

Nem nova nem experimental

por Eliane Cantanhêde
de Brasília

A pesquisa qualitativa "nem é novidade, nem é experimental, e chega até a ser velha", como defende a socióloga Fátima Pacheco Jordão. Ela explica que a técnica vem da década de 40, dos Estados Unidos. Começou pela publicidade, avançou no teste de novos produtos e passou para a área de mídia, sobretudo definindo a programação de televisão e conteúdos editoriais de revistas. Chegou, enfim, como não poderia deixar de ser, à política-eleitoral.

Quando ela levou seus primeiros resultados sobre o perfil do eleitorado deste ano, o candidato Mário Covas e seu staff levantaram suspeitas. Não seriam meras deduções? "Não, é

uma técnica, com metodologia testada e comprovada", respondeu. Uma a uma, suas lições — aprendidas com os grupos de discussão ou com os entrevistados em profundidade — foram se confirmando. "É impressionante", concorda um dos principais assessores de Covas, Oswaldo Martins.

As discussões em grupo são feitas ao redor de mesas com dez a doze pessoas, com formação intelectual e nível social homogêneos, que são monitorados diretamente por um ou dois analistas. Numa sala ao lado, separada por espelhos que permitem a visibilidade, ou com circuito de tevê interligado, ficam os supervisores, que registram reações faciais e emocionais, além das respostas objetivas.

Também pode ser, no caso de

análise de programas de televisão, em auditórios equipados com microfones e uma espécie de controle remoto, em que o entrevistado registra a aprovação ou desaprovação ao que vai sendo mostrado e dito. Exemplo: as palavras "eu" e "política" foram sistematicamente desaprovadas.

E uma surpresa: ao contrário do que disseram os analistas, repórteres, marketeiros e os próprios políticos, os programas sisudos e sem charme determinados pela Justiça Eleitoral foram francamente aprovados. "O eleitor está ficando exigente e racional. Quer mais business e menos show nas eleições", diz Fátima, lembrando que, apesar de mais chatos, os programas gratuitos não tiveram menos telespectadores do que nos anos anteriores.