

Lançamento GTA VI

O interesse dos brasileiros por GTA VI, intenção de compra e impactos no consumo e na rotina.

PESQUISA NACIONAL

13/11 - 18/11/2026

AtlasIntel

Sumário

0 Metodologia

1 Resultados

1.1 Conhecimento e expectativa sobre GTA VI

1.2 Intenção de compra e impacto financeiro

1.3 Impacto na rotina e no comportamento

2 Sobre Atlas

0 Metodologia

Metodologia: Atlas RDR

Atlas Random Digital Recruitment [RDR] é uma metodologia proprietária desenvolvida pela AtlasIntel para calibrar amostras robustas, representativas da população-alvo.
O método contempla diversas fontes de viés e lida com a possível super ou sub-representação de grupos demográficos.

Os entrevistados são recrutados organicamente durante a navegação de rotina na web em territórios geolocalizados em qualquer dispositivo (smartphones, tablets, laptops ou PCs).

Em comparação com pesquisas presenciais domiciliares ou em pontos de fluxo, RDR evita o eventual impacto psicológico da interação humana sobre o respondente na hora da entrevista: o respondente pode responder o questionário em condições de plena anonimidade, sem temer causar uma impressão negativa para o entrevistador ou para pessoas que eventualmente podem estar ouvindo as respostas compartilhadas durante a entrevista.

Em comparação com pesquisas telefônicas baseadas na discagem de dígitos aleatórios (Random Digit Dialing - RDD), o método RDR permite um mapeamento granular de padrões de não resposta, de modo que os vieses decorrentes de taxas variáveis de não resposta possam ser adequadamente tratados durante o processo de construção de cada amostra.

Em comparação com pesquisas baseadas em painéis de respondentes, o RDR tem a vantagem de eliminar desafios à representatividade resultantes da fadiga do respondente e a mortalidade do painel, bem como evitar fenômenos ainda mais difíceis de controlar, como efeitos de painel, resultantes de níveis crescentes de atenção e engajamento político entre os entrevistados.

Para garantir a representatividade em nível nacional, as amostras da Atlas Intel são pós-estratificadas usando um algoritmo iterativo em um conjunto mínimo de variáveis de destino: sexo, faixa etária, nível educacional, nível de renda, região e comportamento eleitoral anterior. As amostras resultantes do processo de pós-estratificação se assemelham ao perfil da população adulta do Brasil, inclusive da população que possui um acesso mais limitado à tecnologia.

Perfil da Amostra

PUBLICO ALVO
População brasileira adulta

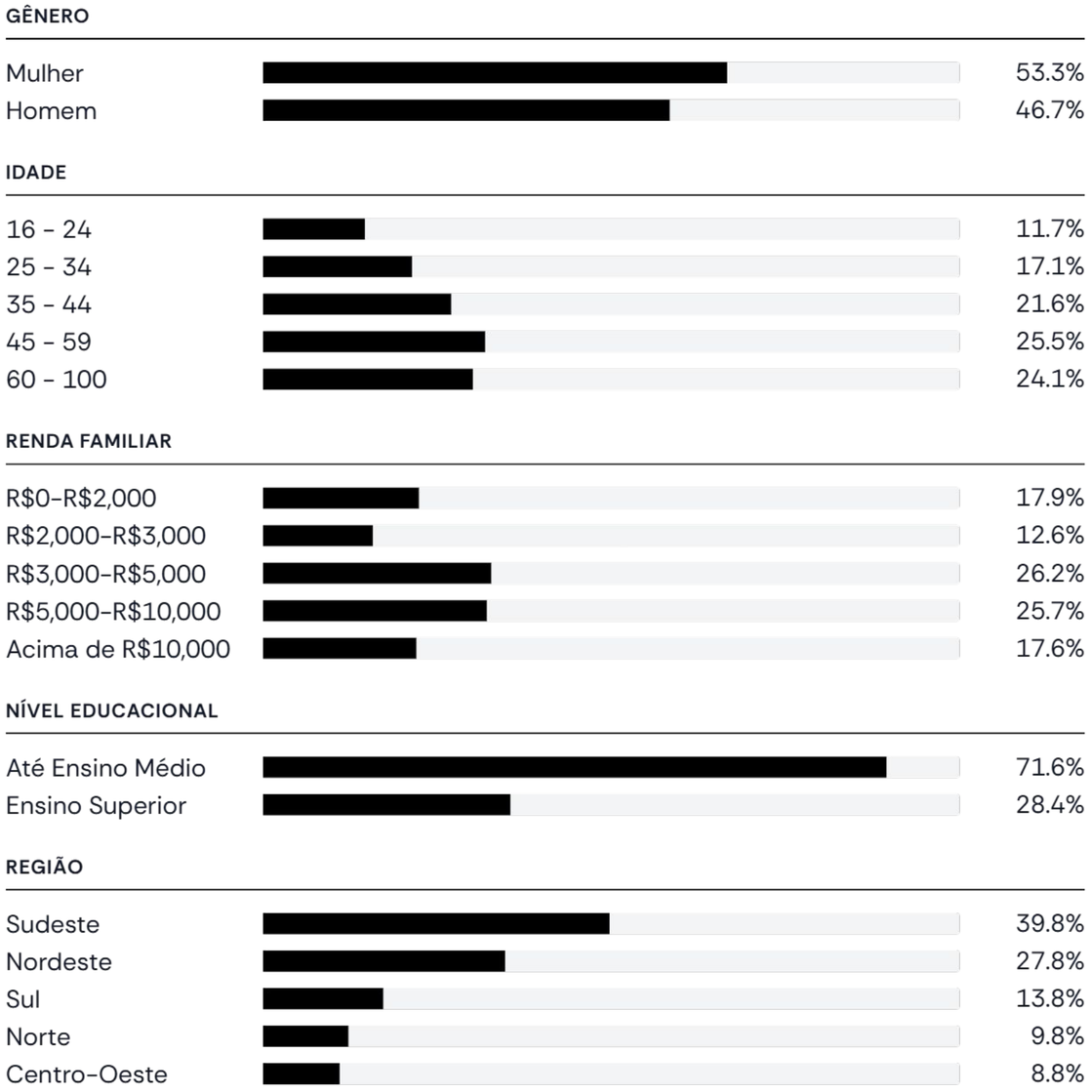
AMOSTRA
2146 respondentes

METODOLOGIA DE COLETA
Recrutamento digital aleatório (Atlas RDR)

MARGEM DE ERRO
±2 p.p.

NIVEL DE CONFIANZA PARA ESTIMAR EL MARGEN DE ERROR
95%

PERIODO DE RECOLECCIÓN
13/11/2026 - 18/11/2026





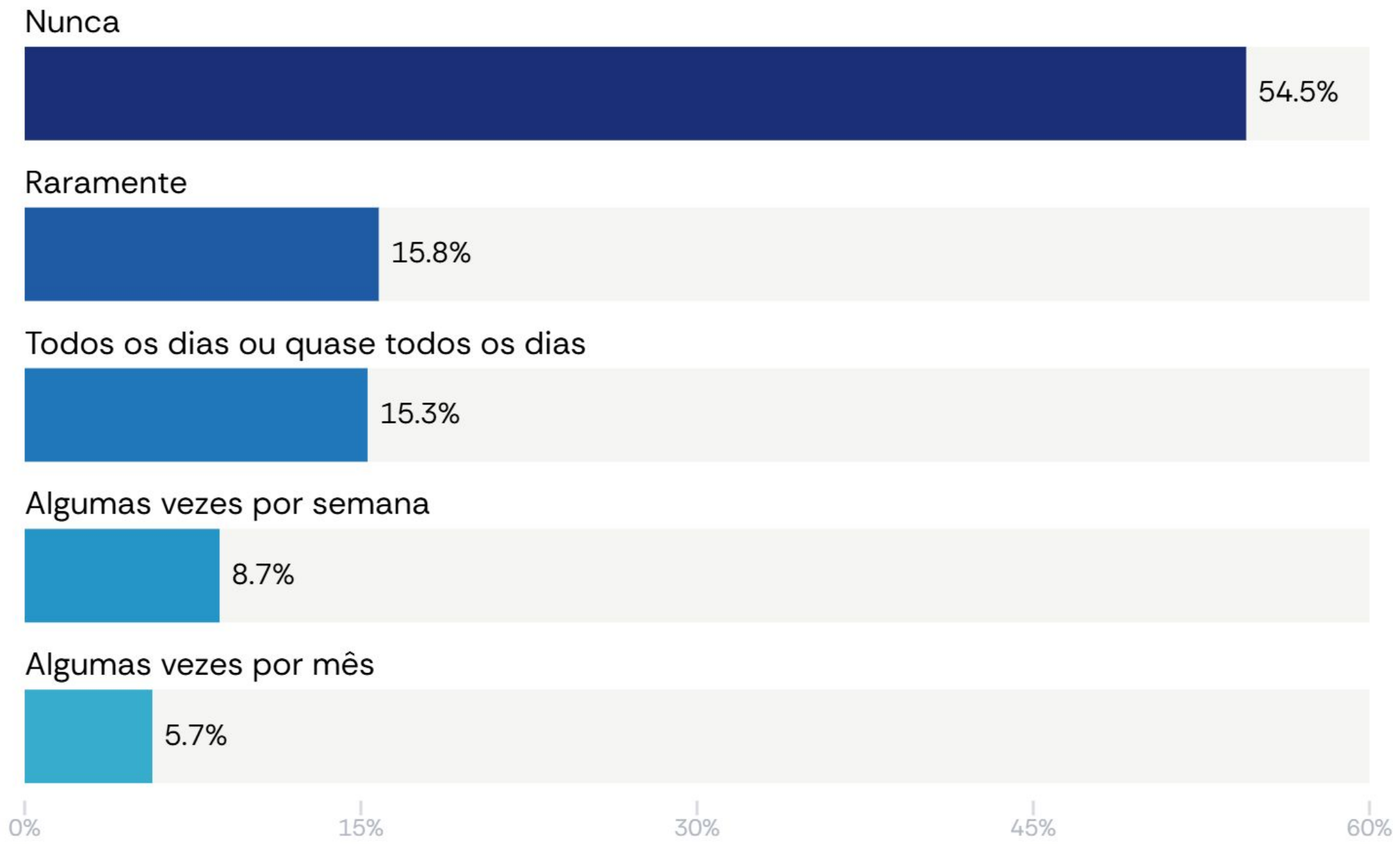
1 Resultados

AtlasIntel



1.1 Conhecimento e expectativa sobre GTA VI

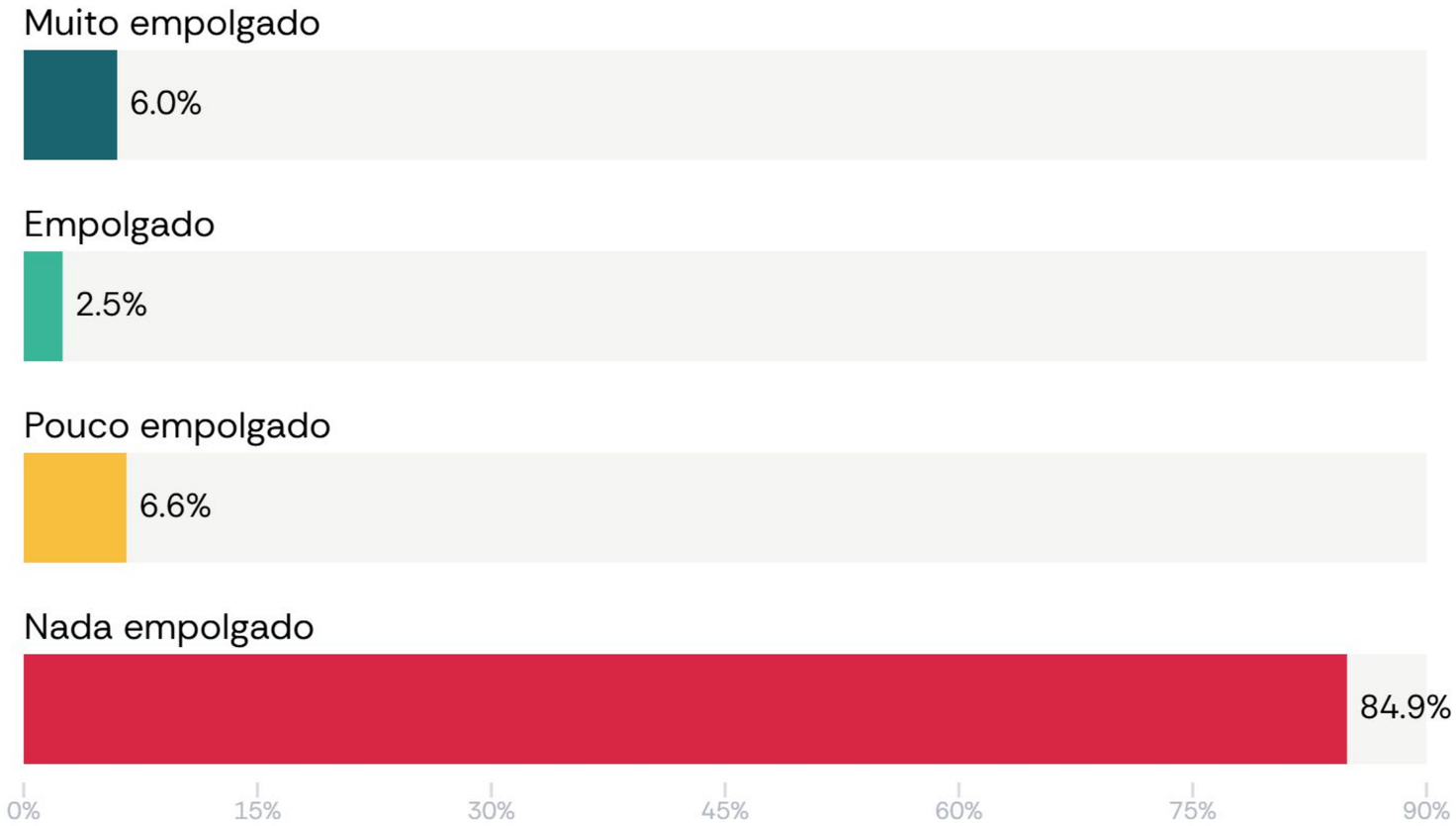
1. Com que frequência você costuma jogar videogames, seja em consoles, computadores ou celulares?



