

## **Sondagens - Falham e acertam no que mostram, no modo como são lidas, e nos objetivos a que se propõem**

João H. C. António, [jantonio@cesop.lisboa.ucp.pt](mailto:jantonio@cesop.lisboa.ucp.pt)

*Centro de Estudos e Sondagens de Opinião (CESOP)  
Universidade Católica Portuguesa*

### **“As sondagens falham muito” é argumento que convém**

O discurso público sobre sondagens no período decorrente entre maio e setembro de 2015 ficou muito marcado por um fenómeno já conhecido como o *falhanço das sondagens no Reino Unido*. Até quase à véspera das eleições legislativas portuguesas de 4 de outubro de 2015, a desconfiança acerca das sondagens esteve sempre presente na discussão política em Portugal. Os motivos para este *falhanço* britânico poderão ter sido vários (e.g., limitação a telefones fixos, baixa percentagem de resposta, aumento de sondagens feitas por internet com base amostral não aleatória ou mesmo ajuste ou omissão de resultados de uma sondagem em função dos resultados de outras<sup>1</sup>) e os vários agentes manifestaram no próprio dia das eleições a necessidade de analisar aprofundadamente o que se teria passado. No dia seguinte às eleições foi anunciada a realização de um inquérito independente mandatado pelo Conselho de Sondagens Britânico. As conclusões deste inquérito, divulgadas na imprensa no dia 19 de janeiro de 2016, apontam a falta de representatividade das amostras utilizadas na maioria das sondagens como o principal fator para justificar o desvio entre os resultados das sondagens e os resultados eleitorais, embora não se possa excluir, por impossibilidade de verificação objetiva, a possibilidade de ter havido mudança de sentido de voto tardia ou em cima da hora<sup>2</sup>. Outros hipotéticos fatores explicativos, como problemas relacionados com a formulação e ordem das perguntas nos questionários, ou a deficiente cobertura do universo (devido aos votantes com residência fora do Reino Unido) foram excluídos pelo grupo de peritos.

Vários fatores terão contribuído para este *falhanço*. Para além dos destacados no parágrafo anterior, parece-nos relevante, para o caso em análise e para a sua interpretação a partir de Portugal, observar com mais atenção o sistema eleitoral do Reino Unido. Os 650 membros do parlamento (House of Commons) são eleitos através de 650 círculos eleitorais uninominais. Ou seja, embora as sondagens sejam feitas a pensar numa eleição nacional, estamos na realidade perante 650 eleições locais. Isso por si só poderia ainda assim não ser fonte de dificuldade para a realização de sondagens<sup>3</sup>. Muito mais relevante do que o número de círculos é o facto de as sondagens indicarem a distribuição percentual das intenções de voto, i.e., a distribuição proporcional das intenções de voto, enquanto a

---

<sup>1</sup> “(...) market research agency Survation said it had "chickened out" of publishing a telephone poll on Wednesday evening, which showed the Tories on 37% and Labour on 31%. Its chief executive Damian Lyons said he would "always regret" the decision, but the results seemed "so out of line" with previous polls.” <http://www.bbc.com/news/uk-32652104>.

<sup>2</sup> <http://www.bbc.com/news/uk-politics-35347948>.

<sup>3</sup> Por exemplo, os círculos eleitorais em Portugal não têm introduzido especial ruído na qualidade das sondagens.

distribuição de mandatos nas eleições para o parlamento britânico resulta de uma regra de não proporcionalidade, segundo a qual apenas o mais votado em cada círculo é eleito. Ou seja, num sistema eleitoral como o britânico, deve-se esperar que as sondagens sejam capazes de estimar corretamente a distribuição de votos presente na população mas não será de esperar que a distribuição de mandatos seja igualmente acertada. Para um bom cálculo da distribuição do número de lugares no parlamento teríamos de fazer sondagens em cada um dos 650 locais ou, pelo menos, em todos aqueles que não pudéssemos assumir como de vitória assegurada para uma das listas concorrentes.

As sondagens não erraram estrondosamente no Reino Unido, mas, pelo menos em Portugal, deixaram a ideia de o terem feito. Isso deve-se, em nosso entender, ao facto de elas estarem a servir para estimar aspetos – a distribuição de lugares, e consequente constituição de maiorias/minorias – para as quais, no caso em análise, têm pouquíssima capacidade preditiva. Até poderão acertar com precisão no número de lugares, por exemplo se grande parte dos círculos se comportar de acordo com a média nacional. Mas poderão ficar aquém das expectativas sempre que isso não aconteça (e parece ter sido esse o caso).

