



psd
Partido Social Democrático

**PESQUISA DE
OPINIÃO PÚBLICA**

**Oduarda
& Vazz**
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

METODOLOGIA

A pesquisa de campo realizada tem natureza quantitativa, estruturada, não disfarçada. Teve como público-alvo a população farroupilhense, considerando o número de eleitores da última eleição (2020), 40 mil, com grau de confiança de 90% e, margem de erro de 10%, aplicada entre os dias 11/ junho e 19/ junho 2024, através do compartilhamento do *link* pelo *WhatsApp* e abordagem presencial em pontos da cidade.

Esta pesquisa teve como objetivo geral compreender a opinião pública farroupilhense sobre o Partido Social Democrático, e objetivos específicos: a) compreender a reputação partidária do PSD no município; b) compreender a associação de agentes políticos com o partido; c) analisar as expectativas do eleitorado sobre a política.

Tamanho da população: 40mil eleitores

Grau de confiança: 90%

Margem de erro: 10%

<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Tamanho da amostra: **68**

Figura 1- Cálculo de amostra de pesquisa

Calcule o tamanho da sua amostra

Tamanho da população ⓘ	Grau de confiança (%) ⓘ	Margem de erro (%) ⓘ
<input type="text" value="40000"/>	<input type="text" value="90"/>	<input type="text" value="10"/>

Tamanho da amostra

68

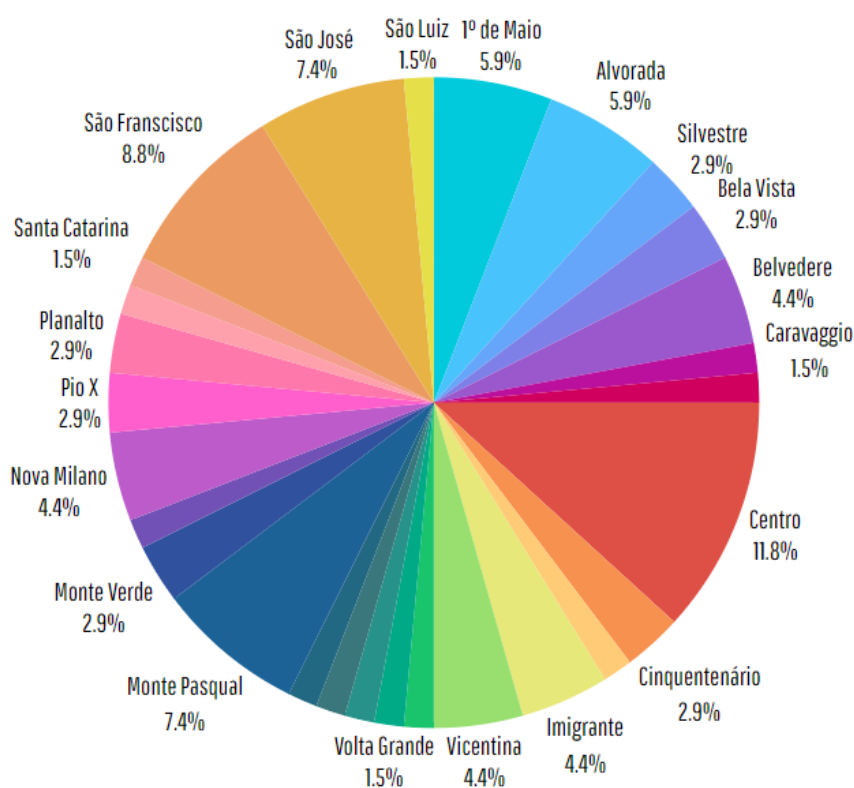
Fonte: SurveuMonkey

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante dos resultados obtidos pela pesquisa aplicada, analisaremos os dados apresentados e interpretá-los.

O primeiro questionamento da pesquisa busca identificar a localização dos bairros em que o participante mora no município de Farroupilha, conforme apresentado no gráfico 1.

Gráfico 1- Gráfico de pizza com indicação dos bairros dos participantes



Fonte: a autora

Dos participantes 11,8% (8) residem no bairro Centro; 8,8% (6) no bairro São Francisco; 7,4% (5) no São José; 7,4% (5) no Monte Pasqual; 5,9% (4) no Primeiro de Maio; 5,9% (4) no Alvorada; 4,4% (3) no Belvedere; 4,4% (3) no Imigrante; 4,4% (3) no Vicentina; 4,4% (3) em Nova Milano; 2,9% (2) no Silvestre; 2,9% (2) no Bela Vista; 2,9% (2) no Cinquentenário; 2,9% (2) no Monte Verde; 2,9% (2) no Pio X; 2,9% (2) no Planalto; 1,5% (1) no São Luiz; 1,5% (1) em Caravaggio; 1,5% (1) no Volta Grande e; 1,5% (1) no Santa Catarina.

Nesta pesquisa, obtivemos a participação de cidadãos de diversos bairros do município, e não de localizações determinadas, abrangendo uma interpretação geral e não concentração a partir de uma determinada área.

Na sequência, foi questionado aos participantes se conheciam o Partido Social Democrático (PSD), conforme apresentado no gráfico 2.