	GÊNERO		IDADE				
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100
Nunca	47.1	60.9	16.0	32.5	57.2	67.9	71.9
Raramente	17.5	14.3	16.9	20.5	13.9	13.8	15.7
Todos os dias ou quase todos os dias	17.9	13.1	46.9	23.2	8.4	8.6	7.8
Algumas vezes por semana	11.1	6.7	10.4	11.2	15.4	6.0	3.2
Algumas vezes por mês	6.4	5.0	9.9	12.6	5.1	3.7	1.3

	REGIÃO				
	Sul	Centro - Oeste	Sudeste	Nordeste	Norte
Nunca	47.1	59.9	46.8	60.6	74.0
Raramente	23.0	9.0	13.9	19.2	9.4
Todos os dias ou quase todos os dias	18.3	12.4	20.9	9.2	8.8
Algumas vezes por semana	9.4	10.2	10.7	7.3	2.6
Algumas vezes por mês	2.2	8.6	7.7	3.7	5.2

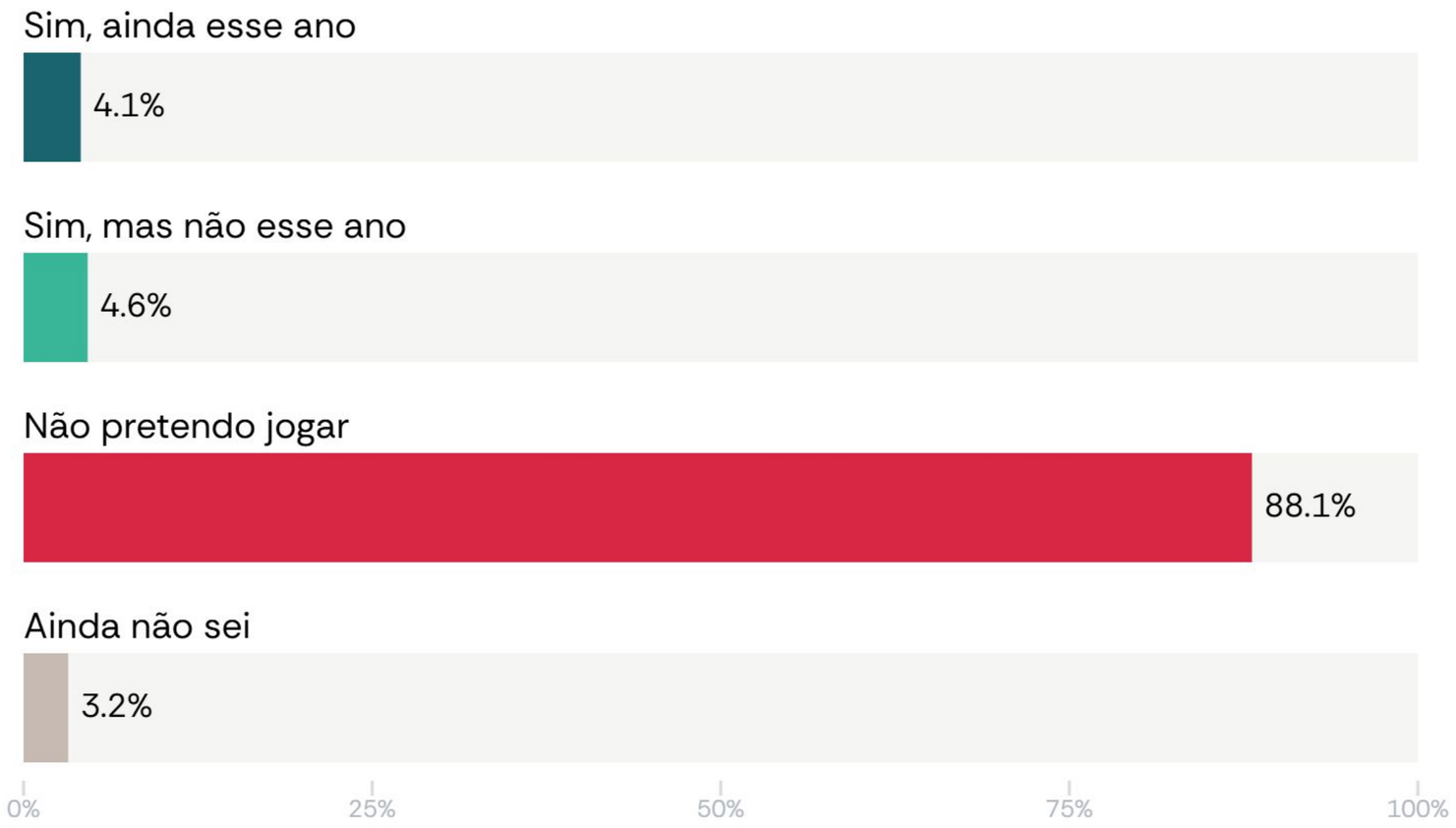
2. Em relação ao lançamento do jogo, Grand Theft Auto 6 (GTA 6), qual é o seu nível de empolgação?



	GÊNERO		IDADE				
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100
Muito empolgado	11.2	1.4	15.0	21.9	1.8	0.2	0
Empolgado	4.6	0.7	6.7	5.7	2.5	0.8	0.2
Pouco empolgado	7.8	5.5	25.8	8.3	6.8	1.5	1.3
Nada empolgado	76.5	92.4	52.5	64.1	88.8	97.5	98.5

	REGIÃO					FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Sul	Centro - Oeste	Sudeste	Nordeste	Norte	Todos os dias ou quase todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Muito empolgado	4.9	1.6	9.8	3.9	1.8	24.9	19.5	6.2	0.9	0.0
Empolgado	2.1	2.5	2.9	2.5	1.6	6.0	12.2	3.5	1.1	0.3
Pouco empolgado	9.9	3.0	8.0	3.6	8.2	20.0	15.8	15.0	6.8	0.4
Nada empolgado	83.1	92.9	79.3	90.0	88.4	49.1	52.5	75.3	91.3	99.3

3. Você pretende jogar GTA 6?



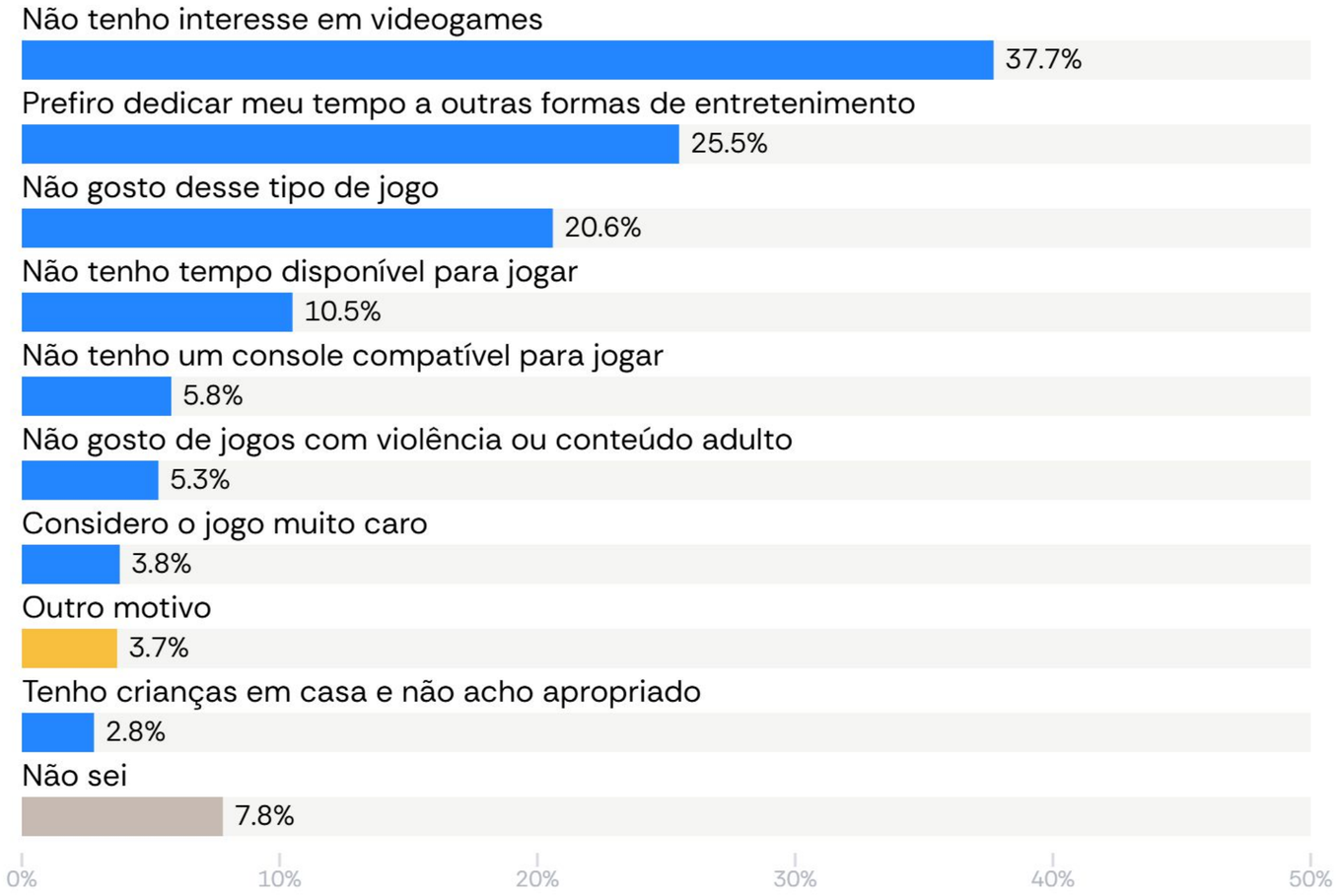
	GÊNERO		IDADE				
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100
Sim, ainda esse ano	7.3	1.2	8.3	16.0	1.4	0.3	0.0
Sim, mas não esse ano	8.5	1.1	12.5	11.9	4.4	0.4	0.0
Não pretendo jogar	79.4	95.7	73.5	67.4	91.4	96.4	98.1
Ainda não sei	4.7	1.9	5.6	4.6	2.8	3.0	1.9

	REGIÃO					FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Sul	Centro - Oeste	Sudeste	Nordeste	Norte	Todos os dias ou quase todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Sim, ainda esse ano	4.5	2.0	6.9	1.6	1.1	14.7	15.1	7.7	0.8	0.0
Sim, mas não esse ano	3.3	2.2	6.7	3.2	3.4	17.6	11.1	5.8	2.7	0.3
Não pretendo jogar	90.3	92.9	83.5	90.8	91.9	62.2	63.0	82.0	91.3	99.0
Ainda não sei	1.8	2.9	2.9	4.4	3.6	5.5	10.9	4.5	5.2	0.7

	EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
Sim, ainda esse ano	60.1	15.1	1.9	0.0
Sim, mas não esse ano	36.5	58.7	11.4	0.2
Não pretendo jogar	0	19.7	64.3	98.1
Ainda não sei	3.4	6.4	22.4	1.7

