

Regulador assinala reconfiguração do mercado de sondagens num ano com três eleições

## **Depósitos de sondagens de opinião na ERC triplicam em 2019**

A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social registou o depósito de 88 sondagens de opinião em 2019, mais do triplo dos 27 verificados em 2018.

Este crescimento está relacionado, por um lado, com os três atos eleitorais ocorridos em 2019 (para o Parlamento Europeu, para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e para a Assembleia da República) e, por outro lado, com a reconfiguração das parcerias entre empresas de sondagens e órgãos de comunicação social para a realização e publicação regular de sondagens políticas.

O número de procedimentos e deliberações adotadas pela ERC aumentou também 111,8% entre os dois anos, através de 36 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, a maioria resultante da “Concessão, renovação e caducidade de licenças” para as realizar (11), do “Acompanhamento e fiscalização de depósitos e divulgações de estudos de opinião” (8) e de “Queixas” (7).

Em 31 de dezembro de 2019, existiam 14 entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião, mais quatro licenças que no ano anterior. Dez daquelas entidades depositaram sondagens, sendo a Eurosondagem e a Pitagórica as mais representativas do setor destes estudos (22 depósitos cada uma), o que compõe, individualmente, um quarto do total de depósitos. A Aximage (16 depósitos), a Intercampus e a UCP-CESOP (7 depósitos cada uma) e o ICS-ISCTE (6 depósitos) são as entidades seguintes em número de sondagens.

O ano de 2019 foi assim de grande movimento procedimental, através de sete renovações da credenciação (Aximage, DOMP, Eurosondagem, G.Triplo, Intercampus, IPOM e UA/CIMAD), de cinco novas licenças (Consulmark2, Markttest, GFK/Metris, Pitagórica e ICS/ISCTE, a última como primeira licença e as quatro indicadas previamente por caducidade das licenças anteriores) e uma caducidade (UCP/CESOP). A ERC considera que houve uma «reconfiguração do mercado» caracterizada por «uma grande desconcentração das quotas de mercado (em 2018 as duas empresas com mais depósitos acumularam mais de 95% dos depósitos efetuados), mas também um grande aumento no pluralismo da produção de estudos para divulgação pública contando-se dez empresas com depósitos em 2019 contra as apenas três em 2018».

A ERC registou que os métodos de seleção das amostras mais utilizados são os aleatórios ainda que o número de sondagens com amostragem por quotas seja agora muito aproximado. A entrevista telefónica continua a ser a via de recolha de informação mais utilizada pelas empresas, em pouco mais de dois terços dos estudos realizados em 2019. Num ano de mudanças, comparando outros momentos com o mesmo número de eleições e depósitos, a ERC identificou uma diminuição do peso relativo deste método, em resultado da parceria SIC e Expresso (com sondagens realizadas pelo ICS-ISCTE) e dos seus estudos com entrevistas presenciais de maior duração e pelo facto de a Aximage ter passado a combinar o telefone com a internet na recolha de informação para os seus estudos regulares.

As sondagens com amostras de âmbito geográfico nacional ou continental foram predominantes nos depósitos (64,8% e 22,7%, respetivamente), o que resulta do destaque às eleições legislativas para a Assembleia da República e às europeias, e também da proporção dos barómetros políticos regulares no total do ano. A percentagem de estudos com amostras de âmbito regional, sobre a eleição para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira, representa 6,8% do total de depósitos, as de âmbito distrital, 4,6%, e as de âmbito concelhio, 1,1%.

O acompanhamento da ERC às sondagens de opinião permite também identificar, em 2019, de um total de 13 551 peças jornalísticas por potencial correspondência com os critérios de seleção metodologicamente definidos, cerca de um terço, 4 459 peças, em que são divulgados ou referidos resultados de estudos de opinião cuja temática se considera subsumível na Lei das Sondagens.

Em 2019, a internet passou a ser o primeiro meio em número de divulgações de resultados de sondagens, o que se explica pelas múltiplas difusões de uma mesma sondagem — em órgãos de comunicação social *online*, em plataformas de agregação de conteúdos ou em blogs. Estes, apesar de divulgadores, não são clientes de estudos de opinião. A internet ultrapassou a televisão, respetivamente, com 41,1% e 33,5% de todos os meios que publicaram sondagens. Em terceiro lugar, surge a rádio que retomou a divulgação de estudos de opinião, com 13,5%, mais 12,5 pontos percentuais que em 2018 e, em quarto e último lugar, a imprensa com uma parcela de 11,5% do total, menos 17,6 p.p. que em 2018).

Os órgãos de comunicação social de âmbito nacional continuaram a ser os grandes clientes das sondagens políticas e correspondem a cerca de dois terços do total de clientes registados nos depósitos. De entre estes destacaram-se, em 2019, o Jornal de Notícias e a TSF, sobretudo pela cobertura das eleições legislativas para a Assembleia da República, através da contratação de barómetros políticos mensais, desde abril até ao final da pré-campanha, e de uma *tracking poll*. Estas compõem-se de várias sondagens repetidas durante a campanha eleitoral, com estimativas diárias da evolução do sentido de voto. A TVI também se inscreveu como cliente desta e da sondagem pós-eleitoral à boca das urnas realizadas pela Pitagórica.

Quanto ao objeto dos estudos de opinião depositados, predominaram em 2019, as sondagens sobre a intenção e o sentido de voto, sobretudo o legislativo, presente em mais de dois terços dos depósitos. Seguiram-se as de avaliação do desempenho dos órgãos constitucionais e atores políticos, nomeadamente a imagem dos líderes partidários, do Presidente da República e do Primeiro-Ministro. Em terceiro lugar, os estudos centraram-se nos cenários e representações eleitorais, salientando-se as questões sobre previsão de resultados eleitorais e perfil para Primeiro-Ministro.

A ERC caracteriza o panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador, de forma mais detalhada, no documento em anexo: “Sondagens e Inquéritos de Opinião em 2019”.