se enquadram em dois grandes grupos: as amostras probabilísticas e as amostras não probabilísticas.

Amostras probabilísticas

São aquelas em que todos os elementos componentes da população têm probabilidade de ser selecionados para a amostra.

Nesse caso, todos os elementos da população pesquisada são conhecidos:

- lista de alunos da classe;
- lista de alunos da escola;
- lista de sócios de um clube;
- lista de afiliados de uma categoria profissional;
- lista de afiliados de um partido político.



Para esses casos, a forma de seleção mais usada é a da amostragem aleatória, a qual consiste em selecionar ao acaso os elementos que farão parte da amostra.

Por exemplo, imagine que vamos pesquisar os hábitos e as ideias sobre higiene dos alunos de uma escola. Nessa escola há 30 turmas, nos turnos da manhã, da tarde e da noite, com um total de 1.500 alunos.

Para selecionarmos uma amostra de 100 alunos, podemos recorrer a vários procedimentos de sorteio. Um deles seria atribuir um número para cada um dos 1.500 alunos da escola, escrever os números em pedaços de papel e sortear 100. Outro método de seleção seria ordenar o cadastro de alunos por turmas e selecionar 1 nome a cada 15 (1.500 dividido por 100).

Com esses procedimentos todos os alunos teriam a possibilidade (probabilidade) de ser incluídos na amostra da pesquisa.

Amostras não probabilísticas

São aquelas utilizadas quando não temos informação sobre todos os indivíduos da população que queremos investigar, isto é, quando não temos uma lista com todos os seus elementos. Esse é o caso, por exemplo, quando a população a ser pesquisada é a de moradores do bairro, torcedores de um time de futebol, telespectadores de determinado programa de TV, donas de casa que consomem algum tipo de produto específico.

Para amostras não probabilísticas temos também diferentes métodos de seleção, dependendo das informações disponíveis sobre a população a ser pesquisada.

Quando se conhece a composição da população em relação a características importantes, como sexo, idade, nível de escolaridade etc., pode-se usar a *seleção por cotas*, que consiste em trazer para a



— Não acredito! Consegui!

amostra o mesmo perfil da população. Por exemplo, se soubermos que os moradores do bairro são compostos por 50% de homens e 50% de mulheres, uma amostra de 100 casos teria 50 homens e 50 mulheres. Da mesma forma, se a distribuição das idades for de 23% até 24 anos, 25% de 25 a 34 anos, 32% de 35 a 49 anos e 20% de 50 anos ou mais, teríamos na amostra 23 moradores com até 24 anos, 25 com 25 a 34 anos, 32 com 35 a 49 anos e 20 com 50 anos ou mais. Nesse caso, a amostra final será cumprida, percorrendo-se o bairro e procurando as pessoas que se encaixam nessas cotas, tanto de sexo como de idade.

Quando não temos informações para estabelecer cotas de controle, podemos adotar a *seleção de forma acidental*, ou seja, escolher os lugares com maiores chances de encontrar o público-alvo do estudo e identificar as pessoas que atendem à necessidade da pesquisa. Por exemplo, para entrevistar usuários da feira semanal do bairro, pode-se ir ao local da feira e entrevistar quem for passando. Nesse caso, o número de entrevistas que cada aluno fará é o único requisito a ser cumprido.

Pode-se ainda ter interesse em entrevistar usuários da feira semanal que tenham comprado frutas frescas. Nesse caso, também os alunos poderão ir até a feira para realizar as entrevistas, porém seria necessário procurar as pessoas que compraram frutas. Esse tipo de seleção é conhecido como *amostra intencional*.

No caso de um estudo sobre a opinião das pessoas sobre a violência no futebol, por exemplo, a equipe de pesquisa poderá decidir que fará entrevistas com certo número de torcedores do Time A, mais um tanto com torcedores do Time B. Mas sem a preocupação de que a proporção entre eles reflita a real proporção entre os torcedores de cada um dos

times na população em geral, uma vez que este é um dado desconhecido. Os alunos poderiam combinar que cada um deles entrevistaria dez pessoas de cada time à saída de um estádio.

Tabulando os dados será possível observar tendências, fazer comparações entre os dois grupos de torcedores e levantar hipóteses sobre as semelhanças e diferenças entre eles.

A desvantagem das amostras não probabilísticas quando



- Moço! Ô moço, por favor! É uma pesquisa da escola...
- Ei, rapaz! Não tem hora melhor pra isso não? É o jogo decisivo!
- Mas é muito importante para todos que...

comparadas às probabilísticas é que nas primeiras não é possível calcular rigorosamente os erros de amostragem.

Tendo essa visão geral das várias possibilidades de construir amostras, docentes que orientam projetos de pesquisa na escola devem ter liberdade para escolher um método que seja, ao mesmo tempo, interessante do ponto de vista educativo e viável de ser aplicado nas condições existentes.

Mais do que o rigor científico, o importante na pesquisa escolar é a exploração de possibilidades. Por isso, ao planejarem um estudo, os educadores devem concentrar-se principalmente na dimensão educativa. Portanto, o processo de discussão, elaboração e realização das pesquisas são tão ou mais importantes que seus resultados. Em qualquer caso, a equipe envolvida no projeto deve ter clareza sobre a opção feita e, ao divulgar os resultados da pesquisa, saber informar quantas pessoas foram entrevistadas e como foram escolhidas.

O TAMANHO DA AMOSTRA

O tamanho da amostra não determina se ela é de boa ou má qualidade. Tão importante quanto seu tamanho é sua representatividade, isto é, seu grau de similaridade com a população em estudo.

As amostras devem ser grandes o suficiente para atender aos requisitos de confiabilidade, mas não demasiadamente, de forma que inviabilizem o trabalho em termos de custo e tempo.

O tamanho da amostra para projetos de pesquisa no âmbito escolar deve levar em conta os seguintes critérios:



- grau de confiança que se quer obter nos resultados;
- detalhamento desejado na análise dos resultados;
- recursos disponíveis (tempo e pessoas) para se completar a pesquisa.

Em linhas gerais pode-se dizer que quanto mais “homogênea” uma opinião, ou quanto mais semelhante a opinião das pessoas sobre um determinado assunto, menor o erro amostral, pois é mais fácil selecionar uma amostra que represente essa população. Já quando as opiniões tendem a ser divergentes (ou “heterogêneas”, em linguagem mais técnica) deverá ser tomado um maior cuidado para que a amostra represente diferentes grupos, garantindo assim que as várias opiniões tenham chance de estar bem representadas.

Deve-se ressaltar, no entanto, que os resultados obtidos por meio desses projetos de pesquisa, por não terem sido desenhados com o rigor científico necessário, não devem ser generalizados para a população como um todo.

ERRO AMOSTRAL

A ideia que norteia o princípio da amostragem é a de que a coleta de informações sobre um subconjunto (amostra) da população extraído ao acaso pode proporcionar informações de toda a população.

As medidas obtidas numa amostra podem ser muito próximas, mas dificilmente serão idênticas àquelas que seriam obtidas na população total. As técnicas estatísticas usadas para construir amostras trabalham com a ideia de probabilidade e permitem determinar um intervalo (chamado intervalo de confiança) que estabelece os limites máximo e mínimo dentro dos quais o dado do total da população deve estar situado. É por isso que, muitas vezes, quando noticiam resultados de pesquisa, como as prévias eleitorais, informam-se as margens de erro amostral. Por exemplo: “O candidato fulano tem 30% das intenções de voto com uma variação de 3 pontos percentuais para mais ou para menos”. Isso significa que a proporção de votos do candidato pode variar entre 27% e 33%.

Para cada tipo de amostra há uma fórmula matemática a ela associada para calcular o erro.

ERRO NÃO AMOSTRAL

Em uma pesquisa podem ocorrer erros que não são amostrais e, portanto, não podem ser calculados – mas podem ser controlados e minimizados. Os erros não amostrais podem



ser mais graves do que os amostrais, pois, além de não poderem ser quantificados, podem introduzir um viés sistemático na pesquisa.

Eis alguns exemplos:

- questionários mal elaborados: ordem incorreta das perguntas; perguntas que induzem a determinadas respostas; vocabulário inadequado etc.;
- entrevistadores mal treinados;
- desatualização dos dados demográficos que servem de base às amostras (qualificação da população, como sexo, idade, instrução).

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Constatar o valor dos conhecimentos estatísticos para leitura e interpretação da realidade social.
- Aplicar ideias de probabilidade, combinatória e proporcionalidade.
- Desenvolver noções associadas a procedimentos de amostragem e representatividade.
- Verificar questões relativas à validade e à probabilidade de erro envolvidas na produção de conhecimentos.
- Ajustar as expectativas de investigação às condições reais de coleta de dados.

4. ELABORAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

Na pesquisa quantitativa, as opiniões das pessoas pesquisadas são coletadas por meio de questionários estruturados e padronizados.

Os questionários podem ser:

1. Autoaplicados: quando são distribuídos para as pessoas a serem pesquisadas, que respondem às perguntas e devolvem o formulário. Esse tipo de questionário funciona bem:
 - para pessoas com nível mais alto de escolaridade, que já estão acostumadas a responder por escrito a perguntas de diversos tipos;
 - em escolas, em que o estudante-pesquisador, ou o professor, fica na sala explicando como responder aos questionários;
 - quando é respondido no laboratório de informática, por meio de questionários on-line, particularmente indicados para pesquisas curtas e objetivas e/ou cujo tema é delicado e a presença do entrevistador pode inibir o entrevistado.