4. Quais são os principais motivos pelo qual você não pretende jogar GTA 6?

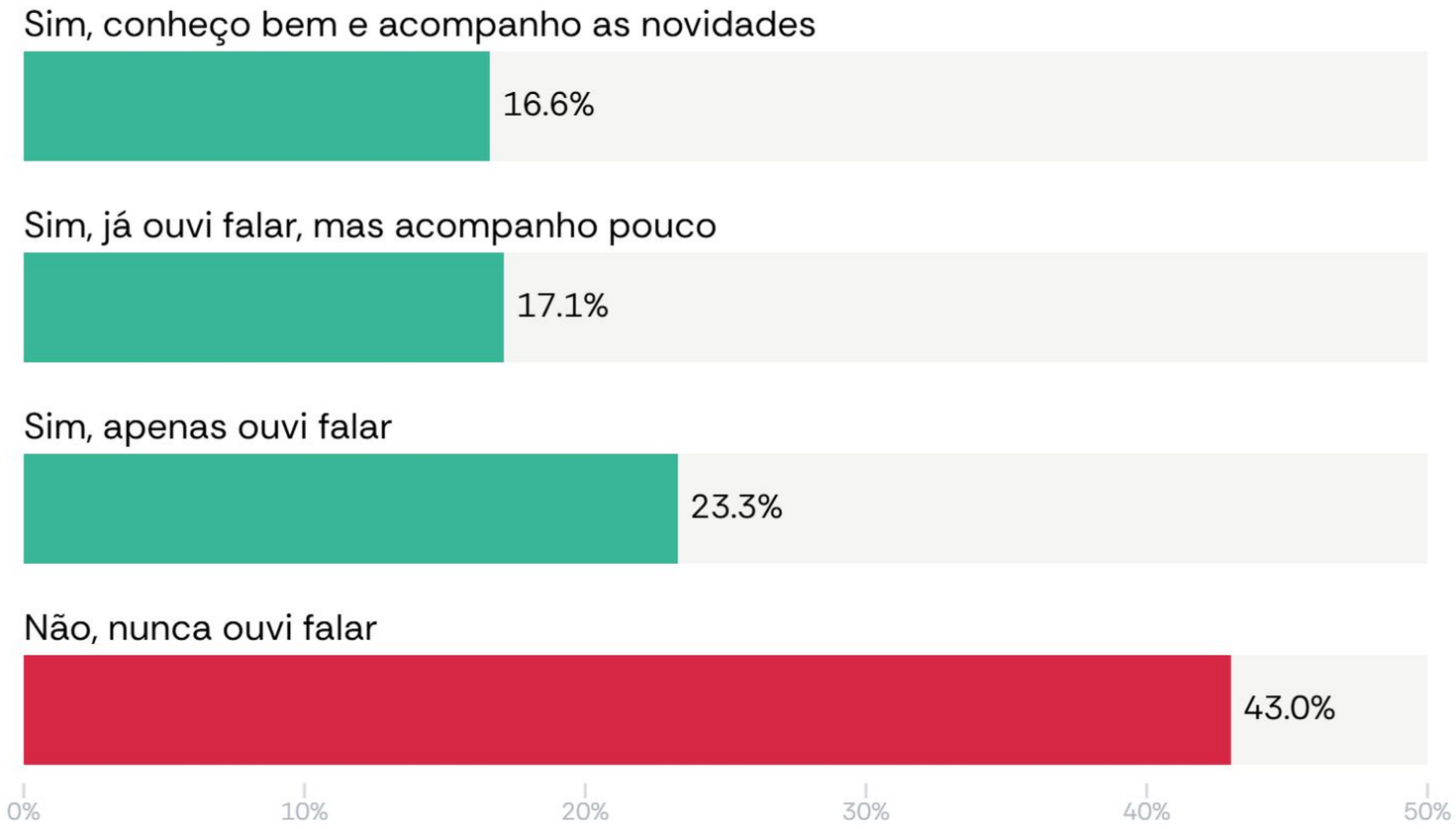
[Condicional: pra quem marcou que não pretende jogar na Q3]



	GÊNERO		NÍVEL EDUCACIONAL		IDADE				
	Homem	Mulher	Ensino Superior	Até Ensino Médio	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100
Não tenho interesse em videogames	40.8	35.5	40.6	36.5	21.6	34.9	48.6	34.4	39.2
Prefiro dedicar meu tempo a outras formas de entretenimento	21.2	28.5	28.5	24.3	29.5	28.7	21.8	26.4	24.3
Não gosto desse tipo de jogo	21.5	19.9	16.3	22.2	43.9	4.5	22.8	20.2	18.4
Não tenho tempo disponível para jogar	11.2	9.9	8.7	11.1	12.9	30.0	2.9	8.3	8.5
Não tenho um console compatível para jogar	9.5	3.0	5.7	5.8	24.4	18.4	1.0	2.4	0.6
Não gosto de jogos com violência ou conteúdo adulto	5.4	5.3	6.1	5.0	2.9	5.9	5.9	5.7	4.9
Considero o jogo muito caro	5.9	2.2	2.4	4.3	13.6	5.4	4.5	2.0	0.7
Outro motivo	4.0	3.5	3.6	3.7	0.4	0.2	6.5	5.1	2.9
Tenho crianças em casa e não acho apropriado	0.8	4.2	0.8	3.5	0	10.8	2.5	2.5	0.4
Não sei	7.0	8.3	9.7	7.0	3.6	5.5	6.3	8.6	10.8

	EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO				FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado	Todos os dias ou quase todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Não tenho interesse em videogames		5.5	4.1	39.6	8.6	17.8	11.5	34.6	48.1
Prefiro dedicar meu tempo a outras formas de entretenimento		6.0	21.5	25.7	24.9	9.0	31.4	25.6	26.6
Não gosto desse tipo de jogo		0	35.6	20.0	49.8	32.0	18.1	20.4	14.3
Não tenho tempo disponível para jogar		0	14.2	10.3	1.2	1.7	47.4	12.1	9.5
Não tenho um console compatível para jogar		88.5	39.4	3.6	24.0	11.3	25.9	5.3	0.5
Não gosto de jogos com violência ou conteúdo adulto		0	7.7	5.2	6.8	12.0	3.2	5.1	4.6
Considero o jogo muito caro		88.5	35.2	1.7	13.4	24.4	8.0	1.4	0.3
Outro motivo		0	1.9	3.8	2.3	2.1	0.9	1.9	4.9
Tenho crianças em casa e não acho apropriado		0	4.2	2.7	3.2	0.4	0.5	4.2	2.7
Não sei		0	0.2	8.2	12.5	6.4	0.7	8.4	7.6

5. Antes desta pesquisa, você já tinha ouvido falar do lançamento do jogo GTA 6?



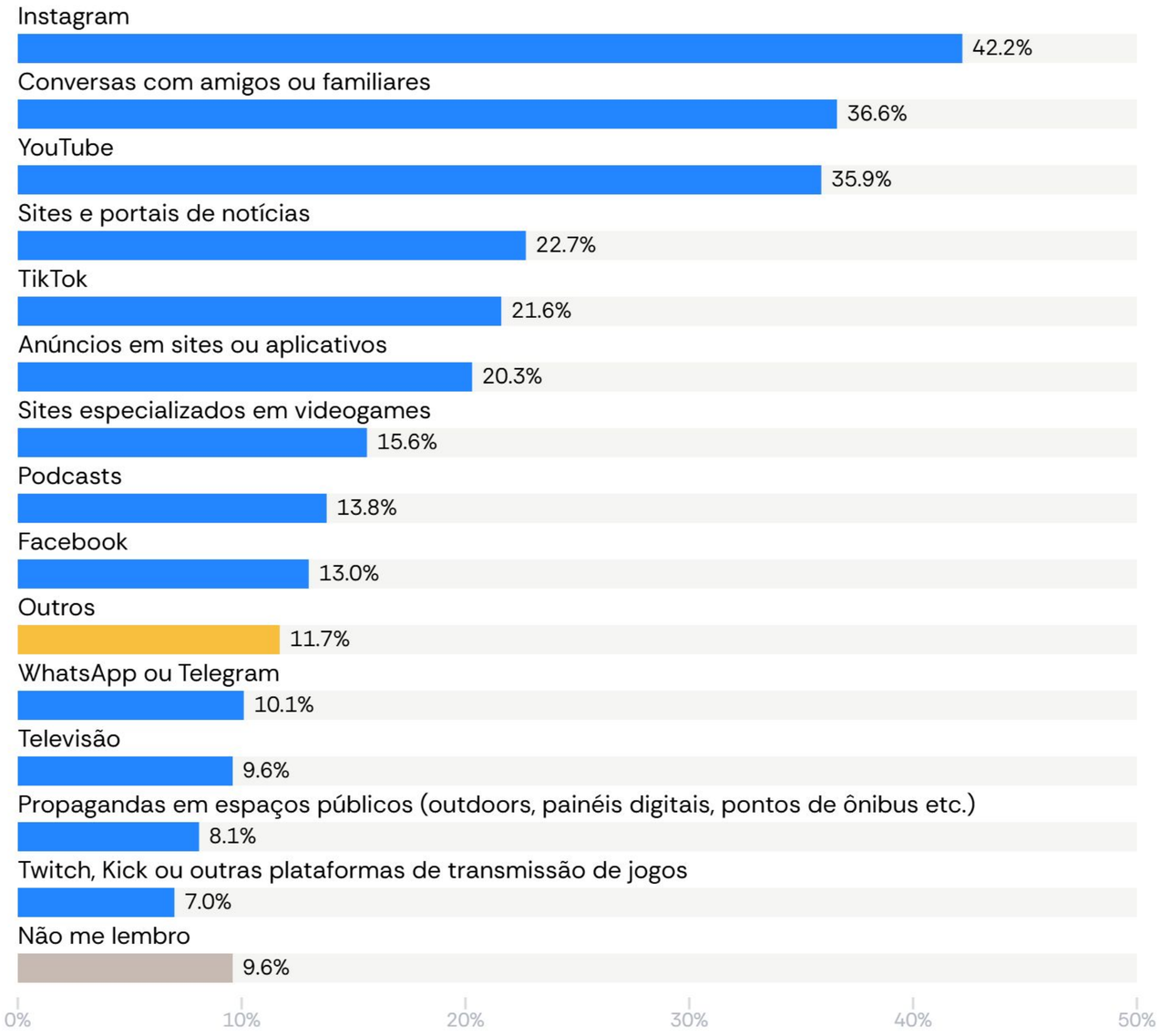
	GÊNERO		IDADE				
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100
Sim, conheço bem e acompanho as novidades	23.2	10.9	38.5	37.0	16.5	6.6	2.5
Sim, já ouvi falar, mas acompanho pouco	21.7	13.0	30.2	24.3	18.5	14.8	6.7
Sim, apenas ouvi falar	23.5	23.2	20.5	13.2	30.4	29.1	19.3
Não, nunca ouvi falar	31.5	53.0	10.9	25.4	34.6	49.5	71.5

	REGIÃO					EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Sul	Centro - Oeste	Sudeste	Nordeste	Norte	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
Sim, conheço bem e acompanho as novidades	10.8	6.5	27.1	12.4	3.4	99.4	86.6	36.0	7.3
Sim, já ouvi falar, mas acompanho pouco	22.0	24.3	16.6	12.9	17.1	0.6	10.8	53.0	15.6
Sim, apenas ouvi falar	26.4	26.5	18.9	24.8	29.5	0	0.0	4.7	27.1
Não, nunca ouvi falar	40.8	42.7	37.4	49.9	50.0	0	2.5	6.4	50.0

	FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Todos os dias ou quase todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Sim, conheço bem e acompanho as novidades	49.8	47.4	13.6	8.0	5.3
Sim, já ouvi falar, mas acompanho pouco	24.0	14.0	50.9	15.6	12.4
Sim, apenas ouvi falar	9.8	18.9	19.1	32.4	25.4
Não, nunca ouvi falar	16.3	19.6	16.4	44.0	56.8

6. Onde você se lembra de ter visto ou ouvido falar sobre o jogo GTA 6 nos últimos 30 dias?

[Condicional para quem marcou Sim na P6]



