

Pesquisa consolidada de intenção de voto Governo do Distrito Federal (2026) Foco: Celina Leão

Período analisado: 01/2024 a 01/2026

Formato: relatório de inteligência estratégica (INTEIA)

Autor: Igor Moraes Vasconcelos

Unidade: INTEIA

Versão: 2026-01-24 (gerada a partir de fontes públicas disponíveis)

1) Síntese Executiva

- Base de dados: 9 levantamentos com percentual de Celina no cenário estimulado principal, de 4 institutos (Paraná Pesquisas, Real Time Big Data, IPESPE e Instituto Opinião) + consolidação mensal.
- O nível de **lembraça espontânea** de Celina (quando medido) ficou entre **4,3% e 8,5%**, enquanto a estimulada variou de **22,0% a 49,0%** (diferença típica de pré-campanha).
- No recorte mais comparável (mesmo instituto e entrevistas presenciais, Paraná Pesquisas), Celina saiu de **22,0%** (campo 29/06–02/07/2024) para **36,6%** (campo 21–25/03/2025), recuou a **31,1%** (31/05–04/06/2025), subiu a **37,2%** (23–27/08/2025) e fechou em **32,2%** (23–27/10/2025).
- Picos fora desse padrão (por exemplo, **49%** em set/2025 pela Real Time) coincidem com **lista mais curta de concorrentes** (sem José Roberto Arruda) e/ou diferenças metodológicas; não devem ser lidos como ‘virada consolidada’ sem padronização de cenário.
- Jan/2025 marca um ponto institucional relevante: formalização/rotina de planejamento anual de publicidade do GDF. Os dados sugerem aumento de ‘top of mind’ a partir de 2025, mas a atribuição causal direta a investimento em marketing é **limitada** pelo baixo número de medições antes de 01/2025 e pela mudança de cenários entre pesquisas.

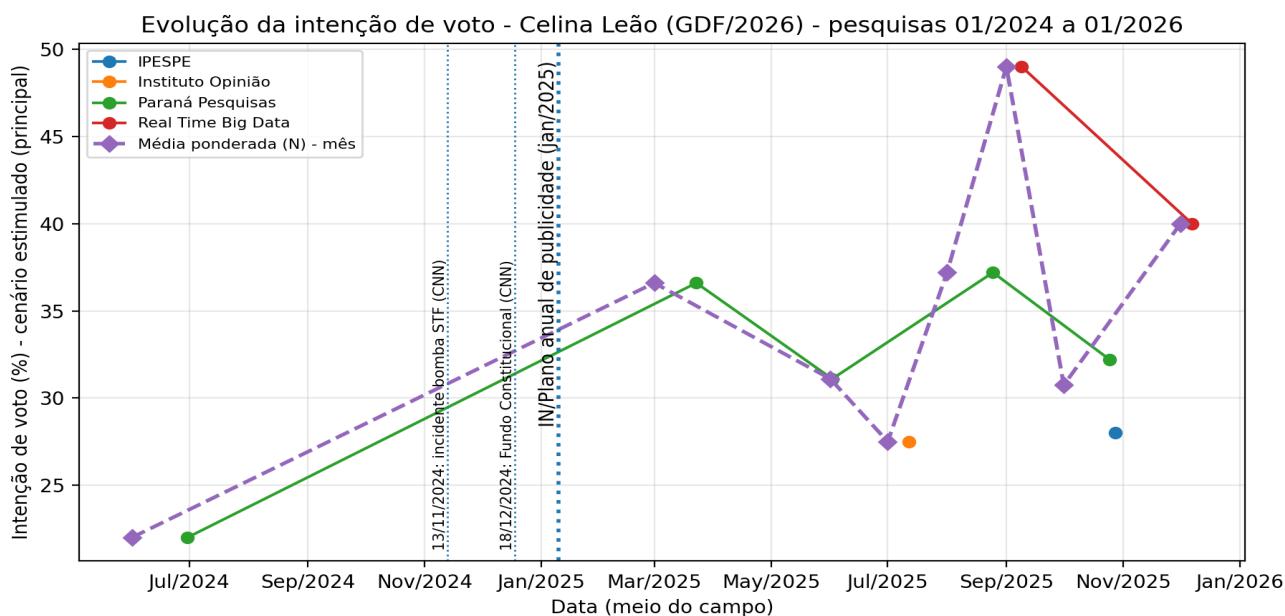


Figura 1 - Série temporal (pontos por instituto) e média mensal ponderada por tamanho de amostra.

