

Setor regista desaceleração na produção decorrente da ausência de atos eleitorais

Depósitos de sondagens de opinião na ERC caem 77,5% em 2018

Em 2018, foram depositadas na ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social 27 sondagens de opinião, o que significa uma descida de 77,5% face ao total de depósitos verificados em 2017. Esta diferença resulta, em grande medida, da redução verificada na produção de sondagens de carácter político, pela ausência de escrutínios eleitorais no período analisado.

Ao longo de 2018, assistiu-se a uma maior concentração do mercado dos estudos depositados, com duas empresas a representarem praticamente a totalidade desses. Foram elas a Eurosondagem (14 depósitos) e a Aximage (12 depósitos). Refira-se que a 31 de dezembro de 2018, eram 10 as entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião: Aximage, Domp, Eurosondagem, G.Triplo, Intercampus, Ipom, Multidados, Norma-Açores, UCP/CESOP e Universidade de Aveiro/CIMAD.

A ERC verificou que, no domínio metodológico, as amostras de seleção aleatória e a entrevista telefónica foram os métodos e técnicas empregues em 2018 pelas entidades credenciadas. As sondagens com amostras de âmbito geográfico nacional ou continental representaram mais de três quartos dos depósitos (44,4 % e 29,6 %, respetivamente), espelhando o peso dos barómetros políticos regulares no total de depósitos do ano.

O acompanhamento que a ERC realizou em matéria de sondagens de opinião permitiu também identificar, em 2018, a publicação ou difusão pública de 671 peças jornalísticas cujo enfoque aludia, de forma central ou marginal, a estudos de opinião cuja temática se considera enquadrável na Lei das Sondagens.

A televisão e a internet revelaram-se como os meios preferenciais de difusão de resultados de estudos de opinião, representando, respetivamente, 36,1 % e 33,8 % do total de divulgações. Em terceiro lugar, e com um peso relativo de 29,1 %, surge a imprensa, praticamente duplicando o seu peso face a 2017 (subida de 13,3 p.p.) e acelerando o ritmo de crescimento evidenciado entre 2016 e 2017 (onde subiu 5,1 p.p.). Já a rádio perdeu importância em termos relativos, tendo sido um suporte com um peso meramente residual (1 %).

Entre os grandes clientes das sondagens políticas, destaca-se a predominância assumida pelos órgãos de comunicação social de âmbito nacional (82,2% do total de clientes registados nos depósitos). Como principais clientes, são de destacar o Correio da Manhã, o Jornal de Negócios, o Expresso e a SIC, pela regularidade na contratação e publicação de barómetros políticos ao longo do ano.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, o grupo temático mais visado, em 2018, foi o que se relaciona com as intenções e o sentido de voto, destacando-se sobretudo as questões relativas ao voto legislativo. Seguem-se, em igualdade de importância entre si, os grupos temáticos relacionados com a avaliação dos órgãos e dos atores políticos e com a atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes. No grupo relativo à avaliação são de destacar as questões relativas à imagem / popularidade do Presidente da República, Primeiro-Ministro

e dos líderes partidários e no grupo relativo à atividade dos órgãos constitucionais são de destacar as questões relativas às expectativas em relação à ação do Governo.

A ERC caracteriza o panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador, em 2018, de forma mais detalhada, no documento em anexo: “Sondagens e Inquéritos de Opinião em 2018”.

Lisboa, 22 de janeiro de 2020