Gráfico 2 – Conhecimento dos parti

Conhecem o PSD



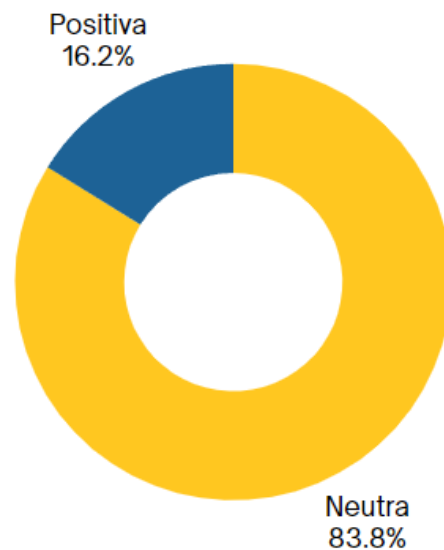
Fonte: a autora

57,4% (39) dizem conhecer o partido e, 42,6% (29) dizem não conhecer o partido. A porcentagem de pessoas que conhecem o partido é superior, porém a porcentagem que ainda não conhecem é alta.

Foi questionado os participantes diante da sua percepção da imagem do partido, podemos analisar as respostas no gráfico 3.

Gráfico 3- Percepção da imagem do partido

Percepção da imagem do partido

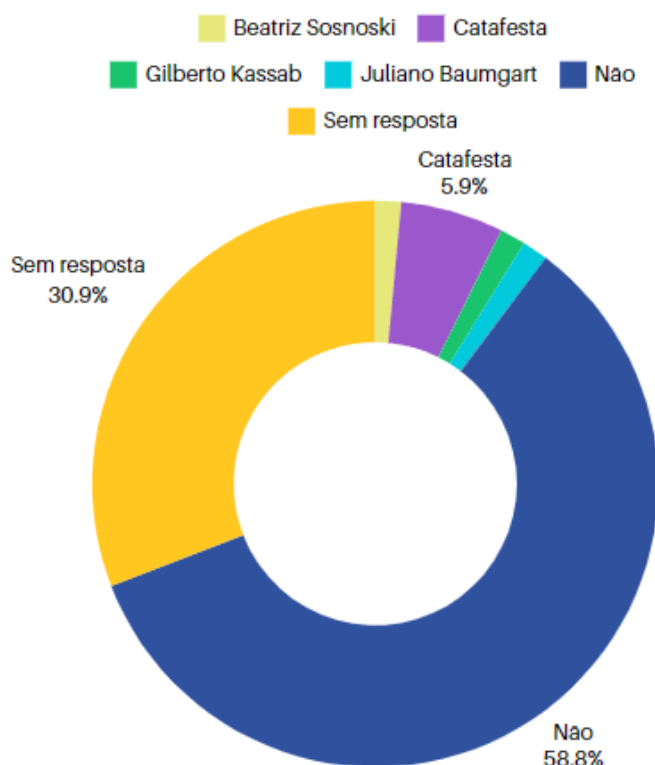


Fonte: a autora

83,8% (57) dos participantes relataram ter uma percepção neutra, nem positiva e nem negativa diante da imagem do Partido Social Democrático (PSD) e, 16,2% (11) dizem ter uma percepção positiva. Nenhum participante relatou uma percepção negativa. Diante destes dados, é possível compreender que a imagem e reputação partidária não causam calorosas emoções nos cidadãos, porém deve ser explorada para fomentar uma percepção positiva, visto como uma oportunidade.

Quanto a associação do partido à algum agente político, foi questionado se recordavam de algum filiado, não sendo uma pergunta obrigatória, tivemos as respostas conforme o gráfico 4.

Gráfico 4- Associação à agentes políticos



Fonte: a autora

58,8% (40) respondeu não se recordarem de nenhum político que filiou-se ao PSD; 30,9% (21) absteve-se de resposta; 5,9% (4) citaram o Catafesta; 1,5% (1) citou a presidente atual do partido Beatriz Sosnoski; 1,5% (1) citou Gilberto Kassab e; 1,5%(1) citou Juliano Baumgart. Das respostas dos participantes, ressaltamos um comentário em que negou lembrar-se de algum filiado, mas citou que lembra o número do partido como “44”.

Claramente a imagem do partido está distante da associação direta com agentes políticos e filiados passados ou atuais, sendo assim, a oportunidade de uma identificação coerente aos objetivos atuais das ideologias definidas se torna algo tangível, e ainda a possibilidade de um esforço para ações que levem os cidadãos à percepção e lembrança positiva.

Diante do tema “política” no âmbito municipal, é necessária a compreensão dos cidadãos sobre os pontos e temas de atenção que acreditem necessitar de maior visibilidade atualmente na cidade, com isso a próxima questão esteve aberta para marcação de mais de uma

resposta, dando liberdade para expressarem suas visões, e podemos analisar as respostas

conforme o gráfico 5.