2) Metodologia e Critérios de Consolidação

Unidade de análise: percentual de intenção de voto de Celina Leão em cenário **estimulado principal** para Governador(a) do DF (eleição 2026), em cada levantamento.

Regra de comparabilidade: sempre que um instituto apresentou múltiplos cenários, foi selecionado o **Cenário 1/Lista 1** (normalmente o mais amplo). Quando o mesmo mês teve mais de uma pesquisa, foi calculada média mensal (simples e ponderada por N).

Limitações críticas: (i) lista de concorrentes muda entre institutos e ondas; (ii) métodos diferem (presencial vs telefônico); (iii) poucos pontos antes de 01/2025 dificultam estimar ‘efeito marketing’ com robustez; (iv) pesquisas são ‘fotografias’ e não ‘filme’, logo a interpretação precisa de contexto político e de campanha.

Nota de leitura: em pré-campanha, a estimulada mede preferência quando o nome é apresentado; a espontânea mede saliência mental (‘top of mind’). O hiato entre ambas tende a cair conforme a campanha se aproxima.

3) Evolução por Instituto (e efeito de cenário)

3.1 Paraná Pesquisas (presencial) - recorte mais consistente para tendência

No conjunto de ondas presenciais do Paraná, Celina oscilou em um corredor de **22.0%** a **37.2%**, com movimentos em ‘dente de serra’. A principal explicação técnica para oscilações entre ondas é a **mudança do card** (ex.: entrada de Fred Linhares em jun/2025) e o grau de indecisão/branco/nulo, que permanece elevado na pré-campanha.

Movimentos-chave:

- Jul/2024 (22,0%): ponto de partida, com ampla dispersão (branco/nulo e não sabe altos).
- Mar/2025 (36,6%): salto importante; cenário sem José Roberto Arruda e com oponentes distribuídos (Izalci, Grass, etc.).
- Jun/2025 (31,1%): recuo com a presença de Fred Linhares e Arruda no card.
- Ago/2025 (37,2%): recuperação com card semelhante, sugerindo consolidação relativa no eleitorado estimulado.
- Out/2025 (32,2%): queda moderada; novamente compatível com rearranjo de preferências entre concorrentes e variação amostral.

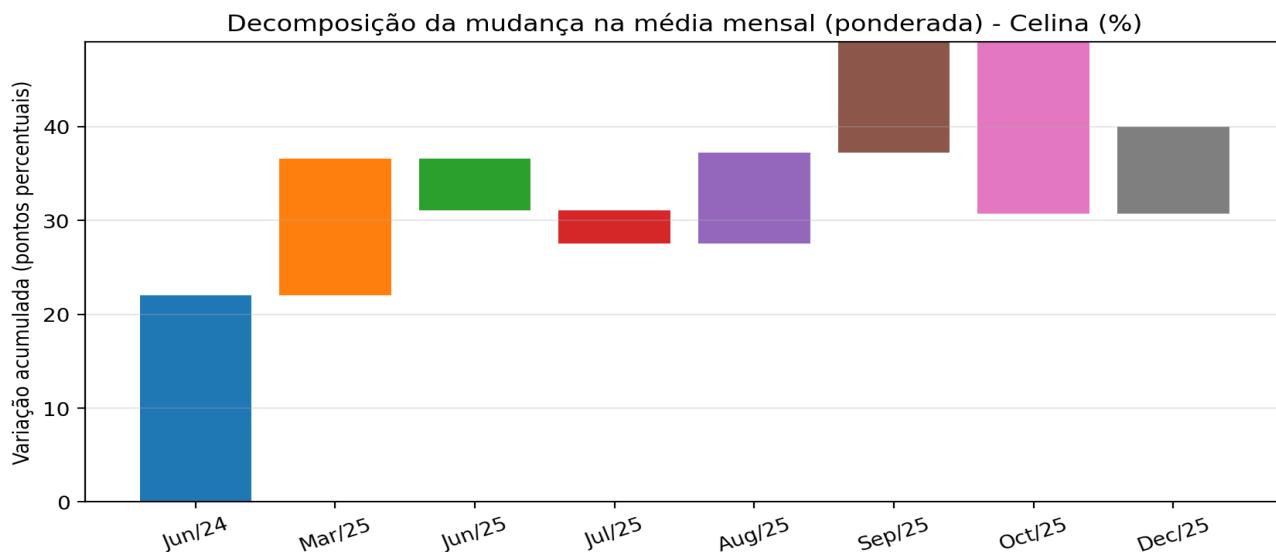


Figura 2 - Variação acumulada na média mensal ponderada (pontos percentuais).