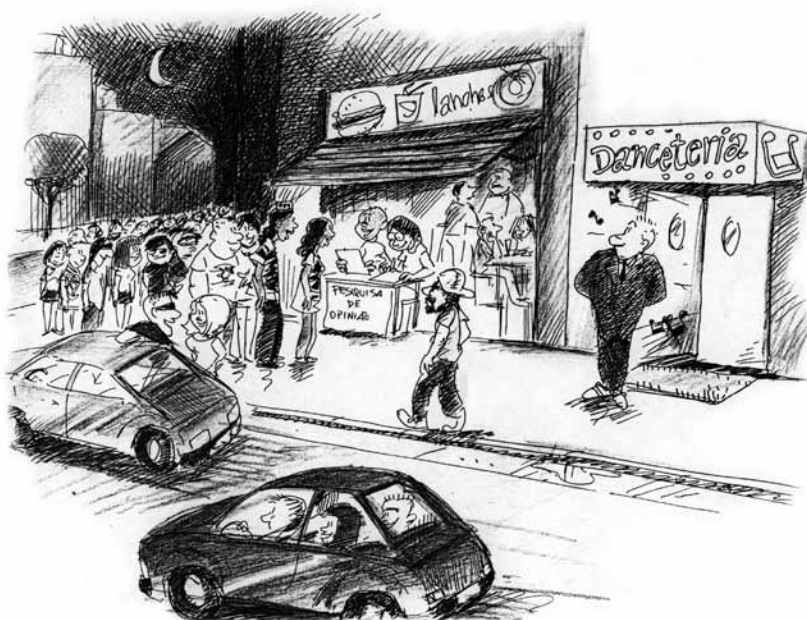
2. Aplicados por entrevistadores: nessa situação um entrevistador vai lendo as perguntas em voz alta e anotando as respostas dadas pelos pesquisados.
 - Com uma equipe bem treinada, é possível registrar as respostas dadas pelos entrevistados de forma clara;
 - O contato pessoal dos alunos com várias pessoas e diferentes opiniões propiciará uma experiência bastante enriquecedora.

A CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Quando procedemos à construção de um questionário, devemos atentar para alguns detalhes importantes. Qualquer questionário deve ter uma limitação em sua extensão e finalidade. Não é possível perguntar tudo sobre um dado tema. É preciso que se faça uma seleção dos aspectos mais importantes, que estejam de acordo com os objetivos propostos na primeira etapa do processo e que levem a corroborar – ou a descartar – a(s) hipótese(s) levantada(s) inicialmente.

O questionário também deve ser organizado de tal forma que tenha um início, um corpo e uma conclusão. Cada uma dessas partes exerce um papel diferente na aplicação do questionário:

- O cabeçalho normalmente é usado para coletar o perfil dos entrevistados (sexo, idade, escolaridade e outras características que sejam importantes para o estudo).



— Calma, pessoal. Todo mundo será entrevistado! Tem questionário para todos.

- A primeira parte é constituída por perguntas mais gerais, que introduzem o assunto ao entrevistado (não é a parte mais indicada para se perguntar coisas mais delicadas).
- O corpo do questionário é a parte maior e aí devem constar as perguntas mais específicas e detalhadas da pesquisa.
- A parte final é dedicada basicamente a dois tipos de questões: aquelas que lidam com perguntas mais delicadas e sensíveis e aquelas que medem atributos ou características mais pessoais dos respondentes.

A ELABORAÇÃO DAS PERGUNTAS

As perguntas feitas aos entrevistados talvez sejam os componentes mais importantes de uma pesquisa. Elas têm um efeito muito mais profundo nos resultados da pesquisa do que qualquer outro elemento. Portanto, é importantíssimo que o processo de elaboração das questões seja cuidadoso.

- Diferentes públicos podem requerer diferentes tipos de linguagem, na elaboração do questionário.
- Ao pensar nos diferentes grupos de entrevistados e tentar prever suas possíveis opiniões sobre os temas da pesquisa, pode-se enriquecer muito a definição das hipóteses. É recomendável, também, assegurar-se de que os elementos necessários para comprová-las (ou rejeitá-las) estejam efetivamente incluídos no questionário.

As perguntas devem focalizar diretamente o assunto ou tópico pesquisado e ser simples (expressas de maneira clara) e breves.

As questões curtas estão menos sujeitas a erro tanto por parte do entrevistado quanto do entrevistador. Quando as perguntas se tornam muito longas, a tendência é de que os entrevistados se esqueçam da primeira parte da questão, antes mesmo de ter ouvido a pergunta toda.

O vocabulário empregado é importantíssimo. Quase todo indivíduo utiliza três níveis de vocabulário: aquele constituído das palavras com as quais está mais familiarizado, aquele que ele usa no discurso comum e aquele constituído de um conjunto de palavras que ele só reconhece quando lê ou ouve. E é claro que existem muitas outras palavras em uma língua que a pessoa não reconhece e cujo significado não entende. A equipe de trabalho deve, na medida do possível, elaborar suas perguntas usando as palavras que fazem parte do cotidiano dos indivíduos pesquisados.

O mesmo ocorre em relação à gramática. As questões mais eficientes são aquelas compostas por sentenças simples. É preferível usar duas ou mais sentenças simples do que uma sentença composta.

Durante a elaboração das perguntas, o grupo deve se perguntar várias vezes: Esta questão trata precisamente do assunto da pesquisa? Esta pergunta é a mais breve que poderia ser? Esta questão está completamente clara sobre o que se quer perguntar? Se esses questionamentos forem feitos várias vezes, certamente o grupo detectará defeitos nas perguntas escritas anteriormente e achará várias maneiras de melhorá-las.

Basicamente, há dois tipos de questões adotadas em questionários: as fechadas e as abertas.

PERGUNTAS FECHADAS

As questões fechadas são aquelas nas quais um leque de respostas possíveis é fornecido ao entrevistado, que deve escolher aquela que melhor corresponde à sua opinião.

Perguntas fechadas têm a vantagem de sair de campo já pré-codificadas. Nesse caso, o cuidado com a elaboração das opções de resposta deve ser o mesmo dedicado ao das perguntas. A falta de clareza, objetividade e neutralidade nas alternativas de resposta apresentadas ao entrevistado poderá comprometer seriamente o resultado obtido. É ainda importante prever a opção de não resposta, de modo a poder registrar a reação dos entrevistados diante de perguntas que não souberam ou não quiseram responder.

EXEMPLOS DE PERGUNTA FECHADA

P) Você pratica algum esporte atualmente?
1 () sim 2 () não 3 () não respondeu

P) Com que frequência você vai ao cinema?
1 () várias vezes na semana
2 () uma vez por semana
3 () uma vez a cada quinze dias
4 () uma vez por mês
5 () menos de uma vez por mês
6 () não costuma ir ao cinema
7 () não sabe/não respondeu

— Ufa! Terminamos. Finalmente vamos poder descansar um pouco.
— Pois sim! Não te disseram que o trabalho pesado vai começar agora?
— É verdade. Mas pelo menos agora é com a gente, na escola.
Chega de andar por aí...



PERGUNTAS ABERTAS

As questões abertas permitem ao entrevistado dar respostas não previstas anteriormente pela equipe.

Quando se trabalha com perguntas abertas e se pretende fazer sínteses quantitativas, é preciso classificar e codificar as respostas posteriormente.

Há perguntas abertas relativamente simples de codificar, aquelas em que é solicitado ao respondente a citação de um nome de pessoa (artistas, políticos, personalidades etc.), títulos de publicações (livros, jornais, revistas etc.), como o exemplo a seguir:

EXEMPLO DE PERGUNTA ABERTA SIMPLES

P) Falando em livros, por favor, me diga o título do último que você leu:

998 () não sabe/não respondeu

Para a codificação desse tipo de pergunta, o usual é criar uma lista com cada nome/título mencionado, associando imediatamente um código a ele e já anotando esse código no questionário. Sempre que se repetir um nome já codificado, basta anotar o código correspondente no questionário.

Há, porém, perguntas abertas que devem ser tratadas de maneira diferente no momento da codificação. São as questões que permitem explorar mais o tema com o entrevistado, estimulando-o a dizer livremente suas razões, seus posicionamentos, suas preferências etc.



— Bem, pessoal. Precisamos agora ver como vamos nos organizar para separar o material que temos.

EXEMPLOS DE PERGUNTA ABERTA AMPLA

P) Qual a sua opinião sobre o uso de uniformes nas escolas?

998 () não sabe/não respondeu

P) Como você reage quando faz uma compra e logo em seguida encontra o mesmo produto por um preço bem menor?

998 () não sabe/não respondeu

Pode-se também utilizar perguntas semiabertas, nas quais se apresentam aos entrevistados uma lista de alternativas predefinidas e, adicionalmente a opção “Outros. Qual?” para registrar respostas que não tenham sido previstas no questionário.

A codificação das respostas abertas não é imediata, pois pode exigir uma interpretação do texto escrito para identificar a essência da resposta e classificá-la em uma determinada “categoria”.

