

Candidato, você está pronto?



EMET

São Luís e Região – (98) 98482-2238 / Imperatriz e Região (99) 99112-7890 / Belém e Região (99) 99189-3646
Whatsapp (98) 98405-8405 ou (99) 99112-7890

Por que a Pesquisa Eleitoral é tão importante?



Índice

1. O futuro já chegou!
2. Uso de Tecnologia na Pesquisa Eleitoral
3. Dicas para o sucesso na Pesquisa Eleitoral
4. Sua Pesquisa Eleitoral foi auditada?
5. Erros comuns na pesquisa eleitoral
6. A importância da pesquisa eleitoral
7. Diferenças entre Qualitativa e Quantitativa

O futuro já chegou!

Os resultados de Pesquisas Eleitorais, fornecem ao público em geral, um panorama da disputa para cargos eletivos, e isso motiva ou desmotiva aliados e militantes, por outro lado, elas são fundamentais na elaboração de estratégias e até de mudança das mesmas.

Mas ao contrário do que a população pensa, a grande maioria das pesquisas não são divulgadas na TV, jornais, blogs, sites, rádios ou qualquer outra mídia, digital ou não. Isso ocorre porque a grande maioria das pesquisas são qualitativas e tem função estratégica, são fundamentais durante toda a campanha para traçar o caminho a ser percorrido pelo candidato, contendo informações vitais que definem discurso, propostas a sociedade, plano de governo e até como se deve comportar o candidato.

As pesquisas qualitativas fazem um levantamento focal na sociedade aonde questões mais profundas e comportamentais são levantadas, uma verdadeira análise psicológica e social daquela sociedade é feita para que entenda como ela pensa, o que ela deseja, como age e reage diante dos acontecimentos e acima de tudo o que ela sonha, qual o candidato dos seus sonhos...

O futuro já chegou! Com a evolução das ferramentas tecnológicas e a Inteligência Artificial, já é possível se analisar dados das redes sociais do eleitorado de uma região e realizar uma pesquisa qualitativa profunda, somente analisando suas postagens, o que curte ou não curte. Recentemente Steve Branon personagem de ultra direita americana contratou a Cambridge Analytica para definir o comportamento da sociedade americana, em seguida a sua contratação a Cambridge Analytica comprou os dados do FACEBOOK e analisou por meio de um sistema de Inteligência Artificial aqueles milhares de dados definindo um modelo comportamental da sociedade americana, com seus anseios, insatisfações, sonhos e desejos mais íntimos. Baseado nessas informações Steve Branon definiu a estratégia a ser seguida por Trump e o tirou da DERROTA CERTA, para uma VIRADA HISTÓRICA, que o levou a VITÓRIA. O mesmo ocorreu na Inglaterra e no Brasil com Bolsonaro, tudo partindo das redes sociais, aonde o AZARÃO e SEM PARTIDO até 2 anos antes das eleições se tornou "O MITO", tudo numa condução social jamais vista no Brasil por meio de pesquisas comportamentais e utilização das redes sociais como MANOBRA DE MASSA, sempre baseada nessas pesquisas.

Diante de tudo dito acima podemos afirmar que as pesquisas manuais, sejam escritas em formulários ou por meio de plataformas simples como Google DOCS tem seus dias contados, JÁ ESTÃO ULTRAPASSADAS.

Hoje a eficiência de uma pesquisa está na utilização de um software complexo de inteligência artificial capaz de capturar dados aonde quer que seja e analisá-los com exatidão, concluindo com um relatório mais preciso, confiável e muito mais rápido e eficiente do que seria com apenas intervenção humana.

A Tecnologia na Pesquisa Eleitoral

Conforme dito na página anterior, o futuro já chegou. Diante desta afirmação, hoje é inconcebível se admitir pesquisas feitas por meio de formulários impressos aonde o entrevistador vai marcando ou escrevendo as respostas, por outro lado, é simplista e ineficaz a utilização de plataformas como Google para a realização de pesquisas, apesar de ser uma ferramenta útil e que sem dúvida acelera o processo de coleta e apuração, fica muito a desejar quanto a sua confiabilidade, segurança e sigilo.

Os clientes hoje buscam mais informações em tempo real, confiáveis e versáteis, o que nos permite dizer que diante da necessidade do mercado a utilização dos métodos acima ou de enquetes em redes sociais, são INEFICÁZEIS, INEFICIENTES e JAMAIS ATENDERÃO O MERCADO ATUAL!

