HISTÓRIA / DEMOCRACIA / DIREITOS

# Pesquisas eleitorais
## sem mistério

8 **temas para entender**
e participar com consciência

Como ler amostras, margens, perguntas e tendências

ORGANIZAÇÃO
**Régys Borges da Silveira**

1ª EDIÇÃO · 2026

# Antes de começar

Números de pesquisa podem ajudar a compreender opiniões, mas precisam de contexto. Este volume mostra como ler uma divulgação sem transformá-la em previsão ou torcida. Os valores dos exemplos foram inventados para explicar cálculos; não descrevem candidaturas, institutos ou eleições reais.

## O que você vai encontrar

01 Uma pesquisa tem data e público

02 Muita gente não significa boa amostra

03 Leia o intervalo com cuidado

04 Diferença pequena exige prudência

05 A pergunta muda o que está sendo medido

06 Percentual e ponto percentual

07 Registro permite conferir informações

08 Observe a série, sem inventar uma tendência

Os exemplos sem indicação de um caso real são situações didáticas. As explicações resumem regras e práticas; não substituem a consulta à fonte ou orientação para um caso pessoal.

# 01 Uma pesquisa tem data e público

O resultado descreve respostas coletadas em determinadas condições.

| | |
|---|---|
| **Quando** | Período das entrevistas |
| **Onde** | Área pesquisada |
| **Quem** | População de interesse |

Pesquisa eleitoral registra um momento; não é resultado da votação. Opiniões e participação podem mudar. A divulgação precisa permitir identificar a coleta e a população estudada, além da data em que a notícia foi publicada.

Leia a frase que acompanha o número. “Entre os entrevistados deste município” e “entre eleitores de todo o país” não se referem ao mesmo grupo. Um recorte local não pode ser ampliado por conta própria.

> Exemplo hipotético: Um card publicado hoje usa entrevistas de três semanas atrás. A data recente da postagem não torna recente a coleta.

**Confira período, local e público antes de interpretar o percentual.**

Acessar a fonte [1]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): guia de pesquisas — seções WHAT e WHEN

# 02 Muita gente não significa boa amostra

A seleção dos participantes importa, além da quantidade de respostas.

| | |
|---|---|
| **Amostra** | Parte da população |
| **Seleção** | Como as pessoas entram? |
| **Cobertura** | Quem fica de fora? |

Amostras probabilísticas usam seleção aleatória com probabilidades conhecidas; outros métodos dependem de regras e hipóteses diferentes. Uma enquete aberta aos seguidores não representa automaticamente todos os eleitores.

Compare dois convites imaginários: um circula apenas num grupo de amigos; outro busca participantes segundo um plano explicitado. Contar respostas não esclarece, por si só, quem teve chance de participar ou quem recusou.

> Exemplo hipotético: Dez mil seguidores respondem a uma enquete. Esse volume não permite tratar suas preferências como uma estimativa de toda a cidade.

**Procure a metodologia e não use apenas o tamanho como selo de qualidade.**

Acessar a fonte [2]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): boas práticas — seção 2: Designing Your Sample

# 03 Leia o intervalo com cuidado

Margem amostral não cobre todas as possíveis fontes de erro.

| | |
|---|---|
| **Estimativa** | Valor calculado |
| **Intervalo** | Incerteza amostral |
| **Limites** | Outros erros podem existir |

Se uma estimativa é 40% com margem de três pontos percentuais, os extremos informados são 37% e 43%. Isso não garante o resultado eleitoral. A margem amostral depende do desenho e não resume erros de pergunta, cobertura ou resposta.

Nível de confiança não é chance de vitória. No modelo usual de 95%, se o procedimento fosse repetido muitas vezes nas mesmas condições, cerca de 95 em cada cem intervalos conteriam o valor da população. Isso pressupõe que as condições do método sejam atendidas.

> Exemplo hipotético: Um card diz “95% de certeza de vitória” por causa do nível de confiança da pesquisa. Ele mistura dois conceitos diferentes.

**Leia a margem junto com o desenho da pesquisa e seus limites.**

Acessar a fonte [3]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): margem amostral — p. 1–3

# 04 Diferença pequena exige prudência

Liderança numérica e diferença estatisticamente demonstrada não são sinônimos.

| | |
|---|---|
| **Número** | Quem aparece acima? |
| **Diferença** | Qual é a distância? |
| **Análise** | Qual incerteza acompanha a comparação? |

A incerteza da diferença entre candidaturas não é simplesmente a margem de um percentual isolado. A expressão “empate técnico” também não significa que os apoios sejam exatamente iguais. Procure a análise correspondente ao desenho da pesquisa.