Um modo de fazer a codificação desse tipo de pergunta em sala de aula é dividir a turma em grupos e cada um se responsabilizar por uma questão. O grupo vai lendo as respostas e, a cada categoria de resposta, cria um código, que é registrado no questionário.

Como se pode observar pelos exemplos anteriores, a codificação é, às vezes, uma tarefa muito mais complexa do que se pensa.



— Pois bem. Cada grupo já sabe o que fazer; organizem as pilhas, preparem os planos de tabulação!

Assim, muitas vezes vale a pena gastar mais tempo na preparação do questionário elaborando alternativas fechadas do que deixar a resposta livre e ter enormes dificuldades para interpretá-las.

O mais importante, entretanto, é ter em mente os objetivos do estudo e os aspectos do tema que se pretende abordar. Inicialmente, é bom fazer um rol grande de perguntas, coletando sugestões de todo o grupo.

Depois, é preciso ir depurando, excluindo as perguntas repetidas e as que fogem do tema principal, agrupando as semelhantes.

É ainda fundamental que se avalie se o questionário contém todas as perguntas necessárias para subsidiar as hipóteses que queremos testar. Se, por exemplo, ao fazermos uma pesquisa sobre opções de lazer entre os jovens da comunidade, supomos que o grau de interesse por “ir ao cinema” depende da disponibilidade de recursos para fazê-lo, é importante garantir que tenhamos incluído perguntas que permitam verificar quanto cada entrevistado costuma gastar em atividades de lazer.

Algumas perguntas são utilizadas para excluir pessoas que não fazem parte do público-alvo da pesquisa.

Por exemplo, numa pesquisa sobre hábitos de leitura, não faria sentido entrevistar pessoas que não costumam ler.

Esse tipo de pergunta é denominado “filtro”.

Perguntas-filtro têm o objetivo de direcionar corretamente a sequência de perguntas a serem feitas para cada entrevistado.

EXEMPLO DE PERGUNTA-FILTRO

P) De modo geral, você diria que gosta de ler ou tem o hábito de ler?

1 () sim {continue na pergunta 2}

2 () não {agradeça e encerre}

3 () depende do tipo de leitura {continue na pergunta 2}



A pergunta-filtro serviria, neste caso, para excluir da pesquisa aqueles que não leem.

Também é importante garantir o ordenamento lógico das perguntas.

Por exemplo: antes de perguntar a opinião do entrevistado sobre um fato, procure saber se ele tem conhecimento do fato. Em uma pesquisa após um festival de rock apresentado na cidade, antes de perguntar ao entrevistado sua opinião sobre o festival, você deve perguntar se ele assistiu ou tomou conhecimento de sua realização.

EXEMPLOS DE PERGUNTA-FILTRO

P1) Você assistiu ou tomou conhecimento do festival de rock realizado em nossa cidade na semana passada?

- 1 () sim {faça a pergunta 2}
- 2 () não {pule para a pergunta 3}
- 3 () não sabe/não respondeu {pule para a pergunta 3}

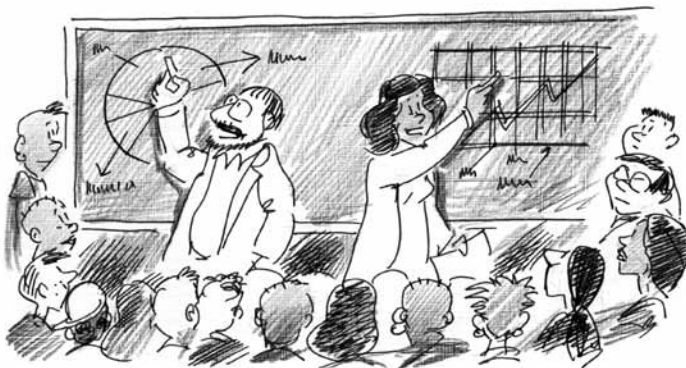
P2) Como você tomou conhecimento do festival de rock?

- 1 () por intermédio de amigos/parentes
- 2 () por intermédio da mídia (jornal, televisão, revistas...)
- 3 () no trabalho
- 4 () outra forma. Qual? _____
- 5 () não sabe/não respondeu

Outro aspecto importante a ser considerado no momento de elaboração de uma pergunta é se ela admite uma única resposta de cada entrevistado ou se este pode oferecer várias respostas.

Na pergunta 1, apresentada anteriormente, "Você assistiu ou tomou conhecimento do festival de rock realizado em nossa cidade na semana passada?", cada entrevistado só tem uma opção de resposta: sim, não ou não sabe/não respondeu. Esta é uma pergunta de opção única para o respondente.

Já na pergunta 2, "Como você tomou conhecimento do festival de rock?", cada entrevistado pode citar mais de uma maneira, ou seja, esta é uma pergunta de múltipla escolha.



— Vamos aos gráficos.
Vejamos o que os resultados,
organizados, vão nos revelar.

Saber se uma pergunta deve ter uma única resposta ou se o entrevistado pode ter múltiplas opções é fundamental para a etapa de tabulação dos resultados no fim da pesquisa, já que:

- a totalização das respostas para perguntas de opção única deverá coincidir com o número de entrevistados (em caso de se calcular percentuais, a soma destes será igual a 100%);
- a totalização das respostas para perguntas de múltipla escolha poderá exceder o número de entrevistados (em caso de se calcular percentuais, a soma destes poderá ser maior que 100%).

Nas situações em que há possibilidade de mais de uma resposta por entrevistado mas se deseja extrair dele a mais forte, a mais importante, a mais frequente, o recurso adotado é incluir na pergunta essa ideia de intensidade.

EXEMPLO DE PERGUNTA COM IDEIA DE INTENSIDADE

P) De modo geral, qual a principal razão para você ler?

1 () para me divertir

2 () para me informar

3 () para ir bem na escola/passar no vestibular

4 () para aprender a falar ou escrever bem

5 () por exigência do trabalho

6 () para me preparar para a vida

7 () outro motivo. Qual? _____

8 () não sabe/não respondeu

É importante que mais de uma pessoa verifique cada questão quanto a suas objetividade, brevidade e clareza. Quem escreve as perguntas sabe bem seus objetivos, porque conhece o projeto por inteiro. As pessoas que as responderão, contudo, só saberão fazê-lo corretamente se as perguntas forem claras e objetivas por si só, sem possibilidades de dúvidas.

Recomenda-se fazer um pré-teste antes da finalização do questionário. O pré-teste é a aplicação-piloto do questionário a um número pequeno de pessoas com características semelhantes às aquelas que serão entrevistadas na pesquisa (mas externas ao grupo que o está elaborando) para verificar se, de fato, as perguntas estão claras ou se provocam distorções. A análise das respostas do pré-teste pode levar à revisão das perguntas.

Também é importante aproveitar as entrevistas do pré-teste para experimentar a tabulação dos dados, certificando-se de que todas as informações necessárias para obter os resultados esperados foram incluídas no questionário e estão estruturadas de maneira adequada.

Assim, ao optar por um tipo ou outro de pergunta, já se deve levar em conta o trabalho que será necessário para tabular e analisar as respostas.

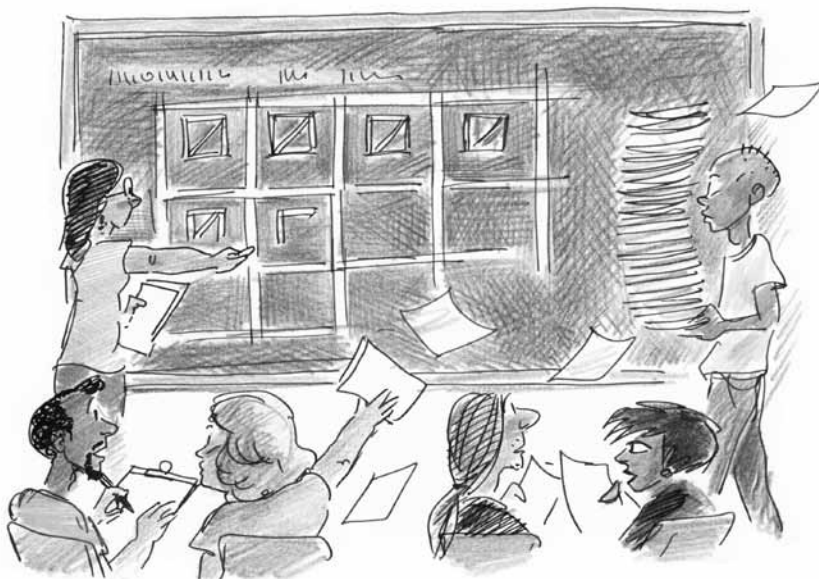
COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Escolher, entre diferentes palavras, aquelas que sejam mais apropriadas ao que se quer dizer ao público-alvo.
- Dominar recursos gramaticais sintáticos que favoreçam a elaboração de enunciados claros e precisos (perguntas e alternativas em ordem direta, curtas, sem ambiguidades).
- Identificar os recursos expressivos da linguagem verbal, os efeitos de sentido de certas construções e palavras (por exemplo, evitar modos de formular perguntas que intimidem o respondente ou o induzam a determinadas respostas).
- Encadear logicamente as partes de um texto (agrupar questões sobre um mesmo tema, observar quais perguntas devem preceder a outras, que perguntas é melhor colocar no início ou no fim do questionário etc.).
- Utilizar diferentes procedimentos para tornar um texto legível e instrumental: revisão, diagramação e reprodução.

