



nexus.

PESQUISA E INTELIGÊNCIA DE DADOS



Pesquisa de opinião

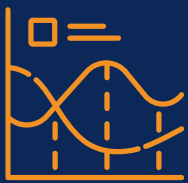
O que pensa o Eleitor Brasileiro

10ª Rodada

Registro no TSE: BR-03317/2026



01. Apresentação



Na largada oficial da campanha, Lula mantém vantagem de 5pp no 1º turno e de 3pp sobre Flávio Bolsonaro no 2º turno

No momento em que começa oficialmente a corrida ao Palácio do Planalto, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva mantém sua liderança no cenário de 1º turno e lidera numericamente a disputa com Flávio Bolsonaro no 2º turno, mas com uma vantagem apertada que representa um empate técnico, dentro dos limites da margem de erro.

Na votação espontânea, o petista oscilou +2pp (dentro da margem de erro) e foi de 36% para 38%, enquanto o senador do PL ficou com os mesmos 29% da semana anterior. No cenário estimulado de 2º turno, Lula e Flávio oscilaram +1pp, e agora aparecem com 41% e 36%, respectivamente. Ronaldo Caiado manteve os mesmos 5%, assim como Renan Santos, que permaneceu com 4%. Romeu Zema oscilou positivamente, de 3% para 4%.

Na cenário até aqui mais provável de 2º turno, o placar se manteve rigorosamente igual: Lula com 47% e Flávio com 44%, com 8% de branco/nulo e apenas 1% de indecisos. Nas demais simulações, somente Caiado chega a também empatar tecnicamente com Lula no 2º turno: o presidente tem 45% (-1pp em relação à rodada anterior) e o ex-governador de Goiás mantém os mesmos 42%.

No embate de rejeições, nada mudou: Lula segue sendo rejeitado por 48% do eleitorado, enquanto Flávio Bolsonaro também manteve sua rejeição, mas em nível ligeiramente superior: 50%. Na pergunta de aprovação do Governo Lula, novas oscilações, dessa vez favoráveis ao incumbente: a aprovação oscilou de 46% para 47%, enquanto a desaprovação variou de 49% para 48%.

A **BTG/Nexus** investigou também os hábitos de informação dos brasileiros sobre os candidatos. De acordo com o levantamento, 77% dos eleitores irão acompanhar a campanha por pelo menos uma rede social. Em segundo lugar vem a TV, com 72%, seguida da internet, com 61%. Os aplicativos de mensagens, com 52%, superam jornais e revistas (49%) e rádio (48%). No total, 1/3 do eleitorado se diz hiper conectado ou antenado (ou sejam, acompanharão as informações por pelo menos cinco diferentes tipos de mídia). Os pouco antenados ou alienados somam 28% do eleitorado.

A **Nexus – Pesquisa e Inteligência de Dados** entrevistou, por telefone, 2.003 pessoas entre os dias 14 e 16 de agosto. A pesquisa está registrada no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) sob o número **BR-03317/2026**.

Para acessar o relatório completo da pesquisa, com todos os dados e segmentações, acesse:

<https://content.btgpactual.com/research/eleicoes>



02.

Cenário eleitoral

1º turno



A campanha oficial começa com um cenário 100% estável: Lula e Flávio são hoje os únicos com condições de chegar ao 2º turno



Na segunda etapa, segue o empate técnico: o petista mantém 3pp de vantagem sobre o senador do PL

