

DIRETRIZES ESOMAR PARA A CONDUÇÃO DE PESQUISAS POR TELEFONES CELULARES

ÍNDICE

1.	INTRODUÇÃO	1
2.	ESCOPO	1
3.	PRINCÍPIOS-CHAVES	1
4.	CUSTOS/DESPESAS PARA O ENTREVISTADO	2
5.	SEGURANÇA E CONFIDENCIALIDADE DO ENTREVISTADO	2
6.	HORÁRIOS DE CONTATO	3
7.	DURAÇÃO DA ENTREVISTA	3
8.	DISCAGEM AUTOMÁTICA E EQUIPAMENTO DE CHAMADA	3
9.	DADOS DE LOCALIZAÇÃO	3
10.	PROTOCOLOS DE CHAMADA	3
11.	INFORMAÇÕES ADICIONAIS	4
	APÊNDICE – PRINCÍPIOS-CHAVES DO CÓDIGO ICC/ESOMAR	4

1. INTRODUÇÃO

Na medida em que telefones celulares tornam-se a forma preferida de comunicação telefônica no mundo, é de importância crítica que a ESOMAR estabeleça diretrizes claras sobre a condução de pesquisa de mercado, pesquisa social e pesquisa de opinião por telefones celulares. O objetivo é promover padrões profissionais, melhores práticas e relações respeitadas com os indivíduos que recebem as chamadas; e auxiliar pesquisadores a tratar das considerações legais, éticas e práticas ao conduzir pesquisas por telefones celulares.

A tecnologia e as comunicações por telefonia celular expandiram rapidamente em alguns países e a um ritmo mais lento em outros, e as leis e regulamentações relacionadas à telefonia móvel ainda estão evoluindo. Apenas alguns poucos países já trataram dos parâmetros legais que regem a comunicação e interação não autorizada com usuários de telefones celulares. A extensão do regulamento é complicada pelos múltiplos meios de comunicação que o aparelho celular oferece ao usuário.

Além disto, pode haver leis nacionais que se relacionam especificamente ao usuário de telefones celulares, por exemplo, restrições ao uso de telefones celulares ao dirigir veículos automotivos. Tais regulamentações afetam indiretamente, e poderiam potencialmente ser interpretadas como estabelecendo uma responsabilidade legal para um pesquisador que entra em contato com um participante de uma pesquisa em potencial através de um telefone celular.

Dadas as condições acima, é de importância crítica que o pesquisador esteja ciente e respeite as leis e regulamentações regionais, nacionais e locais, assim como as disposições culturais relevantes que possam exigir um padrão de prática mais rígido do que aqueles exigidos nestas diretrizes.

As diretrizes podem muito bem aplicar-se a qualquer forma de projeto de pesquisa telefônica, mesmo que a intenção seja contatar linhas fixas, já que pode ser impossível para pesquisadores identificarem se um dado número de telefone se relaciona a um aparelho fixo ou móvel, e um número de telefone fixo pode estar configurado para desviar a chamada para um telefone móvel.

2. ESCOPO

O [Código Internacional ICC/ESOMAR](#) em Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social exige que a mesma ética fundamental e princípios Profissionais que governam pesquisas face-a-face, por correspondência e online também se apliquem à pesquisa por telefones móveis (veja o [Apêndice](#)). Estas diretrizes devem, portanto, ser lidas conjuntamente com o Código Internacional ICC/ESOMAR e as outras diretrizes da ESOMAR disponíveis no website www.esomar.org.

Apesar de reconhecer que muitos telefones e aparelhos celulares permitem o uso de metodologias de pesquisa online, inclusive levantamentos por e-mail e pela Internet, as Diretrizes ESOMAR para [Pesquisa Online](#) cobrem pesquisas utilizando e-mail, aplicativos baseados em navegadores ou aplicativos que podem ser baixados e estas Diretrizes para Pesquisa por Telefones Celulares se aplicam a pesquisas conduzidas através do uso de transmissão de voz ou mensagens de texto (SMS) para entrar em contato com entrevistados em seus aparelhos celulares. Se uma combinação de pesquisa por plataforma móvel e online for utilizada, por exemplo, telefone celular para o contato e aplicativo navegador de Internet para as respostas, as partes apropriadas de cada uma das diretrizes deverão ser aplicadas.