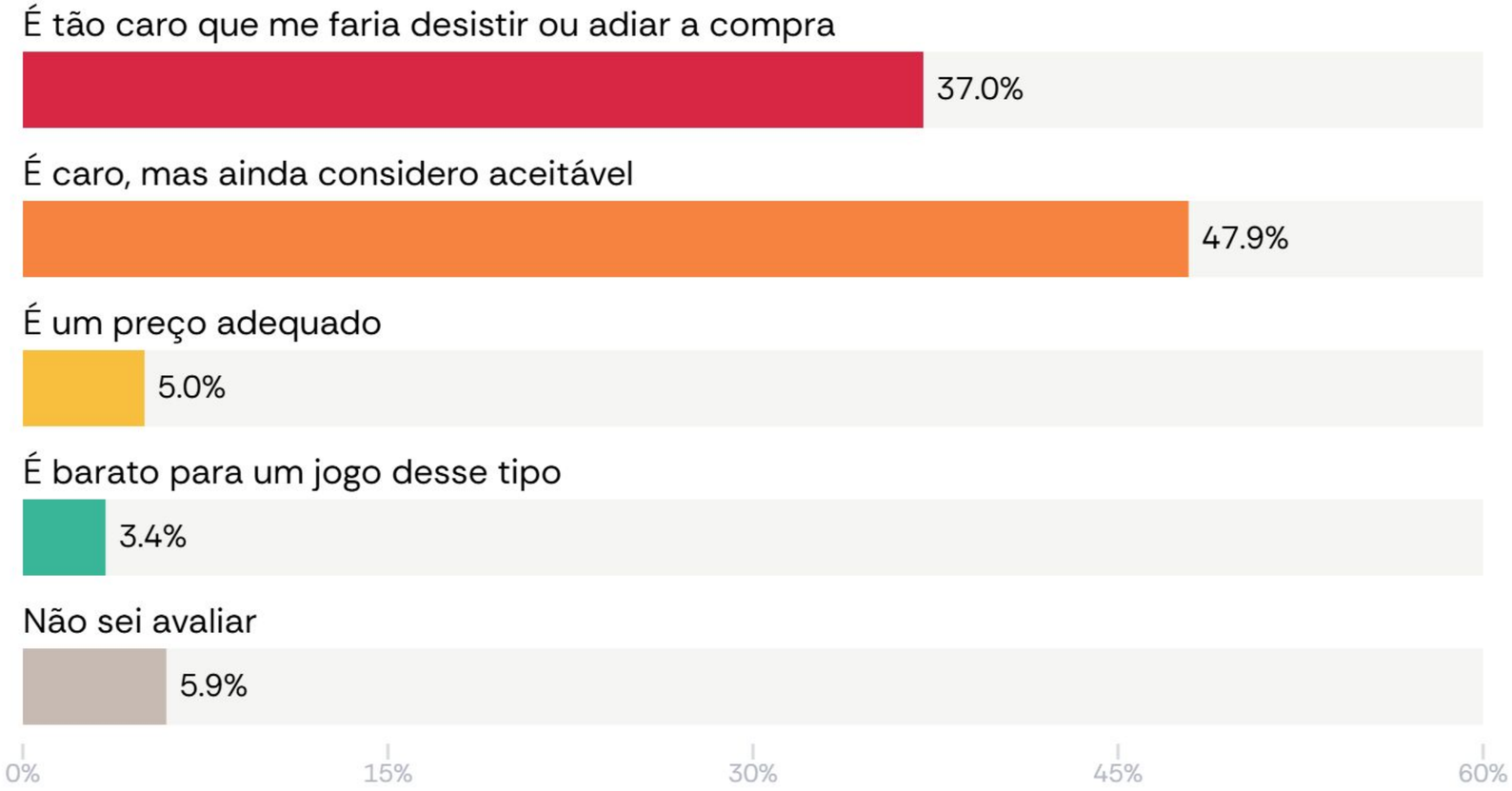
	GÊNERO		NÍVEL EDUCACIONAL		IDADE				
	Homem	Mulher	Ensino Superior	Até Ensino Médio	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100
Instagram	46.1	37.3	46.4	40.5	72.1	75.8	31.8	13.7	9.8
Conversas com amigos ou familiares	34.2	39.7	38.1	36.0	35.5	58.2	22.9	34.2	30.5
YouTube	45.2	23.9	37.3	35.3	62.4	54.8	31.5	16.1	7.5
Sites e portais de notícias	30.6	12.7	21.7	23.1	28.2	43.4	18.8	6.8	13.5
TikTok	21.7	21.4	23.3	20.8	55.1	41.0	5.5	2.1	4.1
Anúncios em sites ou aplicativos	27.4	11.3	14.1	22.9	27.6	33.7	20.6	6.8	9.8
Sites especializados em videogames	23.3	5.9	14.8	16.0	25.8	35.2	9.1	1.7	4.4
Podcasts	20.6	5.2	16.2	12.9	27.0	32.1	6.3	0.9	0.4
Facebook	17.2	7.6	9.8	14.3	16.5	35.7	5.1	2.5	1.3
Outros	12.1	11.2	12.3	11.6	13.2	17.4	9.1	7.7	11.8
WhatsApp ou Telegram	12.9	6.6	8.8	10.7	19.7	22.6	5.2	0.5	0.6
Televisão	12.3	6.2	12.0	8.6	9.0	19.6	5.9	4.8	8.2
Propagandas em espaços públicos (outdoors, painéis digitais, pontos de ônibus etc.)	12.1	3.1	13.6	5.9	15.3	21.0	1.4	1.4	0.3
Twitch, Kick ou outras plataformas de transmissão de jogos	11.2	1.6	6.5	7.2	8.0	19.8	4.5	0.2	0
Não me lembro	10.9	8.0	7.2	10.6	4.6	1.5	11.3	17.6	13.8



1.2 Intenção de compra e impacto financeiro

7. A edição padrão do jogo GTA 6 está sendo vendida por R$ 449,90. Como você avalia esse preço?

[Condicional: para quem respondeu que pretende ou ainda não sabe se vai jogar GTA VI na P3]



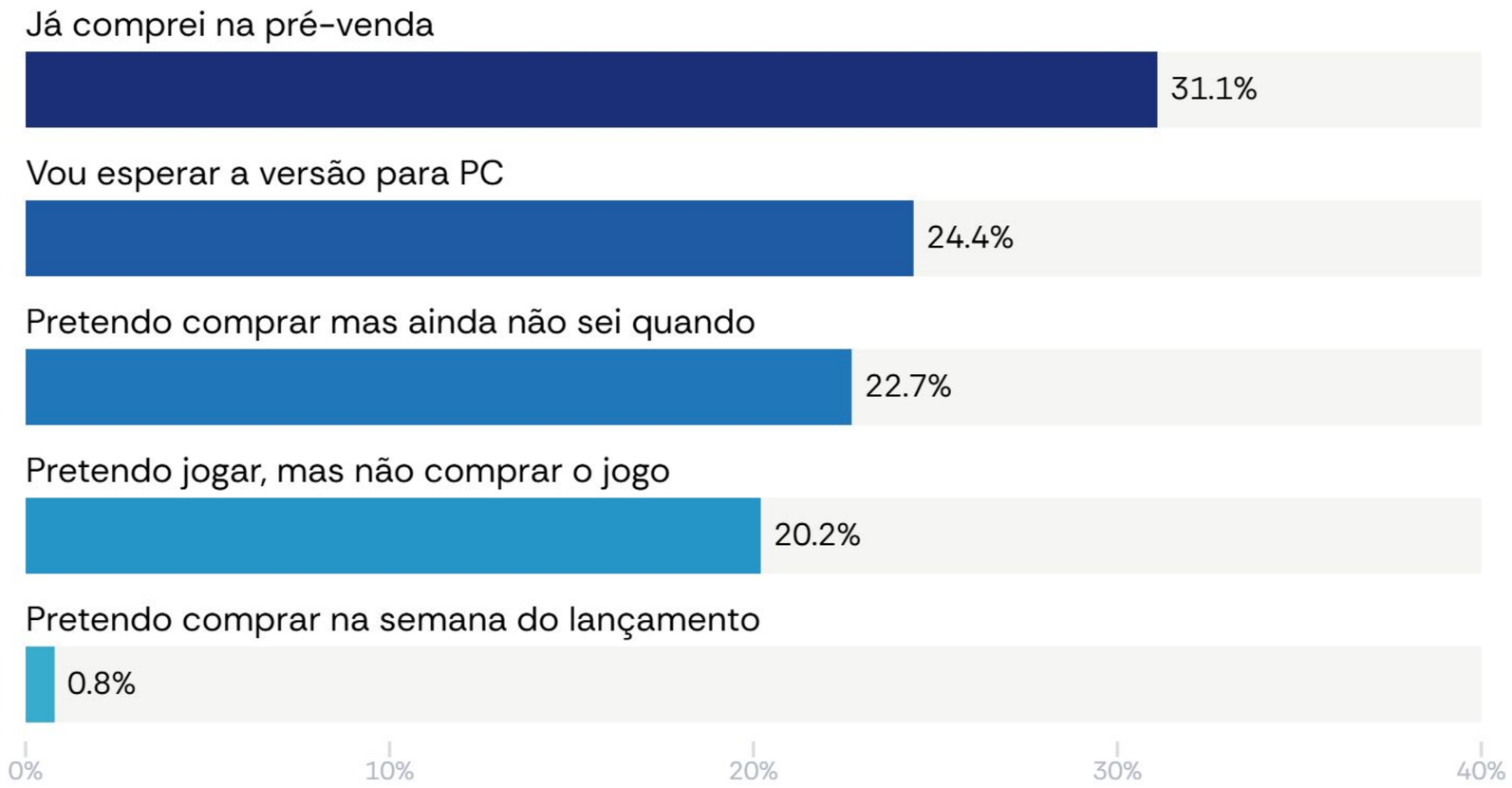
	GÊNERO		IDADE					EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
É tão caro que me faria desistir ou adiar a compra	39.3	30.2	37.4	25.2	65.1	41.7	68.4	15.6	44.8	73.9	52.6
É caro, mas ainda considero aceitável	47.6	48.8	40.4	66.6	31.4	16.7	0	69.7	50.6	13.2	10.5
É um preço adequado	5.8	4.7	9.1	4.6	3.5	2.8	0	7.8	4.6	2.5	0
É barato para um jogo desse tipo	4.4	0	7.2	3.4	0	0	0	7.0	0	0	0
Não sei avaliar	3.4	18.6	6	0.3	0	41.7	31.6	0.0	0	10.4	31.6

	RENDA FAMILIAR					REGIÃO				
	R$0 - R$2,000	R$2,000 - R$3,000	R$3,000 - R$5,000	R$5,000 - R$10,000	Acima de R$10,000	Sul	Centro - Oeste	Sudeste	Nordeste	Norte
É tão caro que me faria desistir ou adiar a compra	18	46.3	46.2	41.2	23.9	28.9	83.1	31.5	40.2	54.3
É caro, mas ainda considero aceitável	61.8	40.5	47.6	43	49.6	49.5	14.1	58.8	32.6	28.4
É um preço adequado	3.4	9.9	1.4	6.1	9.4	9.3	0	4.8	6.5	2.5
É barato para um jogo desse tipo	3.4	0.8	0	4.4	10.3	3.1	0	4.2	2.2	4.9
Não sei avaliar	12.4	2.5	4.8	5.3	6.8	9.3	4.2	0.6	18.5	8.6

	FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Todos os dias ou quase	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
É tão caro que me faria desistir ou adiar a compra	32.8	36.8	48.9	51.7	20
É caro, mas ainda considero aceitável	57.9	49.5	33.9	13.8	50
É um preço adequado	4.5	8.9	6.1	2.3	0
É barato para um jogo desse tipo	4.5	1.4	9.4	0	0
Não sei avaliar	0.3	3.2	1.7	33.3	20

8. Você já comprou ou pretende comprar o jogo GTA 6?

[Condicional: para quem respondeu que pretende ou ainda não sabe se vai jogar GTA VI na P3]

