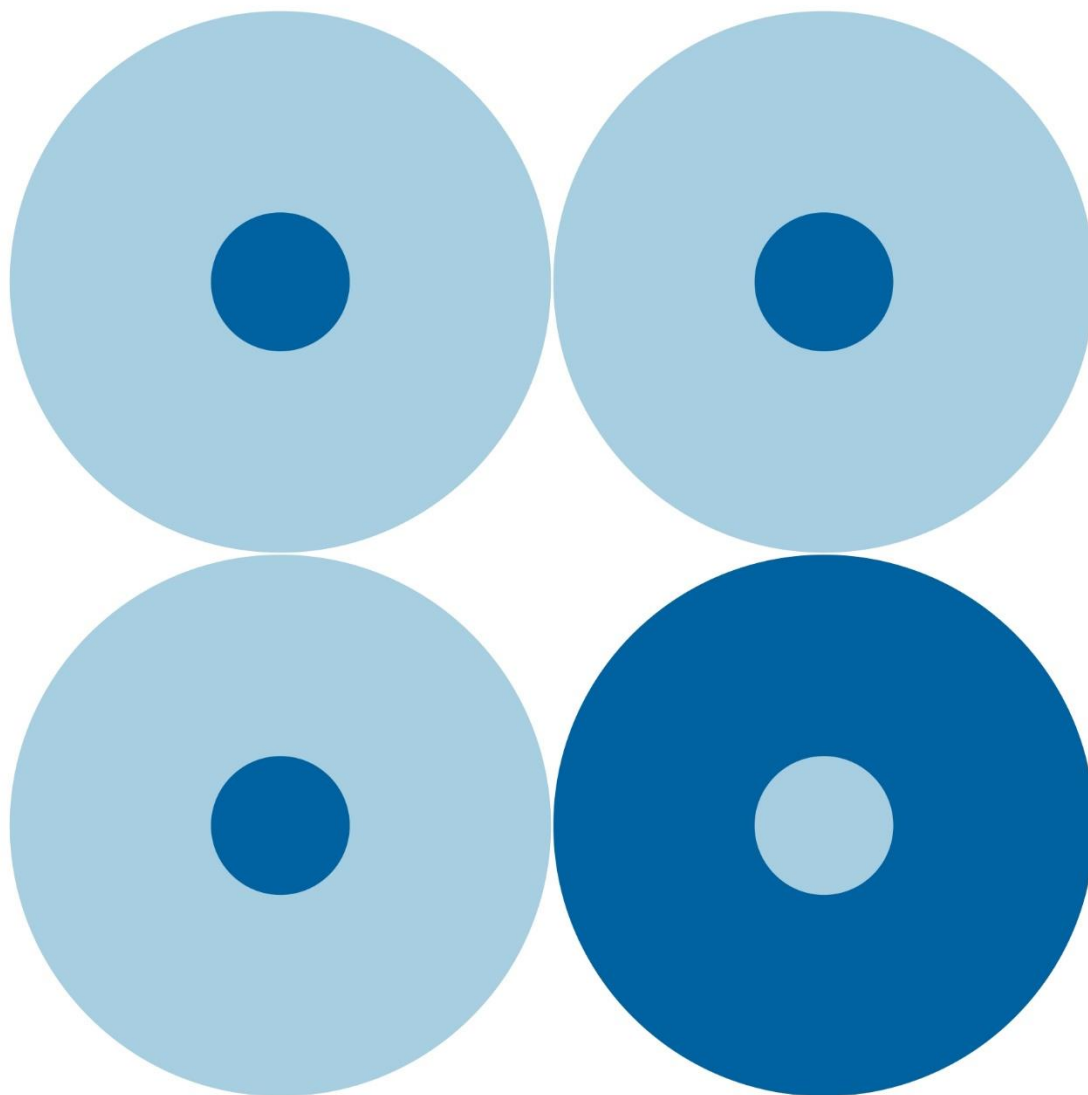


SONDAGEM

ICS / ISCTE

Maio 2024

Parte 2



ÍNDICE

1. Ficha técnica	2
2. Evolução da situação da economia.....	3
3. Exposição a informação política nos média durante a campanha	6
4. Momento da decisão de voto	8
5. Grau de satisfação com a decisão de voto	13
6. Atenção às sondagens à opinião pública	16
7. Conhecimento sobre os resultados das sondagens	18
8. Mudanças no comportamento eleitoral, 2022-2024.....	20
9. Mudanças no sentido de voto, 2022-2024.....	22
10. Transferências de voto, 2022-2024.....	24

1. Ficha técnica

Este relatório baseia-se numa sondagem cujo trabalho de campo decorreu entre os dias 27 de abril e 8 de maio de 2024. Foi coordenada por uma equipa do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa) e do Iscte - Instituto Universitário de Lisboa (Iscte-IUL), tendo o trabalho de campo sido realizado pela GfK Metris. O universo da sondagem é constituído pelos indivíduos com idade igual ou superior a 18 anos e capacidade eleitoral ativa, residentes em Portugal Continental. Os respondentes foram selecionados através do método de quotas, com base numa matriz que cruza as variáveis Sexo, Idade (4 grupos), e Instrução (3 grupos). A partir de uma matriz inicial de Região (5 Regiões NUTII) e Habitat/Dimensão dos agregados populacionais (5 grupos), foram selecionados aleatoriamente 123 pontos de amostragem onde foram realizadas as entrevistas, de acordo com as quotas acima referidas.

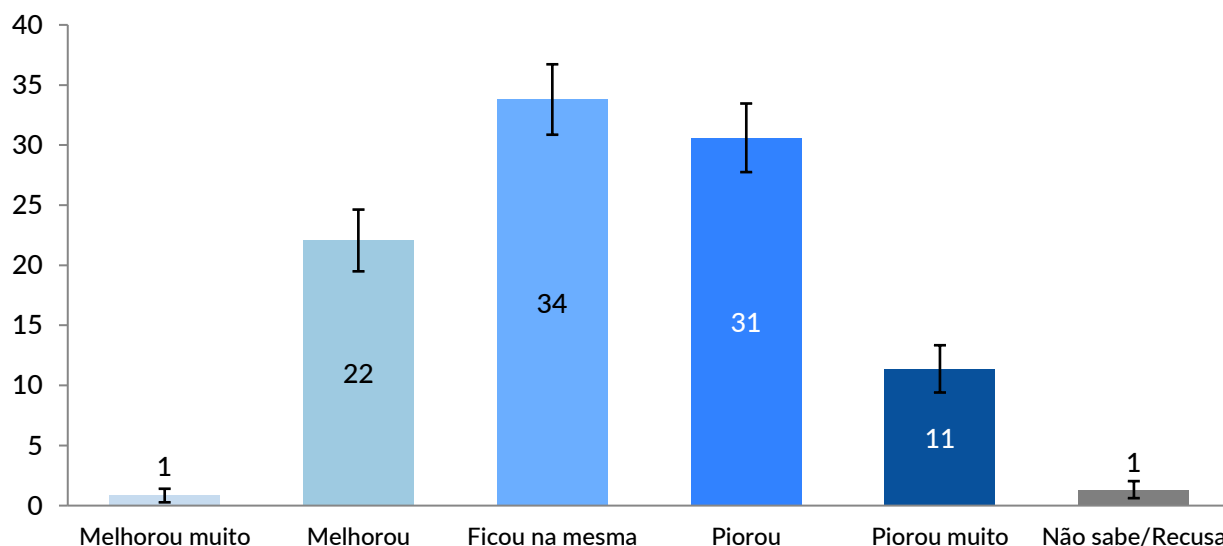
A informação foi recolhida através de entrevista direta e pessoal na residência dos inquiridos, em sistema CAPI. Foram contactados 3561 lares elegíveis (com membros do agregado pertencentes ao universo) e obtidas 1001 entrevistas válidas (taxa de resposta de 28%, taxa de cooperação de 38%). O trabalho de campo foi realizado por 46 entrevistadores, que receberam formação adequada às especificidades do estudo. Todos os resultados foram sujeitos a ponderação por pós-estratificação de acordo com a frequência de prática religiosa e a pertença a sindicatos ou associações profissionais dos cidadãos portugueses com 18 ou mais anos residentes no Continente, a partir dos dados da vaga mais recente do *European Social Survey* (Ronda 10). A margem de erro máxima associada a uma amostra aleatória simples de 1001 inquiridos é de +/- 3,1%, com um nível de confiança de 95%.

Nos gráficos seguintes, todas as percentagens são arredondadas à unidade, podendo a sua soma ser diferente de 100%. Para mais informações sobre a metodologia destas sondagens, em particular sobre como interpretar as barras de erro associadas às estimativas, pós-estratificação amostral e a metodologia aplicada para lidar com “indecisos” e não-respostas em questões sobre intenção de voto, consultar o nosso [site](#).

2. Evolução da situação da economia

"Falando agora sobre a situação da economia em Portugal: no último ano, acha que a situação da economia melhorou muito, melhorou, ficou na mesma, piorou ou piorou muito?"

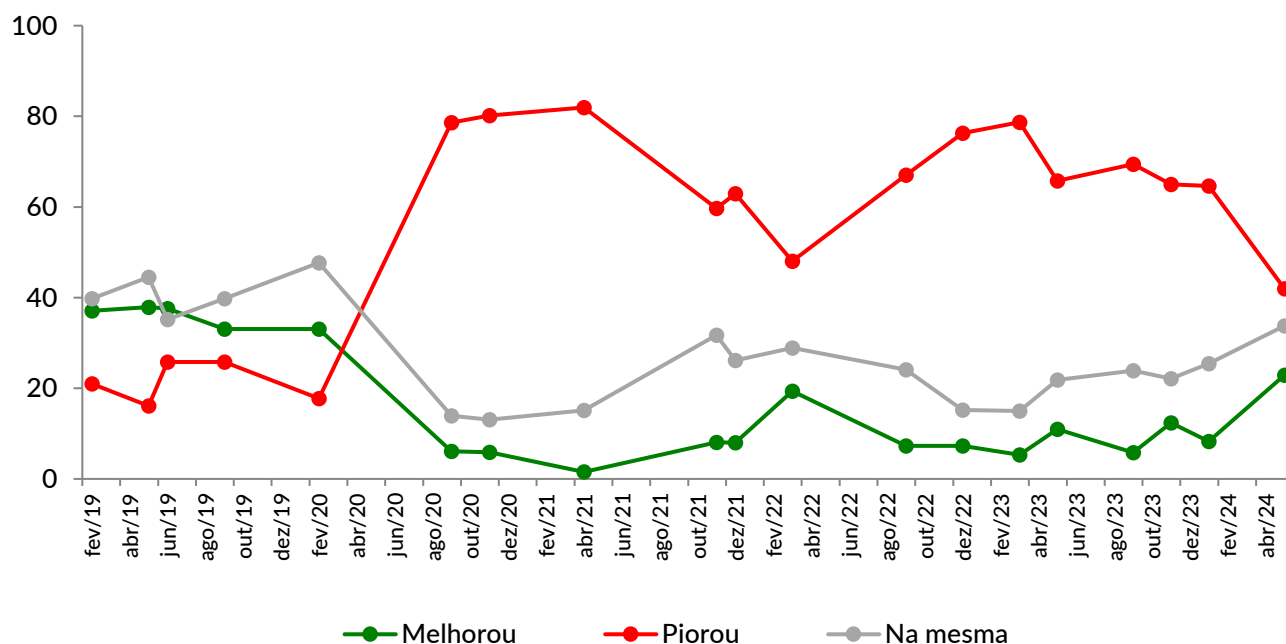
% em relação ao total da amostra



Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Relativamente à evolução da economia portuguesa ao longo do último ano, a percentagem de inquiridos que expressam uma avaliação negativa é de 42% (31% dizem que “piorou” e 11% acham mesmo que “piorou muito”). Já os que manifestam uma avaliação positiva da evolução da economia correspondem a menos de um quarto da amostra (23%), sendo que apenas 1% considera que a economia melhorou “muito”. As opiniões de que a economia portuguesa, no último ano, “ficou na mesma” (34%) ou “piorou” (31%) são as mais frequentes.

