

PARA UMA METODOLOGIA DA PESQUISA DO “COEFICIENTE DE OPINIÃO”

Domenico De Gregório

(Professor de Jornalismo, em Roma)

A bagagem de opiniões varia de indivíduo para indivíduo e, para formá-la, há a contribuição de muitos fatores, entre os quais a família, a religião, a escola e o ambiente social. O Autor propõe um método para pesquisar esse coeficiente, sugerindo que a tarefa seja confiada a um grupo de trabalho, integrado por um sociólogo, um psicólogo, um comunicador social e um técnico em informática, além de um pesquisador de opinião pública.

Domenico De Gregório é professor universitário e reside em Roma. Além de vasta colaboração publicada em revistas, escreveu os livros **Metodologia del Gionarlismo** (Instituto Italiano di Pubblicismo, Roma) e **L’Informazione – Teoria ed Evoluzione Storica** (publicado pela Presidenza del Consiglio dei Ministro – Direzione generale delle informazioni, dell’editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica, de Roma).

Este artigo, escrito especialmente para **Comunicarte**, foi traduzido pelo professor Francisco de Assis Martins Fernandes, do IAC/PÚCCAMP.

Chamaremos “coeficiente de opinião” o valor que mede a eficácia que cada um dos meios possui, com respeito aos demais, na formação das opiniões dos seus usuários.

Estamos convencidos de que seja oportuno um estudo capaz de fornecer uma metodologia com a qual chegar —nas diversas situações geográficas e sociais — à mensuração de tal coeficiente.

Com o poder de síntese da língua inglesa, poderemos dizer que se trata de estabelecer “what persuades whom to wich extent”.

Sempre em inglês, o chamado coeficiente poderia ser indicado com “OQ” (Opinion Quotient) por analogia com o “IQ” (Intelligence Quotient).

Cada um de nós possui sua própria bagagem de opiniões. Naturalmente que há diferenças profundas de indivíduo para indivíduo e as opiniões de um esquimó são, com certeza, muito diversas de um árabe ou de um chinês.

Para a formação destas opiniões contribuíram muitos fatores: a família, a religião, a escola, o ambiente social e, muitas vezes, até mesmo o clima das zonas geográficas nas quais cada um viveu.

Todos estes fatores constituem um conjunto, uma base de convicções que chamaremos "primárias", enquanto existentes independentemente dos meios.

Contudo, a partir do momento em que entram em função os meios, primeiramente a imprensa e em seguida com ritmo vertiginoso os demais, sobre a base das opiniões "primárias" sobrepõe-se outra faixa de opiniões, que chamaremos, "secundárias". Essas sobrepõem-se, mas também interagem com aquelas preexistentes, com processos que variam grandemente segundo um grande número de variáveis.

O coeficiente de opiniões deve ser, portanto, o instrumento para quantificar a eficácia de cada um dos fatores que concorrem através dos meios para a formação das opiniões sejam primárias, sejam secundárias, no interior de cada grupo social.

É necessário buscar uma metodologia para calcular tal coeficiente, para estruturar uma tabela, ou se se quiser, uma fórmula padronizada, que nos permita a mensuração do dito coeficiente.

*

Que procedimento pode-se propor para tal pesquisa? Deve-se tratar obviamente de uma pesquisa interdisciplinar, a ser confiada a um grupo de trabalho do qual façam parte: um sociólogo, um psicólogo, um especialista em opinião pública, um especialista em meio de comunicação social, e, para a elaboração dos dados, um especialista em informática.

O método não pode ser outro senão o da coleta de informações por meio de questionários. Porém, o sucesso da pesquisa e a validade dos resultados estão condicionados pelos seguintes fatores:

- a) amplitude da sondagem;
- b) número de países e das classes sociais em que forem efetuadas;
- c) técnica na compilação dos questionários, para neutralizar os desvios involuntários aos quais freqüentemente estão sujeitos;
- d) experiência dos entrevistadores.

*

Não pode haver dúvidas sobre a utilidade de uma pesquisa deste gênero, descontando, naturalmente, que os resultados sejam válidos dentro das tradicionais margens de confiabilidade.

Numa sociedade democrática, os vários segmentos que a compõem têm plena e absoluta liberdade de difundir as suas idéias e o total direito de fazer prosélitos. Então, qual o melhor mecanismo de "coeficiente de opinião" para guiá-los na escolha dos meios de acordo com as várias situações e as técnicas, momentos e maneiras para utilizá-los?