Um agregador de sondagens britânico, o *Poll of polls* da BBC, indicava no dia 6 de maio (véspera das eleições) as seguintes estimativas:

Tabela 1. Resultados do *Poll of polls* da BBC (na véspera das eleições) e Resultados eleitorais

Partidos	BBC Poll of Polls	Resultados
Conservative	34%	36,9%
Labour	33%	30,4%
UKIP	13%	12,6%
Liberal Democrats	8%	7,9%
Green	5%	3,8%
Others	7%	8,4%

Fonte: <http://www.bbc.com/news/politics/poll-tracker>

Na semana que antecedeu as eleições foram publicadas sondagens para todos os gostos, variando a diferença entre Conservadores e Trabalhistas entre +6 pontos percentuais (p.p.) e -3 p.p.. Nessa semana foram publicadas duas sondagens que indicavam 6 pontos percentuais de avanço aos Conservadores – a diferença que se veio a verificar nas eleições. Mas a maioria das sondagens indicavam diferenças mais pequenas entre os principais partidos.

As sondagens falharam no Reino Unido (ou houve uma viragem de última hora que favoreceu o partido no poder). Mas mais do que um efetivo falhanço, ficou no discurso e na memória das pessoas a ideia de um grande falhanço: afinal, de umas eleições empatadas, cenário retratado pelas sondagens, passou-se para uma maioria absoluta no Parlamento<sup>4</sup>. É essa memória do grande falhanço que estaria e esteve disponível e imediatamente acessível para responder a, e justificar, resultados de sondagens que contrariassem o esperado nas semanas que antecederam as eleições legislativas portuguesas.

### O que era esperado nas eleições legislativas portuguesas?

Também em Portugal há uma ferramenta muito interessante para o acompanhamento de sondagens políticas. Trata-se do site *popstar*<sup>5</sup>, desenvolvido por uma equipa multidisciplinar liderada por Pedro Magalhães e envolvendo investigadores do ICS-ULisboa, do INESC-ID, da FEUP e do NIPE-UM. O *popstar* recolhe e analisa vários aspetos relacionados com a opinião política e

<sup>4</sup> Esta maioria absoluta só foi possível devido à não proporcionalidade do sistema eleitoral do Reino Unido. Em Portugal, mantendo o atual sistema eleitoral, seria impossível um partido obter maioria absoluta com apenas 36,9% dos votos.

<sup>5</sup> <http://www.popstar.pt/index.php>

económica, entre os quais aquilo que neste artigo nos interessa: as sondagens políticas. A ferramenta construída por esta equipa para analisar as sondagens políticas trata-se, segundo os seus autores<sup>6</sup>, de um agregador de sondagens “tecnicamente sofisticado”, que estima as médias para cada partido com recurso ao filtro de Kalman<sup>7</sup>. Este agregador de sondagens tem como dados-fonte as sondagens políticas publicadas na comunicação social e consequentemente depositadas na ERC<sup>8</sup>. Por esse motivo, a qualidade dos seus resultados deriva da qualidade das sondagens produzidas. Pelo que nos foi possível compreender, o agregador é sensível à dimensão da amostra de cada sondagem mas não é sensível à entidade responsável pela mesma nem ao método de inquirição utilizado. Assim sendo, sondagens com amostras maiores têm maior peso nas estimativas produzidas e o peso dos dados de cada empresa nas estimativas é reflexo do número de sondagens realizadas e da dimensão da amostra de cada uma delas. O agregador contabiliza 158 sondagens políticas realizadas entre as Eleições Legislativas de 2011 e as Legislativas de 2015. A maior parte destas sondagens foram realizadas pela Eurosondagem (publicadas no Expresso e na SIC) e pela Aximage (Correio da Manhã e Jornal de Negócios) (respetivamente, 34% e 32% do total). Sendo a média de inquiridos das sondagens da primeira empresa (M=1050) muito superior à da segunda (M=638), o peso da Eurosondagem no agregador final acaba por ser superior ao de todas as outras empresas.