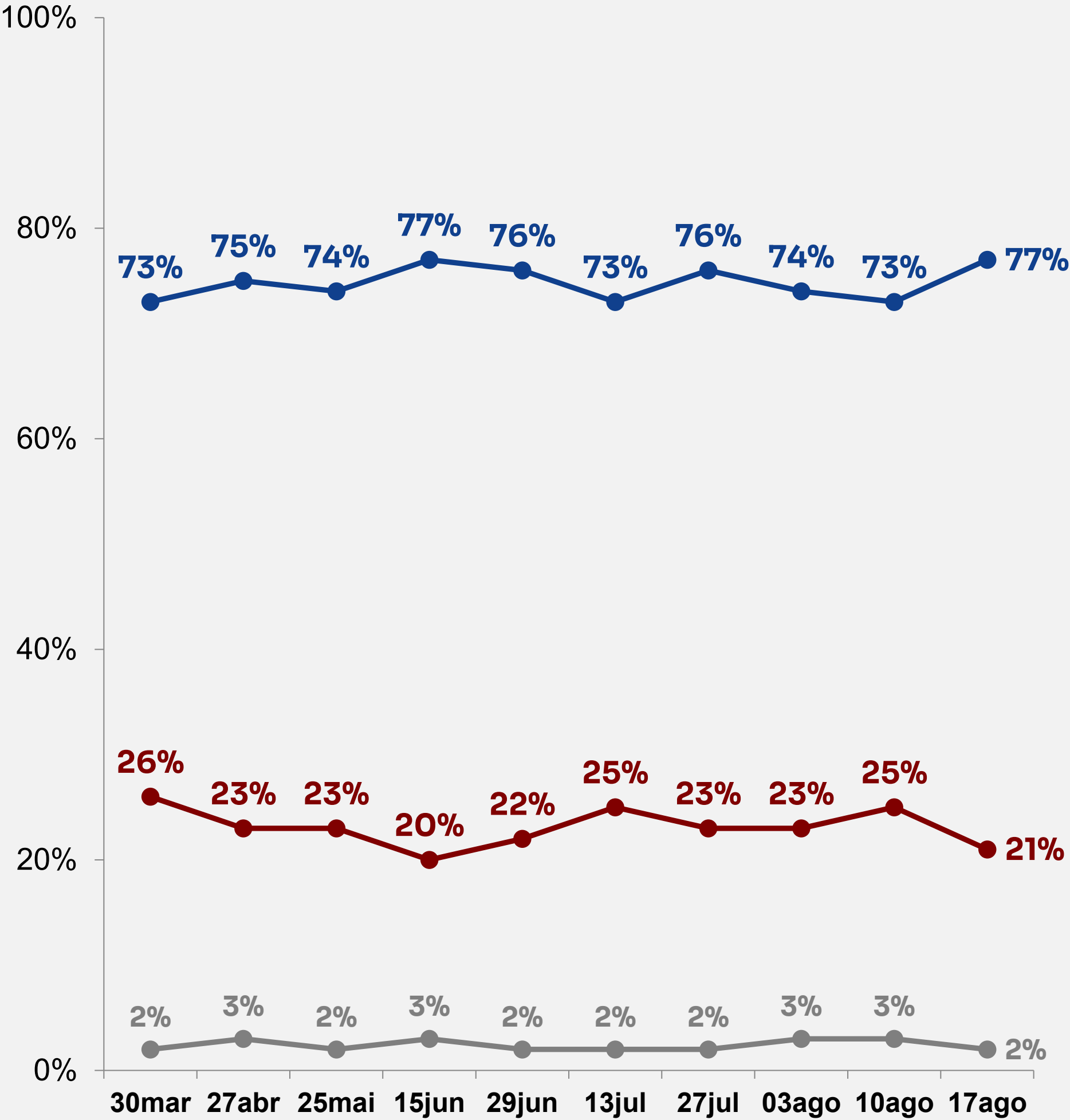
“Chegamos à 10ª rodada da **BTG/Nexus**, marcando o início oficial da campanha presidencial. E a verdade é que, em um ambiente de forte polarização do voto entre lulismo e bolsonarismo, muito pouca coisa mudou desde o fim de março. No 1º turno, nenhum candidato da chamada 3ª via nem de longe chega a ameaçar os dois líderes. E, no 2º turno, Lula mantém um discreto favoritismo. Em 8 das 10 rodadas, ele aparece à frente, mas dentro dos limites da margem de erro. O que se avizinha é uma eleição absolutamente aberta.”