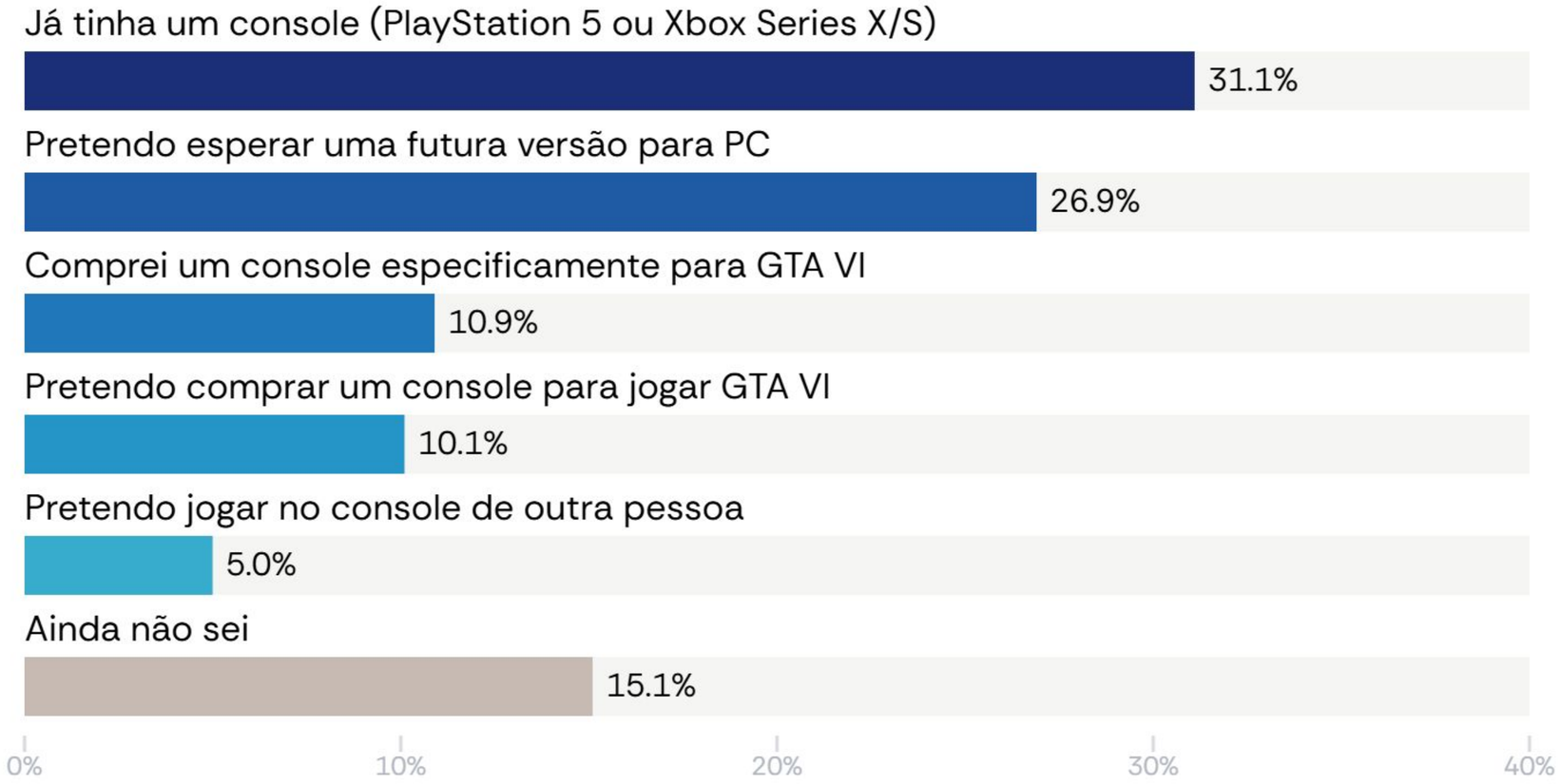


	GÊNERO		IDADE					EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
Já comprei na pré-venda	32	27.9	26.4	46.3	14	5.6	0	55.8	17.1	0.8	0
Vou esperar a versão para PC	29.1	2.3	20	30.1	22.1	13.9	5.3	25.8	36.9	21.8	5.3
Pretendo comprar mas ainda não sei quando	22.8	23.3	23.4	13.8	47.7	19.4	42.1	13.9	35.7	28.6	31.6
Pretendo jogar, mas não comprar o jogo	14.6	44.2	28.7	8.6	16.3	61.1	52.6	3.1	10.2	48.7	57.9
Pretendo comprar na semana do lançamento	1.5	0	1.5	1.2	1.2	0	0	1.4	0	0	5.3

	FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Todos os dias ou quase	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Já comprei na pré-venda	36.2	37.8	41.1	1.1	0
Vou esperar a versão para PC	32	18.6	6.1	24.1	10
Pretendo comprar mas ainda não sei quando	17.5	24.9	28.9	13.8	80
Pretendo jogar, mas não comprar o jogo	13.5	15.7	22.8	60.9	20
Pretendo comprar na semana do lançamento	0.5	3	1.1	0	0

9. Qual das seguintes situações melhor descreve como você pretende jogar GTA 6?

[Condicional: para quem respondeu que pretende ou ainda não sabe se vai jogar GTA VI na P3]



	GÊNERO		IDADE					EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
Já tinha um console (PlayStation 5 ou Xbox Series X/S)	30.6	34.9	36.2	34	30.2	13.9	0	42.5	27.4	17.9	10.5
Pretendo esperar uma futura versão para PC	32	7	19.2	35	27.9	16.7	10.5	24.0	48.1	30.3	5.3
Comprei um console especificamente para GTA VI	11.7	11.6	7.5	17.2	8.1	0	0	21.3	2.6	0.6	0
Pretendo comprar um console para jogar GTA VI	11.7	2.3	10.2	10.7	12.8	0	5.3	10.0	14.4	10.9	0
Pretendo jogar no console de outra pessoa	2.9	14	11.3	0.6	8.1	5.6	0	1.8	2.6	3.9	21.1
Ainda não sei	11.7	30.2	15.5	2.1	15.1	61.1	84.2	0.3	4.6	36.1	52.6

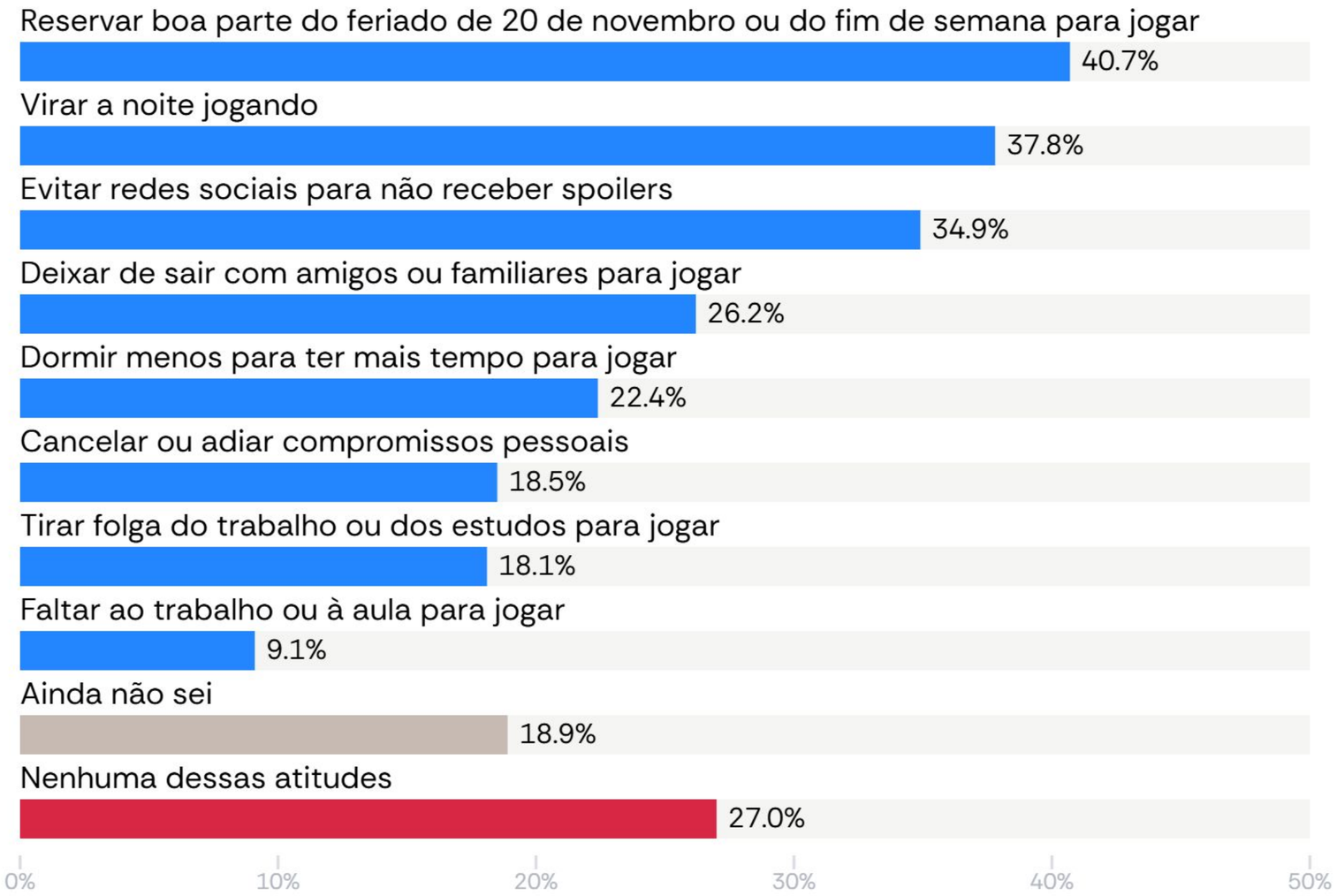
	FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES				
	Todos os dias ou quase	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Já tinha um console (PlayStation 5 ou Xbox Series X/S)	30.4	43	52.2	3.4	0
Pretendo esperar uma futura versão para PC	32	26.5	16.1	25.3	0
Comprei um console especificamente para GTA VI	17.2	8.9	5.6	1.1	0
Pretendo comprar um console para jogar GTA VI	9	11.6	3.9	6.9	20
Pretendo jogar no console de outra pessoa	1.6	2.2	15.6	10.3	30
Ainda não sei	9.3	8.1	6.1	51.7	50



1.3 Impacto na rotina e no comportamento

10. Quais destas atitudes você pretende fazer por causa do lançamento do jogo GTA 6?

[Condicional: para quem respondeu que pretende ou ainda não sabe se vai jogar GTA VI na P3]

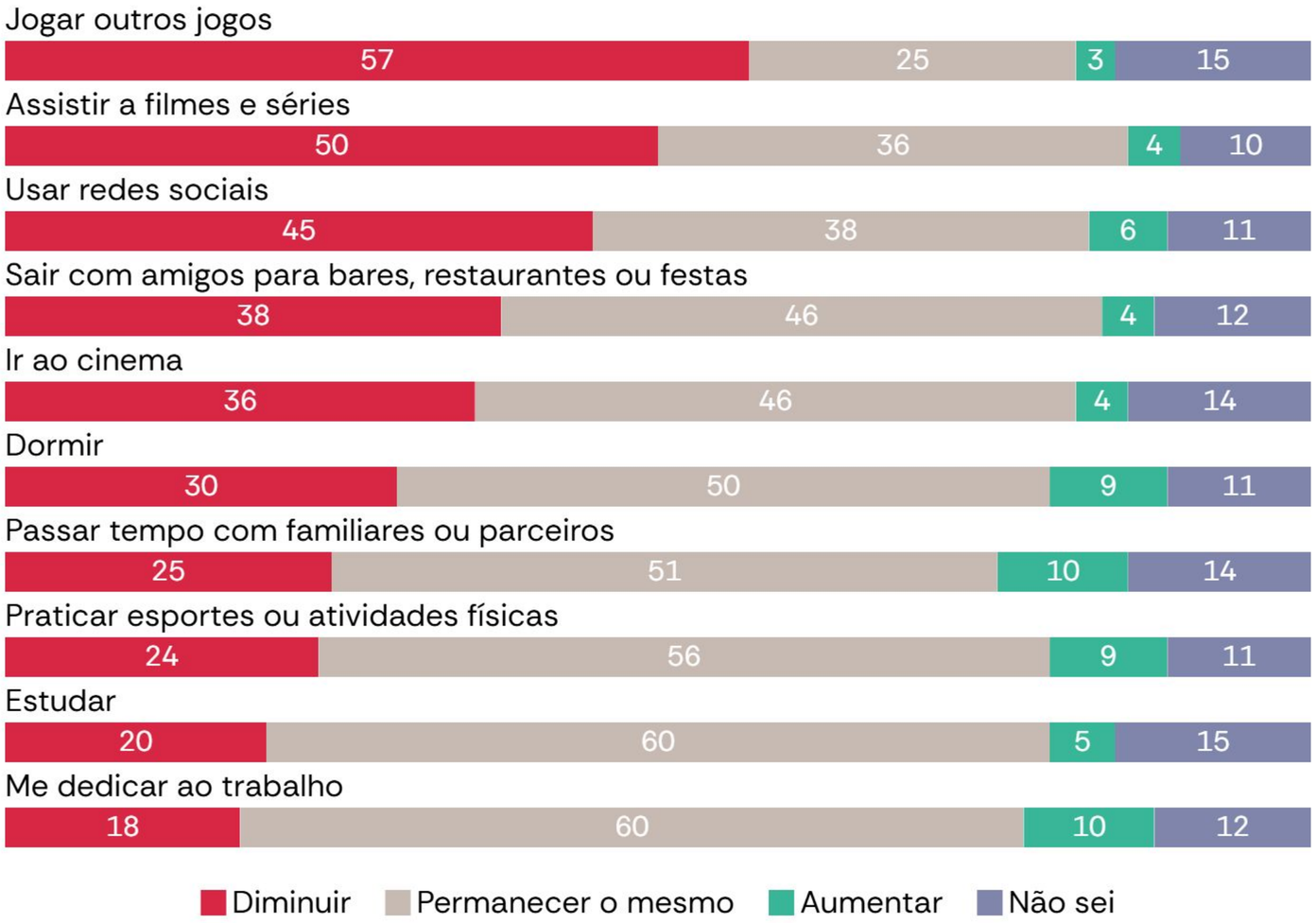


	GÊNERO		IDADE					EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Homem	Mulher	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
Reservar boa parte do feriado de 20 de novembro ou do fim de semana para jogar	49.1	13.4	52.8	51.8	28.7	5.5	0.8	69.6	57.0	2.6	0
Virar a noite jogando	39.1	34.9	41.8	53.5	20.3	2.8	0.2	69.1	29.1	0.1	0
Evitar redes sociais para não receber spoilers	37.2	28.1	46.7	42.6	28.6	6.2	0	57.3	67.0	1.1	0.9
Deixar de sair com amigos ou familiares para jogar	26.9	24.7	35.1	33.2	18.7	0.7	0	47.3	24.3	0	0
Dormir menos para ter mais tempo para jogar	23.6	18.7	28.2	28.6	18.7	1.8	0	42.3	8.7	0	0
Cancelar ou adiar compromissos pessoais	22.8	3.9	33.9	19.4	12.7	1.4	0	35.0	4.0	0.7	0
Tirar folga do trabalho ou dos estudos para jogar	22.8	2.8	31.2	18.1	16.2	4.7	0	32.5	18.5	0	0
Faltar ao trabalho ou à aula para jogar	11.0	2.7	25.2	5.4	6.1	0.7	0	17.2	2.8	0	0
Ainda não sei	16.0	27.2	23.2	14.3	20.4	20.4	27.2	5.7	8.6	44.7	28.4
Nenhuma dessas atitudes	24.7	34.0	19.0	11.7	41.4	70.8	71.9	2.2	16.8	51.4	70.7

	FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES					RENDA FAMILIAR				
	Todos os dias ou quase	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca	R$0 - R$2,000	R$2,000 - R$3,000	R$3,000 - R$5,000	R$5,000 - R$10,000	Acima de R$10,000
Reservar boa parte do feriado de 20 de novembro ou do fim de semana para jogar	50.2	48.3	44.9	6.4	0.2	28.2	35.5	34.1	46.6	53.7
Virar a noite jogando	53.3	36.4	46.2	1.8	0.0	24.1	46.1	36.2	38.7	42.7
Evitar redes sociais para não receber spoilers	44.2	34.2	51.4	11.4	0	34.5	54.5	26.8	28.1	44.2
Deixar de sair com amigos ou familiares para jogar	36.2	23.3	36.7	4.0	0.0	13.6	42.7	18.9	20.2	41.6
Dormir menos para ter mais tempo para jogar	36.1	15.3	29.0	1.9	0.0	16.9	37.4	15.3	18.0	32.4
Cancelar ou adiar compromissos pessoais	25.3	17.6	26.9	2.1	0	13.7	17.2	17.9	15.3	30.6
Tirar folga do trabalho ou dos estudos para jogar	23.4	20.4	24.3	0	0	16.9	17.5	14.5	15.8	31.5
Faltar ao trabalho ou à aula para jogar	12.3	8.6	14.5	0	0	12.6	13.1	3.4	4.4	22.2
Ainda não sei	13.4	13.8	2.5	39.0	65.7	50.9	11.3	16.3	17.9	10.1
Nenhuma dessas atitudes	15.1	32.0	33.9	45.8	34.1	15.2	26.5	25.9	31.2	26.7

11. Especificamente por causa do lançamento do jogo GTA 6, você acredita que vai aumentar ou diminuir o tempo dedicado às seguintes atividades nos próximos 30 dias?

[Condicional: para quem respondeu que pretende ou ainda não sabe se vai jogar GTA VI na P3]



	FREQUÊNCIA QUE JOGA VIDEOGAMES					EMPOLGAÇÃO COM O LANÇAMENTO			
	Todos os dias ou quase todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca	Muito empolgado	Empolgado	Pouco empolgado	Nada empolgado
Jogar outros jogos									
Diminuir	69	69	66	6	1	93	56	16	5
Permanecer o mesmo	13	26	21	59	36	4	40	37	60
Aumentar	1	0	6	17	0	1	0	11	2
Não sei	18	5	6	18	63	1	4	35	33
Assistir a filmes e séries									
Diminuir	66	53	60	5	1	85	52	8	4
Permanecer o mesmo	15	46	40	70	70	14	47	53	74
Aumentar	1	1	0	16	20	1	0	11	6
Não sei	19	0	0	10	9	0	0	28	16
Usar redes sociais									
Diminuir	54	45	61	13	31	69	72	8	12
Permanecer o mesmo	23	48	38	56	60	26	27	49	65
Aumentar	4	7	1	16	0	5	1	16	4
Não sei	19	0	0	15	9	0	0	28	20
Sair com amigos para bares, restaurantes ou festas									
Diminuir	48	46	33	6	0	65	17	7	8
Permanecer o mesmo	34	47	63	64	72	31	69	51	75
Aumentar	1	3	0	17	3	1	0	11	6
Não sei	18	5	3	14	24	3	14	31	11
Ir ao cinema									
Diminuir	48	39	34	6	0	61	20	3	13
Permanecer o mesmo	34	58	60	44	52	35	62	51	64
Aumentar	1	0	0	26	0	1	0	16	1
Não sei	17	3	5	24	48	3	18	30	22
Dormir									
Diminuir	37	37	30	5	1	52	23	8	1
Permanecer o mesmo	43	53	68	49	68	45	77	46	57
Aumentar	5	6	0	31	0	1	0	16	24
Não sei	15	3	2	15	31	2	0	30	17
Passar tempo com familiares ou parceiros									
Diminuir	34	29	14	3	1	43	20	6	0
Permanecer o mesmo	47	49	86	54	42	48	79	46	54
Aumentar	5	6	1	27	49	3	1	18	26
Não sei	15	16	0	17	9	7	0	30	19
Praticar esportes ou atividades físicas									
Diminuir	35	28	7	4	0	43	13	6	1
Permanecer o mesmo	44	65	93	54	44	54	87	49	56
Aumentar	5	7	0	27	8	1	1	18	25
Não sei	15	1	0	15	48	2	0	27	18
Estudar									
Diminuir	24	26	9	10	1	33	24	6	1
Permanecer o mesmo	55	63	90	47	72	62	75	45	69
Aumentar	1	2	1	28	8	1	1	18	7
Não sei	21	9	0	15	19	5	0	32	23
Me dedicar ao trabalho									
Diminuir	22	22	4	1	31	29	1	6	9
Permanecer o mesmo	52	65	95	58	49	63	96	46	57
Aumentar	7	11	1	26	8	3	1	18	26
Não sei	20	3	0	15	12	5	1	31	9

	RENDA FAMILIAR					IDADE					GÊNERO	
	R$0 - R$2,000	R$2,000 - R$3,000	R$3,000 - R$5,000	R$5,000 - R$10,000	Acima de R$10,000	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 - 100	Homem	Mulher
Jogar outros jogos												
Diminuir	60	61	50	54	71	53	79	44	14	2	63	38
Permanecer o mesmo	11	37	18	29	22	23	12	39	66	23	22	32
Aumentar	22	2	2	0	0	10	1	0	2	1	1	9
Não sei	8	1	30	16	8	14	8	16	17	74	14	21
Assistir a filmes e séries												
Diminuir	21	50	54	48	66	46	72	38	4	0	54	38
Permanecer o mesmo	55	47	25	39	31	32	20	55	83	66	35	41
Aumentar	22	2	3	0	0	10	1	0	2	11	2	9
Não sei	3	1	18	13	2	12	7	7	11	23	9	13
Usar redes sociais												
Diminuir	10	65	46	39	58	45	56	54	11	1	46	45
Permanecer o mesmo	65	31	32	42	34	30	30	39	70	76	40	32
Aumentar	22	4	0	6	6	14	6	0	3	0	4	12
Não sei	3	0	22	13	2	12	7	7	16	23	10	12
Sair com amigos para bares, restaurantes ou festas												
Diminuir	29	51	29	33	56	42	46	34	5	21	41	27
Permanecer o mesmo	42	43	48	50	40	34	41	50	83	55	44	54
Aumentar	22	0	1	3	1	10	2	1	2	4	2	10
Não sei	8	6	22	15	3	14	11	15	11	19	13	10
Ir ao cinema												
Diminuir	33	48	32	35	37	41	45	25	6	23	39	27
Permanecer o mesmo	43	45	37	49	56	38	43	65	66	31	44	54
Aumentar	22	0	0	4	2	10	1	0	11	0	2	10
Não sei	3	8	31	12	5	12	11	10	18	46	15	10
Dormir												
Diminuir	20	41	22	31	40	30	40	26	10	1	34	20
Permanecer o mesmo	57	56	45	51	47	43	50	70	43	43	49	55
Aumentar	20	0	9	7	8	12	2	0	31	21	6	16
Não sei	3	4	24	11	5	14	8	4	17	34	12	10
Passar tempo com familiares ou parceiros												
Diminuir	23	18	24	28	29	23	34	24	4	0	28	16
Permanecer o mesmo	22	66	49	53	57	49	49	53	53	62	50	56
Aumentar	22	15	8	9	4	13	3	20	14	33	6	25
Não sei	34	1	20	11	11	15	14	3	29	5	17	3
Praticar esportes ou atividades físicas												
Diminuir	8	39	19	26	28	28	31	23	7	0	26	18
Permanecer o mesmo	69	60	47	56	60	49	58	69	51	44	56	57
Aumentar	20	0	9	8	9	11	2	5	29	21	5	20
Não sei	3	1	26	11	3	12	9	3	14	34	12	6
Estudar												
Diminuir	15	23	18	21	25	26	21	30	4	0	25	5
Permanecer o mesmo	55	73	53	58	64	48	67	50	67	57	58	68
Aumentar	20	1	2	8	1	11	2	7	12	0	3	12
Não sei	10	3	28	13	10	14	11	13	17	43	14	16
Me dedicar ao trabalho												
Diminuir	13	43	1	15	28	17	20	34	1	0	16	24
Permanecer o mesmo	64	57	58	64	60	58	64	53	56	64	67	39
Aumentar	20	0	12	10	8	12	4	9	27	21	7	20
Não sei	3	0	28	11	4	13	12	4	16	14	11	17

2 Sobre AtlasIntel

A precisão da AtlasIntel em inúmeras eleições a nível internacional criou as bases de uma marca já reconhecida, com presença e vocação global

- → Atlas conquistou o 1º lugar no principal ranking de empresas de pesquisa nos Estados Unidos em 2025
- → Empresa mais precisa nas eleições presidenciais dos EUA em 2020 e 2024, tanto em nível nacional quanto nos estados decisivos
- → Empresa mais precisa nos últimos 4 ciclos eleitorais no Brasil
- → Empresa mais precisa nos últimos 3 ciclos eleitorais na Argentina
- → Antecipou corretamente o resultado da eleição presidencial do Equador de 2025

Ranking de Institutos de Pesquisa EUA 2025

SILVER BULLETIN

Ranking	Instituto	Nota	Poder preditivo
1	AtlasIntel	A+	-1.0
3	The Washington Post	A+	-0.9
5	The New York Times/Siena College	A	-0.8
7	SurveyUSA	A	-0.7
13	Emerson College	A-	-0.6
15	Monmouth University	A-	-0.5
19	Marist College	A-	-0.4
21	Public Policy Polling	A-	-0.4
25	Mason-Dixon Polling & Strategy	A-	-0.3
27	Suffolk University	A-	-0.3
30	Quinnipiac University	B+	-0.3
39	Trafalgar Group	B+	-0.2
56	Gallup	B+	-0.1
72	InsiderAdvantage	B	0.0
77	YouGov	B	0.0
82	Rasmussen Reports	B	0.1
106	Gravis Marketing/Kaplan Strategies	B	0.2
107	Harris Insights & Analytics	B	0.2
123	Data for Progress	B	0.3
162	Big Village	B-	0.4
166	University of New Hampshire	B-	0.4
171	Ipsos	B-	0.4
203	Change Research	B-	0.5
211	Zogby Analytics	B-	0.6
225	Morning Consult	B-	0.6
417	American Research Group	C+	0.8
470	CNN/SSRS	C	1.0
485	SurveyMonkey	C	1.0

Inclui todas as empresas com grandes parcerias de mídia ou um histórico baseado em pelo menos 80 pesquisas.
Para ver a lista completa e a metodologia do ranking, acesse: https://www.natesilver.net/p/pollster-ratings-silver-bulletin

AtlasIntel

A AtlasIntel é uma das “seletas empresas de pesquisa” premiadas com um diamante do The New York Times por nossa confiabilidade e precisão em pesquisas anteriores nos Estados Unidos.

The latest polls

Every poll here influences the averages above. Polls from “select pollsters,” which meet certain criteria for reliability, count for more. You can filter by state, toggle to show only select pollsters, and choose head-to-head or three-way matchups.