Avaliação da evolução da economia em Portugal no último ano % em relação ao total das amostras; data do último dia de recolha.

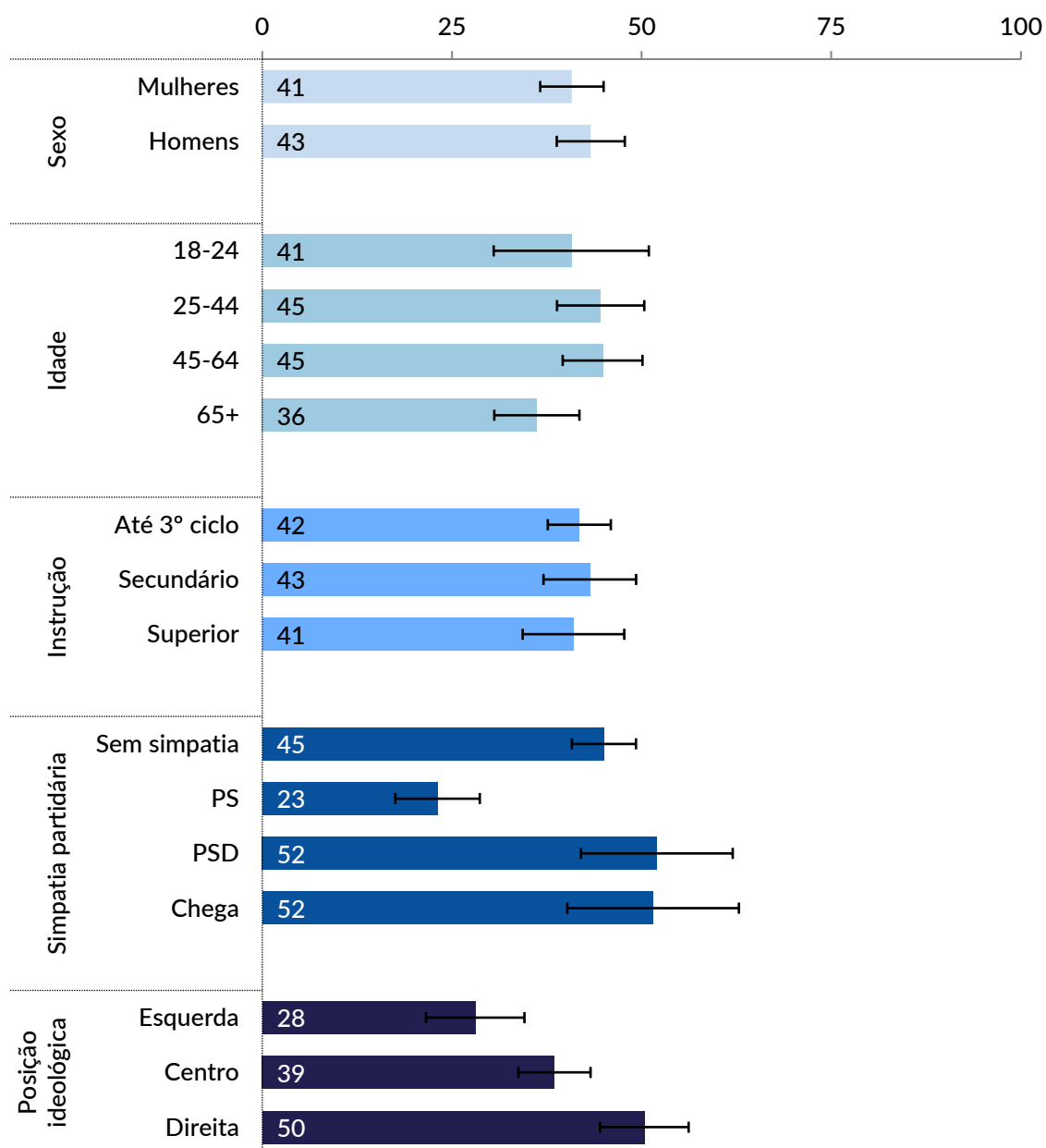


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Nesta sondagem, os inquiridos fazem uma avaliação da evolução da economia portuguesa consideravelmente mais positiva do que no estudo anterior (de janeiro de 2024). Desde então, a percentagem de inquiridos que consideram que a economia “piorou” passou de 65% para 42%, enquanto a percentagem dos que consideram que “melhorou” aumentou de 8% para 23%. Apesar da melhoria significativa, mantém-se um padrão em que as perceções negativas superam as positivas, algo que se tem vindo a observar desde setembro de 2020. A atual apreciação da evolução da economia assemelha-se à verificada em março de 2022, momento após o qual a opinião dos inquiridos sobre a economia portuguesa voltou a piorar.

Avaliação negativa da evolução da economia

% que responde "piorou" ou "piorou muito" em cada subgrupo

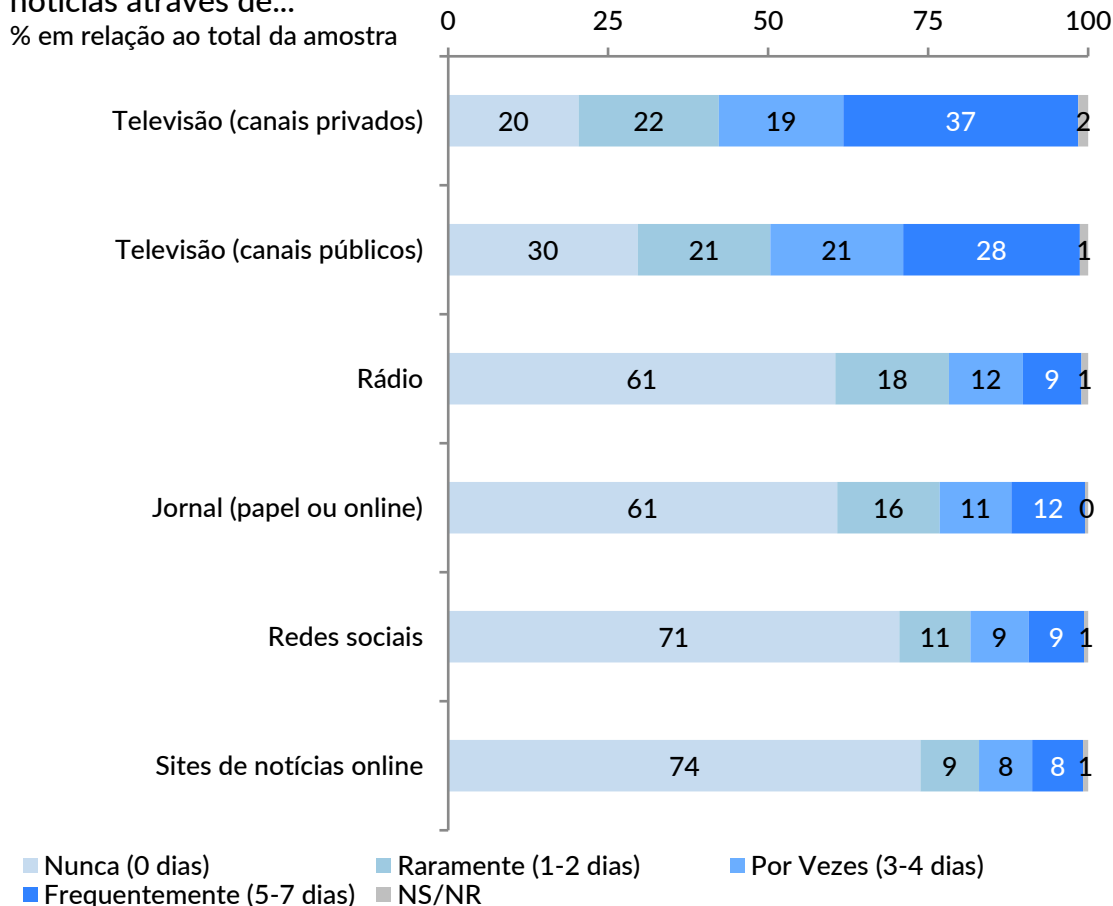


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Analisando a opinião sobre a evolução da economia por grupo sociodemográfico, não se verificam grandes diferenças, destacando-se apenas o facto de os inquiridos com 65 ou mais anos apresentarem uma prevalência ligeiramente menor de apreciações negativas (36%). Em termos sociopolíticos, há duas diferenças significativas a registar. Em primeiro lugar, os simpatizantes do PS destacam-se de uma forma muito evidente quer dos simpatizantes do PSD e do Chega (52% em ambos os casos), quer dos inquiridos sem simpatia partidária (45%), por apresentarem uma menor propensão para expressar opiniões negativas sobre a evolução da economia portuguesa (23%). Em segundo lugar, há consideravelmente mais avaliações negativas da evolução da economia por parte dos inquiridos que se definem como sendo de direita (50%) do que pelos de esquerda (28%) ou de centro (39%).

