



Antonio Lavareda*

TERMÔMETRO DA CAMPANHA IPESPE/ABRAPEL: ÚLTIMA RODADA DO SEGUNDO TURNO (25/OUTUBRO)

1. ELEIÇÃO RESOLVIDA?

Estabilidade é a marca da última rodada do Termômetro. Os dois candidatos evoluíram cada qual um ponto na pergunta espontânea. Lula tem 47% e Bolsonaro, 43%. Na estimulada a mesma coisa. Lula vai a 50% e Bolsonaro a 44%. Excluídas as respostas Nenhum/ Branco/ Nulo/ Não sabe, o placar mantém-se em Lula, 53% X 47% Bolsonaro. Um empate no limite da margem de erro, mas pouco plausível considerada a série de três levantamentos. A evolução do incumbente registrada na semana anterior foi interrompida. Isso pode ter sido resultado do início da repercussão do episódio Roberto Jefferson com forte repercussão a partir do fim da noite do Domingo. Lembrando que as entrevistas dessa pesquisa foram iniciadas no último sábado e concluídas com uma menor quantidade ontem. O que se pode esperar sobre a evolução dos competidores nos próximos dias? É verdade que nessa reta final, com os ânimos acirrados, deve-se esperar novas denúncias dos dois lados. Além do campo oficial lançar mão a cada momento de um arsenal inesgotável de recursos para tentar reduzir a liderança do adversário. E também teremos um último Debate na Globo, na sexta-feira, com audiência certamente recorde. Tudo isso combinado certamente terá alguma influência, mas a cinco dias da votação uma reviravolta é muito difícil. Nunca houve na última semana numa eleição presidencial no Brasil. Só um fato extraordinário poderia inverter a posição dos concorrentes.

2. ABSTENÇÃO PODE REDUZIR A DIFERENÇA

Tomando-se o baixo interesse como indicador de possível não comparecimento, além dos que declaram que votarão Branco/Nulo ou estão indecisos, a liderança de Lula fica mais estreita, 52% x 48% de Bolsonaro. A pesquisa mostrou também como o ex-Presidente é o maior prejudicado pela abstenção que poderá decorrer da distância da residência dos eleitores até o local de votação. Entre os 19% da amostra que enfrentam maior dificuldade para votar, porque ou moram longe (14%) ou muito longe (4%), e mais os que não souberam responder à questão (1%), a dianteira de Lula sobre Bolsonaro é muito maior: 54% X 41%. Além do grau de interesse e da distância, incluímos uma terceira variável - certeza de comparecimento - também extraída do modelo Perry-Gallup utilizado para cálculo de prováveis eleitores (*likely voters*). Dos eleitores de

Bolsonaro 89% declararam ter certeza de que irão votar, número que cai para 82% entre os eleitores de Lula. Optamos por apresentá-las de per si ao invés de compor um índice para melhor ilustrar os efeitos de cada uma delas.

3. CERTEZA DO VOTO, REJEIÇÃO, APROVAÇÃO E DESAPROVAÇÃO

As intenções de voto dessa última rodada do Termômetro que vimos antes estão inscritas em uma rede de quatro fatores interligados com as mesmas. São esses: o voto consolidado em cada um, a rejeição declarada aos dois candidatos e a Aprovação e Desaprovação dos respectivos governos. A favor de Lula contam os 47% de “certeza de voto”, os 49% de Aprovação retrospectiva do seu governo, e do outro lado os 49% que “não votariam de jeito nenhum” em Bolsonaro, e os 49% que Desaprovam o atual governo. Ao passo que Bolsonaro tem 41% de “certeza de voto”, acompanhado do contingente de 43% que Aprovam seu governo, dos 45% que “não votariam de jeito nenhum” em Lula, e dos 43% que Desaprovam os governos do ex-Presidente.

4. MELHOR CAMPANHA E QUEM MAIS ATACA

Faltando poucos dias para a eleição, na avaliação do público Lula “se saiu melhor” na campanha desse segundo turno, mencionado por 48% contra 40% que indicaram Bolsonaro. O atual Presidente é quem “está atacando mais o adversário” para 46%, enquanto 35% apontam Lula. Entre os diversos meios, Lula fica à frente de Bolsonaro “nas notícias de Televisão e Rádio” (47% X 33%); “aparecido melhor nas notícias de jornais, portais e blogs” (48% X 33%); na “propaganda de TV e Rádio” (45% X 37%); e em quase empate no item “tem se saído melhor nos debates” (41% X 40%). Já Bolsonaro fica à frente nos tópicos “melhor comentado nas conversas de WhatsApp” (40% X 37%); e “melhor presença na redes sociais” (41% X 39%).

5. AUMENTA A ATENÇÃO À CAMPANHA EM TODAS AS PLATAFORMAS

Prestes ao encerramento, a atenção dos eleitores cresceu em quase todos os meios. O noticiário da televisão e rádio é acompanhado por 60%, as redes sociais atraem a atenção de 49%, e o noticiário dos jornais, portais e blogs da internet de 26%. Os debates foram citados por 16%, WhatsApp e Telegram por 13%. Com um dígito são citados ainda o YouTube (9%) e a Propaganda na TV e no Rádio (7%). Lembrando que esse último item provavelmente diz respeito aos Programas (blocos) de TV e Rádio, porque as inserções atingem e influenciam inconscientemente toda a audiência das redes abertas.

FALTAM CINCO LONGOS DIAS ATÉ A VOTAÇÃO (30/10)

* Cientista Político e Sociólogo - Instagram: @lavareda_antonio / Twitter: @lavaredaantonio