3. PRINCÍPIOS-CHAVES

Como regra geral, pesquisadores que estejam cientes que estão chamando ou enviando mensagens de texto a um aparelho celular com o propósito de conduzir uma pesquisa deverão observar os princípios de respeito e divulgação praticados em pesquisas por telefones fixos, conforme o [Código Internacional ICC/ESOMAR](#). Estes princípios incluem a identificação da

parte que está chamando, a identidade da organização que receberá os dados e, caso a empresa que está chamando esteja apenas executando a coleta dos dados e não a análise, inclui a notificação do propósito da chamada/pesquisa (para maiores detalhes, veja as [Notas sobre transparência do Código ICC/ESOMAR](#)), a natureza voluntária da participação, a garantia de confidencialidade e consideração às expectativas locais em relação aos horários apropriados para telefonemas.

Devido à natureza dos telefones celulares e aos padrões de uso que se desenvolveram ao longo do tempo, há um leque de considerações adicionais de natureza legal e ética a serem observadas. Apesar de estas considerações poderem variar entre países e culturas, é essencial que pesquisadores entendam estas variações e adaptem apropriadamente seus protocolos de pesquisa. Por exemplo, apesar da maioria das legislações restringirem chamadas não autorizadas para propósitos comerciais, mas não para pesquisa de mercado, é obrigatório consultar e utilizar listas específicas para as pesquisas de telefones celulares, assim como telefones fixos, que não devem ser contatados, caso tais listas existam. Além disso, pesquisadores devem estar cientes que as operadoras de serviços telefônicos móveis podem interromper o serviço caso recebam uma reclamação sobre abordagens não autorizadas por mensagens de texto ou outras mensagens eletrônicas a entrevistados em potencial. Pesquisadores são, portanto, obrigados a verificar que os indivíduos contatados para pesquisa por tais meios tenham certa expectativa de que receberão um contato para pesquisa (veja as Orientações da ESOMAR sobre [Pesquisa Online](#), seção 2.2).

Ao fazer chamadas, pesquisadores devem permanecer cientes das questões de privacidade e invasão e educadamente encerrar a chamada quando ficar evidente que o receptor não está em posição ou não deseja aceitar a chamada, não é a pessoa adequada ou é uma criança (a menos que o pesquisador receba consentimento de um adulto apropriado para prosseguir com a chamada). A idade legal e socialmente aceita de crianças varia de país a país. Se o entrevistado for uma criança, o pesquisador não deve prosseguir com a entrevista a menos que o consentimento seja obtido de um pai ou responsável legal para convidar uma criança a participar de uma pesquisa (veja as Diretrizes ESOMAR sobre [Entrevistas com crianças e jovens/menores de idade](#), seção B 10).

4. CUSTOS/ DESPESAS PARA O ENTREVISTADO

Em alguns países, chamadas a telefones móveis, diferente de chamadas para linhas fixas, podem envolver uma cobrança tanto para quem faz quanto para quem recebe a chamada. Da mesma forma, nos casos que as chamadas da pesquisa sejam feitas a números móveis além das fronteiras regionais ou nacionais, cobranças adicionais de roaming (fora de área) podem ser incorridas pela pessoa que recebe a chamada e isto também pode ser aplicado ao envio e recebimento de mensagens de texto (SMS).

Entrevistados utilizando telefones celulares para participar de pesquisas podem incorrer em despesas/ custos de duração de chamada, roaming (fora de área) ou envio de dados. Se possível, o pesquisador deveria desenhar o estudo de forma que o entrevistado não incorra em custo/despesa alguma. Se isto não for possível, o pesquisador deve estar preparado para reembolsar os entrevistados recompensando os seus custos/despesas. Quando entrevistados por telefonia móvel forem adicionados a um painel ou base de dados amostral, a questão do reembolso dos custos/despesa deve ser concordada na fase de recrutamento.

5. SEGURANÇA E CONFIDENCIALIDADE DO ENTREVISTADO

Devido à natureza e aos padrões de uso de telefones móveis, pesquisadores às vezes entram em contato com entrevistados em potencial que estão envolvidos em uma atividade ou ambientes não encontrados em chamadas para linhas fixas. Isto pode incluir dirigindo um veículo, operando um equipamento, caminhando em um espaço público ou quando a pessoa efetuando a chamada está em outro país/fuso horário. O pesquisador tem a obrigação de tomar todas as precauções razoáveis para garantir que os entrevistados não sejam

prejudicados ou afetados adversamente como resultado direto de sua participação em uma entrevista. Portanto, quando é sabido que a chamada é para um número móvel ou há razão para acreditar que este seja o caso, o pesquisador deve confirmar se o entrevistado em potencial está em uma situação na qual receber a chamada seja legal, seguro e não inconveniente. Se o pesquisador não receber tal confirmação, a chamada deverá ser encerrada, deixando-se aberta a possibilidade de fazer novas tentativas em outro horário.

