

Quarta-Feira, 15 de Abril de 2026

## **Pesquisa de opinião não é tapinha nas costas**

**UEMERSON FLORÊNCIO**

**Uemerson Florêncio**

Numa sociedade onde as carências estão expressivamente expostas, a maioria dos gestores municipais e candidatos ao pleito eleitoral vem buscando evidência, palco, tributos e triunfos. E, como estamos numa era de busca pela intensiva satisfação pessoal, instantânea e de rápido consumo, sem a garantia e a consistência necessária, observamos a pouca ou nenhuma atenção para temas essenciais diante das necessidades dos eleitores.

Analisando cenários políticos em diversas cidades, com atenção especial para a corrida eleitoral, nota-se que tais carências e conveniências tornam-se visíveis, onde a escuta real e verdadeira por meio da pesquisa de opinião pública, caiu no conto do esquecimento. Mas, é aí que está o X da questão, muitos gestores municipais e candidatos, dispensam a realização da pesquisa de opinião pública em favor dos seus achismos, apoiados por gritos inconsistentes que ecoam uma falsa vitória no horizonte. Por vezes desconsidera e desrespeita as competências e potencialidades dos seus concorrentes, um dos motivos que geram grandes reviravoltas no final do pleito. Daí, gritar - onde foi que eu errei?

Quando se refere a pesquisa de opinião pública, muitos não sabem nem por onde começar, afinal, não sabem o devido valor desta ferramenta tão estratégica numa corrida eleitoral. Para se ter uma expressiva compreensão da opinião pública é preciso realizar uma pesquisa muito bem fundamentada para a coleta de dados relevantes, não só sobre o reconhecimento da realidade, como também para avaliar os índices de aceitação, rejeição e abstração. Ela deve ser muito bem estruturada em princípios que foquem na análise de cenário real para a adoção de estratégias, táticas e ações direcionadas para a trajetória.

Mas, pelo contrário, vemos inúmeros gestores municipais e candidatos trocarem as pesquisas pelas ilusões da estrada que destacarei a seguir. Estas ilusões são muito mais as carências humanas expostas, onde eles se sentem felizes e satisfeitos por conta de um curtir ou um compartilhar de uma postagem nas redes sociais. Se você quer participar de uma corrida eleitoral, deve se atentar muito mais para os dados coletados profissionalmente por meio de uma pesquisa de opinião pública do que pelas manifestações superficiais de apoios aleatórios e das falsas mobilizações de apoio nas redes sociais.

Muito bem, hoje muitas ações convergiram para as redes sociais com que se utilizam de fotos, vídeos e textos criativos, mas esta convergência não quer dizer que o mundo se tornou uma rede social. Muitos candidatos e gestores municipais na corrida eleitoral demonstra muita felicidade com o número de curtidas, compartilhamentos e comentários de textos ou por emoticons dos seus seguidores. Mas quem disse, que quando eu curto uma foto sua, eu estou de acordo com os teus pensamentos? Quem disse que quando eu compartilho estou fortalecendo o seu engajamento?

Curiosamente, nos bastidores da gestão municipal membros de setores específicos elaboram e publicam cards, fotografias, vídeos e depoimentos diversos para veladamente forçar o quadro de servidores uma onda de novas repostagens. E, como muitos servidores públicos não têm maturidade emocional e o discernimento necessário para evitar serem feitos de mídias móveis para gerar visibilidade para a gestão com medo de serem perseguidos ou retaliados, aderem. Aí, num dado momento da corrida eleitoral, se utilizando da velha política, esses gestos jurássicos gritam para os quatro ventos que os servidores lhe apoio a um novo mandato ou que estão em apoio ao seu mandato e o que a concorrência não terá vez.

Dicas: Jamais tente convencer alguém a fazer o que não deseja, pois ela irá se tornar o seu inimigo velado e vai trabalhar no oculto para minar todas as suas forças até onde puder. Você a fará postar aqui e ali, compartilhará isso e aquilo, mas, no final do dia, ela dará telefonemas altamente conviventes para os seus amigos. Além dos depoimentos presencialmente nas rodas de conversas entre os seus familiares e afins, entre uma ligação e um testemunho ao vivo, o nível de persuasão promovidos pela suas micro expressões faciais, linguagem corporal em geral, variação de voz e manifestação de emoção no conjunto é incomparável. Caro gestor, não se deixe levar com discursos de vitória precipitados, tapinhas nas costas de que você está fazendo um belo trabalho, afinal, você não faz mais do que a sua obrigação de cumprir como servidor número um da cidade, não se iluda!

**Uemerson Florêncio** é (Brasileiro) Empreendedor. Treinador, palestrante e correspondente internacional de opinião para 5 países de língua portuguesa na África (São Tomé e Príncipe, Cabo Verde, Moçambique, Guiné Bissau e Angola), 4 países de língua espanhola (Argentina, Uruguai, Peru e Espanha) e Estados Unidos, onde expõe sobre a análise da linguagem corporal aplicada a diversas áreas. Criador do método pentágono da comunicação. Gestor de conteúdo do site da empresa Conceito Treinamentos no Brasil. Pesquisador em Cultura Árabe, tendo os Emirados Árabes Unidos, no Oriente Médio, como país de estudo.