

Contra a descrença, credibilidade

CARLOS AUGUSTO MONTENEGRO

Nos períodos pré-eleitorais, quando se intensifica a divulgação de pesquisas de opinião pública, a discussão em torno do assunto invade os meios de comunicação. Acadêmicos arguem a competência dos institutos em utilizar métodos científicos, como se esses métodos fossem de seu exclusivo uso ou segredos inalcançáveis por simples mortais, esquecendo-se de que os institutos dispõem de um corpo técnico plenamente capacitado a aplicar as metodologias que, não sendo "mágicas", estão democraticamente disponíveis nos livros e cursos de pesquisa e estatística do mundo inteiro. Políticos clamam por um autoritarismo obscurantista que proíba a divulgação de pesquisas eleitorais, tendo em vista a "nítida influência" (sic) que exercem sobre o eleitorado. Isto quando não partem diretamente para a calúnia através de acusações de venda de resultados para o favorecimento de candidatos. Naturalmente, quando aparecem bem nas pesquisas a coisa muda...

Parece-nos que falta a estas pessoas uma noção elementar que nos acompanha desde a fundação do Ibope: Responsabilidade.

A democratização da ciência e da informação deveria ser, em princípio, não só dos acadêmicos e dos políticos, mas um objetivo de toda a sociedade. Há 44 anos o Ibope realiza pesquisas. As decisões tomadas por nossos clientes, a partir do nosso trabalho, movimentam milhões de cruzados. Produtos comerciais, por exemplo, são retirados das prateleiras ou lançados a partir de resultados das pesquisas de mercado. Indústrias multinacionais, nacionais, agências de propaganda e veículos de comunicação mantêm, a partir da compra de nossos serviços, uma estrutura básica de 11 escritórios em todo o Brasil e quase 1.500 funcionários, que nos permitem cobrir o país inteiro. Este extraordinário sucesso em todos estes anos se deve apenas a um lema: Credibilidade.

Os índices fornecidos pelo Ibope a todos os seus clientes, sejam eles Presidentes da República, Governadores, Ministros, Parlamentares, Prefeitos etc., na área política, além de veículos de comunicação, agências de propaganda e numerosas outras entidades, como todos sabem, podem mudar uma política de vendas ou determinar o destino de uma em-

presa ou reorientar uma campanha política. São adquiridos permanentemente graças à idoneidade moral da organização e sua nunca desmentida credibilidade. É, portanto, inadmissível que políticos inescrupulosos, muitos deles, inclusive solicitadores de pesquisa da organização venham em vésperas de eleições, quando não estão bem situados nas preferências do público, tentar difamar a organização que eles sabem incapaz de qualquer deslize que, além de eticamente inaceitável, seria economicamente uma bobagem, porque liquidaria o conceito da firma. Não que o Ibope não possa errar. Nós não temos a pretensão de sermos infalíveis mas temos o objetivo de acertar. E temos acertado sempre com pouquíssimas exceções. É a partir dos erros que corrigimos nossas falhas. Não temos também a pretensão de adivinhar o futuro. A pesquisa é o resultado de um momento, não a previsão de uma próxima realidade.

Se eleitores não mudam de opinião a partir dos resultados de pesquisas, não deve haver restrição à divulgação destes resultados. Se eleitores mudam de opinião a partir dos resultados de

pesquisas, é um direito do eleitor ter acesso às informações que alterem seu voto e não deve haver nenhuma restrição à divulgação destes resultados. O que deve haver, em qualquer caso, é responsabilidade de quem divulga em tratar os resultados com a mesma insenção com que eles foram coletados e fornecer todos os dados metodológicos que permitam a avaliação do trabalho. Esta prática desmascararia os pseudo-pesquisadores de plantão nos períodos eleitorais, que exploram candidatos que acreditam que a política é um negócio de compra e venda de mandatos.

O passado recente nos ensinou que a ditadura não é o melhor caminho para nos livrarmos destes tipos de políticos, assim como não acreditamos que a proibição da divulgação de pesquisa não seja o melhor caminho para nos livrarmos dos pseudo-pesquisadores.

Acreditamos que a pesquisa eleitoral é uma conquista da democracia. Ela aprimora o conhecimento do eleitorado sobre si mesmo. Não há realização de prévias eleitorais no Paraguai ou no Chile. Aliás, há algum tempo não há nem eleições nestes países.