Além disto, um pesquisador pode contatar um entrevistado em potencial que esteja envolvido em uma atividade ou em um trabalho ou situação social que permita a outras pessoas ouvirem a chamada e aí a confidencialidade estará comprometida. Como o entrevistado pode ser contactado em um espaço público ou semi-privado, o pesquisador deve considerar a natureza do conteúdo da pesquisa diante da possibilidade que o entrevistado possa ser ouvido e informações ou comportamentos pessoais involuntariamente revelados ou respostas modificadas por conta da situação do entrevistado. Se apropriado, a chamada deveria ser remarcada para outro horário ou local, quando a confidencialidade não esteja comprometida.

Pesquisadores devem estar cientes que quaisquer dados de pesquisa armazenados localmente no telefone do entrevistado estarão potencialmente disponíveis a outros, caso o aparelho seja furtado ou utilizado por outra pessoa. Por estas razões, cuidado especial deve ser tomado se mensagens de texto (SMS) forem utilizadas para retornar os dados, pois as mensagens de texto podem ser armazenadas no arquivo de mensagens enviadas do telefone. É uma boa prática advertir entrevistados que utilizarão mensagens de texto (SMS) para enviar respostas sobre este aspecto e enviar uma mensagem final ao encerramento da pesquisa lembrando aos entrevistados que excluam as respostas à pesquisa de suas mensagens enviadas. Esta exigência deve ser observada se dados sensíveis estiverem sendo coletados.

6. HORÁRIOS DE CONTATO

Diversos países têm leis ou padrões que especificam os horários permitidos para chamadas não autorizadas de qualquer tipo e tais horários também deverão ser observados para pesquisas por telefones celulares. Na ausência de tais exigências, pesquisadores devem observar os mesmos horários das pesquisas telefônicas nas linhas fixas. Para pesquisas telefônicas no setor business to business (B2B), os horários aceitáveis estão implícitos no horário comercial da empresa envolvida.

Atenção semelhante deve ser dada ao envio de mensagens de texto (SMS) para telefones celulares com o intuito de evitar que o entrevistado receba o alerta de mensagem recebida fora do padrão para pesquisas por telefone.

Números de telefones móveis raramente indicam a localização do entrevistado e é, portanto, responsabilidade do pesquisador prever que a pessoa contactada possa estar em um fuso horário diferente e verificar a conveniência do horário, localização e situação.

7. DURAÇÃO DA ENTREVISTA

Apesar de haver pouca evidência empírica, alguns pesquisadores reportam por suas experiências que entrevistados por telefonia móvel são mais difíceis de serem mantidos na linha que entrevistados chamados em linhas fixas. Pode ser que a natureza da tecnologia móvel significa que os entrevistados se distraem mais facilmente ou estão mais propensos a perder concentração, ou que a chamada é mais propensa a ser interrompida ou a cair. Além disto, o ambiente do entrevistado pode alterar-se ao longo do curso de uma entrevista para um ambiente onde a segurança ou confidencialidade estejam em risco. O pesquisador deveria levar estas questões em consideração e certificar-se que a duração da entrevista seja mantida o mais breve possível.

8. DISCAGEM AUTOMÁTICA E EQUIPAMENTO DE CHAMADA

Pesquisadores devem observar que diversos países restringem o uso de discadores automáticos e outros equipamentos de discagem automática, inclusive os discadores preditivos¹. Alguns países² podem permitir o uso de tais equipamentos apenas se um entrevistado tiver dado prévio consentimento explícito (por exemplo, como membro de um painel do qual optou participar) para que seu número seja discado por equipamento de discagem automática. Quando discadores automáticos são permitidos e utilizados, “chamadas abandonadas ou silenciosas/sem resposta”, nas quais nenhum entrevistador esteja imediatamente disponível pessoalmente, não são permitidas.

9. DADOS DE LOCALIZAÇÃO

Agora é possível capturar dados adicionais de aparelhos celulares interativos e *smartphones*, tais como dados de localização em tempo real. As Diretrizes da ESOMAR sobre Passive Data Collection tratam desta questão. O pesquisador deve obter a permissão do entrevistado antes de processar tais dados.

10. PROTOCOLOS DE CHAMADA

Algumas pessoas consideram seus telefones móveis como instrumentos pessoais e privados. O pesquisador tem a obrigação de ser sensível a estas questões de privacidade. É apropriado que os protocolos de chamadas para pesquisas por telefones móveis sejam diferentes das práticas utilizadas em pesquisas telefônicas por linhas fixas. Por exemplo, o pesquisador deveria considerar limitar o número e padrão de recontatos ao ligar para um número que seja sabidamente móvel.