5. TRABALHO DE CAMPO

O trabalho de campo consiste nos procedimentos de coleta e verificação das informações. Nessa fase são efetuados os contatos com os respondentes, aplicados os questionários, registrados os dados e feita a primeira verificação do preenchimento dos questionários.

É preciso organizar bem a equipe, dividir responsabilidades e combinar prazos. As equipes que irão a campo coletar as informações precisam



— Você notou a quantidade de pessoas que responderam “não” na pergunta 18?

preparar-se e organizar-se para o controle do trabalho. Devem numerar sequencialmente todos os questionários e montar planilhas de controle para o registro dos questionários já respondidos. Com esse tipo de controle pode-se acompanhar a realização do trabalho e identificar rapidamente eventuais dificuldades em atingir o número de entrevistas previsto ou conseguir contato com determinado tipo de pessoa.

Os alunos que irão a campo fazer as entrevistas precisam estar preparados para abordar os entrevistados de maneira adequada. Primeiro, é fundamental que se identifiquem e, para isso, podem trazer a carteira da escola e uma carta de apresentação do professor ou da diretoria. Devem saber explicar os objetivos da pesquisa e solicitar com delicadeza a colaboração do entrevistado. É necessário que se exercitem para poder ler as perguntas claramente e registrar as respostas com precisão. Além disso, devem demonstrar respeito às opiniões dos entrevistados, evitando exercer qualquer influência sobre suas respostas. Uma estratégia excelente para preparar os entrevistadores é ensaiar situações de entrevista na sala de aula, sob supervisão do professor e com participação da turma por meio de sugestões de como aperfeiçoar a abordagem.

Um cuidado importante durante a etapa de campo é assegurar que as características dos entrevistados correspondam às da amostra definida.

À medida que os questionários são aplicados e recolhidos, pode ser feito um trabalho de verificação imediata se o questionário foi preenchido corretamente, preparando o trabalho de tabulação dos dados. Nessa etapa, deve-se atribuir um código para as perguntas que não foram respondidas ou que devam ser anuladas por algum motivo (geralmente se usa 9 ou 99). Também é nessa fase que as perguntas abertas são codificadas com números.

O trabalho de campo é uma etapa importantíssima da pesquisa de opinião. Se a amostra proposta não for seguida, se os questionários forem mal aplicados e mal codificados, se não houver um trabalho cuidadoso de verificação, os resultados certamente ficarão comprometidos.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Planejar a fala em função da situação comunicativa (como abordar o público a ser pesquisado, convencê-lo a participar da pesquisa).
- Desenvolver fluência na comunicação oral, ajustando a fala em função da reação dos interlocutores (criar clima favorável, não faltar ao respeito com opiniões e atitudes do entrevistado, negociar expectativas e disponibilidades).

6. TABULAÇÃO E PROCESSAMENTO DAS INFORMAÇÕES

Há várias formas de tabular os resultados de uma pesquisa:

- manualmente;
- por meio de programas de computador de uso genérico e amplamente divulgados, tais como as planilhas eletrônicas, do tipo Excel;
- por meio de programas de computador especialmente desenvolvidos para atividades de pesquisa, conhecidos como pacotes de análise de dados.

TABULANDO MANUALMENTE

A tabulação manual é de rápida assimilação, demandando apenas que se prepare previamente a folha onde se registrarão os resultados. Mesmo que a equipe tenha decidido utilizar a tabulação por meio de computador, é importante que os alunos tabulem algumas perguntas manualmente para que compreendam melhor o processo.

É comum usar papel quadriculado para esta atividade, pois basicamente se trabalha com linhas e colunas. Para cada pergunta são anotadas, em cada linha, todas as opções de resposta; uma última linha é reservada para a totalização dos dados. Nas colunas escreve-se o resultado das contagens de cada opção.

Na primeira coluna devem ser registrados os resultados totais; nas demais, se for o caso, são anotados resultados de outras variáveis de análise.



— *Puxa, nunca imaginei que iríamos descobrir tanta coisa numa pesquisa de opinião que parecia tão simples.*

Na tabulação de uma pergunta sobre gosto/hábito de leitura teríamos:

PLANO DE TABULAÇÃO

GOSTO PELA LEITURA / JANEIRO 2002.

P1) GOSTA/TEM O HÁBITO DE LER

	TOTAL	HOMENS	MULHERES	< 30 ANOS	≥ 30 ANOS
1. SIM					
2. NÃO					
3. DEPENDE					
TOTAL					

Pronto o *Plano de tabulação*, parte-se para o trabalho de tabulação propriamente dito, da seguinte maneira:

1. TABULAÇÃO PARA O TOTAL DE ENTREVISTADOS

Separar em pilhas o conjunto total de questionários, segundo a resposta dada para a pergunta que está sendo tabulada. No nosso caso, teremos três pilhas de respostas:

- Pilha 1: todos os que responderam "SIM";
- Pilha 2: todos os que responderam "NÃO";
- Pilha 3: todos os que responderam "DEPENDE".

Contar os questionários da Pilha 1 e registrar no Plano de tabulação esse total, na linha "SIM".

Contar os questionários da Pilha 2 e registrar no Plano de tabulação esse total, na linha "NÃO".

Contar os questionários da Pilha 3 e registrar no Plano de tabulação esse total, na linha "DEPENDE".

REGISTRO DAS RESPOSTASGOSTO PELA LEITURA / JANEIRO 2002

P1) GOSTA/TEM O HÁBITO DE LER

	TOTAL	HOMENS	MULHERES	< 30 ANOS	≥ 30 ANOS
1. SIM	8				
2. NÃO	2				
3. DEPENDE	—				
TOTAL	10				

→ 10 ENTREVISTAS COMPLETAS

Outra opção para tabular o total de entrevistados é dividir os questionários por pequenos grupos de alunos, para que cada um faça a contagem das respostas de todas as questões do conjunto de questionários que lhes foi entregue.

Pode-se preparar um papel no qual se encontra o número da pergunta com as suas alternativas, dessa forma um estudante “canta” para outro o resultado a ser anotado. Podendo-se alternar os papéis. Por exemplo:

GOSTO PELA LEITURA

P1) GOSTA/TEM O HÁBITO DE LER

	HOMENS	MULHERES
1. SIM	L	L
2. NÃO	I	—
3. DEPENDE	—	—

GOSTO PELA LEITURA

P2) O QUE VOCÊ PREFERE LER PARA SE DISTRAIR?

	HOMENS	MULHERES
1. REVISTAS	☐	☒ 1
2. JORNAIS	☒ L	☐
3. LIVROS	☒	☒ L
4. OUTROS	L	L

No fim da contagem das respostas de cada alternativa, os grupos apresentam seus resultados para a soma total das respostas.

2. TABULAÇÃO POR VARIÁVEIS (CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS)

Muitas vezes os resultados mais interessantes de uma pesquisa são observados quando comparamos as opiniões de diferentes grupos de pessoas. Para possibilitar essas comparações é fundamental fazer a tabulação separadamente para cada um dos grupos de interesse.

Suponhamos que uma turma do último ano do Ensino Médio tenha escolhido como tema as perspectivas dos estudantes para o futuro: Quantos pretendiam ingressar na universidade? Quais os cursos mais procurados? Quantos preferiam uma inserção imediata no mercado de trabalho? Que tipo de trabalho buscavam?

Na formulação de suas hipóteses o grupo tinha duas suspeitas: a de que as expectativas variariam bastante entre moças e rapazes e a de que o mesmo ocorreria de acordo com a renda familiar de cada jovem.

Uma boa alternativa para esse caso consiste em separar os questionários em pilhas que agrupem pessoas com as mesmas características:

- Pilha 1 = sexo masculino/renda familiar inferior a três salários mínimos;
- Pilha 2 = sexo masculino/renda familiar entre três e cinco salários mínimos.
- Pilha 3 = sexo masculino/renda familiar superior a cinco salários mínimos;
- Pilha 4 = sexo feminino/renda familiar inferior a três salários mínimos;
- Pilha 5 = sexo feminino/renda familiar entre três e cinco salários mínimos.
- Pilha 6 = sexo feminino/renda familiar superior a cinco salários mínimos.

No fim da contagem das seis pilhas de questionários é muito simples totalizar as respostas de todos os referentes a respondentes do sexo masculino e do sexo feminino, assim como para cada uma das faixas de renda previstas nos questionários.