Na leitura de um gráfico, escreva primeiro o que ele realmente mostra. Evite converter uma pequena distância em certeza sobre a ordem dos candidatos. A ausência de diferença demonstrada não transforma todos os resultados possíveis em igualmente prováveis.

> Exemplo hipotético: Dois nomes aparecem com 40% e 39%. Sem analisar a incerteza da diferença, a manchete “vantagem consolidada” vai além dos números apresentados.

**Prefira descrever os valores e os limites da comparação.**

Acessar a fonte [1]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): guia de pesquisas — WHAT: What about election polling?

# 05 A pergunta muda o que está sendo medido

É preciso conhecer o enunciado e as alternativas oferecidas.

| | |
|---|---|
| **Enunciado** | O que foi perguntado? |
| **Alternativas** | Quais respostas cabiam? |
| **Ordem** | O que veio antes? |

Perguntas abertas e perguntas que apresentam opções podem produzir medidas diferentes. A ordem e a formulação também importam. Leia o questionário antes de tratar respostas a perguntas distintas como se fossem a mesma coisa.

Um exercício útil é responder literalmente à pergunta publicada. Se ela pede aprovação de uma gestão, não reescreva o resultado como intenção de voto. São informações que podem se relacionar, mas uma não substitui a outra.

> Exemplo hipotético: Uma pesquisa pergunta sobre avaliação do governo; uma postagem apresenta o número como apoio à reeleição. A pergunta original não autoriza essa substituição.

**Compare o título da notícia com a pergunta efetivamente feita.**

Acessar a fonte [2]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): boas práticas — seção 3: Designing your questionnaire

# 06 Percentual e ponto percentual

O total usado no cálculo precisa ficar claro em toda comparação.

| | |
|---|---|
| **Percentual** | Parcela de um total |
| **Ponto percentual** | Diferença entre percentuais |
| **Base** | Quem entra no cálculo? |

Passar de 20% para 25% significa ganhar cinco pontos percentuais. Em relação ao valor inicial, o aumento é de 25%: cinco dividido por vinte. Esses cálculos respondem a perguntas diferentes e não devem receber o mesmo nome.

Pergunte também qual é o total usado. Um percentual que exclui indecisos não pode ser comparado diretamente com outro que os inclui. Nos recortes de uma pesquisa, a margem geral não deve ser aplicada automaticamente a subgrupos.

> Exemplo hipotético: Em cem respostas inventadas, quarenta escolhem A e vinte ficam indecisas. A tem 40% do total; retirar essas vinte muda o total para oitenta, e A passa a 50%: quarenta dividido por oitenta.

**Anote a base e use “pontos percentuais” para a diferença direta.**

Acessar a fonte [3]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): margem amostral — p. 1–2: pontos percentuais e subgrupos

# 07 Registro permite conferir informações

O Sistema de Registro de Pesquisas Eleitorais (PesqEle) permite consultar registros.

| | |
|---|---|
| **Identificação** | Instituto e registro |
| **Método** | Amostra e questionário |
| **Financiamento** | Quem contratou e pagou? |

A partir de 1º de janeiro do ano eleitoral, pesquisas sobre eleições ou candidaturas destinadas ao público devem ser registradas na Justiça Eleitoral. Entre registro e divulgação devem transcorrer cinco dias completos, sem contar nenhuma dessas duas datas. O sistema informa quando a divulgação pode começar.

Consulte o registro e compare os dados com a publicação. O registro torna informações consultáveis; não deve ser interpretado como garantia de acerto do resultado. Observe a eleição, a localidade e a identificação para não abrir outro levantamento.

> Exemplo hipotético: Uma imagem exibe um número de registro verdadeiro, mas atribui a ele percentuais diferentes dos divulgados pelo instituto. A existência do número não autentica o card.

**Confira o registro e procure a divulgação original da pesquisa.**

Acessar a fonte [4]: Tribunal Superior Eleitoral: registro de pesquisas — arts. 1º–2º, especialmente §§ 2º–3º do art. 2º

# 08 Observe a série, sem inventar uma tendência

Comparar exige atenção a datas, métodos e mudanças de pergunta.

| | |
|---|---|
| **Sequência** | Há mais de uma medição? |
| **Comparabilidade** | As condições são semelhantes? |
| **Contexto** | O que mudou no período? |

Resultados de momentos ou métodos diferentes precisam ser comparados com cautela. Uma oscilação isolada pode não sustentar a narrativa de crescimento. As boas práticas recomendam preservar medidas comparáveis quando o objetivo é acompanhar mudanças.

