

Scrisoare deschisă a directorului IRSOP —  
adresată redacției revistei „Sociologie Românească”

Stimate Doamne Redactor șef,

Pentru corecta informare a cititorilor vă rog să publicați răspunsul meu la o serie de aprecieri făcute de Domnul Profesor Cătălin Zamfir despre IRSOP și publicate în revista „Sociologie Românească” nr. 3/1992, p. 244.

1. D-I Zamfir afirmă că după Revoluție, Guvernul a înființat IRSOP „dotat cu aparatura necesară, sprijinit pentru profesionalizarea personalului și cu un buget adecvat”.

Adevărul este următorul :

Aparatura „necesară” a constat din : 1 microcalculator Cub Z vechi, preluat prin transfer și un copiator „Canon” fără Toner. Nu am primit absolut nici un sprijin pentru profesionalizarea personalului, iar bugetul a fost departe de a fi adecvat, dovadă că numărul total de salariați ai IRSOP este de 14 persoane incluzând personalul cu studii medii.

2. A existat, spune în continuare D-I Zamfir, „o anumită critică adresată acestui institut că prin selectarea temelor de cercetare, a momentului publicării rezultatelor ar fi manifestat un anumit partizanat”.

Precizăm că :

Nu a existat nici un fel de critică, ci speculații, insinuări, acuzații false, afirmații nefondate și comentarii ignorante. Nimeni nu a demonstrat nicăieri cu argumente solide că IRSOP s-ar fi abătut vreodată de la standardele științifice sau morale.

3. D-I Zamfir conchide : „Cert este că în unele momente cruciale și pe unele teme de mare interes, IRSOP nu și-a făcut prezența”.

În realitate :

În decurs de 3 ani IRSOP a realizat 180 de sondaje de opinie și studii sociale mai complexe. Au fost investigați cea 60 000 subiecți anual, 180 000 în total. IRSOP a fost singurul institut care a oferit prognoze electorale și de mare precizie la toate cele 3 alegeri din 1990 până în 1992. În acești 3 ani nu a existat practic nici un moment major și nici o temă majoră de importanță deosebită pentru societate care să nu fi fost abordată de IRSOP.

Institutul a publicat lucrarea *Renașterea unei Democrații* -- prima analiză sociopolitică electorală din ultimii 55 de ani. Chiar în numărul 3 al revistei „Sociologie Românească” în care D-I Zamfir face afirmațiile de mai sus. IRSOP publică o aprofundată analiză sociologică și politologică a alegerilor locale, pe baza cercetărilor proprii ale institutului. Aproape toate cele 180 de sondaje au fost date publicității pe o scară largă prin TV, Radio, presă centrală și locală.

4. Cu privire la statutul actual al IRSOP, D-I Zamfir afirmă : „... institutul s-a privatizat : adică a trecut într-un patrimoniu privat facilitățile acordate de guvern pentru realizarea de sondaje de opinie publică”.

Se poate argumenta că :

IRSOP nu a trecut absolut nimic în patrimoniul privat. Finanțarea de la stat a încetat în momentul privatizării.

Capitalul de pornire al institutului privat provine în întregime din depunerile acționarilor.

Institutul plătește chirie (exorbitantă) pentru sediul pe care îl ocupă.

Mobilierul este în întregime închiriat.

O parte a inventarului tehnic care aparține statului a fost returnată la stat, iar partea rămasă este închiriată de la stat.

Alte „facilități” nu au existat, deci nici nu au putut fi trecute de IRSOP în patrimoniul său privat.

5. În continuare D-I Zamfir se ocupă de profilul IRSOP precizând : „Cu această ocazie, profilul institutului s-a modificat substanțial. Dacă inițial el era un institut de sondare a opiniei publice pe teme social-politice, prin privatizare, el va trebui să se orienteze precumpănitor pe probleme de marketing, sondajele de opinie publică rămânând marginale ca preocupare”.

Este bine să se știe că :

Profilul IRSOP a inclus de la bun început 4 direcții de cercetare : politică și alegeri ; mass-media ; probleme socio-economice ; marketing și comportamentul consumatorilor.

Acest profil nu s-a modificat absolut deloc. IRSOP intenționează să se orienteze spre dezvoltarea tuturor celor 4 direcții. Institutul își păstrează întreaga disponibilitate de a realiza studii asupra oricărei probleme, în funcție de cererea beneficiarului.

O lege elementară a pieții impune ca IRSOP să-și lărgescă, nu să-și îngusteze oferta de cercetare.

6. Teza „orientării precumpănitoare spre marketing” îi servește însă D-lui Zamfir pentru a trage următoarea concluzie : „Este cert că prin acest act de privatizare a dispărut singura instituție dotată special și bugetară pentru sondaje de opinie social-politică”.

În realitate :

Prin privatizare IRSOP a devenit un institut independent, nelegat de nici o structură politică. Drept urmare s-a lărgit enorm sfera clienților actuali și potențiali, interni și internaționali. De asemenea, a crescut autoritatea institutului.

În privința „dotării speciale” și a „bugetării” am arătat caracterul absolut minimal al bugetării și absența oricăror „dotări speciale”. Singura „dotare” reală a fost competența și profesionalismul cu care au venit în institut actualii colaboratori ai IRSOP.

Cu deosebită stimă  
Dr. *Petre Dăculescu*  
Directorul IRSOP