

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.