

Livro critica influência de pesquisa nas eleições

ANN ARBOR, Michigan (UPI) — Consulta realizada pelo Instituto Gallup para uma grande editora mostrou que a maioria das pessoas nos Estados Unidos acredita que as pesquisas divulgadas pelos meios de comunicação exercem uma influência excessiva sobre as eleições presidenciais, afirmou Michael W. Traugott, professor do Instituto de Pesquisa Social da Universidade de Michigan. Ele dirigiu as pesquisas realizadas para a Times Mirror Co. e escreveu suas conclusões num livro a ser lançado dentro de um ano, do qual a universidade decidiu divulgar alguns trechos.

“Não é bem a exatidão das pesquisas que foi posta em questão”, explicou Traugott, “mas sua intrusão e contínua apresentação no calor da disputa, mostrando quem está na frente e quem está atrás”. Na maioria das seis pesquisas realizadas para a Mirror, mais da metade dos entrevistados disse que os meios de comunicação têm uma influência exagerada no desempenho dos candidatos. O número dos que assim pensam variaram de 49 a 59%.

No final da campanha presidencial do ano passado, 47% dos entrevistados disseram que a apresentação do candidato na liderança não melhorava a cobertura jornalística do pleito, enquanto 38% responderam o contrário. Mais da metade dos entrevistados deu notas baixas (“C” no sistema de avaliação americano) à conduta dos meios de comunicação na cobertura das campanhas eleitorais.

Alerta — Setenta e dois por cento afirmaram que as redes de televisão não deviam

relatar os resultados de boca de urna no dia da eleição, considerando que isso poderia desestimular o comparecimento à votação. (Nos Estados Unidos, o voto não é obrigatório).

“A preocupação com a influência das organizações jornalísticas foi manifestada, na maioria, pelos entrevistados com maior nível de instrução e mais politizados”, prossegue o autor, acrescentando que os que se proclamam republicanos e independentes estão mais preocupados com o papel dos meios de comunicação do que os simpatizantes do Partido Democrata.

Ainda segundo o especialista, suas conclusões devem ser vistas “como um sinal de alerta para jornalistas e pesquisadores, que ampliam a possibilidade de perda de apoio do público ao uso de pesquisas como parte do noticiário sobre campanhas políticas”.

“Algumas dessas preocupações quase certamente desapareceriam”, acrescenta, “se as pesquisas não tivessem um tratamento que mais parece ao que se dá a uma corrida de cavalos e se, em vez disso, se dedicassem a explicar a dinâmica da campanha e o vínculo entre preferências políticas políticas dos cidadãos (e suas questões de maior interesse) e as respostas que a isso dão os candidatos”, disse ainda Traugott. O projeto da Times Mirror, “O povo, a imprensa e a política”, incluiu uma série de seis pesquisas independentes com 14 mil pessoas ouvidas pelo Gallup entre novembro de 1987 e maio de 1988.