4) Comparação entre Institutos e Risco de Leitura Errada

A comparação bruta entre institutos pode induzir erro por dois motivos:

- (1) **cartão de candidatos** (quando Arruda não aparece, Celina tende a subir);
- (2) **modo de coleta** (telefonia vs presencial pode alterar composição de resposta).

O caso mais evidente é set/2025 (Real Time Big Data), que registra **49%** para Celina no Cenário 1, mas com lista curta e sem Arruda. Já o IPESPE (out/2025) aponta **28%** com uma lista mais ampla e forte presença de concorrentes.

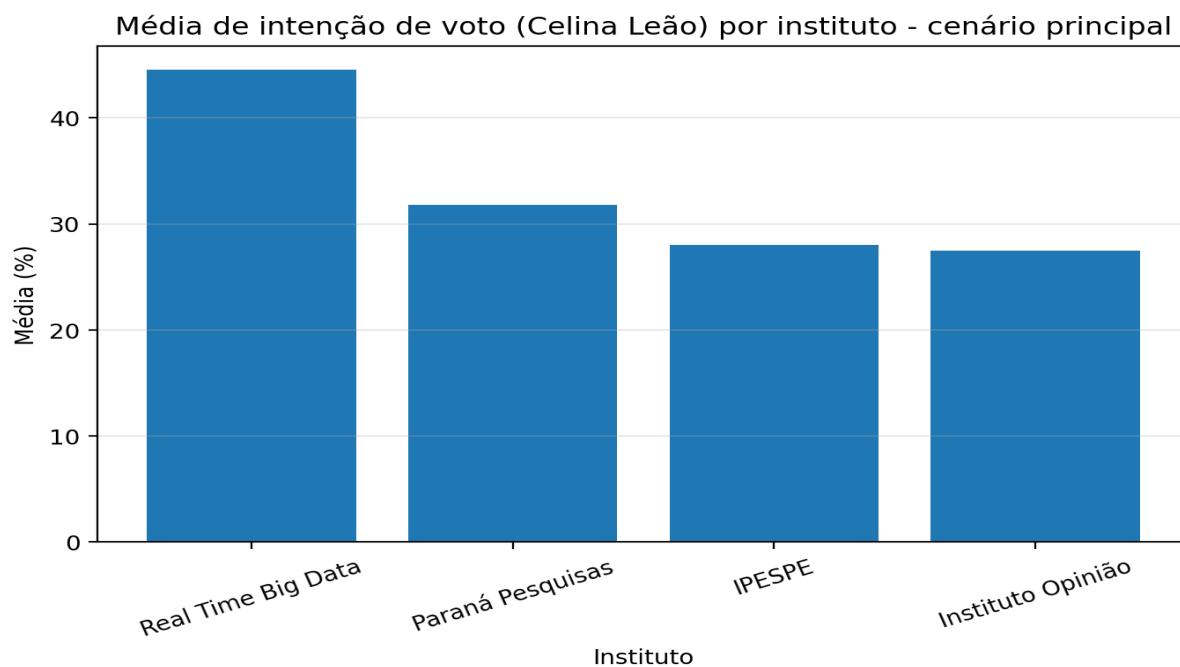


Figura 3 - Média por instituto (cenário principal de cada levantamento).