	PILHA 1	PILHA 2	PILHA 3	PILHA 4	PILHA 5	PILHA 6	SEXO		RENDA FAMILIAR		
	MASC/ RENDA <3 S.M.	MASC/ RENDA ENTRE 3 E 5 S.M.	MASC/ RENDA >5 S.M.	FEM/ RENDA <3 S.M.	FEM/ RENDA ENTRE 3 E 5 S.M.	FEM/ RENDA >5 S.M.	TOTAL MASCULINO	TOTAL FEMININO	TOTAL <3 S.M.	TOTAL ENTRE 3 E 5 S.M.	TOTAL >5 S.M.
P1- PRETENDE CURSAR A UNIVERSIDADE											
sim	14	17	11	18	24	10	42	52	32	41	21
NÃO	12	10	5	15	14	5	27	34	27	24	10
NÃO SABE	1	2	1		3	1	4	4	1	5	2
TOTAL	27	29	17	33	41	16	73	90	60	70	33
P2- QUE CURSO PRETENDE FAZER											
MEDICINA	5	6	9	6	8	4	20	18	11	14	13
COMPUTAÇÃO	8	11	5	4	3	2	24	9	12	14	7
COMUNICAÇÃO	5	7	1	7	11	5	13	23	12	18	6
PEDAGOGIA	1	0	0	12	10	3	1	25	13	10	3
OUTRO	8	5	2	4	9	2	15	15	12	14	4
TOTAL	27	29	17	33	41	16	73	90	60	70	33

O resultado ficará mais evidente após o cálculo das porcentagens para cada grupo, como mostra o exemplo abaixo:

P1 – Pretendem cursar a universidade:

Rapazes: $42/73 = 57,5\%$

Moças: $52/90 = 57,8\%$

→ Não há diferenças entre os dois grupos.

Renda inferior a 3 S.M.: $32/60 = 53,3\%$

Renda entre 3 e 5 S.M.: $41/70 = 58,6\%$

Renda superior a 5 S.M.: $21/33 = 63,6\%$

→ Quanto maior a renda, maior a expectativa de cursar a universidade.

USANDO PLANILHAS ELETRÔNICAS

O mesmo raciocínio empregado para a tabulação manual dos dados de uma pesquisa pode ser empregado para a tabulação em planilhas eletrônicas em computador. Só a forma de registro é diferenciada. Para a tabulação com planilhas eletrônicas é necessário criar o banco de dados, digitando todas as informações de cada um dos questionários completados. Nos bancos de dados mais comuns, cada linha corresponde a um questionário e cada coluna recebe uma informação do mesmo questionário, desde a caracterização do entrevistado até suas respostas para cada uma das perguntas.

PLANILHA ELETRÔNICA

	A	B	C	D	E	F	G
1	QUEST	SEXO	IDADE	P1			
2	1	1	24	1			
3	2	1	45	1			
4	3	2	33	2			
5	4	2	19	1			
6	5	1	41	1			
7	6	2	29	1			
8	7	1	35	1			
9	8	2	25	1			
10	9	2	28	2			
11	10	1	21	1			
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							

Para iniciar a digitação dos questionários é necessário, portanto, que eles estejam numerados de 1 até o total de entrevistas feitas, e que todas as respostas também estejam associadas a um código numérico.

Com todos os questionários registrados (digitados) na planilha, pode-se calcular quantos responderam cada alternativa, no total e por variáveis de análise.



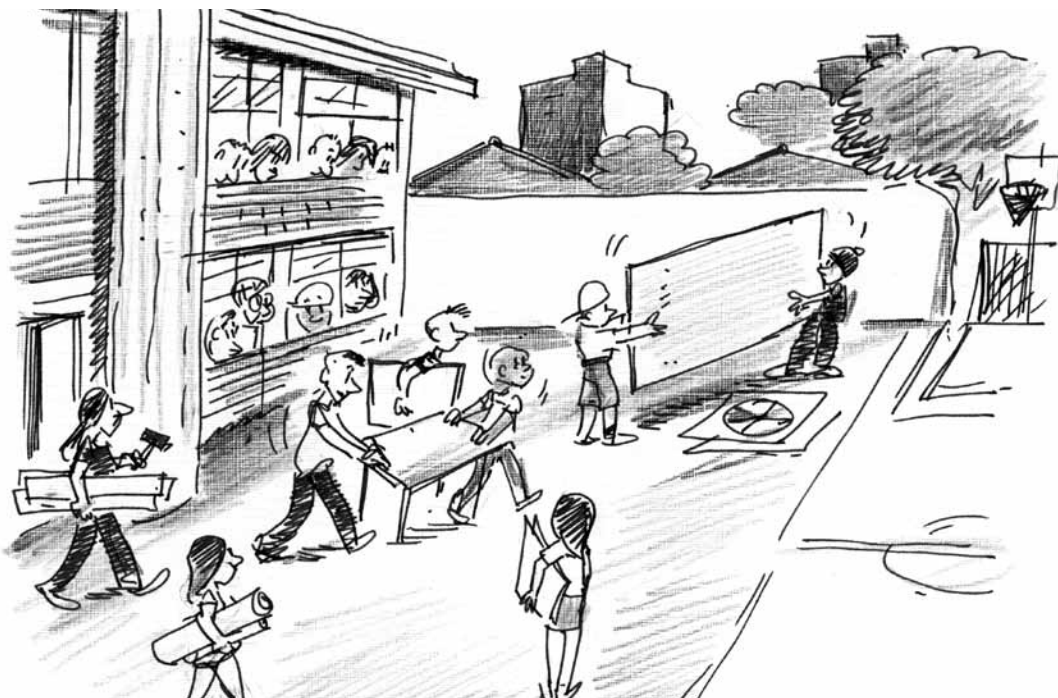
- Olha só: a maioria dos entrevistados não tem o hábito de ler livros.
- A gente podia fazer uma campanha no bairro para estimular a leitura.

A utilização de planilhas eletrônicas para a tabulação de questionários traz muitas vantagens quando se tem um grande volume de trabalho (número grande de entrevistas realizadas, questionários muito longos, muitas variáveis de tabulação), porém, para efeitos de aprendizado do processo de pesquisa na escola, é conveniente fazer pelo menos uma parte da tabulação de forma manual, já que esta permite que os alunos se apropriem mais plenamente do mecanismo de cálculo necessário para a obtenção dos resultados.

Concluída a tabulação e após a observação cuidadosa dos totais obtidos, é possível passar à análise dos resultados, objeto do próximo item.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Desenvolver formas de registrar com precisão grandes quantidades de dados (codificação de respostas abertas, construção de tabelas de dupla entrada).
- Desenvolver estratégias de contagem e verificação.
- Perceber as potencialidades da informática como ferramenta para organizar e armazenar dados (conhecer e usar planilhas eletrônicas, programas para montagem de bancos de dados).



— Cara, nunca vi essa turma tão animada. A apresentação é amanhã, mas todos querem preparar tudo hoje.

— Ei, alguém tem um martelo?

7. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Toda e qualquer análise de dados provenientes de pesquisa se inicia com uma análise descritiva das informações. No conjunto de dados deve-se destacar o que é mais comum, típico e o que é diferente, discrepante. Ao fazer essa contraposição dos resultados, temos condições de começar a esboçar nossa linha principal de análise e verificar em que medida as hipóteses iniciais se confirmam.

Muitas vezes, encontraremos dados mais interessantes em análises feitas mediante cruzamentos de duas perguntas: principalmente as que qualificam os respondentes por sexo, idade, escolaridade etc.

Consideremos, por exemplo, a tabulação de uma pergunta que avalia a concordância de um grupo de alunos de diversas turmas com a construção de um centro comercial no terreno que abrigava o campinho de futebol, nas imediações da escola. A hipótese inicial era que a opinião variasse segundo o sexo e a idade dos entrevistados. Nosso “palpite” era que as meninas seriam favoráveis e os meninos contrários ao empreendimento.

Para analisar as diferenças entre os grupos é necessário que a tabulação dos dados seja preparada para atender a esse objetivo – acumulando as entrevistas separadamente para cada grupo que pretendemos analisar.

	Total	De 12 a 15 anos	De 16 a 19 anos	Masculino	Feminino
(1) Concorda	30	22	8	3	27
(2) Discorda	48	27	21	37	11
(99) Não respondeu	2	1	1	–	2
Total	80	50	30	40	40

Um quadro como esse já dá boa visão da opinião dos entrevistados destacando as diferenças entre os mais jovens e os mais velhos e entre moças e rapazes. *Grosso modo*, podemos afirmar que a maioria (48) é contra a construção do empreendimento e que a opinião – confirmando nossa hipótese inicial – é significativamente diferente entre meninos e meninas. Para melhor dimensionamento dessas diferenças, podemos calcular as porcentagens, que são muito úteis, pois evidenciam semelhanças ou diferenças proporcionais aos tamanhos dos grupos.

Tomando como base o total de cada grupo (porcentagem vertical)

	Total	De 12 a 15 anos	De 16 a 19 anos	Masculino	Feminino
(1) Concorda	38%	44%	27%	8%	67%
(2) Discorda	60%	54%	70%	92%	28%
(99) Não respondeu	2%	2%	3%	–	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Essa análise permite perceber que a maioria dos alunos (60%) discorda da proposta de construção do centro comercial, sendo os mais velhos ainda mais contrários do que os mais jovens (70% x 54%, respectivamente). Há, no entanto, uma inversão de opiniões quando se analisam apenas as moças em separado dos rapazes: a maioria delas (67%) é favorável à construção do centro comercial.

Outra análise interessante é avaliar o perfil dos que concordam ou não com a construção do centro comercial no lugar onde atualmente há um campinho de futebol. É claro que, para podermos generalizar o resultado de nossa pesquisa como a opinião de toda a escola, é fundamental que a amostra tenha sido desenhada em proporções de sexo e idade iguais às encontradas na população estudada (em nosso exemplo, os alunos de toda a escola).