As expectativas geradas até setembro de 2015 incidiam numa vitória do PS. A generalidade das sondagens realizadas até meados de setembro indicavam mais intenções de voto para o PS do que para a coligação PàF (PSD.CDS)<sup>9</sup> (ver Tabela 2).

Tabela 2. Sondagens realizadas desde a formação da coligação PàF (PSD.CDS) até ao início da campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2015

Instituto	N	Dia <sup>10</sup>	PàF	PS	BE	CDU	PDR	L/TDA	PàF-PS
Aximage	603	10/5	37,8%	<b>37,9%</b>	4,2%	7,8%	2,6%	2,0%	-0,1%
Eurosondagem	1021	12/5	33,6%	<b>38,1%</b>	4,8%		2,5%	1,8%	-4,5%
Aximage	598	4/6	38,2%	<b>39,0%</b>	4,3%	7,7%	2,1%	1,2%	-0,8%
Eurosondagem	1030	9/6	33,3%	<b>36,9%</b>	4,5%	10,5%	2,7%	2,0%	-3,6%
Católica-CESOP	1048	16/6	<b>38%</b>	37%	8%	10%			1%
Intercampus	1014	4/7	32,7%	<b>37,6%</b>	6,0%	11,0%	0,7%	0,6%	-4,9%
Eurosondagem	1025	7/7	34,6%	<b>36,7%</b>	4,8%	10,2%	2,5%	1,9%	-2,1%
Aximage	607	16/7	38,8%	<b>39,0%</b>	4,1%	7,2%	1,4%	1,3%	-0,2%
Eurosondagem	1030	4/8	34,8%	<b>36,3%</b>	5,0%	10,0%	2,3%	1,7%	-1,5%
Eurosondagem	1040	2/9	35,0%	<b>36,0%</b>	4,6%	10,4%	2,3%	1,7%	-1,0%
Aximage	602	7/9	<b>40,1%</b>	34,3%	4,7%	8,8%	1,8%	1,9%	5,8%
Eurosondagem	1510	16/9	34,0%	<b>35,5%</b>	5,2%	10,3%	2,2%	1,8%	-1,5%
Aximage	704	17/9	<b>38,5%</b>	37,8%	6,3%	9,1%			0,7%
Católica-CESOP	647	17/9	<b>41%</b>	34%	8%	7%			7%

<sup>6</sup> <http://www.pedro-magalhaes.org/filtrar-o-ruído-das-sondagens/>

<sup>7</sup> <http://www.cs.unc.edu/~welch/kalman/media/pdf/Kalman1960.pdf>

<sup>8</sup> <http://www.erc.pt/pt/sondagens/publicitacao-de-sondagens/depositos-de-2015>

<sup>9</sup> Desde que a coligação PàF foi formalizada até 18 de setembro foram realizadas 14 sondagens (Eurosondagem: 6; Aximage: 5, Católica-CESOP: 2; Intercampus: 1). Dez sondagens atribuíam ao PS mais intenções de voto do que à PàF e 4 sondagens atribuíam mais intenções de voto à PàF (a maior parte das diferenças entre estas duas listas concorrentes não era grande e estava dentro das margens de erro). A análise por empresa da diferença entre PàF e PS permite constatar que: (1) a Eurosondagem apresentou sempre o PS com mais intenções de voto (diferença PS-PàF entre 4,5 p.p. e 1 p.p.); (2) a Aximage apresenta PS à frente nas 3 primeiras sondagens (entre 0,1 p.p. e 0,8 p.p.) e PàF à frente nas duas últimas (5,8 p.p., a 7 de setembro e 0,7 p.p. a 17 de setembro); (3) a Católica-CESOP indicava a PàF com mais intenções de voto em junho (1 p.p.) e em setembro (7 p.p.); (4) a Intercampus indicava em julho uma vantagem de 4,9 p.p. para o PS.

