

JOAQUIM HORTINHA

X marketing

EDIÇÕES SÍLABO



Foto: D.A.

A perspectiva prática

Filipe Montargil

Director de Estudos da Netsonda
Director da Data Crítica
Professor da Escola Superior de Comunicação Social
filipe.montargil@datacritica.pt

Estudos de opinião e mercado através da Internet

Os estudos de opinião e mercado incidem sobre a actividade humana. Um estudo de opinião ou de mercado pretende caracterizar, ou compreender, um qualquer produto da actividade humana (individual ou inserida em grupos ou instituições), sob a forma de opiniões, representações, atitudes, expectativas, comportamentos ou hábitos.

A realização de um estudo pressupõe a disponibilidade de informação empírica. É através dessa informação que se torna possível caracterizar o nosso objecto de estudo ou, no caso de estudos com um modelo teórico subjacente, testar hipóteses explicativas da nossa variável dependente.

A natureza desta informação pode ser, fundamentalmente, de dois tipos: a informação pode provir da observação das nossas unidades de análise, sob a forma de um qualquer tipo de registo, ou pode provir da inquirição. Na inquirição, colocamos perguntas a pessoas que fazem parte do universo do nosso estudo (na maior parte dos casos através de um processo de amostragem) ou a pessoas que consideramos particularmente indicadas para nos ajudar na caracterização das unidades de análise. Embora a observação fosse inicialmente pensada como a presença de um investigador em determinado contexto social, não colocando perguntas, podemos pensar, hoje em dia, na audimetria ou na análise de estatísticas de servidor como formas de observação. A inquirição abarca um conjunto de técnicas de recolha de informação que vão da entrevista não directiva até ao inquérito por questionário, baseado predominantemente (muitas vezes exclusivamente) em perguntas com opções de resposta fechadas. Pretendo abordar, neste texto, alguns aspectos relativos aos estudos com recurso a inquirição.

Existe, contudo, uma outra distinção relevante: a informação pode já ter sido recolhida (ou produzida) anteriormente, encontrando-se disponível (informação em segunda mão) ou, na sua inexistência, torna-se necessário assegurar a sua produção (apesar de a maior parte dos autores preferir o termo "recolha de informação", creio que "produção de informação" se encontra mais perto do que fazemos com a inquirição). Pretendo abordar aqui a segunda forma.

Não quero transmitir, com estas diferenciações, a ideia de que um estudo deve utilizar apenas informação proveniente da observação ou da inquirição, recorrendo exclusivamente a informação em segunda mão ou a informação própria. De facto, em muitos casos, a melhor opção consiste precisamente na combinação de vários recur-