Tomando como base o total de cada resposta (porcentagem horizontal)

	Total	De 12 a 15 anos	De 16 a 19 anos	Masculino	Feminino
(1) Concorda	100%	73%	27%	10%	90%
(2) Discorda	100%	56%	44%	77%	23%

Essa outra leitura permite observar, por exemplo, que 90% dos que concordam com a construção do centro comercial são do sexo feminino ou que 56% dos contrários à sua construção pertencem ao grupo dos mais jovens.

Outra consideração importante a fazer no momento da análise dos dados coletados em campo é que nem sempre a informação mais interessante da pesquisa se encontra na opinião escolhida pelo maior número de entrevistados. Vale a pena observar se há uma segunda ou mesmo uma terceira opção que também tenham sido escolhidas por muitas pessoas. Também é importante considerar as alternativas com que apenas poucos entrevistados concordam: elas representam a

opinião da minoria, mas também deve ser levada em conta.

REPRESENTAÇÃO DOS DADOS COM GRÁFICOS

Além das tabelas, outra forma de apresentar os dados de uma pesquisa são os gráficos. Eles ajudam a evidenciar algumas relações ou tendências.

A vantagem dos gráficos é facilitar a leitura, além do bom efeito visual. Por isso, é preciso cuidar tanto da precisão das medidas quanto da estética da apresentação.

Muitos programas de computador geram gráficos automaticamente a partir de números registrados em uma planilha.

A seguir, mostramos alguns exemplos dos gráficos mais usados para apresentar dados de pesquisas. Todos podem ser feitos no computador ou desenhados à mão com auxílio de réguas ou transferidores.

GRÁFICO DE LINHAS

Os gráficos de linhas são muito usados na representação de dados numéricos que variam, mostrando a tendência de uma dada opinião ao longo do tempo.

GRÁFICO DE LINHAS

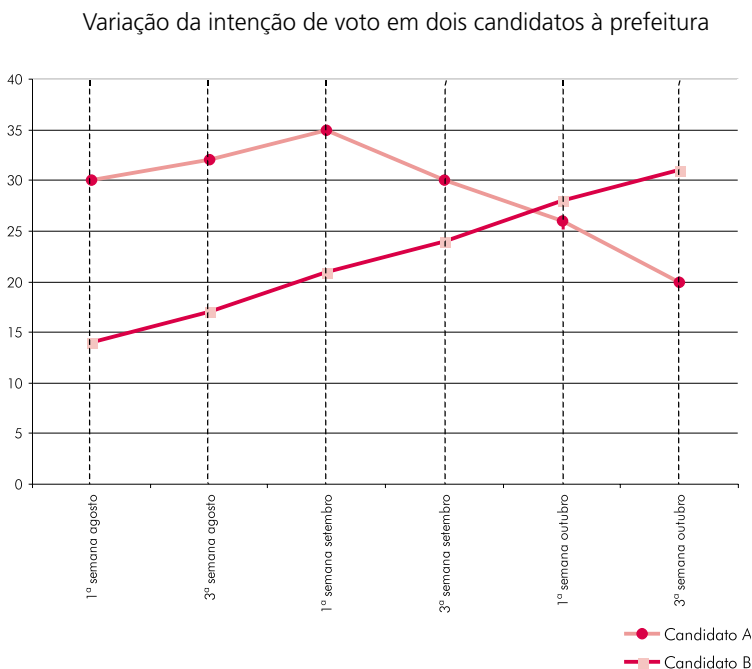


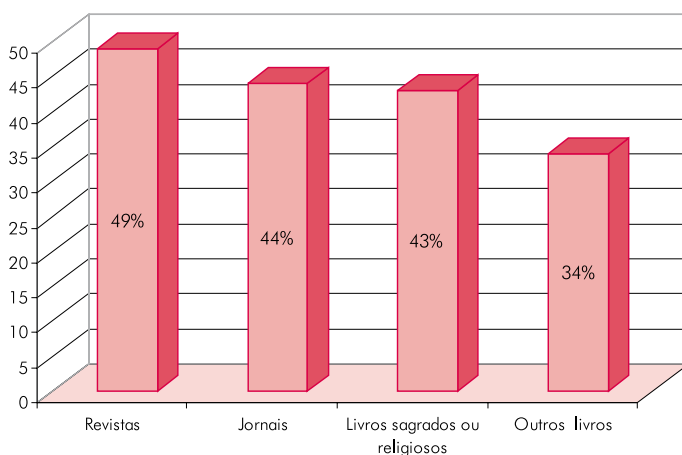
GRÁFICO DE BARRAS

Os gráficos de barras são muito utilizados em pesquisa e facilitam a comparação entre os dados.

Para desenhá-los manualmente, papéis quadriculados são uma boa ferramenta.

GRÁFICO DE BARRAS

O que as pessoas preferem ler para se distrair?



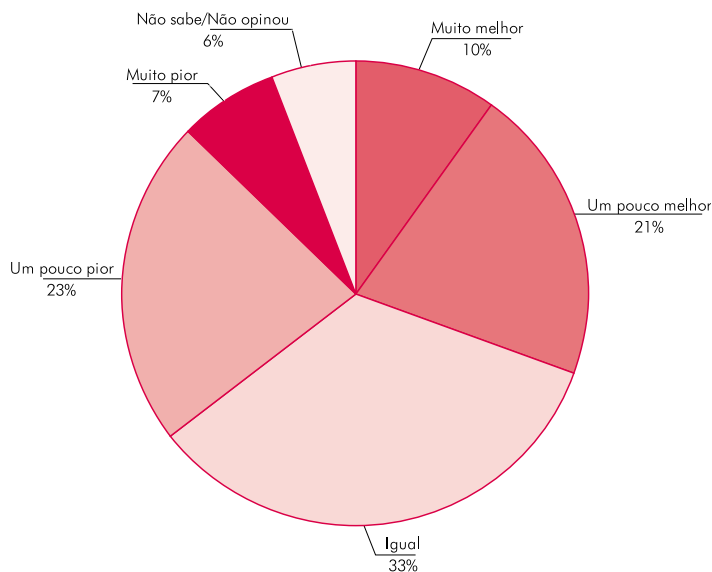
Fonte: Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional. Instituto Paulo Montenegro/IBOPE e Ação Educativa, 2001.

GRÁFICO DE SETORES

Outro gráfico bastante adotado em nosso cotidiano é o de setores, também conhecido como “gráfico de pizza”. Esse tipo de gráfico permite visualizar partes de um todo, em termos das porcentagens. O que se resalta com essa configuração é a participação de cada parte no total.

GRÁFICO DE SETORES

Em comparação com escolas particulares que você conhece ou ouve falar, em sua opinião, esta escola é melhor, igual ou pior do que as escolas particulares?



COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Identificar as variáveis relevantes, selecionar procedimentos necessários para análise e interpretação dos resultados.
- Aplicar conceitos de proporcionalidade, probabilidade, porcentagem, média.
- Testar hipótese com base em dados coletados.
- Identificar e aplicar conhecimentos sobre valores de variáveis, realizando previsão de tendências e possíveis interpretações.
- Construir e interpretar tabelas que evidenciem tendências dos fenômenos.
- Comparar e estabelecer relações entre dados.
- Usar adequadamente calculadoras e computadores para realizar análises estatísticas (cálculo de porcentagem, média etc.).

8. SISTEMATIZAÇÃO, APRESENTAÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

Uma pesquisa de opinião feita na comunidade escolar reúne informações inéditas que merecem ser documentadas e divulgadas. Os resultados de uma pesquisa são apresentados na forma de relatórios, contendo todas as informações relevantes.

Uma apresentação deve, em geral, mostrar:

- O tema escolhido e as hipóteses de interesse.
- A amostra pesquisada: quem foi entrevistado e como foi selecionado.
- O questionário: como foi elaborado e testado.
- A realização das entrevistas: quem as fez, onde e quando.
- A tabulação dos dados, manual ou eletrônica.
- Os resultados.
- As conclusões principais.
- Os próximos passos.



— Acho que esse vem depois do de pizza. Fica mais claro o resultado, não acham?

— Oba, pizza!

Os resultados devem ser divulgados para o maior número possível de envolvidos: alunos, professores, equipe de gestão e funcionários da escola, pais e familiares dos alunos, os entrevistados pela pesquisa e, dependendo do tema, os representantes de serviços e equipamentos públicos locais que atuam na área que foi objeto da pesquisa etc.

Preparar a apresentação de resultados de uma pesquisa requer conhecimento não apenas do tema analisado, mas de todo o projeto que foi desenvolvido no processo da pesquisa.

Dependendo do escopo do projeto e do público que irá assistir sua apresentação, pode variar até mesmo o entendimento dos motivos que levaram à sua realização. Por isso, é recomendável fazer uma introdução ao assunto da pesquisa e um breve histórico do projeto, antes da apresentação dos resultados.

Para incrementar o relatório, pode-se ainda recorrer a fotos que ilustrem o tema abordado, textos complementares ou reprodução de algumas frases expressivas ditas pelos entrevistados.

As apresentações orais podem ser dinamizadas com o uso de cartazes, slides ou retroprojetores, em que se mostrem tabelas e gráficos, à medida que as explicações e os debates forem ocorrendo.

Outra possibilidade é organizar uma exposição sobre o tema, fixando gráficos, tabelas e pequenos textos explicativos em painéis, que também podem ser decorados com fotos e outras ilustrações. Finalmente, boletins ou jornais que circulam na escola ou na região podem ser bons veículos para divulgar os principais dados e conclusões.