3. Exposição a informação política nos média durante a campanha

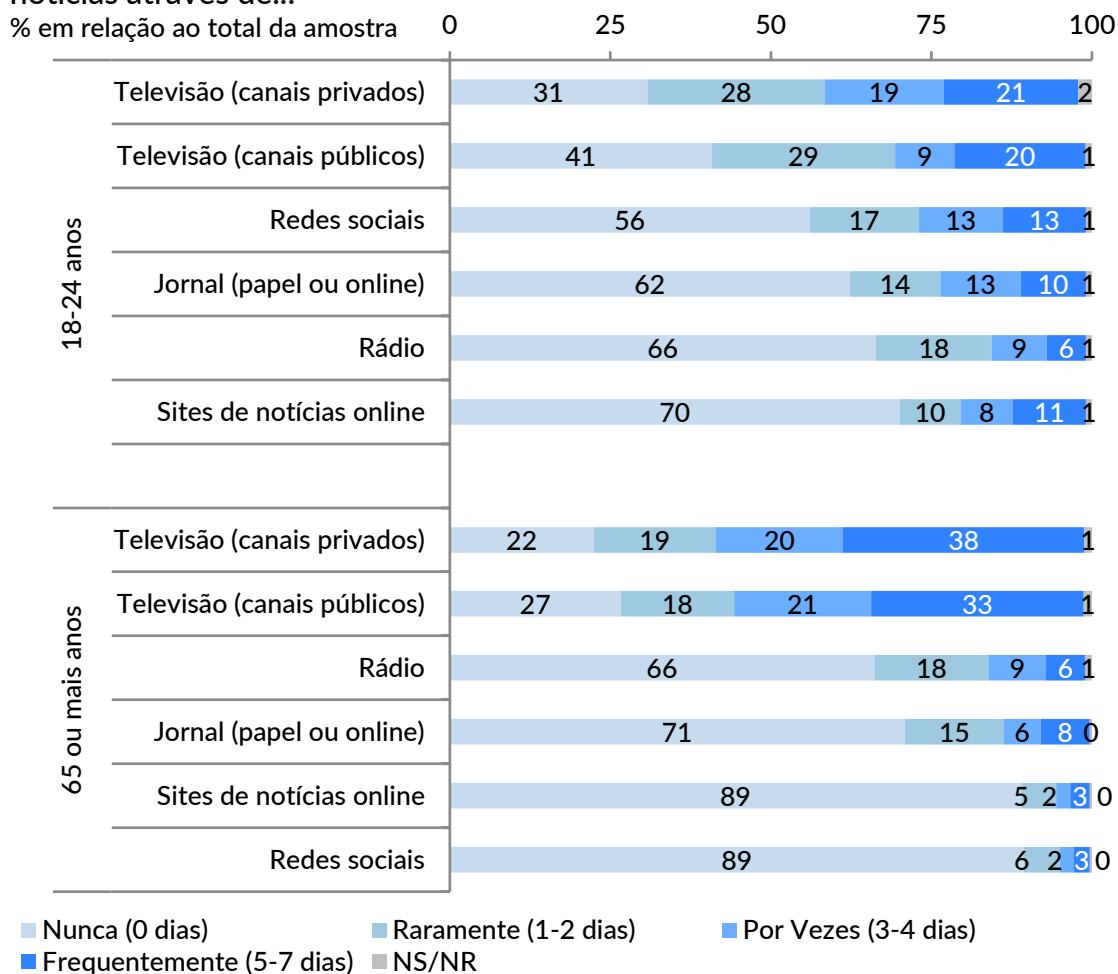
"Durante a mais recente campanha eleitoral das legislativas de 10 de Março 2024, numa semana típica, quantos dias consumiu notícias através de..."



Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

A televisão foi o meio preferencial de informação política durante a campanha para as eleições legislativas de março de 2024: 56% dos inquiridos afirmam que viram notícias em canais privados de televisão algumas vezes (3 a 4 dias) ou frequentemente (5 a 7 dias), valor que desce para 49% no caso dos canais públicos. A rádio e os jornais (em papel ou online) ocupam um segundo lugar distante nas preferências dos inquiridos: pouco mais de 20% afirmam que recorreram a cada um destes dois meios de comunicação para se informarem sobre política pelo menos três vezes por semana durante a campanha. Em terceiro lugar, surgem as redes sociais, referidas como fonte de informação noticiosa com a mesma frequência semanal por 18% dos inquiridos. No caso dos sites de notícias online, esse valor cinge-se a 16%, sendo este o meio de comunicação menos escolhido pelos inquiridos para se manterem informados durante a campanha eleitoral. De referir que a maioria dos inquiridos declara nunca ter recorrido à rádio ou aos jornais durante a campanha eleitoral (61% em ambos os casos), sendo que os que dizem o mesmo a respeito das redes sociais e dos sites de notícias online constituem uma maioria ainda mais expressiva (acima de 70%).

"Durante a mais recente campanha eleitoral das legislativas de 10 de Março 2024, numa semana típica, quantos dias consumiu notícias através de..."



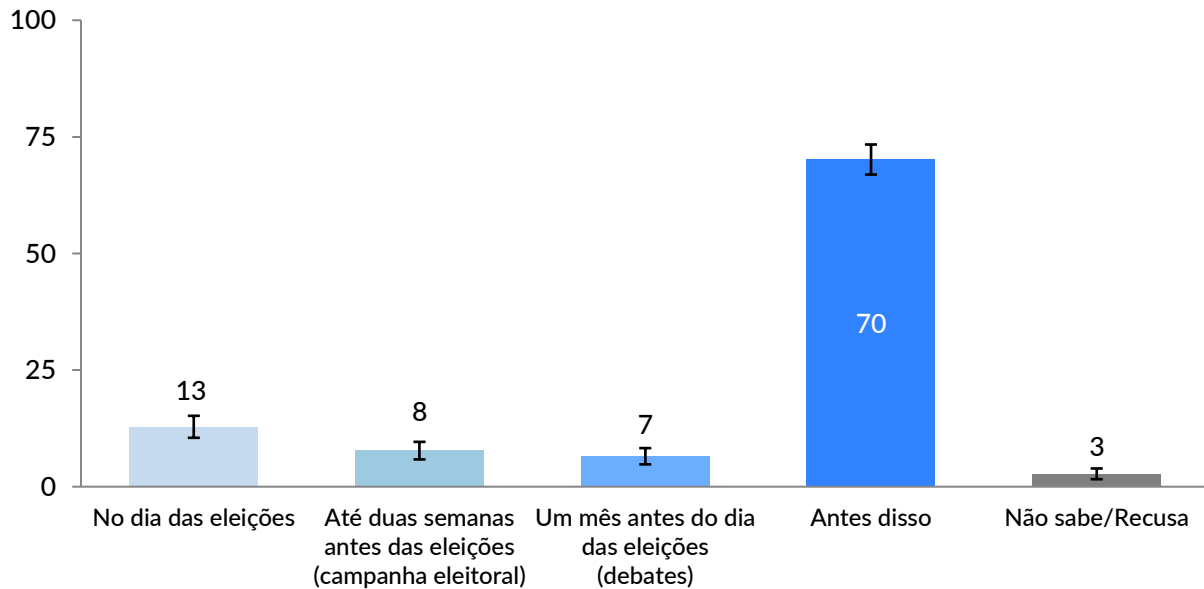
Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Analisando agora a exposição à informação política nos média durante a campanha, em dois grupos etários (18-24 anos e 65 ou mais anos), verificam-se duas diferenças principais. Em primeiro lugar, apesar de reunir as percentagens mais altas entre os dois grupos, a exposição à televisão foi mais frequente por parte dos inquiridos com 65 ou mais anos. Com efeito, 56% dos pertencentes a este grupo etário declaram ter visto notícias em canais privados de televisão algumas vezes (3 a 4 dias) ou frequentemente (5 a 7 dias) durante a campanha eleitoral, enquanto somente 40% dos inquiridos que têm entre 18 e 24 anos dizem o mesmo. A diferença entre os dois grupos etários é maior em relação aos canais de televisão públicos, que são referidos, para a mesma frequência semanal, por apenas 29% dos inquiridos mais jovens, contra 54% dos mais idosos. Em segundo lugar, os mais jovens apresentam um padrão de consumo de média mais disperso do que os mais velhos. Por um lado, a importância das redes sociais é muito distinta para os dois grupos etários: surgem logo a seguir à televisão no grupo mais jovem (26%), mas ocupam a última posição entre os que têm 65 anos ou mais (5%). Quanto aos jornais, estes foram usados como fonte de informação com frequência moderada ou elevada por parte de 23% dos mais jovens e 14% dos mais velhos. Curiosamente, ambas as faixas etárias apresentam os mesmos valores no que se refere aos padrões de exposição moderada a intensa à rádio (15%).

4. Momento da decisão de voto

"Pode me dizer por favor quando decidiu em que partido votar nas eleições de 10 de Março 2024?"

% em relação ao subgrupo dos inquiridos que declararam ter votado em 2024

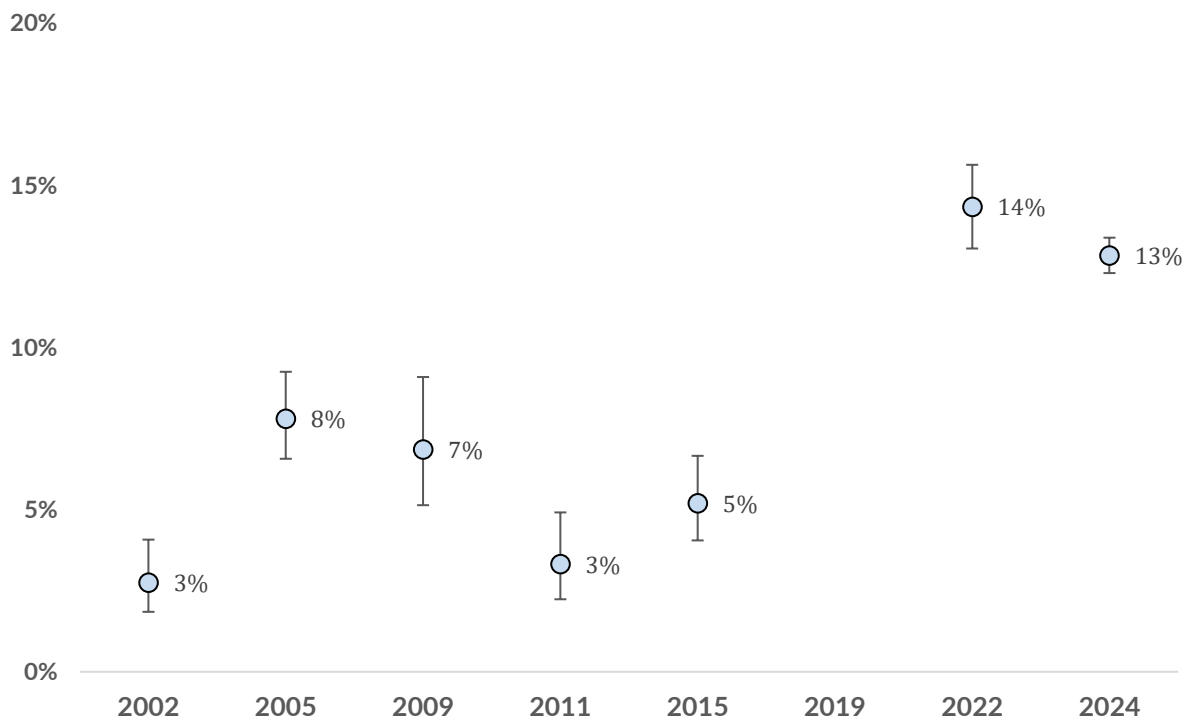


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

A larga maioria dos inquiridos (70%) afirma que já tinha decidido em quem votar mais de um mês antes das eleições. Para 28%, esta decisão foi tomada mais tarde: 13% no dia das eleições, 8% durante a campanha eleitoral oficial, e 7% no período de transmissão dos debates entre os líderes partidários.

Decidiu em quem votar no dia da eleição, 2002-2024

% em relação ao subgrupo dos inquiridos que declararam ter votado (sem dados para 2019).

