PRÁTICA RECOMENDADA

ABNT PR 1018

EDIÇÃO ESPECIAL DE LANÇAMENTO

Pesquisa de opinião eleitoral

Realização:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

PRÁTICA RECOMENDADA

BOAS PRÁTICAS PARA PUBLICAÇÃO DE PESQUISAS ELEITORAIS

ABRIL/2024

A849p

Associação Brasileira de Normas Técnicas

Prática Recomendada: ABNT PR 1018: Boas práticas para publicação de pesquisas eleitorais / Associação Brasileira de Normas Técnicas. – Rio de Janeiro: ABNT, 2024.
5 p.: il.color

ISBN 978-85-07-09815-7.
Modo de acesso: https://www.abntcatalogo.com.br/.

1. Eleição 2. Política.

ICS: 01.140.40; 03.100.20.

Coordenação Geral
Diretoria de Normalização ABNT

© ABNT 2024
Todos os direitos reservados. A menos que especificado de outro modo, nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida ou utilizada por qualquer meio, eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e microfilme, sem permissão por escrito da ABNT.

ABNT
Av.Treze de Maio, 13 - 28º andar
20031-901 - Rio de Janeiro - RJ
Tel.: + 55 21 3974-2300
Fax: + 55 21 3974-2346
abnt@abnt.org.br
www.abnt.org.br

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

Sumário

Introdução iv
1 Escopo 1
2 Referência normativa 1
3 Termos e definições 1
4 Normas para divulgação de pesquisas eleitorais 2
4.1 Requisitos indispensáveis para divulgação das pesquisas eleitorais 2
4.1.1 Estratégia de coleta de dados 2
4.1.2 Contratação e execução da pesquisa 2
4.2 Itens adicionais para divulgação 3
4.2.1 Acesso aos conjuntos de dados 4
Bibliografia 5

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

Introdução

Este documento não pretende alterar nem substituir qualquer disposição legal referente à regulamentação já existente sobre publicação de pesquisas eleitorais. Ele indica um conjunto de boas práticas recomendadas tecnicamente para as empresas de pesquisas e meios de comunicação que divulgam os resultados de pesquisa destinados ao conhecimento público.

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

Boas práticas para publicação de pesquisas eleitorais

1 Escopo

Este documento apresenta boas práticas para publicação de pesquisas quantitativas de opinião pública de natureza eleitoral.

2 Referência normativa

O documento a seguir é citado no texto de tal forma que seu conteúdo, total ou parcial, constitui requisito para este Documento. Para referências datadas, aplicam-se somente as edições citadas. Para referências não datadas, aplicam-se as edições mais recentes do referido documento (incluindo emendas).

ABNT NBR ISO 20252, *Pesquisa de mercado, pesquisa de opinião e pesquisa social – Vocabulário e requisitos de serviço*

3 Termos e definições

Para os efeitos deste documento, aplicam-se os seguintes termos e definições.

3.1 | codificação de máquina
processo digital onde um software verifica e identifica as discrepâncias nas respostas em um questionário

3.2 | contratante de pesquisa
indivíduo ou organização que solicita, contrata ou patrocina toda ou qualquer parte de uma pesquisa eleitoral

NOTA Isso pode incluir uma organização de mídia ou um grupo ou partido político, bem como aqueles que compraram conteúdo em uma pesquisa compartilhada com um ou mais contratantes.

3.3 | entrevista
forma de contato com um respondente, a fim de coletar informações para fins de pesquisa eleitoral

3.4 | pesquisa de boca de urna
pesquisa que mede como as pessoas votaram, realizada após o respondente ter votado

3.5 | pesquisa de intenção de voto
pesquisa realizada a qualquer momento antes de uma eleição, que inclui perguntas sobre a intenção de voto do respondente

3.6 | pesquisa de painel
conjunto de potenciais respondentes da pesquisa que declaram cooperar com futuras solicitações de coleta de dados, quando selecionados

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

3.7 | pesquisador
indivíduo, instituto ou organização que realiza ou atua como consultor em pesquisas eleitorais

3.8 | pesquisas eleitorais
pesquisa que inclui coleta, agregação e interpretação sistemáticas de informações sobre preferências e atitudes eleitorais de indivíduos, utilizando métodos e técnicas estatísticas e analíticas das ciências sociais aplicadas

NOTA Na pesquisa eleitoral, como em todas as pesquisas sociais, a identidade dos entrevistados não é revelada sem consentimento explícito destes e nenhuma abordagem de vendas, ou tentativa de influenciar sua opinião após a entrevista, é feita aos entrevistados como resultado direto de terem fornecido informações.