Hoje softwares exclusivos desenvolvidos para os grandes institutos do país devem dominar a pesquisa de alta qualidade, não só por sua VELOCIDADE E SEGURANÇA, mas principalmente por oferecerem muito mais sem oneração de custo para o cliente, como serviços de:

- Localização por GPS;
- Mapeamento urbano e rural da pesquisa;
- Área coberta com informações adicionais de KM percorrida individual e coletiva;
- Acompanhamento online do andamento da pesquisa;
- Evolução da coleta da amostra determinada;
- Apuração simultânea;
- Cruzamento de dados com apenas um click;
- Construção automática de gráficos;

Dentre tudo dito acima, podemos afirmar que o uso da tecnologia em pesquisas de opinião é um caminho sem volta, o que fortalecerá o setor dando mais credibilidade e exatidão nas pesquisas, diminuirá podendo até eliminar definitivamente a possibilidade de fraudes, retirará do mercado empresas clandestinas que hoje chegam a quase 90% em alguns estados como Maranhão e Pará. Trará de volta aos institutos a valorização da mão de obra técnica qualifica como estatísticos, sociólogos, psicólogos, analistas de sistema e cientistas políticos, sem falar nos profissionais de marketing.

Dicas para o sucesso na Pesquisa Eleitoral

É óbvio que o uso da tecnologia é muito importante para dar celeridade a apuração e transparência ao processo, porém, não é tudo para se obter sucesso em uma pesquisa eleitoral.

A equipe que realiza a pesquisa é antes de tudo fundamental, ter um bom estatístico(a), um chefe de equipe de campo, uma boa equipe de entrevistadores, uma equipe de fiscais eficiente e minuciosa, a ausência destes profissionais, eleva os riscos de induzir o entrevistado ao erro, amplifica as possibilidades de fraude e sem dúvida pode levar a um resultado que não condiz com a realidade. Por isso, há uma série de cuidados que devem ser tomados, que se aplicam tanto às pesquisas eleitorais quanto a qualquer pesquisa de opinião.

1. Qual são os objetivos da pesquisa?
2. Elabore a pesquisa à partir de uma entrevista profunda com o cliente e entenda seus objetivos;
3. Execute as perguntas numa ordem cronológica de acordo com os objetivos desejados;
4. As perguntas mais complexas, mais críticas devem ser as últimas a serem feitas;
5. Realize a mesma pesquisa pelo menos 3x para se verificar as mudanças de opinião e tendências do eleitorado. Quanto mais pesquisas mais exatidão de resultado você terá.
6. Evite questionários muito extensos, muitas perguntas confundem o entrevistado e fazem com que ele responda de forma displicente, acarretando prejuízo para a confiabilidade da pesquisa;
7. Um enunciado claro, objetivo pode ajudar ao entrevistador a explicar melhor as perguntas;
8. Sempre realize um treinamento do pessoal que fará a pesquisa, o famoso briefing da pesquisa, aonde todas as questões são lidas, dúvidas esclarecidas e principalmente o objetivo explicado para que o entrevistado saiba a exata forma de abordar e realizar a pesquisa agindo com total imparcialidade;
9. As perguntas devem ser o mais curtas, claras e simples possíveis, seja OBJETIVO.
10. Seja contundente nas opções de resposta, use palavras como SEMPRE, JAMAIS, NUNCA, EM HIPÓTESE ALGUMA, SIM E NÃO, o máximo possível. Não permita respostas com duplo entendimento.
11. Revise o questionário e certifique-se de que todas as perguntas são realmente necessárias. Elimine aquelas que não forem. Quanto menor, mais eficiente!

Observação:

Teste a pesquisa antes, pegue um pequeno grupo e verifique se há dificuldades para entenderem as perguntas, veja se eles tem dúvidas quanto as respostas e avalie a taxa de abandono.

Sua Pesquisa Eleitoral foi auditada?

O mecanismo ARCAICO E MANUAL, seja por meio de coletas escritas ou por meio de ferramentas como Google, obrigatoriamente devem ser auditadas, primeiramente por quem executa a pesquisa que deve pegar 20% da amostra coletada e refazê-la nos mesmos locais e com as mesmas pessoas para se detectar possíveis fraudes e a confiabilidade dos dados coletados (o que a enorme maioria dos institutos NÃO FAZEM). Já nos institutos com softwares exclusivos essa auditoria é realizada por meio da Inteligência Artificial do sistema que detecta toda possibilidade de fraude por meio de algoritmos e variáveis que o sistema interpreta automaticamente.