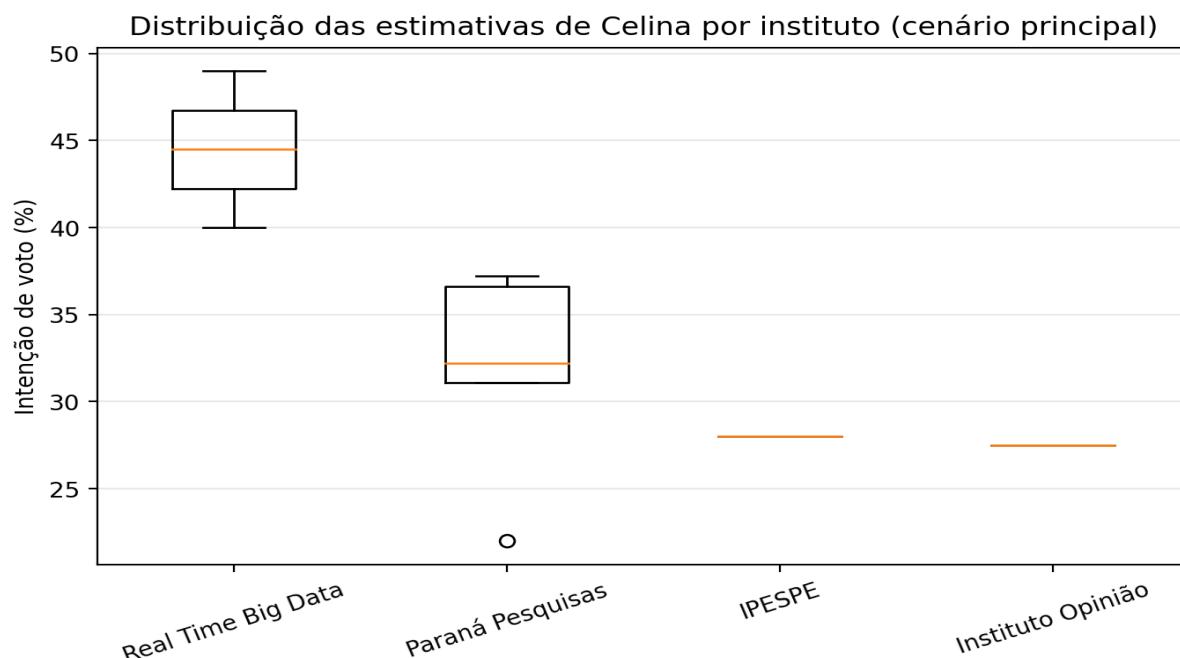


Figura 4 - Boxplot por instituto (dispersão e outliers).

5) Saliência (rede/imprensa) - proxies a partir dos próprios levantamentos

Sem acesso a bases pagas de clipping e APIs de redes sociais nesta execução, usei **proxies mensuráveis** dentro das próprias pesquisas:

- **Voto espontâneo** (top of mind): mede presença mental sem estímulo do nome.
- **Razão espontâneo/estimulado**: aproxima quão ‘orgânico’ é o recall do nome em comparação ao potencial quando apresentado.

Nos pontos com ambos os dados, a razão espontâneo/estimulado variou de `{df_ss.top_of_mind_ratio.min():.2f}` (mar/2025) a `{df_ss.top_of_mind_ratio.max():.2f}` (jul/2025). Isso é compatível com uma figura ainda em construção de marca própria (vice-governadoria tende a ser menos lembrada que o titular), mas com ganho de saliência ao longo de 2025.