3.9 | relatório de pesquisa
apresentação de resultados de pesquisa, em forma de tabela ou de análise, destinada ao consumo público em meios de comunicação convencionais, *on-line* ou outra forma de divulgação pública

3.10 |respondente
indivíduo que fornece as informações solicitadas e/ou coletadas para realizar uma pesquisa eleitoral

4 Normas para divulgação de pesquisas eleitorais

Pesquisas eleitorais podem ser conduzidas utilizando uma variedade de metodologias. A boa prática profissional requer que todos os pesquisadores divulguem informações suficientes sobre como a pesquisa foi conduzida, de forma a permitir uma eventual revisão sobre a qualidade da pesquisa e da metodologia utilizada. A divulgação integral e completa dos itens apresentados em 4.1 deve ser feita no momento em que os resultados são divulgados publicamente ou para um cliente de pesquisa, conforme o caso. Como descrito em 4.2, se os itens indicados não estiverem disponíveis imediatamente, devem ser apresentados em um prazo de 30 dias a partir de qualquer solicitação. Se os resultados apresentados forem baseados em várias amostras ou modos múltiplos, os itens (conforme aplicável) devem ser divulgados para cada um.

4.1 Requisitos indispensáveis para divulgação das pesquisas eleitorais

4.1.1 Estratégia de coleta de dados

Deve ser apresentada descrição das estratégias de coleta de dados empregadas, como entrevistas presenciais, telefônicas ou online.

4.1.2 Contratação e execução da pesquisa

Deve ser indicado quem contratou e quem executou a pesquisa, além do valor dos recursos despendidos, mesmo que a pesquisa tenha sido realizada com recursos próprios da empresa que realizou a pesquisa.

4.1.2.1 Ferramentas e instrumentos de coleta de dados

Devem ser utilizados questionários com perguntas e opções de resposta para a realização da pesquisa, bem como cartões de estímulo, vinhetas ou roteiros, de forma a orientar as entrevistas. Deve ser incluída no momento do registro da pesquisa no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a redação exata de todo o questionário ou formulário de coleta.

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

4.1.2.2 População em estudo

Pesquisas eleitorais só podem ser realizadas com indivíduos de 16 anos ou mais, registrados como eleitores ou que possam se registrar até a data estabelecida pela legislação no ano eleitoral.

4.1.2.3 Planejamento amostral

A descrição dos métodos de amostragem inclui o desenho da amostra e os métodos utilizados para contatar ou selecionar os respondentes da pesquisa. Após a divulgação dos resultados deve-se:

a. incluir a área física de localização dos respondentes nas atividades de coleta de dados, preservando as condições de anonimato;

b. fornecer detalhes sobre quaisquer estratégias utilizadas para ajudar a obter a cooperação do respondente (por exemplo, contato prévio, compensação ou incentivos), se houver.

4.1.2.4 Coleta de dados

A coleta de dados deve incluir:

a. uma descrição de todos as formas usadas para contatar os respondentes ou coletar dados ou informações (por exemplo, *Computer-assisted telephone interviewing* (CATI), *Computer-assisted personal interviewing* (CAPI), *Audio Computer-assisted self Interview* (ACASI)/*Interactive voice response* (IVR), *e-mail*, painel de entrevistados, *web* para pesquisa, questionário impresso, gravação de áudio ou vídeo);

b. divulgação das datas de início e término da coleta de dados.

4.1.2.5 Ponderação dos resultados

Descrever como os pesos foram calculados, se utilizados, incluindo as variáveis e as fontes dos parâmetros de ponderação.

4.1.2.6 Controle de qualidade

Devem ser indicado o percentual de entrevistas submetidas à verificação e os procedimentos subsequentes.

4.2 Itens adicionais para divulgação

Após a informação do resultado, apresentar os seguintes itens em um prazo de 30 dias a partir de qualquer solicitação:

a. para pesquisas online, procedimentos para gerenciar a adesão, participação e mortalidade do painel, se for utilizado um *pool*, painel ou painel de acesso;

b. para pesquisas presenciais ou telefônicas através de entrevistadores, os métodos de treinamento de entrevistador ou de codificador e detalhes de supervisão e monitoramento de entrevistadores ou codificadores. Se a codificação de máquina for conduzida, incluir a descrição do aprendizado da máquina envolvido na codificação;

c. divulgação dos detalhes sobre os procedimentos de seleção de área geográfica de respondente, incluindo os critérios para a seleção dos entrevistados.

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

4.2.1 Acesso aos conjuntos de dados

Para assegurar a transparência e replicabilidade da pesquisa, recomenda-se que as empresas de pesquisa, com a devida anuência do contratante, forneçam acesso aos conjuntos de dados obtidos e à documentação relacionada neste documento, para serem, preferencialmente, encaminhados a instituições acadêmicas dedicadas à constituição de repositórios de dados de pesquisas eleitorais. A fim de proteger a privacidade dos respondentes individuais, os conjuntos de dados devem ser anonimizados, de maneira a remover todas as variáveis que possam razoavelmente identificar um respondente. Os conjuntos de dados podem ser mantidos sem liberação por um período de até um ano após a divulgação pública dos resultados da pesquisa, de forma a permitir uma oportunidade completa para análise primária.

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados

Bibliografia

[1] *ESOMAR-WAPOR Guideline-on-Opinion-Polls-and-Published-Surveys-August-2014*

© ABNT 2024 - Todos os direitos reservados