Faça um pequeno registro com data de coleta, pergunta e resultado. Se houver mudança de método, anote-a. Resista à tentação de escolher apenas o levantamento mais favorável à sua preferência e ignorar os demais.

> Exemplo hipotético: Uma sequência inventada mostra 30%, 31% e 30%. Descrever uma alta permanente apagaria a terceira medição e a incerteza de cada resultado.

**Leia a trajetória completa e mantenha os limites visíveis.**

Acessar a fonte [2]: Associação Americana de Pesquisa de Opinião Pública (AAPOR): boas práticas — seção 3: How can I measure change over time?

# Referências bibliográficas

Fontes em ordem alfabética. Os números identificam os links usados no texto. Os títulos originais e as datas de consulta constam de cada referência.


**[1]** AMERICAN ASSOCIATION FOR PUBLIC OPINION RESEARCH. **A Journalist's Guide to Understanding Polls & Surveys**. AAPOR, [s.d.]. Disponível em: https://aapor.org/journalist-guide-to-understanding-polls-surveys/. Acesso em: 16 out. 2026.

**[2]** AMERICAN ASSOCIATION FOR PUBLIC OPINION RESEARCH. **Best Practices for Survey Research**. AAPOR, [s.d.]. Disponível em: https://aapor.org/standards-and-ethics/best-practices/. Acesso em: 16 out. 2026.

**[3]** AMERICAN ASSOCIATION FOR PUBLIC OPINION RESEARCH. **Margin of Sampling Error/Credibility Interval**. [S. l.]: American Association for Public Opinion Research, [s.d.]. Disponível em: https://aapor.org/wp-content/uploads/2023/01/Margin-of-Sampling-Error-508.pdf. Acesso em: 16 out. 2026.

**[4]** BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.600, de 12 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre pesquisas eleitorais. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. Texto consolidado, com alterações de 2026. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-600-de-12-de-dezembro-de-2019. Acesso em: 16 out. 2026.

# Sobre esta cartilha

## Para conferir antes de compartilhar

1 **QUEM ESTÁ ENVOLVIDO?**

Identifique as pessoas, instituições e responsabilidades de cada situação. Um exemplo não descreve todos os integrantes de um grupo nem permite generalizar uma conduta.

2 **QUE TIPO DE REGISTRO É ESSE?**

Uma lei estabelece regras; uma pesquisa apresenta resultados e limites; uma notícia relata um acontecimento. Exemplos hipotéticos ajudam a explicar uma ideia, mas não comprovam fatos reais.

3 **QUAL É A AVALIAÇÃO?**

Diferencie o que a fonte documenta da explicação ou recomendação desta cartilha. Confira o contexto, a data e os limites do documento antes de tirar conclusões ou compartilhar.

## Sobre a pesquisa e as interpretações

Esta cartilha é um material educativo baseado em pesquisa documental e fontes identificadas. Explicações e orientações de leitura não substituem os documentos citados nem uma análise de cada caso. O objetivo é ajudar o leitor a conferir informações e participar com consciência.

## O que esta seleção permite concluir

O recorte explica como ler pesquisas, sem prever resultados eleitorais. Margem de erro e nível de confiança não cobrem todas as fontes de erro. Cada levantamento exige consulta à metodologia e ao período.

Recorte editorial: 16 de outubro de 2026. Normas, serviços e conhecimentos podem mudar. Confira a fonte indicada antes de aplicar uma orientação.

---

**Organização: Régys Borges da Silveira**

1ª edição · Revisão editorial: 16 de outubro de 2026.

Produção com apoio de inteligência artificial (IA). Ilustrações geradas por IA, sem valor documental. Edição distribuída em formato digital; consulte as fontes pelos links do texto e das referências.

Distribuição gratuita, sem cadastro. Materiais de terceiros mantêm suas condições de uso.

Conheça os demais volumes da coleção

CONTINUE A EXPLORAR

# A leitura continua

Conheça os livros de Régys Borges da Silveira e encontre sua próxima leitura.

**Explore os livros →**

**livros.regys.com.br**

## Lendo no papel?

Aponte a câmera do celular para o QR code. No PDF, toque no botão ou no endereço acima.

Este convite registra apenas a cartilha de origem e uma contagem agregada de acessos, sem identificar você.