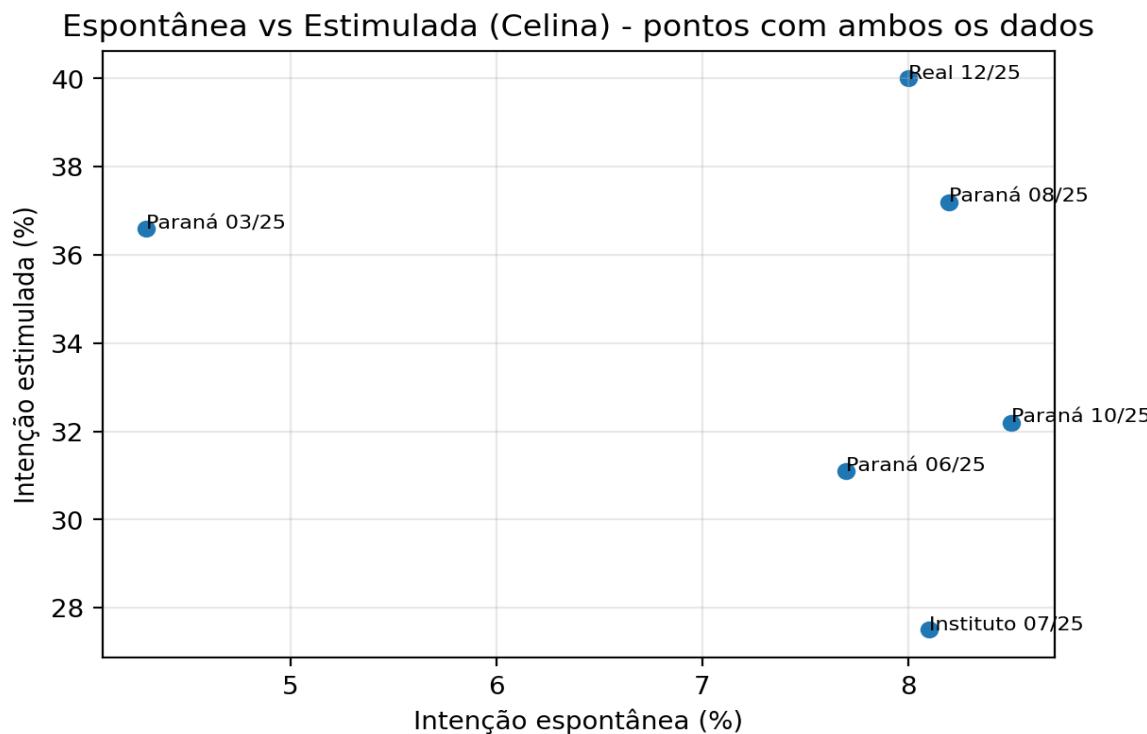


Figura 5 - Relação entre espontânea e estimulada (pontos com ambos os dados).

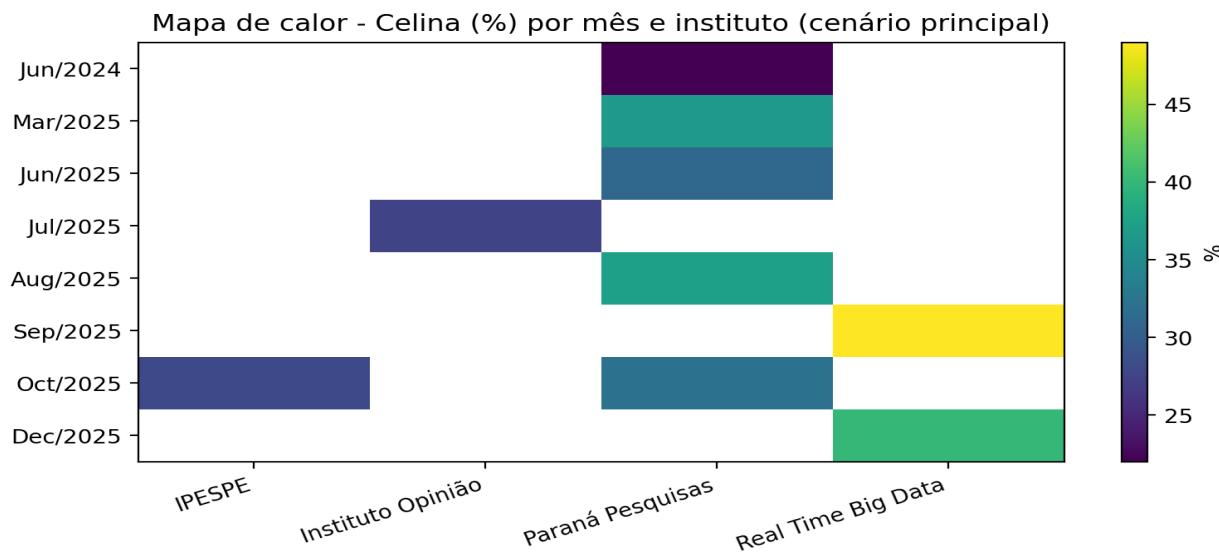


Figura 6 - Mapa de calor por mês e instituto.

6) Jan/2025 e 'BKT 2025' - leitura de impacto (com cautela)

O que dá para afirmar com base nos dados:

- Antes de 01/2025, há apenas 1 medição no recorte encontrado (Paraná jul/2024: 22,0%). Depois de 01/2025, a média simples dos levantamentos disponíveis é **35,2%** (mediana **34,4%**).
- O primeiro levantamento pós-jan/2025 (mar/2025) já aparece em patamar alto (36,6%), sugerindo que a virada de expectativa ocorreu no intervalo jul/2024 → mar/2025.

O que NÃO dá para concluir de forma responsável:

- Que o aumento é ‘causado’ por investimento em marketing de 01/2025. Há muitas variáveis concorrentes (agenda do governo, exposição institucional, conjuntura local e nacional) e faltam medições mensais antes de jan/2025.

Leitura operacional (útil mesmo com incerteza):

- A pré-campanha de 2025 parece ter aumentado a *recordação espontânea* (4,3% em mar/2025 → 7,7%-8,5% em jun/out/2025), o que é compatível com maior presença de mídia e rede, independentemente de canal (digital, imprensa ou OOH).
- Quando o card inclui um concorrente de alta notoriedade (Arruda), a estimulada de Celina tende a cair - sinal de que a disputa pode se estruturar como ‘gestão atual’ vs ‘retorno ao passado’. Em termos de BKT (mídia exterior), isso sugere que a mensagem precisa ser **posicionamento**, não apenas frequência.