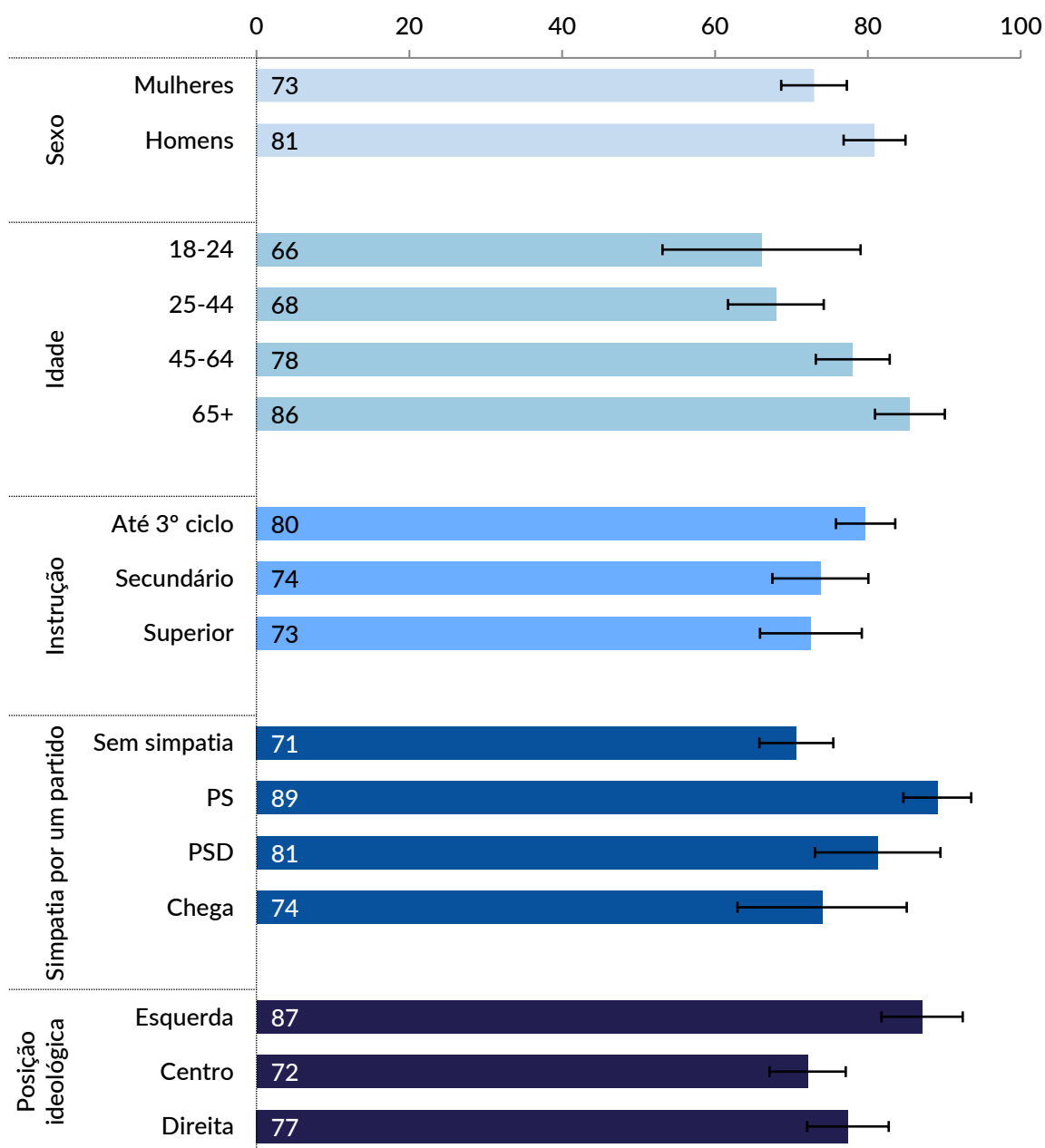


Valores são arredondamentos à unidade.

Em 2024, confirma-se uma tendência que já tinha sido observada em 2022: uma parte importante do eleitorado afirmou ter decidido em quem votar no dia próprio da eleição (14% em 2022, 13% em 2024). Em todos os estudos pós-eleitorais realizados desde 2002 (no estudo de 2019 esta questão não foi colocada), as porcentagens de votantes que afirmaram ter decidido em quem votar no dia da eleição foram significativamente mais baixas, variando entre 3% e 8%.

Decidiu o seu sentido de voto antes da campanha eleitoral

% em relação ao total dos subgrupos (apenas para os inquiridos que declaram ter votado em 2024)

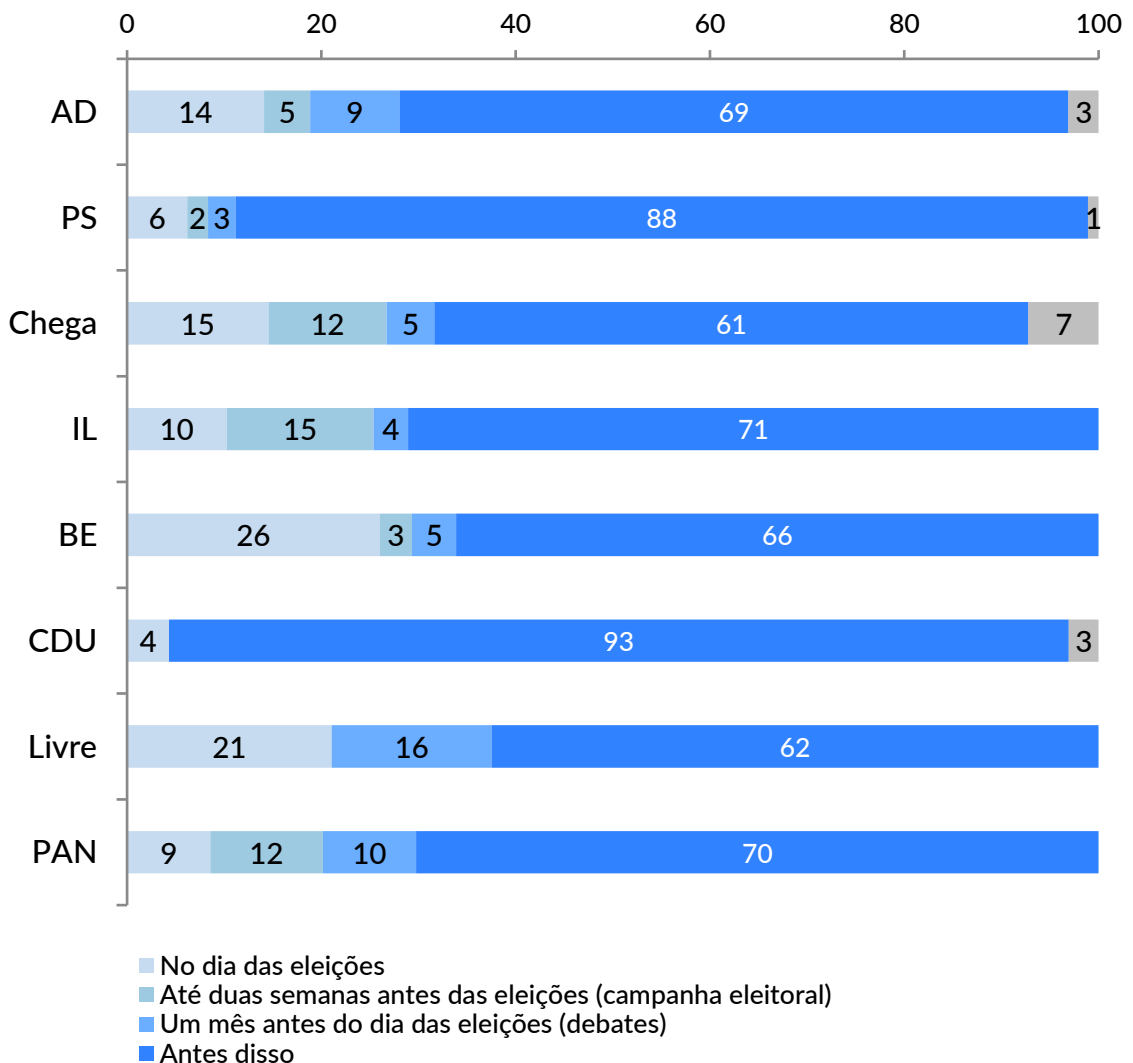


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

A percentagem de votantes que já tinham decidido em quem votar antes da campanha é maior junto de quem tem mais de 65 anos, especialmente quando comparados com os mais jovens. Do ponto de vista político, os inquiridos que declararam simpatia pelo PS e os que se posicionam mais à esquerda no espectro ideológico são aqueles que mais frequentemente declararam ter decidido em quem votar antes da campanha.

"Pode-me dizer por favor quando decidiu em que partido votar nas eleições de 2024?"

% em relação aos subgrupos de cada partido representado

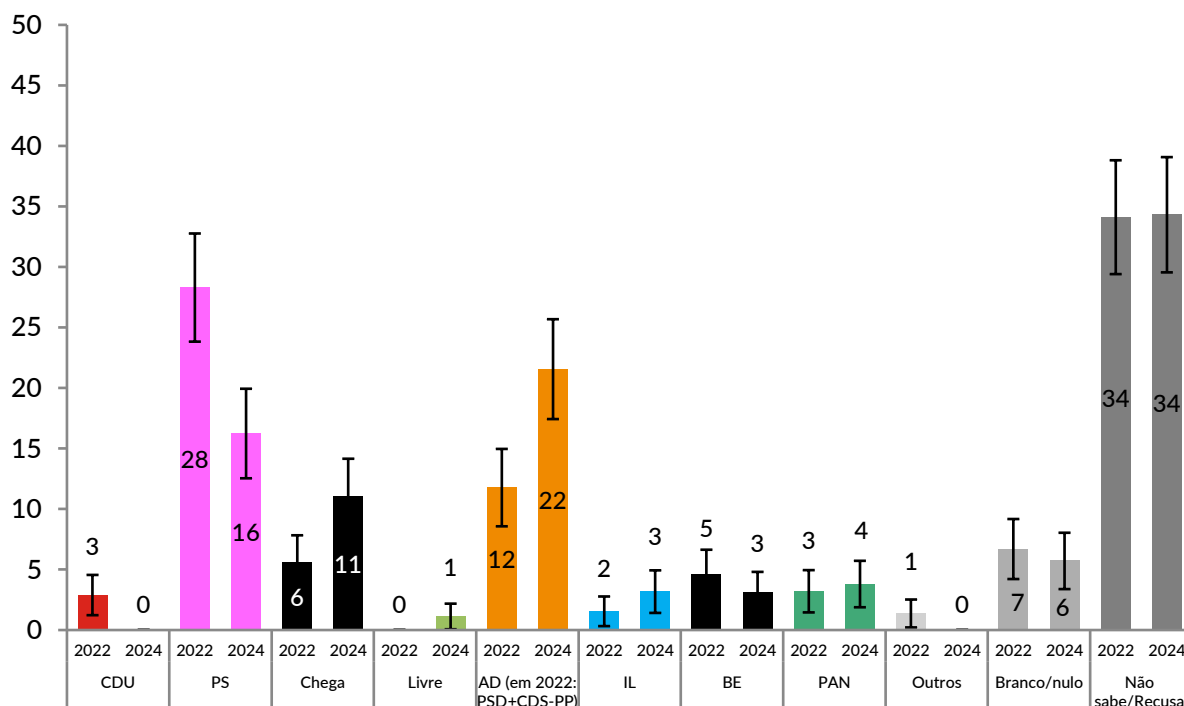


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Analisando o momento da decisão por preferência partidária, é entre os inquiridos que declararam ter votado no PS e na CDU que se registam as maiores percentagens dos que decidiram o seu voto com mais de um mês de antecedência (88% e 93%, respetivamente). Seguem-se os votantes na IL (71%) e no PAN (70%). Entre os votantes na AD, no BE, no Livre e no Chega, 61% a 69% tinham decidido votar nestes partidos antes da campanha. O BE é o partido com a maior percentagem de votantes que afirmam que o seu sentido de voto foi decidido no dia das eleições (26%), sendo seguido pelo Livre (21%), pelo Chega (15%), e pela AD (14%).