<sup>10</sup> A data indicada nos quadros corresponde ao último dia de trabalho de campo (inquirição) para cada sondagem. No caso das sondagens diárias (tracking poll) com amostra parcialmente renovada dia a dia, são apenas consideradas as sondagens com toda a amostra renovada. Os dados podem ser obtidos em: <http://www.popstar.pt/dados.php>

Foram por isso recebidos com enorme surpresa os resultados da primeira sondagem diária realizada pela Católica-CESOP para a RTP. Esta sondagem, com trabalho de campo (inquirição) realizado nos últimos dias antes do início oficial da campanha indicava a coligação PàF à frente do PS com 7 pontos percentuais de diferença. Foi a primeira de uma série de sondagens realizadas pela Católica-CESOP para a RTP. Os seus resultados, aliados ao baixo número de inquiridos e ao elevado número de indecisos (quando comparados com as sondagens mais amplamente divulgadas até ao momento – as realizadas pela Eurosondagem para a SIC/Expresso) criaram um ambiente propício para que se gerasse alguma polémica na praça pública. Perante um resultado diferente do esperado, o *falhanço* britânico passou a estar ativado na memória de muitos dos que se interessam por eleições e sondagens políticas: “as sondagens falham muitas vezes”<sup>11</sup>.

Mas vejamos o que mostram as sondagens realizadas a partir do início da campanha eleitoral. Aquele que, como vimos, era um resultado surpreendente até à primeira divulgação da sondagem diária da Católica-CESOP, passou a ser um resultado normal. Em todas as sondagens que se seguiram, com a exceção de uma realizada pela Eurosondagem, a coligação PàF surgiu com mais intenções de voto do que o PS (ver Tabela 3). A diferença entre as duas listas concorrentes variou entre 3 pontos percentuais (na primeira sondagem da Intercampus) e 12 p.p. (na única realizada pela Marktest). Como seria de esperar, sondagens mais próximas das eleições tendem a apresentar valores mais próximos dos resultados eleitorais.

Tabela 3. Sondagens realizadas desde o início da campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2015

Instituto	N	Dia	PàF	PS	BE	CDU	PDR	L/TDA	Pàf-PS
Intercampus	753	20/9	<b>40,1%</b>	37,1%	4,0%	6,4%			3,0%
Católica-CESOP	828	22/9	<b>40%</b>	34%	8%	10%			6%
Eurosondagem	1467	22/9	35,5%	<b>36,0%</b>	5,0%	10,1%	1,9%	1,5%	-0,5%
Aximage	700	23/9	<b>40,1%</b>	36,4%	7,0%	8,2%			3,7%
Intercampus	1024	24/9	<b>37,0%</b>	32,3%	6,0%	9,1%			4,7%
Católica-CESOP	1075	26/9	<b>41%</b>	34%	7%	9%			7%
Católica-CESOP	3302	26/9	<b>38%</b>	32%	9%	9%	1%	1%	6%
Marktest	1607	27/9	<b>41,0%</b>	29,0%	8,7%	9,3%	0,7%	0,8%	12,0%
Intercampus	1008	28/9	<b>38,8%</b>	31,6%	7,8%	8,0%			7,2%
Católica-CESOP	1070	29/9	<b>39%</b>	34%	8%	10%			5%
Eurosondagem	2067	29/9	<b>37,7%</b>	32,7%	6,7%	9,4%			5,0%
Intercampus	1013	30/9	<b>37,2%</b>	32,9%	7,9%	8,8%			4,3%
Aximage	1387	1/10	<b>39,1%</b>	32,5%	9,0%	9,2%			6,6%

### ***A história das intenções de voto, contada a partir das sondagens***

Ao contrário do que muitas vezes se pensa, prever com precisão quem ganhará as eleições não é a principal função das sondagens eleitorais realizadas antes das eleições. As sondagens permitem contar a *história das intenções de voto*. Por exemplo, quando olhamos as sondagens ao longo de um

<sup>11</sup> Note-se que uma sondagem realizada por uma outra empresa uns dias antes tinha já retratado uma distribuição do eleitorado em proporções muito semelhantes às desta sondagem. A diferença entre PàF e PS indicada pela sondagem da Aximage de 7 de setembro era de 6 pontos percentuais.

período de uma legislatura, elas permitem compreender como é que determinadas mudanças (sejam políticas, económicas ou outras) influenciam as intenções de voto nos vários partidos: a mudança de líder num partido da oposição; a descida do desemprego; um caso político/criminal/jornalístico; uma mudança significativa na Comissão Europeia... Os dados disponibilizados pelo agregador de sondagens são a melhor forma de retratar essa história. No caso português, a consulta do *popstar*<sup>12</sup> permite verificar a subida do PS desde as eleições de 2011 até 2014, seguindo-se um período de queda que se altera com a mudança de líder no último trimestre de 2014. Segundo este agregador, também se assiste a uma queda acentuada de cerca de 4 pontos percentuais nas intenções de voto no PS durante o mês de setembro de 2015 (o mês anterior às eleições).