Depois que o trabalho for encerrado e seus resultados divulgados e discutidos, os relatórios devem ser guardados em lugar que permita sua recuperação posterior. Mesmo passados alguns anos de sua realização, um estudo pode ser útil a outras equipes da escola que estejam interessadas em temáticas afins. Possivelmente, novos estudos serão conduzidos no futuro, tomando por base aqueles já realizados. Sugerimos a catalogação das pesquisas realizadas para facilitar sua recuperação.

O conhecimento que a escola produz não fica, assim, condenado ao eterno recomeço. Cada nova geração de alunos poderá inteirar-se dos problemas e temas que preocuparam as anteriores e encontrar nesse acervo sugestões para novas pesquisas.

À medida que a escola vai acumulando um conjunto de pesquisas nela produzido, cria para os alunos a oportunidade de vivenciar a natureza colaborativa da produção de conhecimentos. A escola vai, dessa forma, construindo sua identidade como um lugar onde, enquanto se ensina e se aprende, também é possível produzir conhecimentos úteis e interessantes para a comunidade escolar.

Os polos multiplicadores organizam seminários como forma de divulgar os resultados das pesquisas. É durante os seminários que os envolvidos têm a possibilidade de apresentar os trabalhos realizados durante o ano letivo a seu público-alvo, seja ele composto por outros alunos, professores e familiares, seja ele a própria comunidade do entorno e outros interessados.

Outra ferramenta de divulgação dos projetos de pesquisa, que atinge mais do que sua comunidade escolar, é o banco de projetos no site do Instituto Paulo Montenegro (www.ipm.org.br). Nele, é possível cadastrar informações sobre a pesquisa (tema, número de alunos e professores envolvidos, disciplinas) e ainda anexar fotos e até o questionário aplicado.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES QUE PODEM SER DESENVOLVIDAS NESTA ETAPA

- Analisar os dados representados em gráficos e tabelas, relacionando-os a contextos socioeconômicos, científicos ou cotidianos.
- Interpretar e criticar resultados.
- Fazer e validar conjecturas recorrendo a fatos conhecidos.
- Elaborar recomendações ou sugestões de intervenção nos problemas investigados com base em dados.
- Produzir textos adequados para descrever resultados e conclusões, fazendo uso de textos descritivos e dissertativos, acompanhados de gráficos e tabelas.
- Expressar-se oralmente com correção e clareza, usando a terminologia correta.
- Utilizar elementos da linguagem gráfica e plástica para melhor comunicar os resultados.
- Organizar publicações, eventos ou situações que favoreçam a comunicação dos resultados para o público interessado.
- Produzir novos discursos sobre as diferentes realidades sociais a partir das reflexões realizadas.
- Construir instrumentos para melhor compreensão da vida cotidiana, ampliando a visão de mundo e o horizonte de expectativas, nas relações interpessoais e com vários grupos sociais.

PROPONDO AÇÕES DE INTERVENÇÃO A PARTIR DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Quando fazemos uma pesquisa, uma das perguntas é: o que podemos fazer com seus resultados? Os resultados podem indicar possíveis ações de continuidade, como a realização de campanhas de esclarecimento sobre o tema investigado, o desdobramento do tema em novas pesquisas, a mobilização dos envolvidos e da comunidade na busca de soluções para um problema que tenha sido identificado pela pesquisa etc.

É desejável que a possibilidade de intervenção, a partir dos resultados da pesquisa, esteja prevista no início do processo, no momento do planejamento. Isso dependerá dos motivos que desencadearam sua realização: compreensão e resolução de um problema, curiosidade acerca de um tema ou situação etc. Vale lembrar que algumas pesquisas educativas de opinião não terão desdobramentos em planos de intervenção. A opção por essa continuidade é decisão da equipe de pesquisa e tem maior chance de sucesso se for assumida pela escola, ou seja, as ações ganharão relevância se planejadas coletivamente, com envolvimento de professores, equipe técnica, funcionários, alunos e direção e até mesmo do conselho de escola, da Associação de Pais e Mestres (APM), do grêmio estudantil etc.

Os resultados de uma pesquisa de opinião no âmbito escolar podem sugerir caminhos para a realização de ações a serem implementadas na escola, com as famílias dos estudantes ou mesmo abrangendo toda a comunidade.

Um plano de ação, como o próprio nome diz, é uma ferramenta importante para programar as atividades a serem executadas, definindo claramente seus objetivos, os recursos necessários para sua realização, as responsabilidades e os prazos previstos.

AVALIAÇÃO

A realização de um projeto de pesquisa educativa de opinião é uma atividade que difere em muito das práticas tradicionais de ensino das disciplinas na escola. Tal experiência promove aprendizagens de competências e habilidades – elencadas em cada etapa deste *Manual* – que não se limitam a uma disciplina específica e que dificilmente podem ser medidas por meio de testes e provas. Elas são, no entanto, essenciais para a formação geral dos alunos e referem-se a capacidades de pesquisar, selecionar e analisar informações, de aprender, criar e formular para além da memorização.

Para garantir o sentido pedagógico da realização de pesquisas na escola, é fundamental que docentes e estudantes estejam conscientes das competências e habilidades que estão desenvolvendo. Isso coloca grandes desafios para a avaliação. Em primeiro lugar, é preciso ter em mente que os sucessos e as falhas do processo são resultado do trabalho de todos os envolvidos e não de um aluno, de um indivíduo. Isso sugere o uso de dinâmicas de avaliação coletiva, na qual cada participante possa analisar seu desempenho frente ao projeto e ao desempenho do grupo como um todo. É interessante também que, a cada etapa, haja momentos em que o grupo se dedique a analisar o que foi feito até então, as aprendizagens alcançadas, os desafios a superar. Com base nessa análise, procedimentos, etapas e metas podem ser revistos ao longo do processo.

Para uma avaliação abrangente é necessário ter em mente o planejamento feito no início do projeto e analisar o processo e o produto obtido. Pode-se lançar mão das habilidades e das competências apresentadas em cada uma das etapas deste *Manual*, das expectativas do grupo no início da pesquisa e/ou do planejamento do docente para aquela turma. Este é o momento para que o educador retome os objetivos que estabeleceu, em seu planejamento, ao propor a realização de uma pesquisa educativa de opinião.

Assim como o planejamento e todas as etapas da pesquisa, é importante que a avaliação seja feita com todo o grupo de pesquisa (docentes e discentes). A compreensão coletiva do grupo sobre os

objetivos atingidos e não atingidos e o porquê conseguiram ou não fazer tudo que estava planejado faz parte de um aprendizado importante, tanto para a vida dos estudantes quanto para o planejamento de outro projeto pedagógico.

Conforme nos lembra Madalena Freire:

Avaliar é retomar os fios do planejamento, questionando o processo vivido e o produto construído; para, das constatações do que ainda me falta... gestar o novo planejamento.¹

Retomando o que foi visto ao longo dos capítulos, discuta com os alunos em que medida eles garantiram cada uma dessas aprendizagens.

Etapa do projeto	Competências e habilidades a serem desenvolvidas
Planejamento	Formação e organização da equipe • Participar na definição de um projeto de trabalho coletivo (fazer propostas, negociar frente a expectativas divergentes, assumir responsabilidades sobre decisões coletivas). • Prever recursos materiais e humanos, além do tempo e do espaço necessários para a execução de tarefas. • Definir tarefas, dividi-las entre os participantes e organizar seu encadeamento, segundo o tempo estabelecido. • Cumprir as tarefas atribuídas a cada um, considerando a necessária coordenação com as atividades assumidas pelos demais. • Empregar mecanismos de controle de execução das tarefas (planilhas, listas, relatórios, agenda). • Avaliar a própria participação e a dos demais quanto ao cumprimento de tarefas e acordos coletivos.
Definição do tema	• Problematicar a realidade, identificar um problema ou questão que afeta a todos. • Levantar conhecimentos, crenças e valores do grupo sobre a temática. • Identificar a eventual necessidade de buscar mais conhecimentos para aprofundar o tema e delimitar o problema a ser pesquisado. • Selecionar fontes de informação para o desenvolvimento do tema. • Interpretar informações relativas ao problema. • Formular hipóteses e prever resultados.

¹ Madalena Freire em aula ministrada no Curso de Formação de Educadores no “Espaço Pedagógico”, 2002.

