Lisboa, 2 de maio de 2019

Caro especialista em *Market Research*,

Consegue imaginar um mundo sem dados?

Porque é que deve fazer parte da associação de *Market Research*, presente em Portugal?

A APODEMO- Associação Portuguesa de Empresas de Estudos de Mercado e de Opinião

Se, ainda, não ouviu falar em "pico de petróleo" (*peak oil*), fique a saber que se trata de um ponto teórico no tempo em que atingimos a extração máxima de petróleo do nosso planeta, após o que se espera que entre em declínio terminal. A previsão mais recente para o "pico do petróleo" coloca-o na década de 2020. O que vai acontecer a partir daí? Bem, as previsões variam, mas num mundo que não se encontre preparado para essa realidade isso poderia significar o fim das viagens aéreas e um enorme declínio nos transportes públicos. O que poderia levar os subúrbios a transformarem-se em bairros de barracas e a um crescente aumento das dificuldades económicas em todo o mundo. A OPEP (Organização dos Países Exportadores de Petróleo) é uma associação criada em 1960 para prolongar e salvaguardar o uso e desenvolvimento deste combustível fóssil e, ainda, para prevenir os cenários descritos acima.

Hoje é o Dia Mundial da Pesquisa e do *Market Research (World Research & Insight Day)*, então o que é que este tema "pico do petróleo" tem a ver com dados e *insights*? Bem, a analogia dos dados que são o novo petróleo existe há mais de uma década e é adequada. Tal como os hidrocarbonetos são a força motriz das nossas necessidades de transporte, infraestruturas e energia, os dados impulsionam as nossas necessidades de informação e decisão nas empresas, sociedades e governos. Cada um deles é insubstituível à sua maneira. No entanto, consideramos ambos como garantidos. Para muitos, o que o petróleo e os dados nos fornecem é invisível no dia a dia. E, assim, como a OPEP foi criada para prolongar e salvaguardar o uso e o desenvolvimento do petróleo, também não devemos esquecer de investir em associações que são cruciais para prolongar e proteger o uso e desenvolvimento de dados: essa associação é, sem dúvida, a sua associação local de *Market Research,* a APODEMO.

Sempre que ouço a frase “os dados são o novo petróleo”, penso num mundo onde, como o petróleo, a recolha de dados deixou de existir. E, eu não estou apenas a pensar de forma egoísta que nós, no mundo do *Market Research* e dos *Insights*, perderíamos os nossos empregos. Não é preciso muito para imaginar um impacto social maior e mais amplo do desaparecimento de dados. Felizmente, existem muitas associações de *Market Research* e *Insights* - nacionais, regionais e globais - que estão a trabalhar para promover e desenvolver uma utilização aberta, honesta e confiável de dados e evitar cenários como:

Os serviços públicos sofreriam graves consequências pois os governos não teriam informação sobre como, ou a quem fornecer. Poderia surgir o caos nos transportes públicos, serviços sociais, policiamento, entre outros. Sem as pesquisas de opinião, os governos seriam destituídos das opiniões dos seus cidadãos e durante as eleições a propaganda e as notícias falsas floresceriam, já que não haveria meios para verificar a sua veracidade.

Nas empresas, produtos desenvolvidos pela adivinhação seriam lançados sem o entendimento de como poderiam ser utilizados e a publicidade seria destruída por agências criativas que baseiam a sua compreensão do público-alvo no instinto.

Um mundo sem dados seria um desperdício. Regressaríamos, do ponto de vista económico, ao século XIX. Governos, empresas e instituições de solidariedade perderiam dinheiro devido a produtos e serviços fracassados. É claro que os empregos seriam perdidos quando as empresas fracassassem, criando uma recessão e ampliando ainda mais a distância económica entre ricos e pobres.

Tudo isso parece extremo e, felizmente, há um ponto fundamental que distingue o petróleo e os dados. O petróleo é, naturalmente, um recurso finito. Os dados, por outro lado, são infinitos, desde que sejam necessárias decisões sobre produtos, serviços e políticas, a compreensão será necessária.

Embora os dados não se esgotem, isso não quer dizer que não existam perigos. Quase todas as semanas há uma nova violação de dados, e biliões de pessoas são afetadas a cada ano por práticas erróneas de recolha e armazenamento de dados. Essas violações têm consequências maiores do que danos na confiança do consumidor. Para mim, "pico de dados" será o ponto em que a recolha e o armazenamento de dados se tornam tão antiéticos e secretos que os governos precisam de legislar contra a recolha de dados para proteger os indivíduos. Ou, quando os governos assumem o controlo total dos dados e os usam quando desejam controlar a sua população.

Existem formas de nos protegermos contra esse futuro. A coisa mais fácil e mais importante que as pessoas que trabalham em dados, *Market Research* e *Insights* podem fazer para garantir que os dados possam ser recolhidos e usados, ​​seja qual for o futuro, é unirem-se a uma associação. Pertencer a uma associação não é, apenas, uma ótima maneira de partilhar conhecimento, aprender e fazer *networking*. Muitas associações têm códigos e diretrizes que vão além dos requisitos legais básicos, que destacam os princípios do uso honesto e transparente dos dados e fornecem aos participantes da pesquisa uma abordagem clara, ética e confiável para recolher e armazenar os seus dados. Além disso, muitas associações estão em contacto constante com órgãos legislativos regionais para garantir que a voz do pesquisador seja ouvida quando as leis de proteção de dados estão a ser elaboradas. Quanto mais pesquisadores se inscreverem, mais credibilidade a associação terá junto dos legisladores; quanto mais influência eles tiverem no seu país, maior será a reputação global da nossa profissão.

Então, neste Dia Mundial da Pesquisa e do *Market Research (World Research & Insight Day)*, reserve um tempo para imaginar o que aconteceria se chegássemos ao "pico de dados" e se, ainda, não for membro da APODEMO, inscreva-se, hoje mesmo, em www.apodemo.pt.

Joaquim Bretcha

Presidente da ESOMAR

**ESOMAR**

É uma organização sem fins lucrativos que promove o valor do mercado, da opinião, da pesquisa e da análise de dados.

A ESOMAR é uma comunidade de mais de 40.000 profissionais de pesquisa de dados e conhecimento em mais de 130 países - juntos, formam um grupo de especialistas internacionais que crescem e desenvolvem a indústria de *Market Research*. A ESOMAR é a principal associação global de *Insigh*ts. Junta inovadores, decisores, jovens profissionais, clientes e fornecedores de todo o mundo. Tem fornecido orientação ética e profissional e promovido a comunidade global de associados nos últimos 70 anos.

**APODEMO**

A APODEMO, Associação Portuguesa de Empresas de Estudos de Mercado e de Opinião, constituída em 1993 por um conjunto de empresas do setor, com o objetivo de defender e representar esta atividade, em Portugal, representa, atualmente, 80% do mercado. Tem contribuído para elevados padrões de qualidade e de ética, definindo códigos de conduta. Representa os associados a nível nacional e internacional, junto de entidades públicas e privadas. Desenvolve, ainda, ações de formação e fóruns de debate como é a APODEMO TALKS e o congress anual que este ano terá lugar dia 28 de maio. Para mais informações visitar: www.apodemo.pt