Sendo de pouca validade, devido à deslocação de populações no período de férias, as sondagens realizadas em agosto, a questão que se coloca é se teremos motivos para pensar que a opinião dos portugueses mudou de forma considerável entre julho e setembro (ou durante o mês de setembro). E o que é que aconteceu aos eleitores que, segundo a Aximage e (principalmente) a Eurosondagem, iam votar no Partido Democrático Republicano (PDR) e no Livre/Tempo de Avançar (L/TDA). Referimo-nos a 3 a 4,5% do eleitorado que, segundo estas duas empresas, de maio até meados de setembro iam votar nestes partidos e que acabaram por se evaporar a 15 dias das eleições (o PDR teve 1,14% dos votos e o Livre teve 0,73%). Alguma mudança de voto fruto da campanha eleitoral, poderá explicar parte desta diferença, mas fica por explicar porque motivos as restantes empresas nunca registaram mais do que 2% dos votos para o total destes partidos. Poderá ter sido fruto do acaso ou das diferentes metodologias usadas pelas empresas. Com os dados de que dispomos não nos é possível avaliar o que poderá ter acontecido, as eventuais causas por trás dessas diferenças.

Sabemos que é normal e expectável que várias sondagens, independentes, com boas bases amostrais, e cumpridoras das melhores práticas disponíveis em função das limitações temporais e orçamentais a que todos estes trabalhos estão sujeitos, mostrem resultados diferentes entre si. Em situações em que, na população, dois partidos tenham proporções de intenções de voto muito semelhantes, é de esperar que umas sondagens apontem para a vantagem de um partido e outras para a vantagem do outro. É o que acontece com os partidos Amarelo e Verde na tabela seguinte. Na Tabela 4 simula-se a distribuição real de votantes na população (coluna População) e as distribuições de votantes encontradas por 5 sondagens independentes (colunas S1, S2, S3, S4 e S5). Na coluna “Média” mostram-se os valores médios das sondagens e na coluna seguinte, a diferença entre a proporção atribuída a cada partido pela média das sondagens e a proporção real de cada partido.

Tabela 4. Simulação da distribuição de eleitores na população e em 5 sondagens

Partidos	População (P)	Média					Diferença (M-P)	
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 5		
Amarelo	41%	43%	38%	45%	39%	42%	41,3%	0,3%
Verde	38%	35%	39%	34%	42%	39%	37,8%	-0,2%
Azul	10%	9%	8%	12%	10%	9%	9,7%	-0,3%
Roxo	8%	10%	12%	7%	6%	7%	8,3%	0,3%
Cinzento	1%	2%	1%	1%	2%	3%	1,7%	0,7%
B/N	2%	1%	2%	1%	1%	3%	1,7%	-0,3%

<sup>12</sup> <http://www.popstar.pt/sondagens.php>

A mais-valia de um agregador de sondagens, seja o *popstar*, seja o *Poll of polls* da BBC, seja outro qualquer, é a possibilidade de, a partir da média das proporções referentes a cada partido indicadas por cada sondagem independente, estimar uma proporção para cada partido muito próxima da realmente existente na população. Deste modo, sendo os resultados de um agregador dependentes das sondagens que o alimentam, pode-se assumir a discrepância entre os resultados do agregador e os resultados eleitorais como um critério de avaliação da qualidade dessas sondagens.

Que proporções estimava o *popstar* antes das eleições legislativas? A duas semanas das eleições, 37% para a coligação PàF e 36,4% para o PS (ver Tabela 5). A uma semana, 37,9% e 35,2%, respetivamente. Na véspera, 38,3% para a coligação e 34,1% para o PS. Atendendo aos resultados das eleições (38,6% para a coligação PàF<sup>13</sup> e 32,3% para o PS), verifica-se que o *popstar* estimou muito bem o resultado da coligação mas sobrestimou ligeiramente o resultado do PS.

Na estimação dos partidos com menores votações este agregador teve um bom desempenho na estimação da CDU mas não estimou de forma tão correta os restantes partidos. Nos casos do PDR e do L/TDA, o agregador estimava na véspera o dobro da votação que estes partidos tiveram no dia da eleição. Este desvio deve-se a dois fatores, facilmente observáveis nas tabelas 2 e 3: (1) desequilíbrio do número de sondagens realizadas por cada instituto; (2) fraca variabilidade entre proporções atribuídas a cada partido nas várias sondagens realizadas por uma mesma empresa. Estes dois fatores somados contribuíram para enfraquecer as estimações do agregador.