É importante registrar que uma pesquisa eleitoral tem uma legislação e regulamentações próprias e que a fraude em pesquisas eleitorais são passíveis de prisão e multa de até 6 dígitos e que toda pesquisa eleitoral para ser divulgada deve ser registrada no sistema PesqEle do TSE, e que uma vez registrado qualquer pessoa tem acesso ao seu conteúdo podendo inclusive denunciar qualquer tipo de fraude ou suspeita detectada, a denúncia deve ser feita por um partido político e diante dela o TRE da região da denúncia irá apurar a veracidade da denúncia e se há fundamento na mesma.

Como podemos ver a pesquisa eleitoral é algo muito sério e importante no processo eleitoral pois é de conhecimento público que ela tem grande influência junto ao eleitorado indeciso, existe uma legislação séria que a controla, mas que ainda é ineficiente neste controle. Acreditamos que muito em breve medidas devem ser tomadas para ampliação desse controle e para que haja maior transparência em todo processo e metodologia aplicada pelos institutos de pesquisa, afinal o país com o sistema eleitoral mais moderno do mundo não pode ainda sofrer com pesquisas falsas muitas vezes realizadas por empresas clandestinas e com cumplicidade de institutos registrados. O processo automatizado com apuração eletrônica e conferencia online deve ser adotado o quanto antes.

Observações:

A penalidade prevista para divulgação de pesquisas fraudulentas é detenção de seis meses a um ano e uma multa que pode chegar aos seis dígitos.

Qualquer partido envolvido no processo eleitoral pode requerer auditoria junto ao Tribunal Eleitoral acerca da metodologia empregada na pesquisa, o que pode levar à impugnação.

Erros comuns na pesquisa eleitoral

A grande maioria dos erros numa pesquisa eleitoral são ocasionados por falha ou corrupção humana, dito isso, reforçamos nosso ponto de vista que devemos contratar empresas que utilizem sistemas de acompanhamento online, com localização por gps e andamento da pesquisa. Mas existem erros que são provocados por falhas de planejamento e na forma como os dados são coletados. Vejamos abaixo erros comuns de pesquisas arcaicas, que não utilizam sistemas com inteligência artificial.

1. Amostragem não representativa do universo pesquisado;

Erro muito comum cometido principalmente por empresas clandestinas que não possuem estatísticos, e somente visam lucro, não se importando com a exatidão científica; CUIDADO, AMOSTRAS PEQUENAS SÃO MAIS BARATAS, MAS SÃO IMPRECISAS!

2. Equipe mal treinada;

Infelizmente ainda existem empresas que soltam entrevistadores nas ruas sem experiência e sem treinamento e o resultado normalmente é desastroso e não condiz com a realidade.

3. Perguntas sem sentido, contraditórias ou nebulosas;

As perguntas devem ser claras, objetivas e o mais curtas possíveis para evitar que se tornem confusas ou de dupla interpretação.

4. Falta de fiscalização;

Mesmo em sistemas com inteligência artificial, a equipe de fiscalização é fundamental para verificar se os entrevistadores fizeram todas as perguntas, nos locais determinados e se não tentaram influenciar o entrevistado;

5. Permitir influência do contratante;

Alguns institutos permitem que os contratantes transportem a equipe e até indiquem entrevistadores, isso é inaceitável e com certeza compromete toda a amostra coletada.

6. Corrupção Humana;

Fator determinante para a maioria das pesquisas falsas e absurdas que vemos fracassar eleição a eleição com dados totalmente fora da realidade das ruas. Principal motivo para defendermos uma legislação específica que obrigue além do corpo técnico responsável, a adoção de sistemas de informática que permitam o acompanhamento online e a certificação digital do banco de dados.

Em nosso país esses problemas são agravados diante de nossa extensão territorial, diferença cultural, dificuldade de acesso a zonas rurais. É fundamental para o cliente saber por onde a pesquisa efetivamente passou, por este motivo, sempre recomendamos a obrigatoriedade de localização por GPS dos entrevistadores. Apesar de todos os desafios as pesquisas eleitorais são essenciais para que os candidatos definam o caminho certo para alcançar a vitória.