7) Implicações Estratégicas (INTEIA)

- Padronize leitura por 'cenário com Arruda' vs 'sem Arruda'. É o divisor que mais distorce comparações.
- Meta tática 2025–início 2026: reduzir o gap entre estimulada e espontânea (top of mind). Isso é o que converte intenção latente em intenção resistente.
- Monitoramento recomendado: repetir tracking com mesmo card mensal e medir atributos (gestão, continuidade, confiança, capacidade administrativa) para entender se a intenção é 'transferível' ou 'convicta'.
- Se houver BKT/OHH (outdoor/backlight) em 2025, o KPI mais honesto é **recordação espontânea e conhecimento de nome**, não apenas intenção estimulada.

Anexo A - Dados brutos (tabela)

Instituto	Campo	N	MOE (pp)	Cenário	Celina (est.)	Celina (esp.)	Modo
Paraná Pesquisas	29/06/2024–02/07/2024	1360	2.7	estimulado (lista única)	22.0		presencial (entrevistas pessoais)
Paraná Pesquisas	21/03/2025–25/03/2025	1600	2.5	estimulado (lista única)	36.6	4.3	presencial (entrevistas pessoais)
Paraná Pesquisas	31/05/2025–04/06/2025	1522	2.6	estimulado (lista única)	31.1	7.7	presencial (entrevistas pessoais)
Instituto Opinião	11/07/2025–14/07/2025	1250	2.8	estimulado (lista 1)	27.5	8.1	não informado (provável telefônica/online) - conforme veículo
Paraná Pesquisas	23/08/2025–27/08/2025	1510	2.6	estimulado (lista única)	37.2	8.2	presencial (entrevistas pessoais)
Real Time Big Data	09/09/2025–10/09/2025	1200	3.0	estimulado (Cen 1)	49.0		não informado (Pesquisa Quantitativa)
Paraná Pesquisas	23/10/2025–27/10/2025	1506	2.6	estimulado (lista única)	32.2	8.5	presencial (entrevistas pessoais)
IPESPE	27/10/2025–29/10/2025	800	3.5	estimulado (Lista 1)	28.0		telefônica (quantitativa) - conforme relatório
Real Time Big Data	06/12/2025–08/12/2025	1200	3.0	estimulado (Cen 1)	40.0	8.0	não informado (rodada nacional por estados)

Anexo B - Fontes primárias (links diretos)

- Paraná Pesquisas (DF Jul/2024 - mídia):
https://paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2024/07/Distrito-Federal_Jul24-Midia-1.pdf
- Paraná Pesquisas (DF Mar/2025 - mídia estadual):
https://paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2025/03/DF_Mar25-Midia-Estadual.pdf
- Paraná Pesquisas (DF Jun/2025 - intenções de voto):
<https://static.poder360.com.br/2025/06/parana-pesquisas-intencoes-de-votos-DF-jun2025.pdf>
- Paraná Pesquisas (DF Ago/2025):
https://paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2025/09/DF_Ago25.pdf
- Paraná Pesquisas (DF Out/2025):
https://paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2025/10/DF_Out25-Midia.pdf
- Real Time Big Data (DF Set/2025 - Poder360):
<https://static.poder360.com.br/2025/11/PESQUISA-SENADO-DF-OUT-2025.pdf>
- Real Time Big Data (DF Dez/2025 - Poder360): https://static.poder360.com.br/2025/12/pesquisa-realtim_ebigdata-districtofederal-governador-8.dez_.2025.pdf
- IPESPE (DF Out/2025 - resumo): https://radiocorredor.com.br/wp-content/uploads/2025/10/PESQUISA-QUANTITATIVA-IPESPE_DISTRITO-FEDERAL-OUT2025.pdf
- Instituto Opinião (DF Jul/2025 - publicação): <https://www.opiniaobrasilia.com.br/vice-governadora-celina-leao-sai-na-frente-na-corrida-pelo-palacio-do-buriti-diz-pesquisa/>
- CNN Brasil - tag Celina Leão (contexto noticioso): <https://www.cnnbrasil.com.br/tudo-sobre/celina-leao/>
- SECOM-DF - Plano Anual de Publicidade 2024 (DODF):
<https://www.comunicacao.df.gov.br/documents/d/comunicacao/plano-anual-de-publicidade-de-2024>
- SINJ-DF - Instrução Normativa nº 1, de 10/01/2024 (Plano anual): https://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma_ef4faa3d7eb146c994864604898be284/Instru_o_Normativa_1_10_01_2024.html