Alinhado à exigência do [Código ICC/ESOMAR](#) que os pesquisadores deverão identificar-se, chamadas a números móveis deverão ser configuradas para permitir a exibição do número de origem da chamada sempre que possível e esta função não deveria ser deliberadamente suprimida. Se o pesquisador decidir deixar uma mensagem na caixa postal para um entrevistado em potencial (que poderá ter que pagar para acessar a mensagem), tal mensagem deveria detalhar como o pesquisador se oferece para recompensar pelo custo de tal acesso.

Sempre que factível, o receptor ou seja a pessoa que está recebendo a chamada deve ter a possibilidade de contatar o pesquisador ligando para o número exibido (BINA) para confirmar a identidade do pesquisador. É uma boa prática disponibilizar um número gratuito de contato ou uma linha 0800, reconhecendo que o entrevistado possa precisar ligar para o pesquisador de uma linha fixa.

11. INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Perguntas sobre a prática destas Diretrizes devem ser enviadas ao Comitê de Padrões Profissionais da ESOMAR, professional.standards@esomar.org.

- *Diane Bowers, Presidente, CASRO (Co-presidente da Equipe do Projeto e membro do Comitê de Padrões Profissionais da ESOMAR)*
- *Bill Blyth, Diretor de Métodos Globais, TNS, Reino Unido (Co-presidente da Equipe do Projeto e membro do Comitê de Padrões Profissionais da ESOMAR)*
- *Keith Bailey, Gerente Sênior de Desenvolvimento de Produtos – Pesquisa e Testes, Nokia Mobile Phones, Reino Unido*
- *Reg Baker, Presidente de Operações, Marketing Strategies, EUA*
- *Dr. Lorenz Graf, Presidente de Global Park*
- *AJ Johnson, VP de Operações Globais, Ipsos Open Thinking Exchange*

¹ Inclui a Alemanha e o Reino Unido.

² Inclui os EUA

- *Peter Milla Consultor para CASRO*
- *Guy Rolfe, Líder Global de Conhecimento em Telefonia Celular, Kantar Operations*
- *Pravin Shekar, Fundador, The Social Catalyst, Kreator-in-chief, Krea, Índia*
- *Tom W Smith, Diretor de Pesquisa Social Geral, Centro de Pesquisa de Opinião Nacional/Universidade de Chicago e Vice Presidente e Presidente Eleito, WAPOR*
- *Dr. Tim Snaith, Presidente de Pesquisas, OnePoint Global*
- *John O'Brien, Consultor para o Comitê de Padrões Profissionais da ESOMAR*

APÊNDICE - PRINCÍPIOS-CHAVES DO CÓDIGO ICC/ESOMAR

O Código se baseia nestes princípios-chaves:

1. Pesquisadores de mercado deverão obedecer todas as leis nacionais e internacionais relevantes.
2. Pesquisadores de mercado deverão comportar-se de forma ética e não deverão fazer nada que possa prejudicar a reputação da atividade de pesquisa de mercado.
3. Pesquisadores de mercado deverão tomar cuidados especiais ao executar pesquisas envolvendo crianças e jovens/menores de idade.
4. A colaboração dos entrevistados é voluntária e deve basear-se em informações adequadas – e não enganosas – sobre o propósito e natureza geral do projeto, no momento que pedimos sua concordância para participar da pesquisa e desde então todas as declarações feitas deverão ser honradas.
5. Os direitos dos entrevistados como indivíduos particulares deverão ser respeitados pelos pesquisadores de mercado e eles não deverão ser prejudicados ou afetados adversamente como um resultado direto de sua cooperação em um projeto de pesquisa de mercado.
6. Pesquisadores de mercado nunca deverão permitir que qualquer informação pessoal coletada em um projeto de pesquisa de mercado seja utilizada para qualquer fim que não para a pesquisa de mercado.
7. Pesquisadores de mercado deverão assegurar que projetos e atividades sejam desenhados, executados, reportados e documentados de forma precisa, transparente e objetiva.
8. Pesquisadores de mercado deverão seguir os princípios aceitos de justa concorrência.

Fim do documento

ESOMAR
Eurocenter 2
Barbara Strozilaan 384
1083 HN Amsterdam
The Netherlands
Tel +31 20 664 2141
Fax: +31 20 664 2922
E-mail professional.standards@esomar.org
WWW.ESOMAR.ORG

A ESOMAR é a organização mundial para o estímulo, progresso e promoção da pesquisa de mercado no mundo.

www.esomar.org