Marcelo Tokarski,
CEO da Nexus

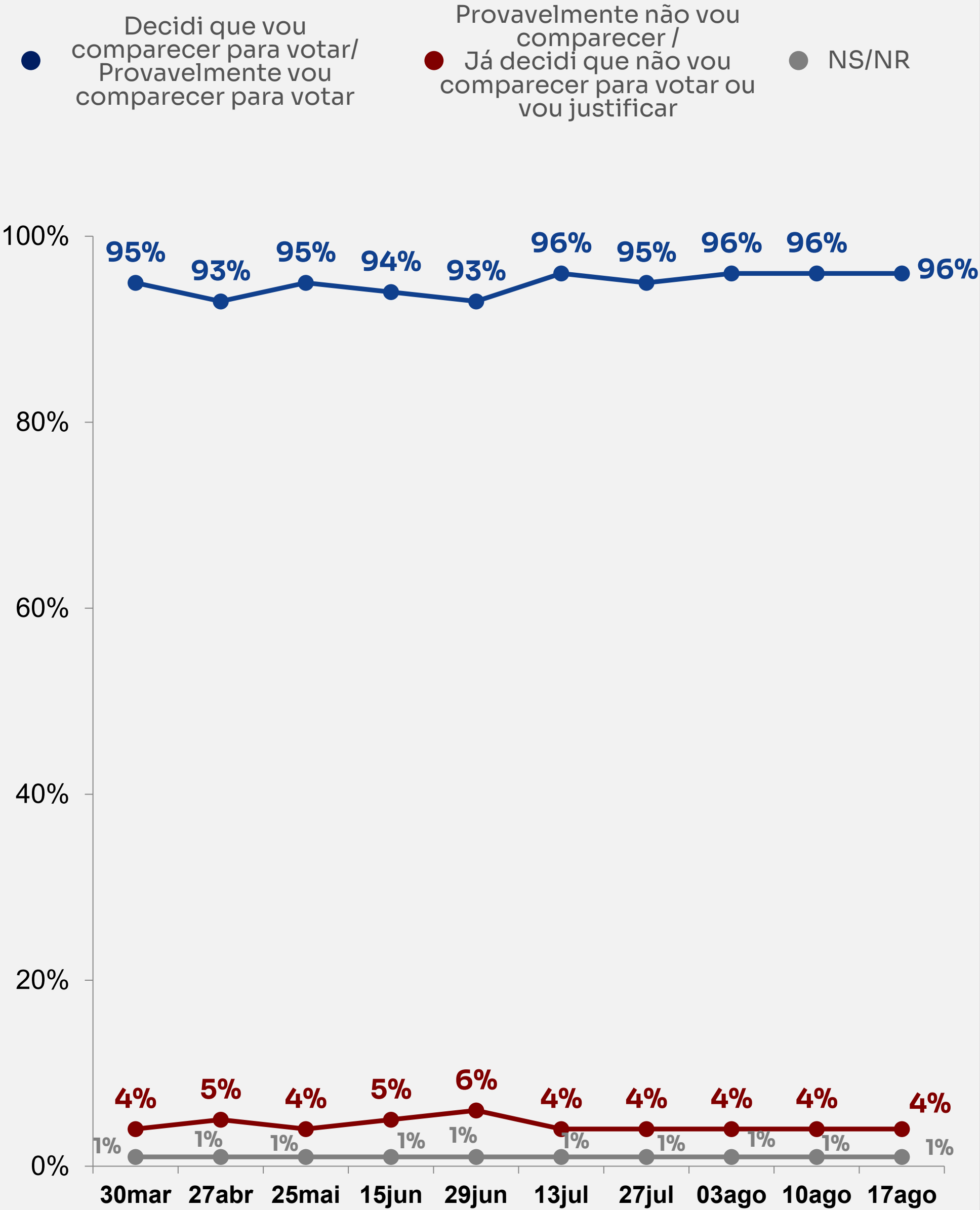
Grau de interesse nas eleições de outubro de 2026

(Estimulada e única)