Fonte: a autora

Com 55 votos (81%), a saúde foi o tema mais indicado pelos participantes como necessidade de atenção; educação em segundo lugar com 45 (66%) votos; obras com 27 (40%) votos; bem-estar com 24 (35%) votos; 16 (23,5%) votos para a agricultura; 2 (3%) votos para cultura; 2 (3%) votos para segurança; 1 (1,5%) voto para lazer e infraestrutura; 1 (1,5%) voto para campanhas contra obesidade e; 1 (1,5%) voto para o esporte.

Conforme o gráfico 6, podemos observar de uma forma mais dinâmica os temas que os participantes da pesquisa citam como prioridade de atenção no município.

Gráfico 6- Temas de atenção no município (gráfico dinâmico)



Fonte: a autora

Buscar soluções aos cidadãos frente aos temas citados é a melhor maneira de proporcionar a mudança desejada com a necessidade real da população, podendo estes, serem explorados de diversas maneiras e propostas.

Com o objetivo de compreender os anseios dos cidadãos, a pesquisa teve um campo livre para que pudessem expressar suas opiniões e visões, de forma espontânea, diante da política do município, e o que acreditam que precisa ser diferente. Podemos analisar os comentários a partir da tabela 1.

Lista 1- Comentários dos participantes

“Uma política com visão mais jovem, focada em resolver os problemas de forma eficaz e com transparência.”

“Politicamente é necessário melhorar a comunicação com o cidadão, hoje apenas quem possui envolvimento político está a par de mudanças, melhorias, adversidades e projetos, acredito ser necessário engajar as pessoas não apenas em momentos de campanhas e sim tornar mais público os acontecimentos para que os cidadãos compreendam a real função da política.”

“Acredito que deva ter mais transparência e que devem investir em formas de comunicação , para que todos saibam o que estão fazendo de diferença no município.”

“Os candidatos deveriam ter um mínimo de instrução para participar de uma eleição, assim como nível de ensino mínimo (graduação).”

“O favoritismo, onde os gestores municipais devem ser cobrados de igual forma aos demais cidadãos. A escolaridade dos políticos, algo importante que deve ser levado em consideração.”

“Atendimento na saúde, com profissionais humanizados, simplificando processos e demandas de maior qualidade. Na educação, a valorização do profissional e motivação , através de aperfeiçoamentos com cursos.”

“Precisamos ter melhores formas de ver um todo na sociedade, criar pessoas mais pró ativas dentro da política que possam ensinar ao cidadão que falar sobre política é necessário e sim faz parte de cada um de nós.”

“Precisamos de políticas que visem o bem estar do cidadão como um todo, não apenas com obras para melhoria física do município, mas também com ações que promovam o bem estar, lazer, cultura. Melhor investimento dos recursos públicos e profissionais capacitados para exercer suas funções”

“Precisam ouvir a voz do povo, focar nas prioridades da cidade, facilitar o acesso à saúde pública sem que precise passar meses na fila do sus ou horas no banco da UPA.”

“O apadrinhamento onde políticos são eleitos com o rabo preso e se obrigam a preencher os espaços públicos com pessoas incapazes de exercer a função. De políticos que olhem para a comunidade como um todo e não para tirar proveito próprio.”

“As pessoas precisam estudar melhor o passado de seus respectivos candidatos antes da decisão final ao votar.”

“Os agentes políticos precisam se envolver mais com a comunidade, para entender as necessidades e trabalhar para o bem comum de todos.”

A partir dos comentários dos participantes da pesquisa é notável as solicitações da comunidade de mudança, visões de mundo mais jovens, maior investimento em comunicação, candidatos instruídos e atenção ao bem-estar dos cidadãos.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

De acordo com os objetivos específicos desta pesquisa, sendo eles: a) compreender a reputação partidária do PSD no município; b) compreender a associação de agentes políticos com o partido; c) analisar as expectativas do eleitorado sobre a política, podemos responder-las sucessivamente: a) no município de Farroupilha o PSD é um partido de imagem e reputação neutras, que potencialmente pode tornar-se uma oportunidade diante do posicionamento partidário e utilização estratégica dos recursos de comunicação; b) o índice de associação do PSD à agentes políticos e filiados passados é extremamente baixa, com isso não há riscos de reputação advindas de antigos filiados; c) os cidadãos indicam maiores atenções para os setores da saúde, educação, obras, bem-estar e agricultura, e suas percepções de mudanças estão em: ter agente políticos com visões de mundo mais jovens, maior investimento em comunicação, candidatos instruídos e atenção ao bem-estar dos cidadãos.

A pesquisa foi aplicada de forma geral aos cidadãos farroupilhenses, compreendendo uma análise mais generalizada sobre os assuntos, podendo ser explorada de forma mais estruturada a partir da definição de pontos de coleta demograficamente determinados para uma compreensão e análise mais estruturada, visando estratégias alinhadas em pontos específicos de relacionamento com os cidadãos.

A pesquisa de campo apresenta dados importantes da opinião pública sobre as percepções da comunidade com o PSD, revelando dados que propõe oportunidades em potencial que podem ser utilizados para pontos estratégicos de relacionamento e posicionamento. Compreender os reais anseios dos cidadãos para desenvolver propostas políticas baseada em realidades.