Recordação de voto entre os eleitores que decidiram o seu voto no dia da eleição, 2022-2024

Inclui "não sabe"/"não responde"



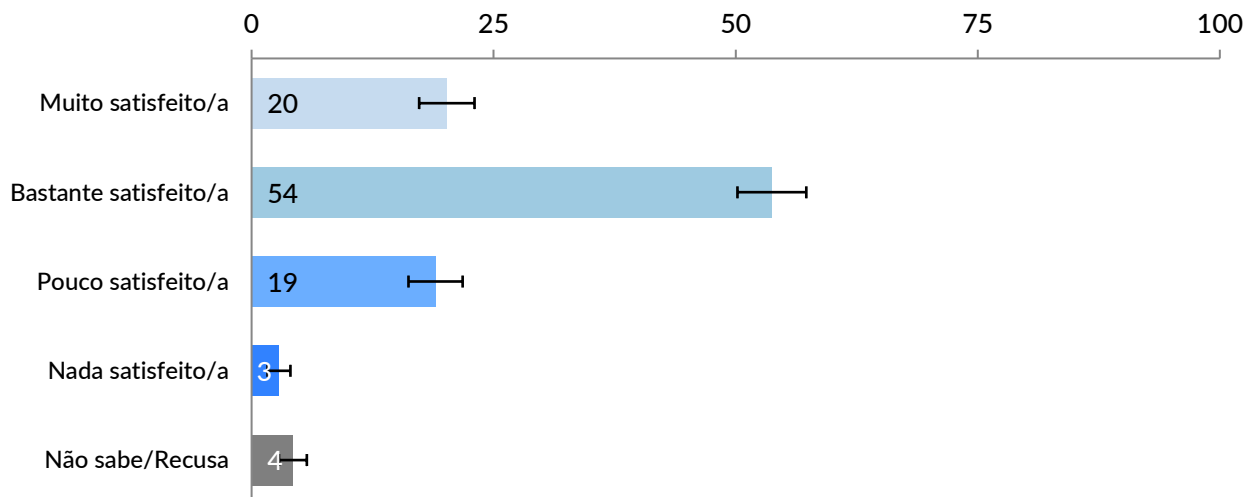
Valores são arredondamentos à unidade.

Analisando a composição do subgrupo de pessoas que declararam ter decidido o seu voto “no dia da eleição”, podemos observar algumas diferenças significativas entre 2022 e 2024: em 2022, quase um terço destes (28%) afirma ter votado no PS, 12% no PSD e 6% no Chega; em 2024, a AD obteve 22% dos votos dos inquiridos neste grupo, o Chega 11%, e o PS apenas 16%. Tanto em 2022 como em 2024, cerca de um terço dos que decidiram o sentido de voto no dia da eleição não soube ou recusou responder em que partido votou.

5. Grau de satisfação com a decisão de voto

"Em que medida está satisfeito/a com a sua decisão de votar no partido em que votou nestas eleições?"

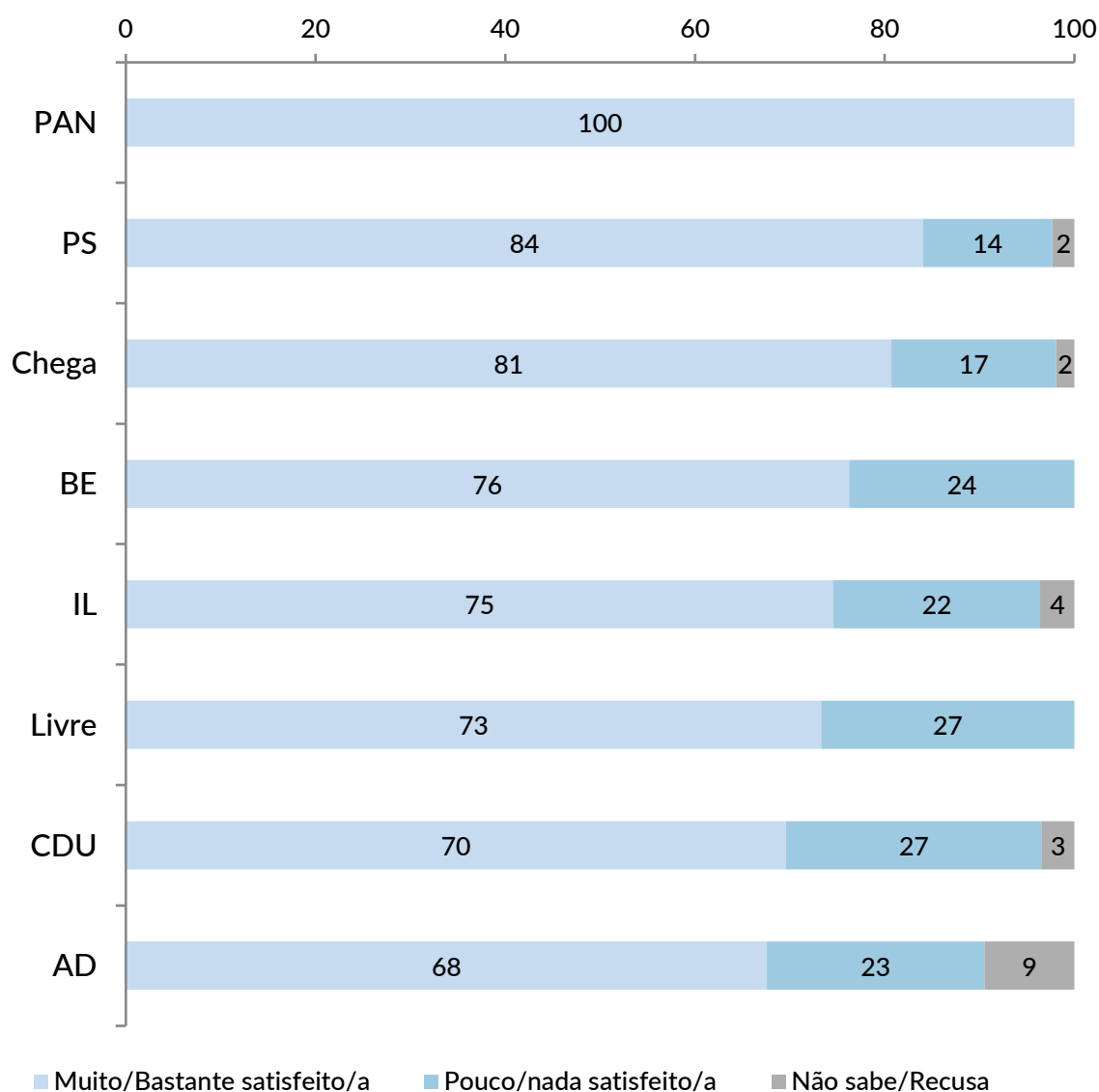
% em relação ao total da amostra



Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

A maioria dos inquiridos declara estar “muito” ou “bastante” satisfeita (74%) com a sua decisão de voto. Em contrapartida, 19% afirmam que estão “pouco” satisfeitos, e 3% dizem não estar “nada” satisfeitos.

"Em que medida está satisfeito/a com a sua decisão de votar no partido em que votou nestas eleições?"
% em relação ao subgrupo de voto por partido.

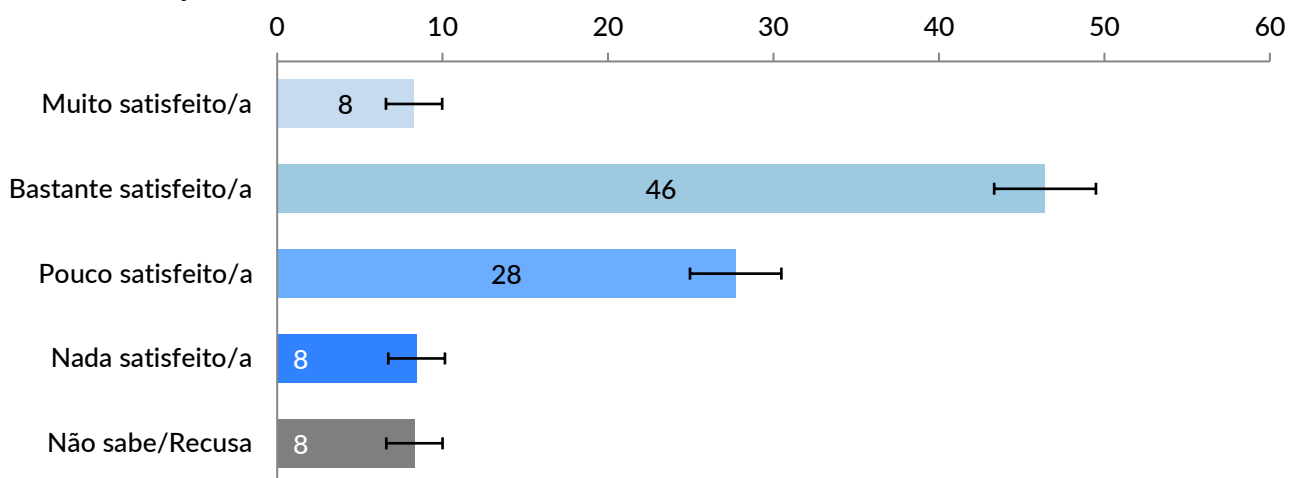


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

A satisfação com o voto é manifestada por 100% dos eleitores do PAN e mais de 80% dos eleitores do PS e do Chega. Nos restantes partidos, as percentagens são relativamente menores, observando-se valores entre 68% e 76%.

"Em que medida está muito satisfeito, bastante satisfeito, pouco satisfeito ou nada satisfeito com a variedade de opções de escolha nestas eleições?"

