

DESTAQUES DE BRASÍLIA

- PoderData: Lula tem 43% das intenções de voto e 37% Bolsonaro no 1º turno
- As diferenças entre as pesquisas eleitorais é, em parte, fruto de escolhas distintas das amostras por renda
- Campanha de Lula teme alta abstenção no 1º turno e usará TV para incentivar voto
- Lula, no Sul, e Bolsonaro, no Nordeste, focam campanhas em regiões onde enfrentam mais resistência

PoderData: Lula tem 43% das intenções de voto e 37% Bolsonaro no 1º turno

Pesquisa PoderData realizada de 11 a 13 de setembro de 2022 mostra que o cenário de intenção de votos para o 1º turno da sucessão presidencial ficou praticamente imóvel em uma semana. **Lula (PT) lidera com 43%; Jair Bolsonaro (PL) tem 37%. As taxas são as mesmas da rodada da semana passada.** A diferença entre os dois permanece em 6 pontos percentuais. Ciro Gomes (PDT) tem 8%. Simone Tebet (MDB) está com 5%. Felipe d'Avila (Novo) marca 1%. Na rodada anterior, não pontuava. ([Poder360](#))

As diferenças entre as pesquisas eleitorais é, em parte, fruto de escolhas distintas das amostras por renda

O peso que cada instituto dá às faixas de renda da população explica a diferença nos resultados das pesquisas eleitorais, de acordo com análise feita por Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva. **Apesar das diferenças, as margens de erro adotadas pelos institutos aproximam os resultados.**

A defasagem do último Censo, realizado em 2010, faz com que os institutos busquem outras referências sobre a renda da população.

De acordo com a **Pnad**, 40% dos brasileiros ganham até dois salários mínimos por mês, 39% recebem de dois a cinco salários mínimos mensais e 22% ganham acima de cinco mínimos.

A **Quaest** usa as seguintes proporções: 38% da população até dois salários mínimos, 40% de dois a cinco e 22% acima de cinco.

O **Ipec** adota 57%, 24% e 13%, respectivamente, enquanto o **Datafolha** utiliza 50%, 36% e 12%, respectivamente.

Meirelles afirma que as pesquisas dos institutos em que a faixa de renda mais baixa tem uma proporção maior no número total de entrevistados tendem a dar mais vantagem para os candidatos que se saem melhor entre os mais pobres. ([CNN](#))

Campanha de Lula teme alta abstenção no 1º turno e usará TV para incentivar voto

A campanha de Lula (PT) vai concentrar esforços para diminuir a abstenção no dia 2 de outubro, quando os eleitores vão às urnas para o primeiro turno das eleições. Há um temor de que a falta de um número significativo de eleitores possa afetar o resultado final do pleito, fazendo com que o número de votos no petista seja menor do que o esperado e o captado nas pesquisas.

Historicamente, a abstenção é maior entre pessoas de menor renda e escolaridade, pelos custos e pelas dificuldades que elas muitas vezes têm de ir ao local de votação. E é justamente nesses segmentos do eleitorado que Lula tem o seu maior percentual de intenção de votos. ([Folha](#))

Lula, no Sul, e Bolsonaro, no Nordeste, focam campanhas em regiões onde enfrentam mais resistência

A 18 dias das eleições, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e o presidente Jair Bolsonaro (PL) adotaram **estratégias semelhantes** nesta semana para tentar diminuir suas rejeições. **Os dois vão concentrar esforços em regiões onde as pesquisas registram os maiores índices de eleitores que dizem não votar de jeito nenhum em um deles: o petista no Sul (46% de rejeição, segundo o Ipec), enquanto o candidato do PL no Nordeste (61%).** Na bagagem, levarão discursos ajustados para atrair o apoio de segmentos em que aparecem em desvantagem. ([O Globo](#))

Lorena Laudares | Mestre em Ciência Política

(21) 98115-6831 - lorena.laudares@orama.com.br

As informações contidas neste material têm caráter meramente informativo, não constitui e nem deve ser interpretado como solicitação de compra ou venda, oferta ou recomendação de qualquer ativo financeiro, investimento, sugestão de alocação ou adoção de estratégias por parte dos destinatários. Este material é destinado à circulação exclusiva para a rede de relacionamento da Órama Investimentos, incluindo agentes autônomos e clientes, podendo também ser divulgado no site e/ou em outros meios de comunicação da Órama. Fica proibida sua reprodução ou redistribuição para qualquer pessoa, no todo ou em parte, qualquer que seja o propósito, sem o prévio consentimento expresso da Órama.