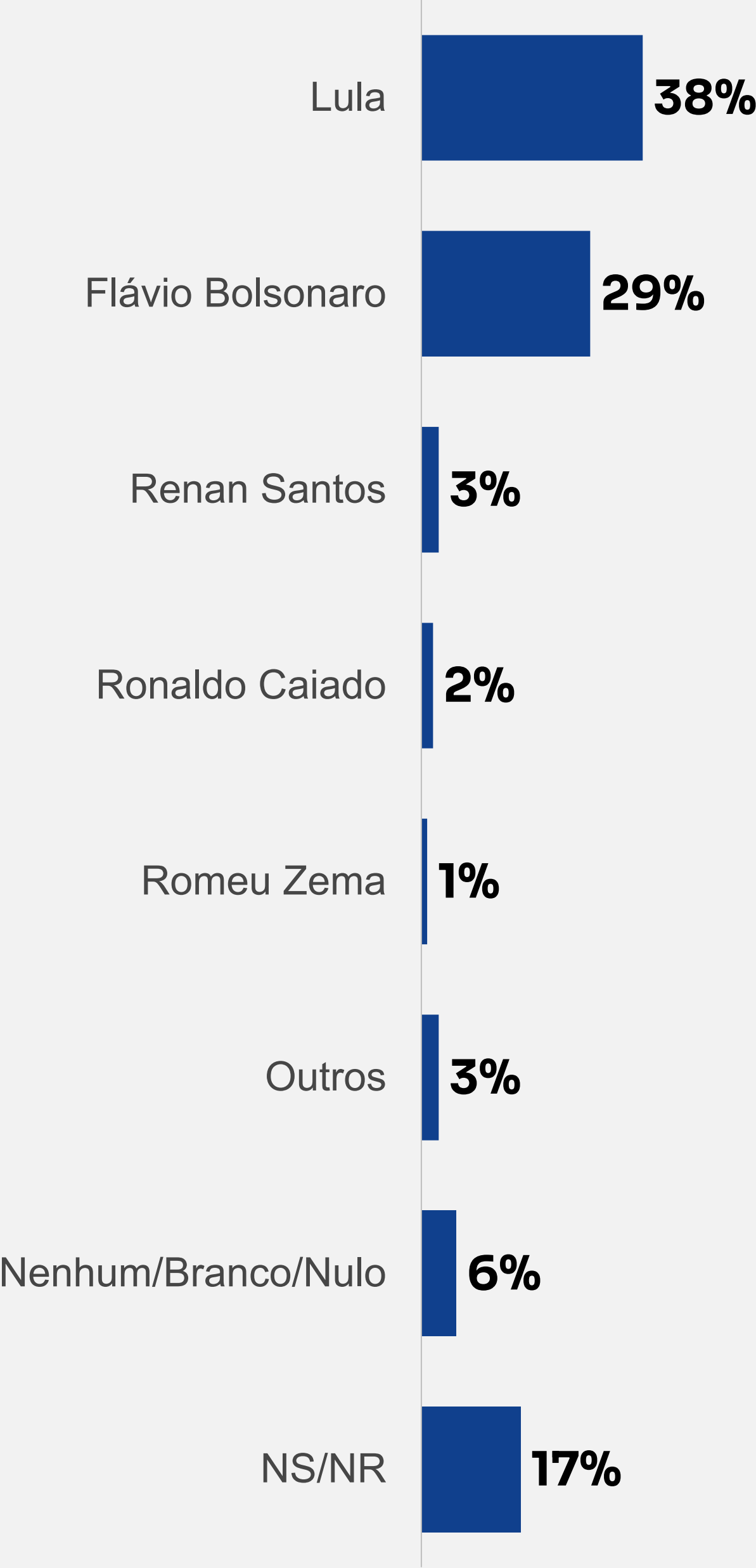
Muito interessado/ Interessado Pouco interessado/ Nada interessado NS/NR



Comparecimento às urnas no 1º turno das eleições de 2026 (Estimulada e única)