% em relação ao total da amostra

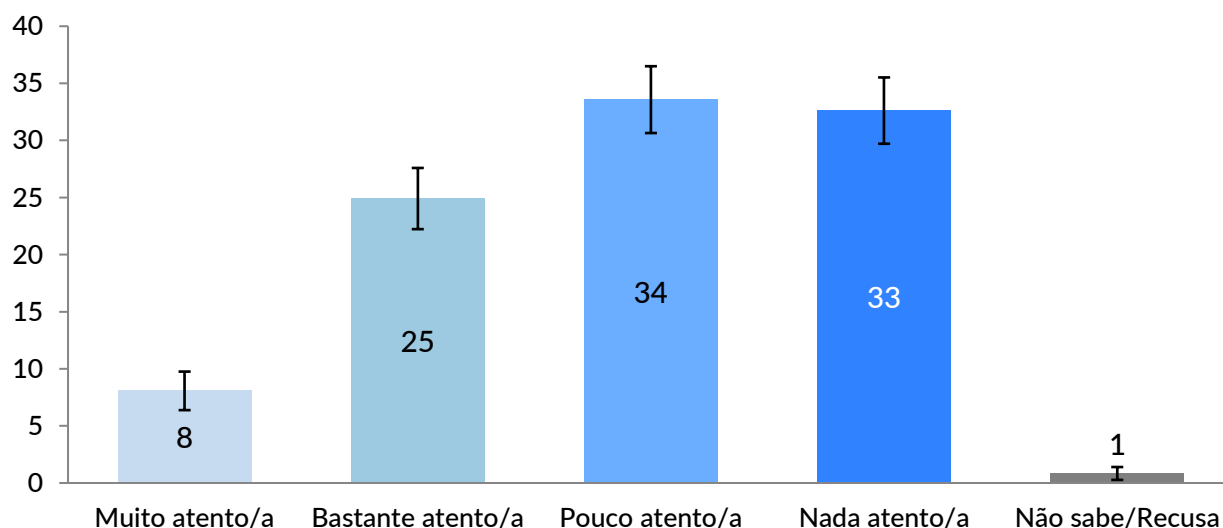


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

A maioria dos inquiridos declara estar “muito” ou “bastante” satisfeita (54%) com a variedade de opções de escolha nestas eleições. Em contrapartida, 28% afirmam estar “pouco” satisfeitos com a variedade de opções, e 8% dizem mesmo não estar “nada” satisfeitos.

6. Atenção às sondagens à opinião pública

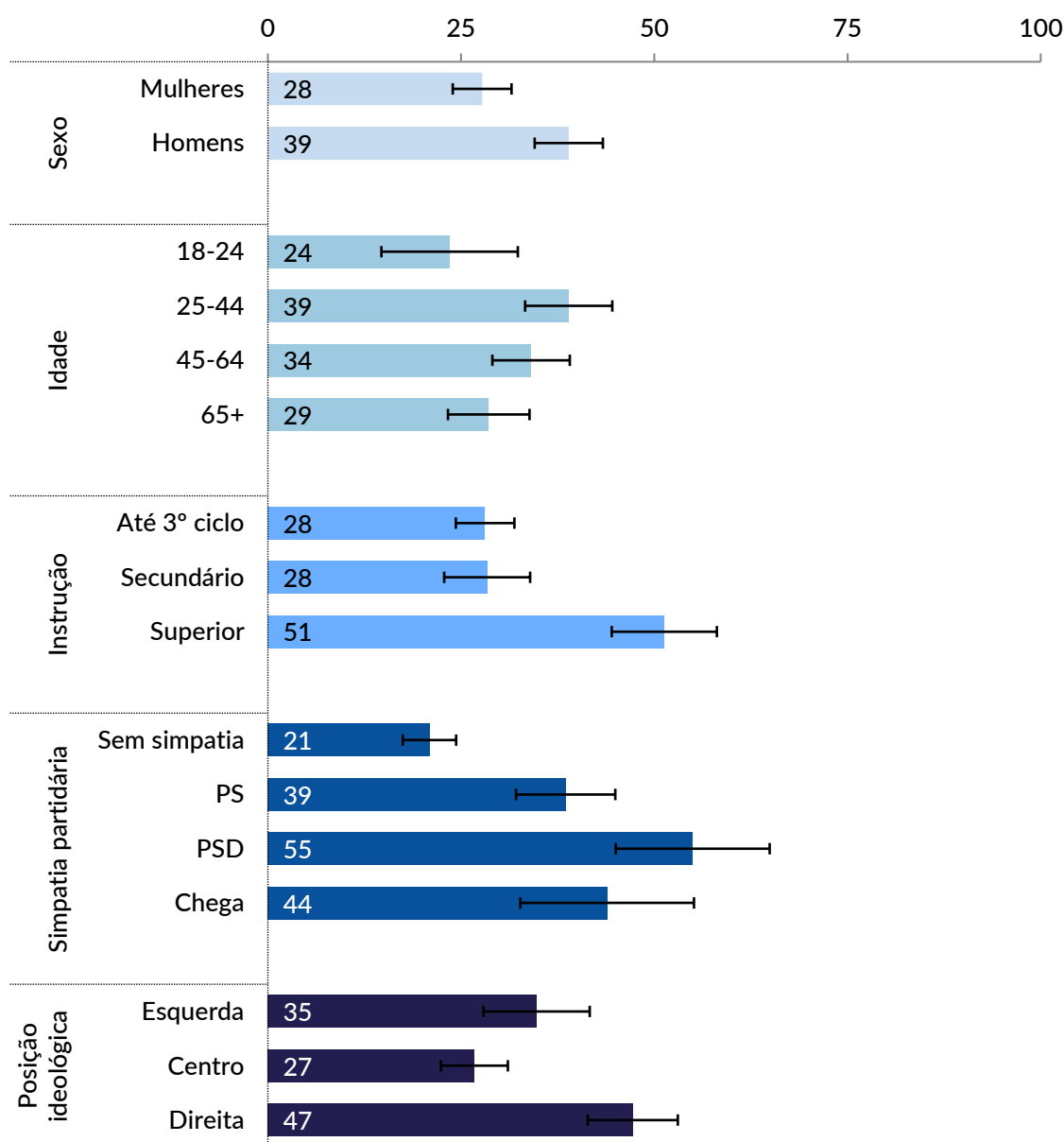
"Pode me dizer, por favor, se esteve atento/a às sondagens à opinião pública que foram sendo publicadas durante a campanha eleitoral?"
% em relação ao total da amostra



Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Dois terços dos inquiridos (67%) afirmaram ter estado “pouco” ou “nada” atentos às sondagens à opinião pública que foram sendo publicadas durante a campanha eleitoral, enquanto 25% disseram que estiveram “bastante” atentos. Apenas 8% declararam ter estado “muito” atentos às sondagens.

Atenção às sondagens à opinião pública que foram sendo publicadas durante a campanha eleitoral
 % que respondeu "muito" ou "bastante" atento/a.



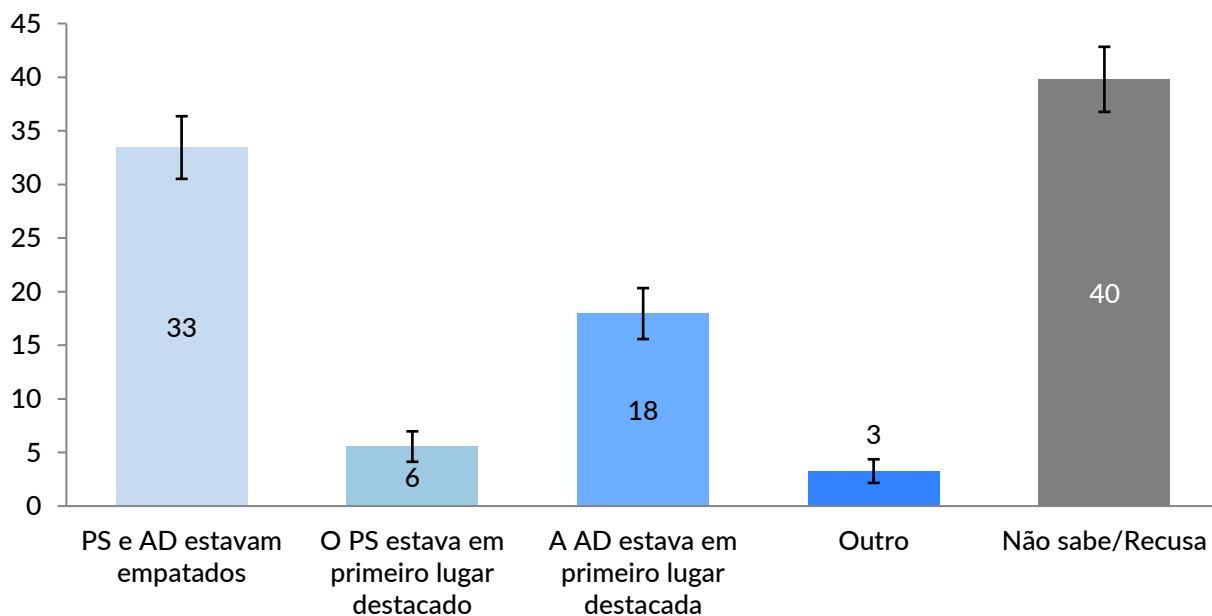
Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Existem algumas diferenças sociodemográficas de relevo na atenção dada às sondagens. Em primeiro lugar, os homens (39%) prestaram mais atenção às sondagens do que as mulheres (28%). Relativamente ao nível de instrução, os inquiridos com ensino superior completo declaram ter prestado mais atenção às sondagens (51%) que os que possuem habilitações ao nível do terceiro ciclo ou do ensino secundário (ambos com 28%). Do ponto de vista político, a atenção às sondagens foi mais alta entre os que declaram simpatia partidária pelo PSD. Esses distinguem-se tanto dos simpatizantes do PS quanto dos que não expressaram qualquer simpatia partidária, mas não daqueles que declaram simpatia partidária pelo Chega. Quanto ao espectro ideológico, os inquiridos que se auto-posicionam à direita apresentam percentagens significativamente mais altas de atenção às sondagens do que os de esquerda ou centro.

7. Conhecimento sobre os resultados das sondagens

"Em relação a essas sondagens, o que é que elas indicavam, na sua opinião?"

% em relação ao total da amostra

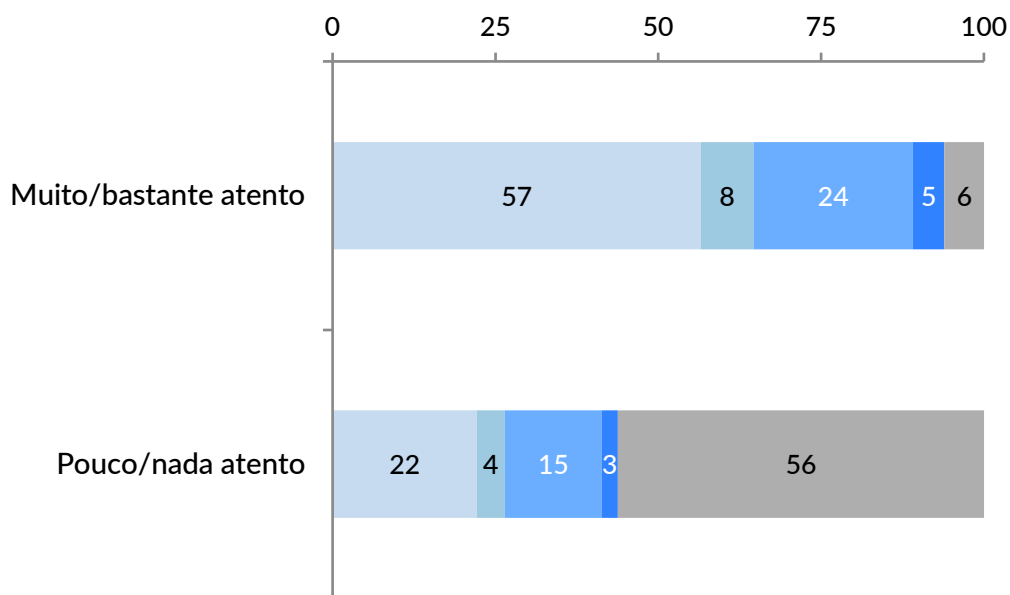


Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Quando se perguntou aos inquiridos o que as sondagens indicavam, uma percentagem significativa (40%) não soube ou recusou responder. Um terço dos inquiridos (33%) considerou que as sondagens indicavam que o PS e a AD estavam empatados, enquanto para 18% mostravam que a AD estava em primeiro lugar, destacada. Apenas 6% mencionou julgar que o PS estava em primeiro lugar destacado nas sondagens.