Tabela 5. Resultados do agregador *popstar* em 3 momentos e resultados eleitorais

	PàF	PS	BE	CDU	PDR	L/TDA
19/09/2015	37%	36,4%	5,5%	9,3%	2,5%	1,9%
26/09/2015	37,9%	35,2%	6,1%	8,9%	2,4%	1,8%
3/10/2015	38,3%	34,1%	6,8%	9%	2,3%	1,7%
Resultados eleições	38,6%	32,3%	10,2%	8,3%	1,1%	0,7%

### O que poderá ser feito para diminuir incongruências entre realidade, sondagens e interpretação pública das sondagens?

É sempre importante lembrar que as sondagens não procuram prever resultados eleitorais mas sim indicar a distribuição das intenções de voto em determinado momento. Sabemos como ao longo do tempo os eleitores vão prestando atenção aos diversos programas, aos debates, ao comentário político, vão trocando opiniões com vizinhos, colegas, amigos, e vão formando a sua opção de voto, que para alguns só mesmo no dia das eleições fica fechada. Acontecimentos extraordinários entre o momento de inquirição das últimas sondagens pré-eleitorais e o dia das eleições podem mesmo alterar radicalmente o cenário político<sup>14</sup>. No entanto, salvaguardando a possibilidade de eventos extraordinários, a capacidade preditiva das últimas sondagens pré-eleitorais é genericamente boa. Em Portugal, as incongruências entre as *histórias* contadas pelas sondagens e os resultados eleitorais raramente são grandes ou mesmo relevantes, principalmente em eleições legislativas e presidenciais. Em eleições

<sup>13</sup> Esta percentagem inclui a votação de PSD e CDS nas Regiões Autónomas, onde estes partidos não concorreram coligados.

<sup>14</sup> Por exemplo, nas eleições legislativas de 2004 em Espanha, previa-se a vitória do PP. No entanto, o PSOE ganhou essas eleições. Entre as últimas sondagens pré-eleitorais e o ato eleitoral ocorreu o maior atentado terrorista em solo espanhol: o atentado de Atocha, a 3 dias das eleições. O atentado e as reações políticas a este terão sido decisivos na mudança de sentido de voto de muitos eleitores espanhóis.

autárquicas, regionais ou europeias, as alterações de sentido de voto nos últimos dias de campanha parecem ser mais frequentes e já aconteceram casos de diferenças significativas entre os resultados das últimas sondagens pré-eleitorais e os resultados das eleições.

Ainda assim, as empresas de sondagens encontram dificuldades crescentes para a boa condução das sondagens políticas publicadas na comunicação social. A primeira das quais, as dificuldades orçamentais dos seus clientes (jornais, rádios e televisões). As restrições orçamentais implicam redução do número de sondagens e redução do número de inquiridos, com correspondente aumento das margens de erro. Têm também levado a uma progressiva substituição das sondagens realizadas porta-a-porta por sondagens telefónicas, a maior parte das quais realizadas apenas com recurso a telefones fixos. Estes constrangimentos são ameaças claras à qualidade das sondagens pois podem influenciar o fator identificado pela comissão de inquérito nomeada pelo Conselho de Sondagens Britânico referido no início deste artigo: a falta de representatividade das amostras utilizadas. A segunda dificuldade está na leitura pública das sondagens. Como são interpretadas e analisadas no espaço mediático. Existe uma clara falta de literacia neste domínio de que são prova evidente as leituras de subida e descida de forças partidárias quando se comparam sondagens, quando na maioria dos casos os intervalos de confiança associados às proporções não permitem essas leituras, ou a dificuldade de compreensão de conceitos como *taxa de resposta*. A terceira dificuldade poderá estar a decorrer de algumas opções metodológicas que, por qualquer motivo que desconhecemos, estão a implicar baixa variabilidade de resultados entre sondagens. Maior variabilidade de empresas a fazer sondagens, por um lado, e maior variabilidade de resultados de sondagens (mesmo os realizados por uma só empresa), por outro, são fatores decisivos para uma maior precisão destes instrumentos de medida da opinião pública.