National polls | All pollsters | ♦ Select pollsters | Biden vs. Trump | With Kennedy

POLLSTER	SPONSOR	STATE	MARGIN	BIDEN	TRUMP	KENNEDY
♦ Emerson College July 7–8 New		U.S.	Trump +4	40%	44%	6%
♦ Cygnal Political July 1–2		U.S.	Trump +5	38%	44%	7%
♦ Fabrizio, Lee & Associate June 29 – July 2	Wall Street Journal	U.S.	Trump +6	36%	42%	7%
♦ The New York Times/Sie June 28 – July 2		U.S.	Trump +6	37%	42%	8%
♦ CNN/SSRS June 28–30		U.S.	Trump +6	35%	41%	14%
♦ Suffolk University June 28–30	USA Today	U.S.	Trump +4	38%	41%	8%
♦ AtlasIntel June 26–28	CNN Brazil	U.S.	Trump +5	40%	46%	10%
♦ The New York Times/Sie June 20–25		U.S.	Trump +4	37%	40%	7%
♦ Quinnipiac University June 20–24		U.S.	Trump +6	37%	43%	11%
♦ Beacon Research/Shaw June 14–17	Fox News	U.S.	Biden +1	43%	42%	10%



Ruth Igielnik
Staff editor, polling

Polls by “select pollsters” are shown with a diamond. These pollsters have backgrounds that tend to mean they are more reliable. Also, polls that were conducted by or for partisan organizations are labeled, as they often release only results that are favorable to their cause.

AtlasIntel

Nas eleições presidenciais dos EUA de 2024, a AtlasIntel foi a empresa de pesquisas mais precisa, tanto em nível federal quanto em cada um dos principais estados que definiram o número de delegados para o Colégio Eleitoral.

AtlasIntel acertou corretamente a vitória de Donald Trump pelo voto popular e em todos os swing states.

Most Accurate Pollsters of the 2024 US Presidential Election

National Popular Vote

		Trump	Harris	Advantage Trump vs Harris	Poll Error
Results				1.5	
1	AtlasIntel 11/04	50	48.8	1.2	0.3
2	ActiVote 11/02	50.5	49.5	1	0.5
3	Quantus Insights 10/30	49.1	48.3	0.8	0.7
4	SoCal Strategies 10/31	49.9	49.1	0.8	0.7
5	Big Data Poll 10/29	50.1	49.9	0.2	1.3
6	Rasmussen 10/31	49	46	3	1.5
7	J.L. Partners 10/29	50	47	3	1.5
8	Fabrizio/GBAO/WSJ 10/22	49	46	3	1.5
9	TIPP Insight 11/03	48	48	0	1.5
10	Hart Research/POS 11/02	49	49	0	1.5
11	Emerson College 11/02	49	49	0	1.5
12	NYT/Siena 10/23	48	48	0	1.5
13	NBC News 11/02	49	49	0	1.5
14	Leger/NYP 11/03	48.5	49.4	0.9	2.4
15	YouGov 10/31	48	49	1	2.5
16	Patriot Polling 11/03	48.1	49.4	1.3	2.8
17	Research Co. 11/03	46	48	2	3.5
18	Ipsos 11/03	48	50	2	3.5
19	HarrisX 11/02	49	51	2	3.5
20	Morning Consult 10/31	47	49	2	3.5
21	Marist College 11/02	47	51	4	5.5

Final Trump vs. Harris advantage according to New York Times projection on 11/07/2024.
The error ranking considers the last poll released by each pollster up to two weeks (14 days) before Election Day.

AtlasIntel

www.atlasintel.org/polls

Performance of Final Atlas Polls 2024 U.S. Presidential Election

Race	Final result	Atlas Polls	Error
National	Trump +1.5	Trump +1.2	0.3
Nevada	Trump +3.1	Trump +3.1	0.0
Wisconsin	Trump +0.9	Trump +0.9	0.0
Michigan	Trump +1.4	Trump +1.5	0.1
Montana	Trump +19.9	Trump +20.2	0.3
Virginia	Harris +5.8	Harris +5.4	0.4
Arizona	Trump +5.5	Trump +5.1	0.4
Georgia	Trump +2.2	Trump +1.6	0.6
Pennsylvania	Trump +1.7	Trump +1.0	0.7
North Carolina	Trump +3.2	Trump +2.1	1.1
Minnesota	Harris +4.2	Harris +2.0	2.2
Ohio	Trump +11.2	Trump +8.5	2.7
Texas	Trump +13.6	Trump +10.6	3.0

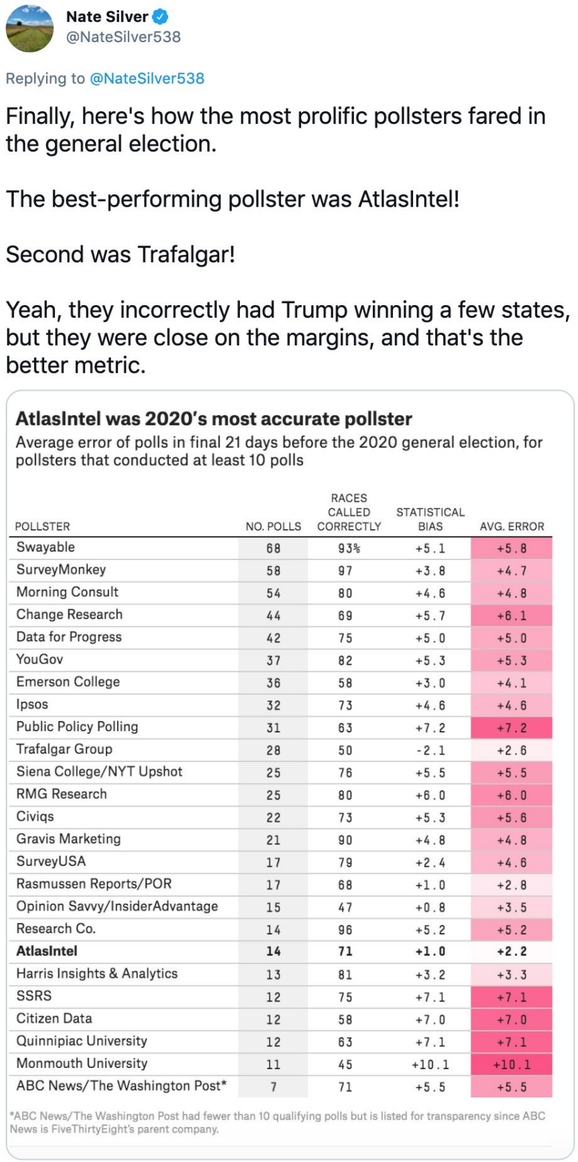
AtlasIntel

www.atlasintel.org/polls

A AtlasIntel foi a principal empresa de pesquisa de opinião nas Eleições Presidenciais de 2020 e de 2024 nos Estados Unidos.

Em 2020, as pesquisas da Atlas tiveram um erro médio de 2 pontos percentuais, o mais baixo entre mais de 30 institutos de pesquisa, considerando pesquisas nacionais e estaduais. A pesquisa final da Atlas em nível nacional teve um erro de apenas 0,2 p.p.

Em 2024, AtlasIntel acertou o vencedor da eleição a nível nacional e em todos os estados competitivos, sendo a única empresa com este desempenho. Mais uma vez, a pesquisa final da AtlasIntel em nível nacional teve um erro de apenas 0,2 p.p enquanto o erro das pesquisas estaduais ficou abaixo de 1pp.



Nate Silver ✓
@NateSilver538

Replying to @NateSilver538

Finally, here's how the most prolific pollsters fared in the general election.

The best-performing pollster was AtlasIntel!

Second was Trafalgar!

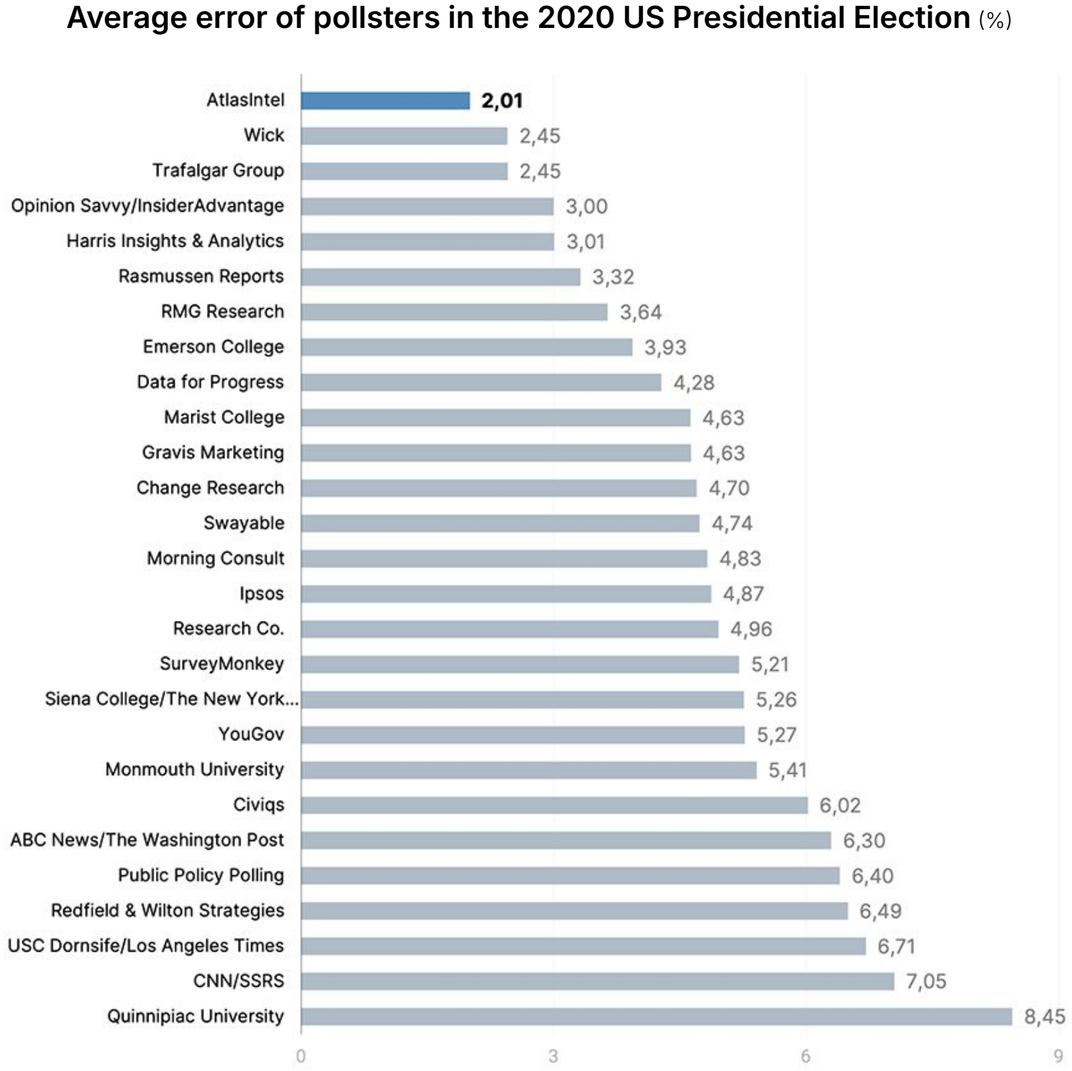
Yeah, they incorrectly had Trump winning a few states, but they were close on the margins, and that's the better metric.

AtlasIntel was 2020's most accurate pollster

Average error of polls in final 21 days before the 2020 general election, for pollsters that conducted at least 10 polls

POLLSTER	NO. POLLS	RACES CALLED CORRECTLY	STATISTICAL BIAS	AVG. ERROR
Swayable	68	93%	+5.1	+5.8
SurveyMonkey	58	97	+3.8	+4.7
Morning Consult	54	80	+4.6	+4.8
Change Research	44	69	+5.7	+6.1
Data for Progress	42	75	+5.0	+5.0
YouGov	37	82	+5.3	+5.3
Emerson College	36	58	+3.0	+4.1
Ipsos	32	73	+4.6	+4.6
Public Policy Polling	31	63	+7.2	+7.2
Trafalgar Group	28	50	-2.1	+2.6
Siena College/NYT Upshot	25	76	+5.5	+5.5
RMG Research	25	80	+6.0	+6.0
Civiqs	22	73	+5.3	+5.6
Gravis Marketing	21	90	+4.8	+4.8
SurveyUSA	17	79	+2.4	+4.6
Rasmussen Reports/POR	17	68	+1.0	+2.8
Opinion Savvy/InsiderAdvantage	15	47	+0.8	+3.5
Research Co.	14	96	+5.2	+5.2
AtlasIntel	**14**	**71**	**+1.0**	**+2.2**
Harris Insights & Analytics	13	81	+3.2	+3.3
SSRS	12	75	+7.1	+7.1
Citizen Data	12	58	+7.0	+7.0
Quinnipiac University	12	63	+7.1	+7.1
Monmouth University	11	45	+10.1	+10.1
ABC News/The Washington Post*	7	71	+5.5	+5.5

*ABC News/The Washington Post had fewer than 10 qualifying polls but is listed for transparency since ABC News is FiveThirtyEight's parent company.



No Brasil, a AtlasIntel foi a empresa de pesquisa com o melhor desempenho nos últimos 3 ciclos eleitorais

Em 2024, as pesquisas Atlas para as eleições municipais tiveram o melhor desempenho em 8 capitais no 1o Turno e em 5 capitais no 2o Turno - o melhor desempenho global entre os institutos de pesquisa.