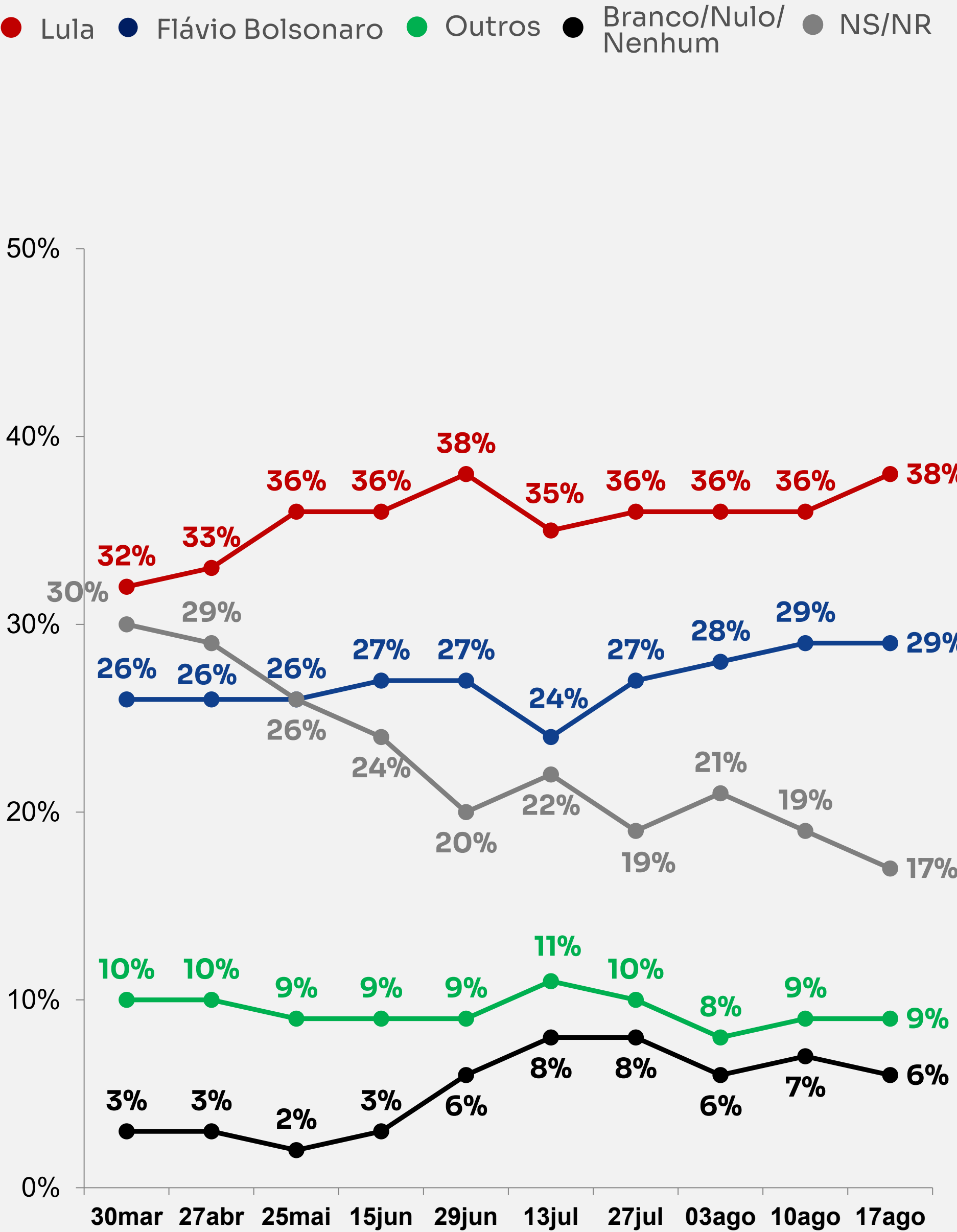


Se as eleições fossem hoje, em quem você votaria? (Espontânea)