A importância da pesquisa eleitoral

Nos partidos sérios do Brasil o que define se uma pessoa pode ou não ser pré-candidata por um partido são pesquisas eleitorais!

“Não existe campanha eleitoral vitoriosa sem pesquisa eleitoral! Caso tenha SORTE, foi porque os adversários utilizaram a mesma FALTA DE ESTRATÉGIA!” *Fernando Bastos*

Não existe plano de marketing, plano estratégico de campanha sem que seja realizadas pesquisas eleitorais, vejam que utilizei o plural, não estou falando de uma pesquisa e sim de várias pesquisas, pois uma confirma a outra ou dá nova direção tomada pelo eleitorado diante das estratégias adotadas por todos os candidatos e a única forma confiável de saber se as estratégias adotadas estão dando certo é por meio de pesquisas. Compromissos de campanha são verbais e as palavras vão com o vento, assim é o voto conquistado hoje, que amanhã poderá pertencer a outro e você só saberá disso avaliando mensalmente o eleitorado de sua cidade.

“Não existe campanha eleitoral PROFISSIONAL sem pesquisa, somente AMADORES ignoram a ciência!” *Fernando Bastos*

Fatos históricos que retratam a importância das pesquisas eleitorais e sua força junto ao eleitorado:

1. 1989 eleições para presidente, a Globo divulga resultado errado das pesquisas eleitorais que davam as eleições para Lula no 2º turno contra Collor e divulga o resultado errado no jornal nacional na véspera da eleição, dizendo que Collor venceria.
Resultado: Collor venceu e no dia seguinte a Globo reconheceu o erro!
2. 2012 eleições municipais, um médico de uma pequena cidade da baixada maranhense em primeiro lugar manda fazer uma pesquisa e durante a madrugada o ex-prefeito mandar trocar o resultado da pesquisa aonde o médico aparecia em 1º lugar o jogando para 3º lugar e colocando o ex-prefeito como 1º lugar e com grande vantagem.
Resultado: O médico não saiu candidato e apoiou o ex-prefeito que ganhou as eleições.
3. 2016 eleições para presidente nos EUA, Trump que vinha em último lugar aceita a ajuda de Steve Branon até então um fracassado ativista de ultra direita que encomendou uma pesquisa QUALITATIVA a Cambridge Analytica que invés de coletar os dados de forma pessoal se valeu dos dados pessoais das redes sociais da comunidade norte americana.
Resultado: Trump sai do último lugar para o primeiro e Hilary Clinton além de derrotada sai desmoralizada da eleição americana.

Diferenças entre Qualitativa e Quantitativa

“A pesquisa Qualitativa serve para mostrar o caminho e a Quantitativa para confirmar se o caminho está certo!”

Fernando Bastos

Como utilizá-las? Em que ordem? Pra que servem?

Se a Pesquisa Qualitativa é o caminho e a **Quantitativa** é a confirmação de que o caminho está certo, é justo afirmar que a primeira pesquisa a ser realizada é a **Qualitativa**, depois dela realizada é que a coordenação de campanha e equipe de marketing define a estratégia a ser adotada pelo candidato.

E a Quantitativa?

Ela deve ser feita primeiramente em conjunto com a **Qualitativa** para saber a posição inicial do seu candidato e conforme a determinação da coordenação deve ser realizada mensalmente ou no máximo 3 meses após a **Qualitativa** para saber se o caminho adotado, ou seja, a estratégia de marketing adotada foi acertada.

Caso a pesquisa **Quantitativa** trimestral mostre evolução a estratégia adotada inicialmente deve permanecer e ser intensificada, caso contrário uma nova pesquisa **Qualitativa** deve ser feita com as questões que surgirem diante do resultado da **Quantitativa**.

Conclusão:

Se tiver de escolher por uma a ser realizada primeiramente, esta será a Qualitativa, mas o ideal é que seja feito uma Qualitativa e Quantitativa juntas, pois a quantitativa serve para marca a posição inicial do candidato e a qualitativa dirá o caminho a seguir, a estratégia adotada.

Quantas pesquisas devo fazer?

Faltando 1 ano para as eleições recomendamos 12 pesquisas, sendo 4 Qualitativas e 8 Quantitativas e no mínimo metade disso.