Em 2022, a Atlas conduziu as pesquisas mais precisas em 9 de 11 estados para os quais forneceu estimativas como também a pesquisa mais precisa do 1o turno da eleição presidencial a nível nacional.

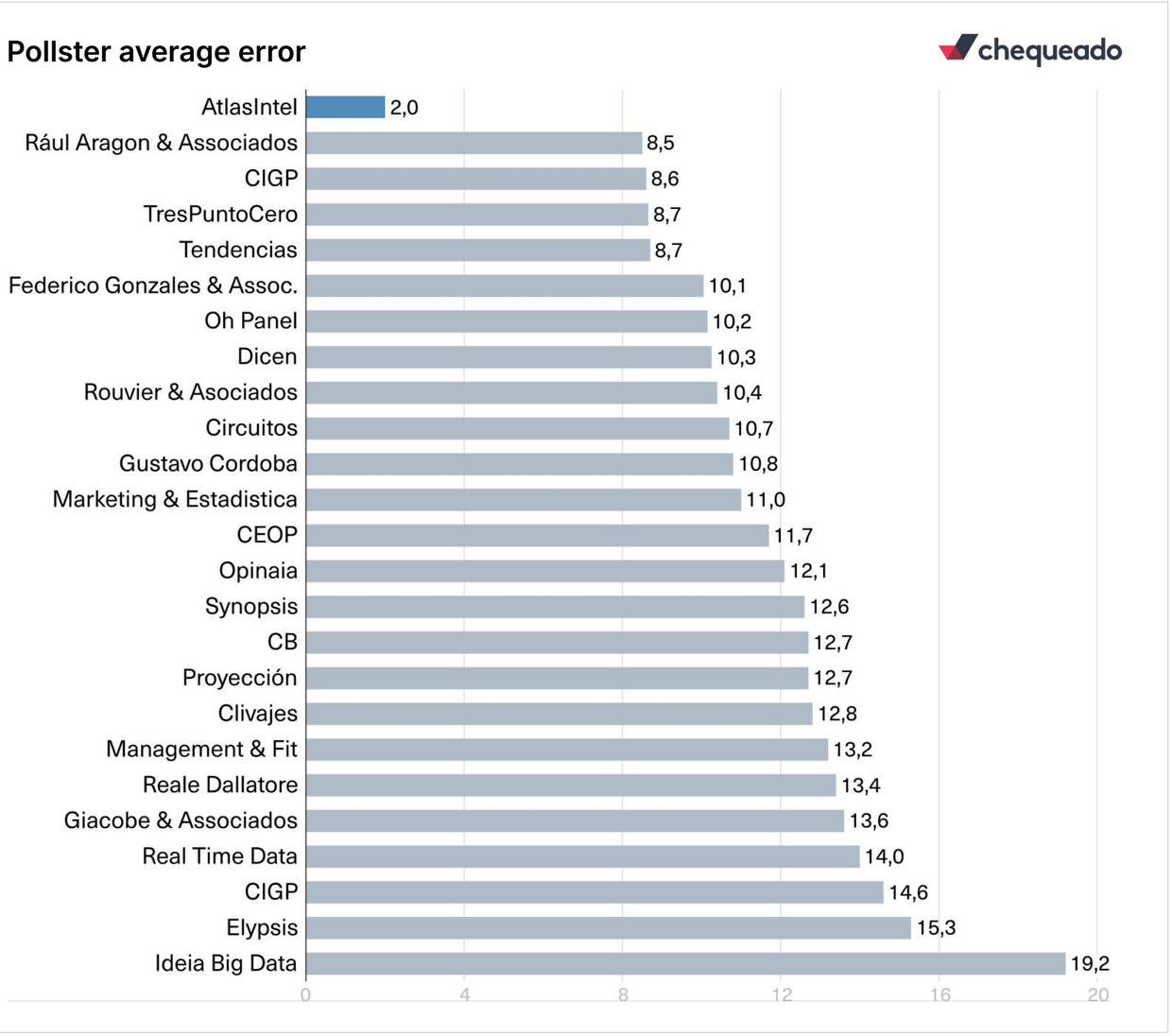
Em 2020, em todas as cidades onde uma pesquisa da Atlas foi conduzida antes das eleições para prefeito (São Paulo, Piauí, Fortaleza, Recife e Porto Alegre), ela foi a que mais se aproximou do resultado da eleição.

Classificação da precisão das empresas de pesquisa: 1º turno da Eleição Presidencial do Brasil de 2022.

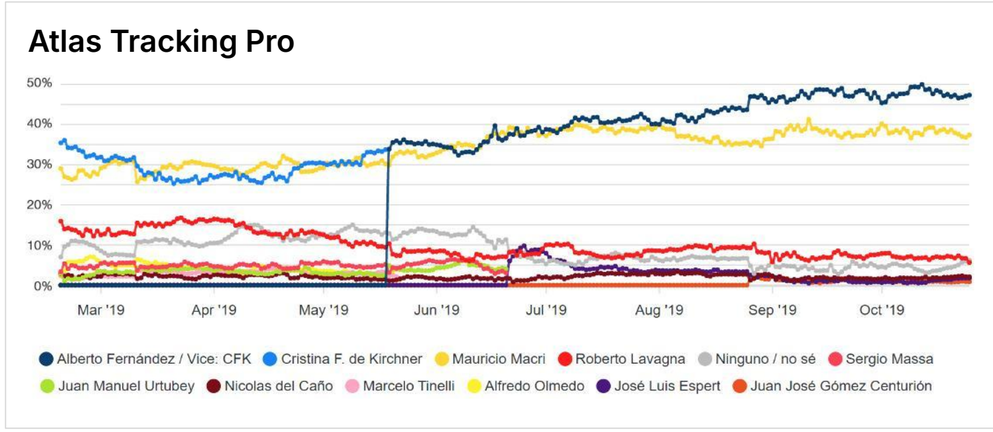
	2/10	1/10		1/10		30/09		29/09		1/10		1/10		1/10		29/09		29/09	
		AtlasIntel		MDA		Piauíná Pesquisas		Ideia Big Data		Quaest		Ipec		DataFolha		Futura		Brasmarket	
	Resultado	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro	Resultado	Erro
Lula	48,4	50,3	1,9	48,3	0,1	47,2	1,2	48,9	0,4	49	0,6	51	2,6	50	1,6	43,6	4,8	34,7	13,7
Jair Bolsonaro	43,2	41,1	2,1	39,7	3,5	40,1	3,1	38,5	4,7	38	5,2	37	6,6	36	7,2	40,5	2,7	51	7,8
Simone Tebet	4,2	2,7	1,5	4,7	0,5	6,2	2,0	6,2	2,1	6	1,8	5	1,2	6	1,8	7,7	3,5	5,8	1,6
Ciro Gomes	3,0	4,0	1,0	4,9	1,9	5,3	2,3	5,2	2,2	5	2,0	5	2,4	5	2,0	6,0	3,0	7,0	4,0
Others	1,2	1,9	0,7	2,4	1,2	1,2	0,0	1,2	0,1	2	0,8	2	0,9	2	0,8	2,2	1,0	1,5	0,3
Erro médio			1,4		1,5		1,7		1,9		2,1		2,7		2,7		3,0		5,5

AtlasIntel

A AtlasIntel teve o melhor desempenho ao antecipar o resultado das eleições de 2019 e 2023 na Argentina. Em 2023, as pesquisas Atlas foram as únicas que indicaram a vitória do Massa no 1o turno e do Javier Milei no 2o Turno.







Cobertura geográfica

1. AMÉRICAS

Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Piauíguay, Peru, Estados Unidos, Uruguai, Venezuela.

2. EUROPA E ORIENTE MÉDIO

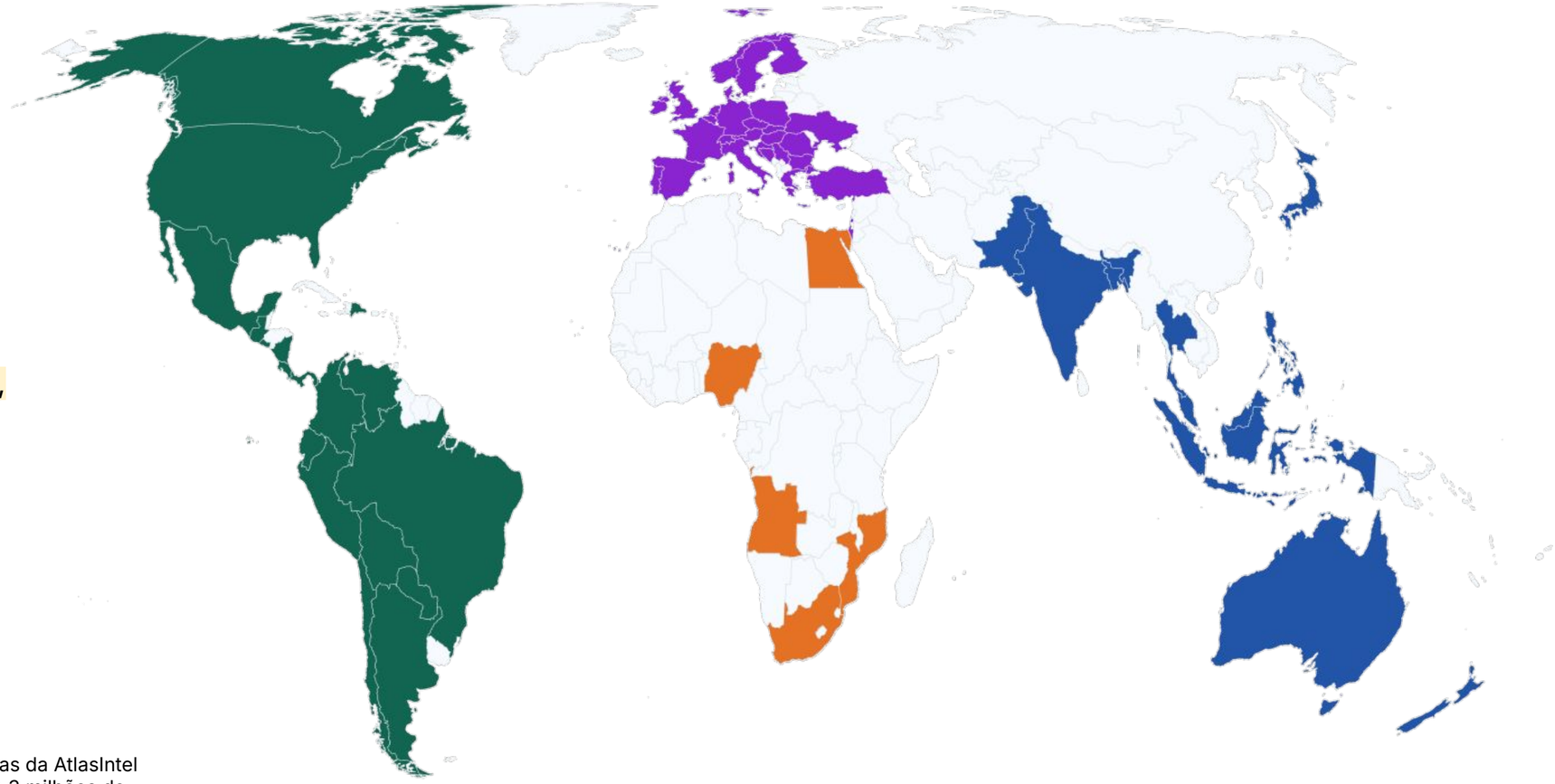
Áustria, Bélgica, Bósnia e Herzegovina, Bulgária, Croácia, República Tcheca, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Irlanda, Itália, Israel, Países Baixos, Noruega, Polônia, Portugal, Romênia, Sérvia, Eslováquia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia, Ucrânia, Reino Unido.

3. ÁFRICA

Angola, Egito, Moçambique, Nigéria, África do Sul.

4. ASIA & OCEANIA

Austrália, Bangladesh, Índia, Indonésia, Japão, Malásia, Nova Zelândia, Paquistão, Filipinas, Tailândia.



A solução de coleta de dados on-line e a metodologia de calibração de amostras da AtlasIntel permitem a cobertura de qualquer país das Américas e da Europa com mais de 3 milhões de habitantes, desde que seu trabalho não seja restringido por restrições legais e bloqueios da Internet. Na África e na Ásia, a AtlasIntel oferece cobertura para um grupo maior de nações; a inclusão de outros países pode ser explorada caso a caso.

Os países onde a AtlasIntel já realizou pesquisas para outros clientes institucionais estão destacados em amarelo na lista acima.

AtlasBrandRank

Monitore sua marca e seus concorrentes em +60 países

- Os principais indicadores de saúde de marca ao longo do tempo
- Meça o que os consumidores lembram sobre suas campanhas publicitárias

Fale conosco




AtlasIntel