"Em relação a essas sondagens, o que é que elas indicavam, na sua opinião?"

% que deu cada resposta em cada subgrupo



- PS e AD estavam empatados
- O PS estava em primeiro lugar destacado
- A AD estava em primeiro lugar destacado
- Outro
- NS/NR

Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

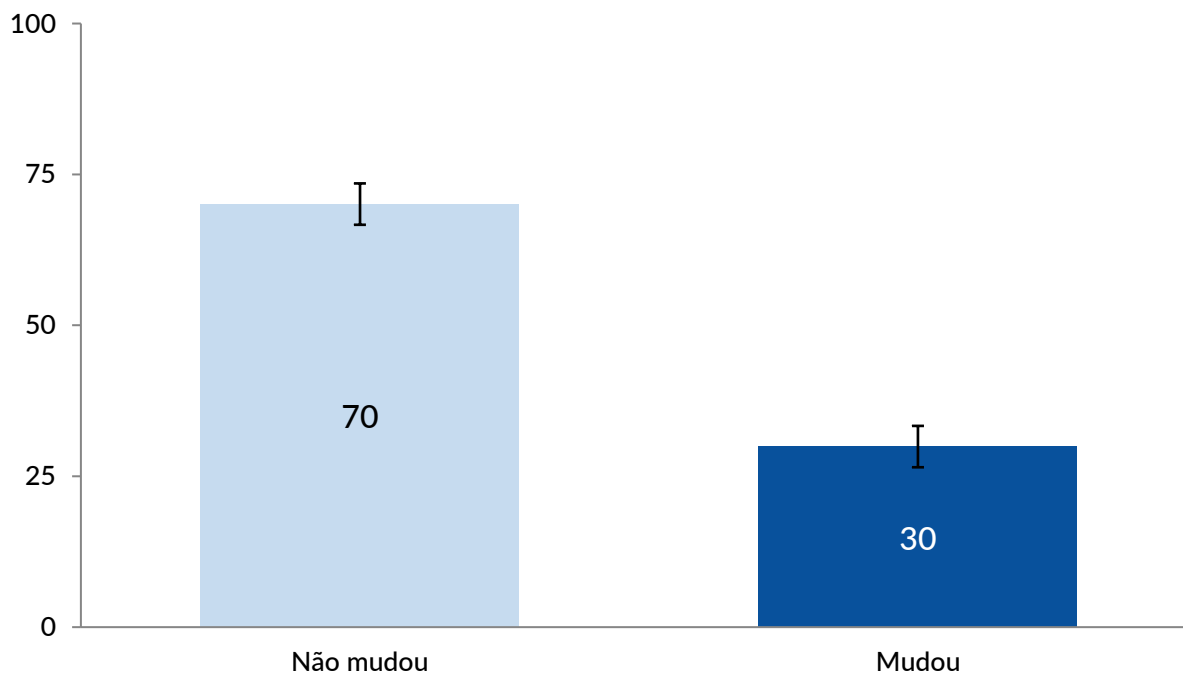
Entre os inquiridos que afirmam ter estado "muito" ou "bastante" atentos às sondagens, 57% consideram que estas indicavam que o PS e a AD estavam empatados. Em contrapartida, 56% dos inquiridos que estiveram "pouco" ou "nada" atentos não sabem ou recusam responder a esta questão.

8. Mudanças no comportamento eleitoral, 2022-2024

Estabilidade ou mudança no **comportamento eleitoral** entre 2022 e 2024?

% em relação ao total dos inquiridos que responderam às questões sobre comportamento eleitoral (incluindo abstenção) nas eleições legislativas de 2022 e 2024

Ponderação pós-amostragem por resultados de ambas as eleições



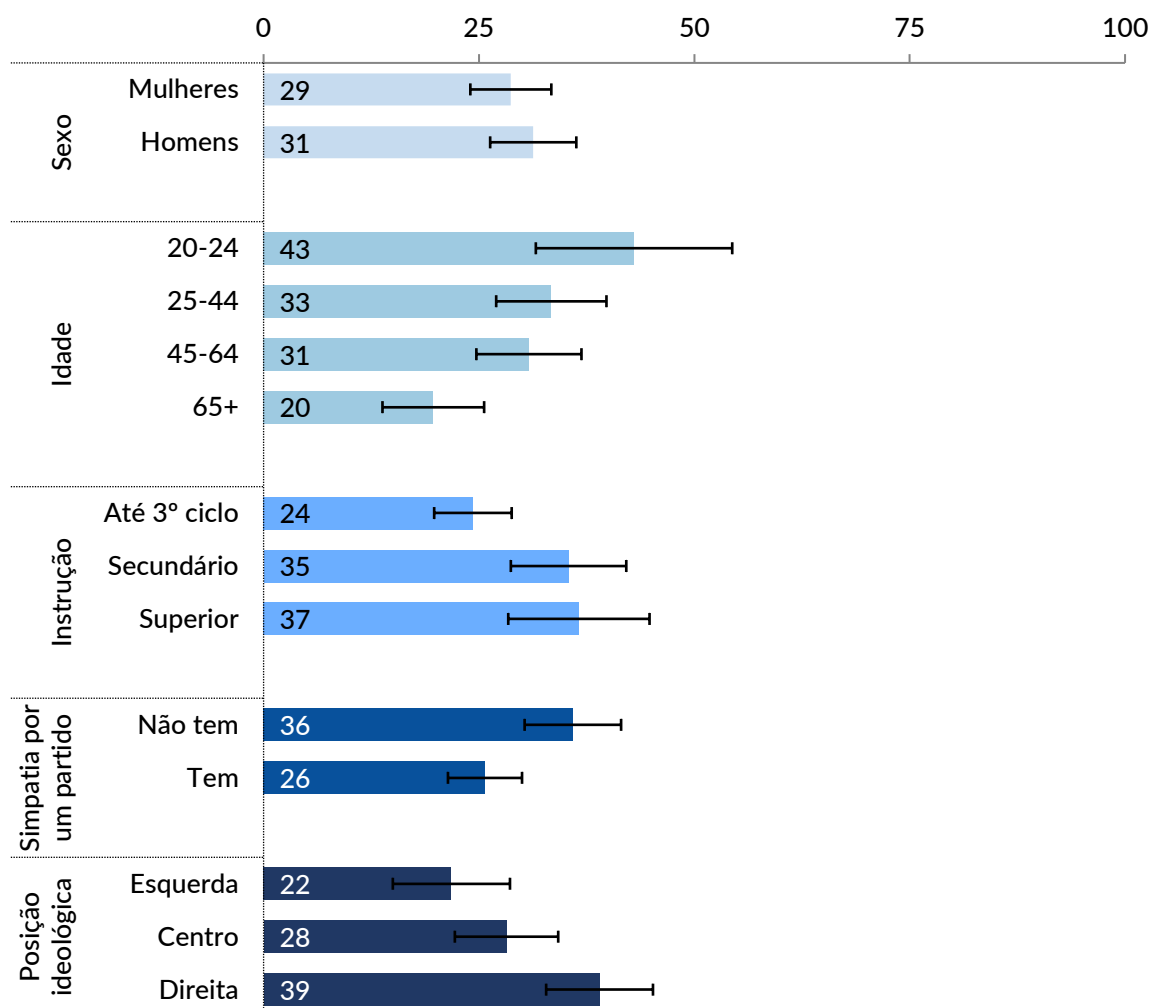
Recolha: 26 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade.

Neste estudo, os inquiridos foram questionados sobre o seu comportamento eleitoral nas eleições legislativas de 2024 e de 2022. Para esta análise — assim como para as subsequentes — as suas respostas foram ponderadas de forma a respeitar a distribuição real das diferentes opções de voto e da abstenção em ambas as eleições em relação ao total de cidadãos portugueses com 18 ou mais anos residentes em Portugal continental. Assim, podemos estimar que, entre aqueles que tinham capacidade eleitoral em ambas as eleições e responderam a ambas as questões, 30% mudaram de comportamento eleitoral de uma eleição para a outra. Este valor engloba as proporções dos que dizem ter-se abstenido em 2022 e votado em 2024, dos que dizem ter votado em 2022 e ter-se abstenido em 2024, e dos que dizem ter mudado de opção de voto de uma eleição para a outra. Pelo contrário, 70% afirmam ter feito em 2024 exatamente o mesmo que fizeram em 2022.

Mudou de comportamento eleitoral de 2022 para 2024

% em cada subgrupo

Ponderação pós-amostragem pelos resultados de ambas as eleições



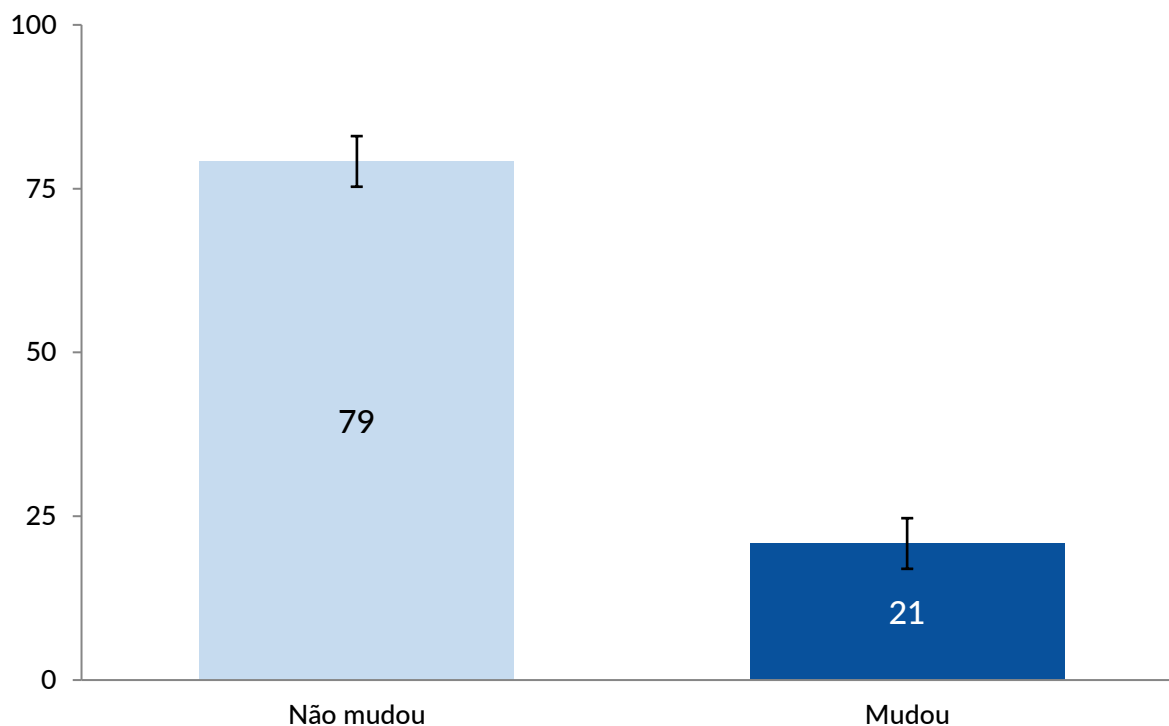
Recolha: 26 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Entre os inquiridos que tinham capacidade eleitoral tanto nas eleições de 2022 como nas de 2024, a propensão para mudar de comportamento de uma eleição para a outra variou de acordo com algumas características sociodemográficas e sociopolíticas. Por um lado, quanto mais jovens e instruídos, maior a propensão para mudar de comportamento entre as duas eleições. Por outro, os inquiridos que declaram não ter simpatia por qualquer partido também tiveram uma maior propensão para mudar de comportamento (36% contra 26%). Finalmente, a mudança foi mais comum entre os eleitores que se posicionam ideologicamente à direita (39%) do que entre os que se posicionam ao centro (28%) e, especialmente, à esquerda (22%).