Etapa do projeto	Competências e habilidades a serem desenvolvidas
Definição da população e da amostra	• Constatar o valor dos conhecimentos estatísticos para leitura e interpretação da realidade social. • Aplicar ideias de probabilidade, combinatória e proporcionalidade. • Desenvolver noções associadas a procedimentos de amostragem e representatividade. • Verificar questões relativas à validade e à probabilidade de erro envolvidas na produção de conhecimentos. • Ajustar as expectativas de investigação às condições reais de coleta de dados.
Elaboração dos questionários	• Escolher, entre diferentes palavras, aquelas que sejam mais apropriadas ao que se quer dizer ao público-alvo. • Dominar recursos gramaticais sintáticos que favoreçam a elaboração de enunciados claros e precisos (perguntas e alternativas em ordem direta, curtas, sem ambiguidades). • Identificar os recursos expressivos da linguagem verbal, os efeitos de sentido de certas construções e palavras (por exemplo, modos de formular perguntas que intimidem o respondente ou o induzam a determinadas respostas). • Encadear logicamente as partes de um texto (agrupar questões sobre um mesmo tema, observar quais perguntas devem preceder a outras, que perguntas é melhor colocar no início ou no final do questionário etc.). • Utilizar diferentes procedimentos para tornar um texto legível e instrumental: revisão, diagramação e reprodução.
O trabalho de campo	• Planejar a fala em função da situação comunicativa (como abordar o público a ser pesquisado, convencê-lo a participar da pesquisa). • Desenvolver fluência na comunicação oral, ajustando a fala em função da reação dos interlocutores (criar clima favorável, não faltar ao respeito com opiniões e atitudes do entrevistado, negociar expectativas e disponibilidades).
Tabulação e processamento das informações	• Desenvolver formas de registrar com precisão grandes quantidades de dados (codificação de respostas abertas, construção de tabelas de dupla entrada). • Desenvolver estratégias de contagem e verificação. • Perceber as potencialidades da informática como ferramenta para organizar e armazenar dados (conhecer e usar planilhas eletrônicas, programas para montagem de bancos de dados).

Etapa do projeto	Competências e habilidades a serem desenvolvidas
Análise e interpretação dos resultados	• Identificar as variáveis relevantes, selecionar procedimentos necessários para análise e interpretação dos resultados. • Aplicar conceitos de proporcionalidade, probabilidade, porcentagem, média. • Testar hipótese com base em dados coletados. • Identificar e aplicar conhecimentos sobre valores de variáveis, prevendo tendências e possíveis interpretações. • Construir e interpretar tabelas que evidenciem tendências dos fenômenos. • Comparar e estabelecer relações entre dados. • Utilizar adequadamente calculadoras e computadores para fazer análises estatísticas (cálculo de porcentagem, média etc.).
Apresentação dos dados com gráficos	• Interpretar e construir gráficos adequados ao tipo de informação que se quer comunicar. • Usar noções de geometria e instrumentos de medição e cálculo para desenhar gráficos. • Empregar programas de informática para construir gráficos. • Identificar, por meio de títulos, legendas e notações matemáticas, os gráficos e os elementos representados. • Recorrer a recursos gráficos que facilitem a interpretação da informação contida nos gráficos (tipo e tamanho de letras, cores, ícones).
Sistematização e divulgação dos resultados	• Analisar os dados representados em gráficos e tabelas, relacionando-os a contextos socioeconômicos, científicos ou cotidianos. • Interpretar e criticar resultados. • Discutir ideias e produzir argumentos convincentes. • Fazer e validar conjecturas recorrendo a fatos conhecidos. • Elaborar recomendações ou sugestões de intervenção nos problemas pesquisados com base em dados. • Produzir textos adequados para descrever resultados e conclusões, fazendo uso de textos descritivos e dissertativos, acompanhados de gráficos e tabelas. • Expressar-se oralmente com correção e clareza, empregando a terminologia correta. • Utilizar elementos da linguagem gráfica e plástica para melhor comunicar os resultados. • Organizar publicações, eventos ou situações que favoreçam a comunicação dos resultados para o público interessado. • Produzir novos discursos sobre as diferentes realidades sociais a partir das reflexões feitas. • Construir instrumentos para melhor compreensão da vida cotidiana, ampliando a visão de mundo e o horizonte de expectativas, nas relações interpessoais e com vários grupos sociais.





CONGRESSO IBOPE UNESCO

A PESQUISA QUE ENSINA

O Congresso IBOPE UNESCO é um encontro, organizado anualmente, com representantes de todos os Polos e Núcleos da rede Nepso, que visa a socializar as experiências de uso pedagógico da pesquisa de opinião, constituindo um espaço de aprendizagem para educadores e educandos e de aprofundamento das aprendizagens proporcionadas pelo programa Nepso.

OBJETIVOS

- Disseminar um modelo pedagógico, no qual alunos e professores têm papel ativo na construção dos conhecimentos.
- Promover a qualificação do trabalho educativo das escolas públicas, na direção da contextualização e da interdisciplinaridade.
- Reconhecer o papel central do professor no processo pedagógico no interior da escola.
- Promover a realização, nas escolas, de projetos interdisciplinares significativos para a comunidade escolar.
- Promover o uso pedagógico da pesquisa de opinião como ferramenta estratégica para a melhoria da qualidade da educação.
- Sistematizar e tornar visíveis experiências escolares inovadoras que utilizam a pesquisa de opinião como recurso pedagógico.

DIVULGUE SEU PROJETO

Esta é uma oportunidade para todos aqueles que realizaram projetos pedagógicos baseados na pesquisa de opinião.

Faça uma cópia deste formulário, inclua as informações sobre seu projeto e envie para o Instituto Paulo Montenegro por e-mail (ipm@ibope.com.br) ou por correio (Alameda Santos, 2101, 9º andar, São Paulo – SP, CEP: 01419-100).

Não destaque o formulário do *Manual*; tire quantas cópias achar necessário.

SOBRE A ESCOLA

Nome da Escola: _____

() Escola Federal, () Estadual, () Municipal, () Particular, () Outro

Endereço: _____

Bairro: _____

CEP: _____

Cidade: _____

Estado: _____

País: _____

Telefone: _____

Fax: _____

E-mail: _____

Endereço na internet (site): http:// _____

SOBRE O PROJETO

Título do projeto: _____

Resumo (escreva, em poucas linhas, o que o projeto investigou e qual foi o público pesquisado):

Qual o tema abordado pelo projeto (sexualidade, cidadania, meio ambiente, perfil do jovem, perfil do professor, hábitos de leitura, participação, qualidade da educação etc.)

Data de início (mm/aa): _____

Data de término (mm/aa): _____

SOBRE OS PARTICIPANTES

Quantos professores participaram: _____

Professores de quais disciplinas? _____

Quantos alunos participaram: _____

Alunos de que ano? _____

Alunos de curso profissionalizante? Qual? _____

Outros (Quem?): _____

A partir dos resultados da pesquisa, foi feita alguma ação de intervenção com o público-alvo?

SOBRE VOCÊ

Nome do responsável pelas informações:

() Professor, () Aluno, () Diretor, () Coordenador, () Outro. Qual?

E-mail: _____

Telefone: _____

OBSERVAÇÕES ADICIONAIS

Utilize o espaço abaixo se tiver algum comentário extra:

SITES DE INTERESSE

Pela internet é possível visitar vários sites que trazem informação relevante sobre pesquisa. Navegando por eles é fácil encontrar ideias de pesquisas interessantes para o trabalho pedagógico.

Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) – www.ibope.com.br

Faz pesquisas de opinião, de mercado, eleitorais e de mídia com ampla divulgação na imprensa. No site é possível ter acesso aos tipos de pesquisa desenvolvidos pela empresa, principais resultados e metodologias utilizadas.

Instituto Paulo Montenegro – www.ipm.org.br

Criado em 2000, o Instituto Paulo Montenegro é uma entidade sem fins lucrativos destinada a executar projetos sociais na área de Educação. Sua sustentação é assegurada pelas empresas do Grupo IBOPE, líder em pesquisas de mercado, opinião e mídia na América Latina.

Seu site é a sede virtual do programa Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião. Apresenta a versão eletrônica do *Manual*, consultoria, bibliografia e documentação sobre o uso da pesquisa de opinião na escola.

Ação Educativa – www.acaoeducativa.org

Organização fundada em 1994, com a missão de promover os direitos educativos e da juventude, tendo em vista a justiça social, a democracia participativa e o desenvolvimento sustentável no Brasil.

Argentina

INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) – www.indec.gov.ar/

Organismo público, de caráter técnico que unifica a orientação e exerce a direção superior de todas as atividades estatísticas oficiais que se realizam no território da República Argentina.

Brasil

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) – www.ibge.gov.br

Traz informações sobre censos demográficos, econômicos e agropecuários, PNADs (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) e metodologia de pesquisa. Possibilita o acesso on-line a resultados de pesquisas e bases de dados.

Chile

INE (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile) – www.ine.cl/canales/chile_estadistico/home.php

Organismo público que realiza censos, pesquisas e estudos da realidade nacional chilena. Publica mais de setenta indicadores de qualidade, nas temáticas: emprego, preços, população, cultura, segurança social, economia e muitos outros.

Colômbia

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) – www.dane.gov.co/daneweb_V09/

Entidade responsável pelo planejamento, levantamento, processamento, análises e divulgação das estatísticas oficiais da Colômbia.

México

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) – www.snieg.mx/

Organismo responsável pela coordenação do Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica mexicano. Tem por objetivo prioritário a realização das ações necessárias para propiciar que esse sistema gere as informações de interesse nacional com qualidade, de forma pertinente, verdadeira e oportuna.

Portugal

INE (Instituto Nacional de Estatística) – www.ine.pt

Tem como missão produzir e divulgar informação estatística oficial de qualidade, promovendo a coordenação, o desenvolvimento e a divulgação da atividade estatística nacional. As operações e estatísticas desse instituto são feitas de acordo com padrões internacionalmente estabelecidos para garantir sua qualidade, sendo seus resultados disponibilizados simultaneamente para toda a sociedade.