9. Mudanças no sentido de voto, 2022-2024

Estabilidade ou mudança no **sentido de voto** entre 2022 e 2024?

% em relação ao total dos inquiridos que responderam às questões sobre sentido de voto nas eleições legislativas de 2022 e 2024 e declararam votos válidos em ambas
Ponderação pós-amostral por resultados de ambas as eleições



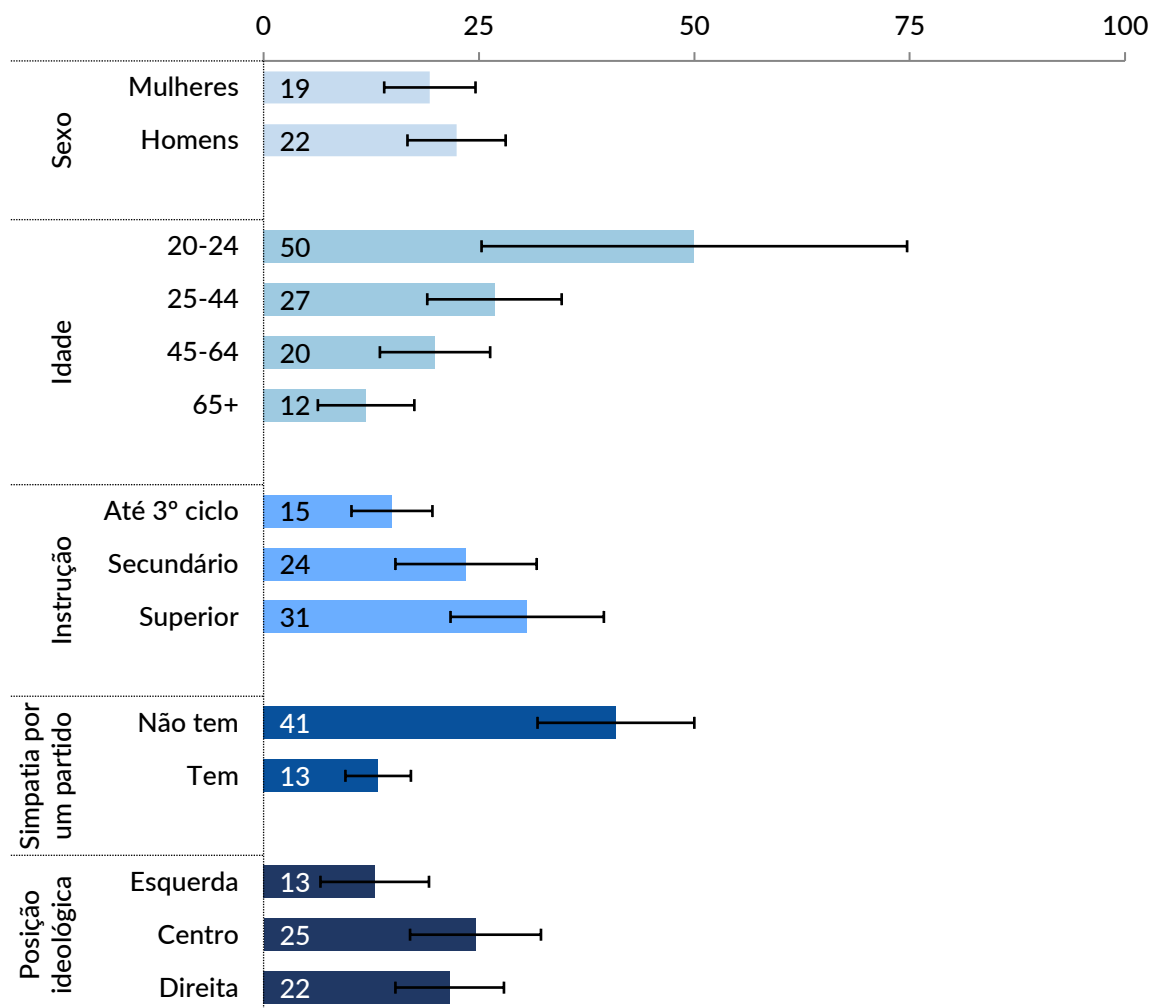
Recolha: 26 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade.

Entre os inquiridos que afirmam ter votado em ambas as eleições, 21% declaram ter mudado de sentido de voto, tendo agora votado noutra partido. Note-se que, para esta análise, para incrementar a comparabilidade entre as duas eleições, os votos no PSD e no CDS-PP em 2022 foram agregados, e a opção por votar num partido fora do parlamento, branco ou nulo foi também analisada de forma agregada.

Mudou de sentido de voto de 2022 para 2024

% em cada subgrupo

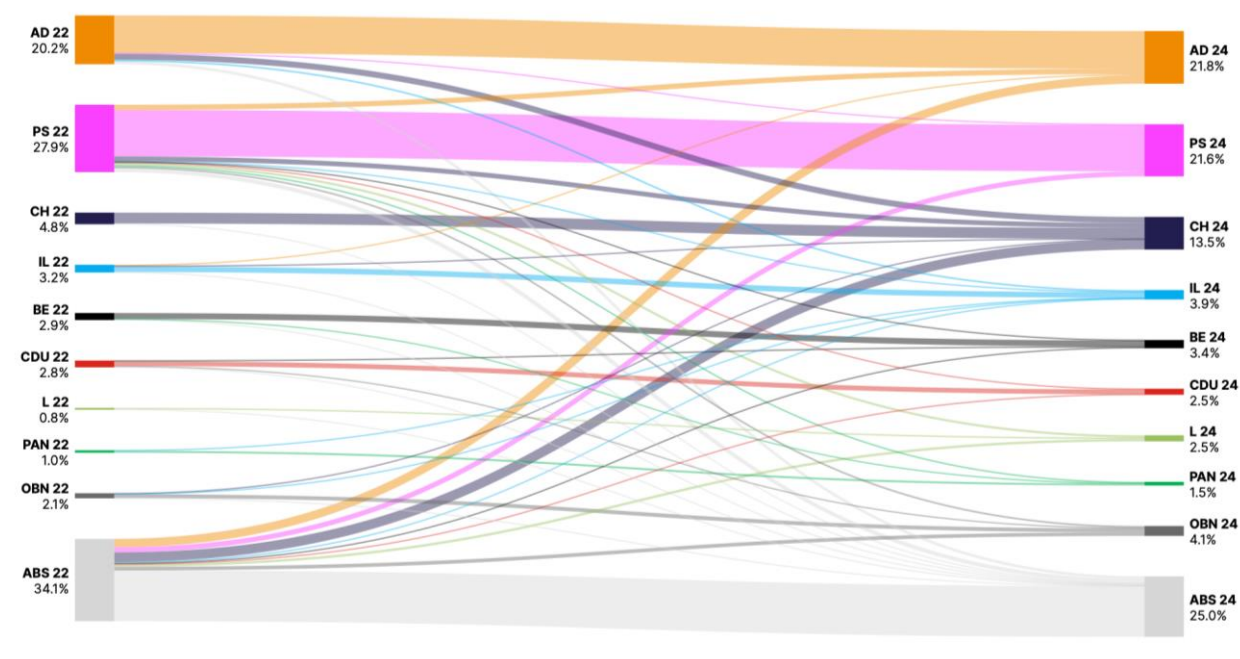
Ponderação pós-amostal por resultados de ambas as eleições



Recolha: 26 de abril a 8 de maio de 2024. Valores são arredondamentos à unidade

Entre os inquiridos que afirmam ter votado em ambas as eleições, a propensão para mudar de sentido de voto varia de acordo com algumas características sociodemográficas e sociopolíticas. Enquanto cerca de metade dos mais jovens – entre os 20 e os 24 anos à data do inquérito – decidiram votar noutra partido, apenas 12% dos inquiridos com 65 ou mais anos fizeram o mesmo. Para além disso, quando maior a instrução dos inquiridos, maior a propensão para mudar o seu voto entre 2022 e 2024. Naturalmente, a mudança de opção de voto foi muito mais frequente entre inquiridos que não simpatizam com qualquer partido (41%) do que entre aqueles que declaram uma simpatia partidária (13%). Finalmente, os inquiridos que se posicionam à esquerda no espectro ideológico (13%) foram menos propensos a mudar o sentido de voto do que os que se posicionam ao centro (25%) ou à direita (22%).

10. Transferências de voto, 2022-2024



Recolha: 27 de abril a 8 de maio de 2024. Os valores em coluna representam a percentagem de cada tipo de comportamento eleitoral (opção de voto + abstenção) em cada eleição (2022 e 2024), calculada em relação ao total estimado de cidadãos portugueses residentes em Portugal continental na base do Censos 2021. Ponderação pós-amostragem por resultados de ambas as eleições.

Como vimos acima, quase um terço dos eleitores que tinham capacidade eleitoral em 2022 e 2024 terão mudado de comportamento entre as duas eleições. As principais mudanças que se podem identificar com segurança foram as seguintes:

1. Mais eleitores passaram da abstenção em 2022 para o voto em 2024 do que o inverso. Todos os partidos beneficiaram deste aumento da mobilização do eleitorado, mas uns beneficiaram mais do que outros: os dois partidos que recolheram mais votos de anteriores abstencionistas foram o Chega e a AD.

2. O partido que perdeu mais votos foi o PS. Perdeu eleitores especialmente para a AD e para o Chega.

3. O Chega conseguiu manter quase integralmente o seu eleitorado de 2022, acrescentando-lhe o voto de anteriores abstencionistas e anteriores votantes no PSD ou no CDS-PP, assim como anteriores votantes no PS.

U LISBOA | UNIVERSIDADE
DE LISBOA

ICS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

iscte INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA



Expresso