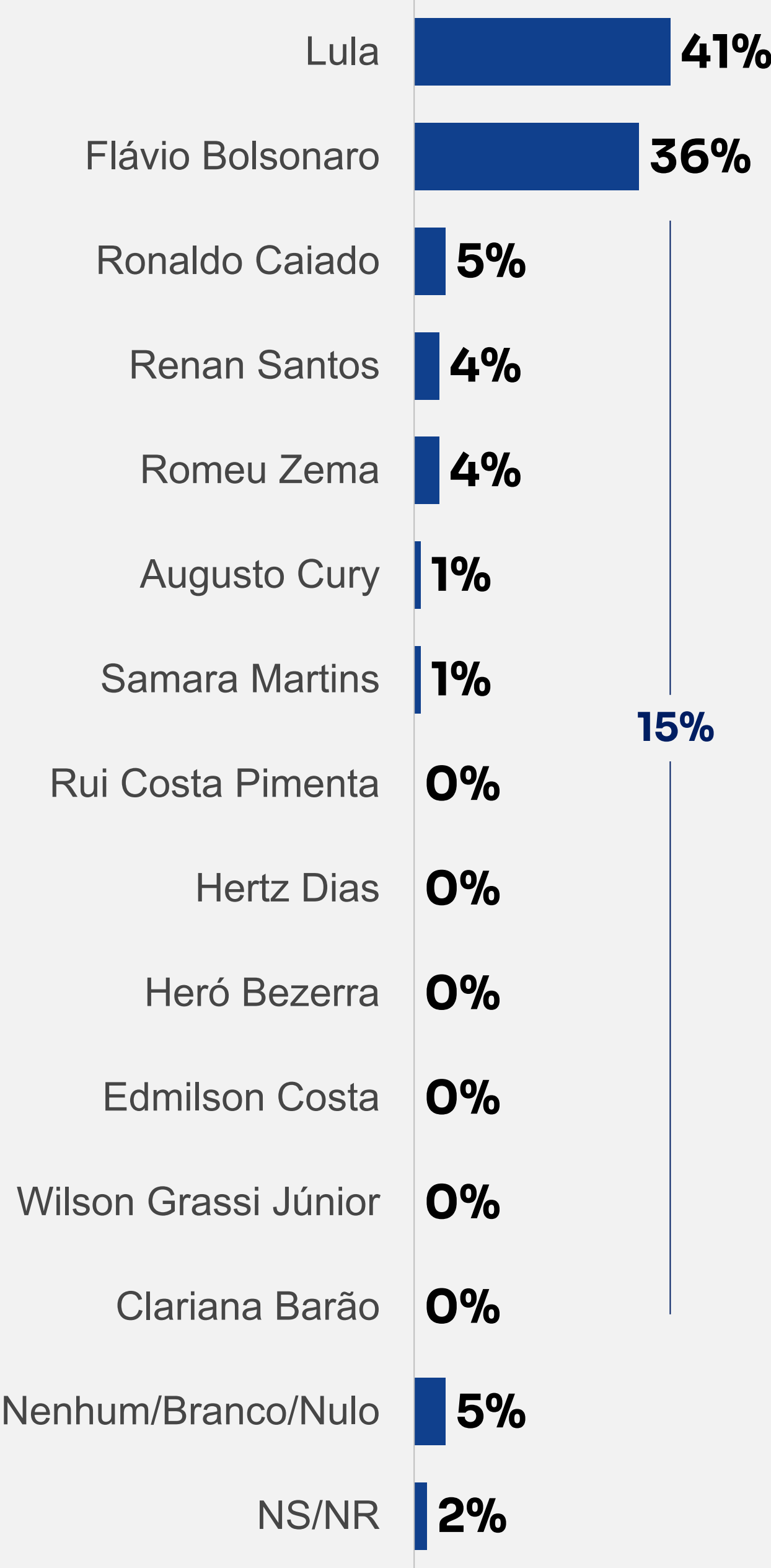
Se as eleições fossem hoje, em quem você votaria?

(Espontânea)



Se as eleições fossem hoje, e os candidatos fossem estes, em quem você votaria?

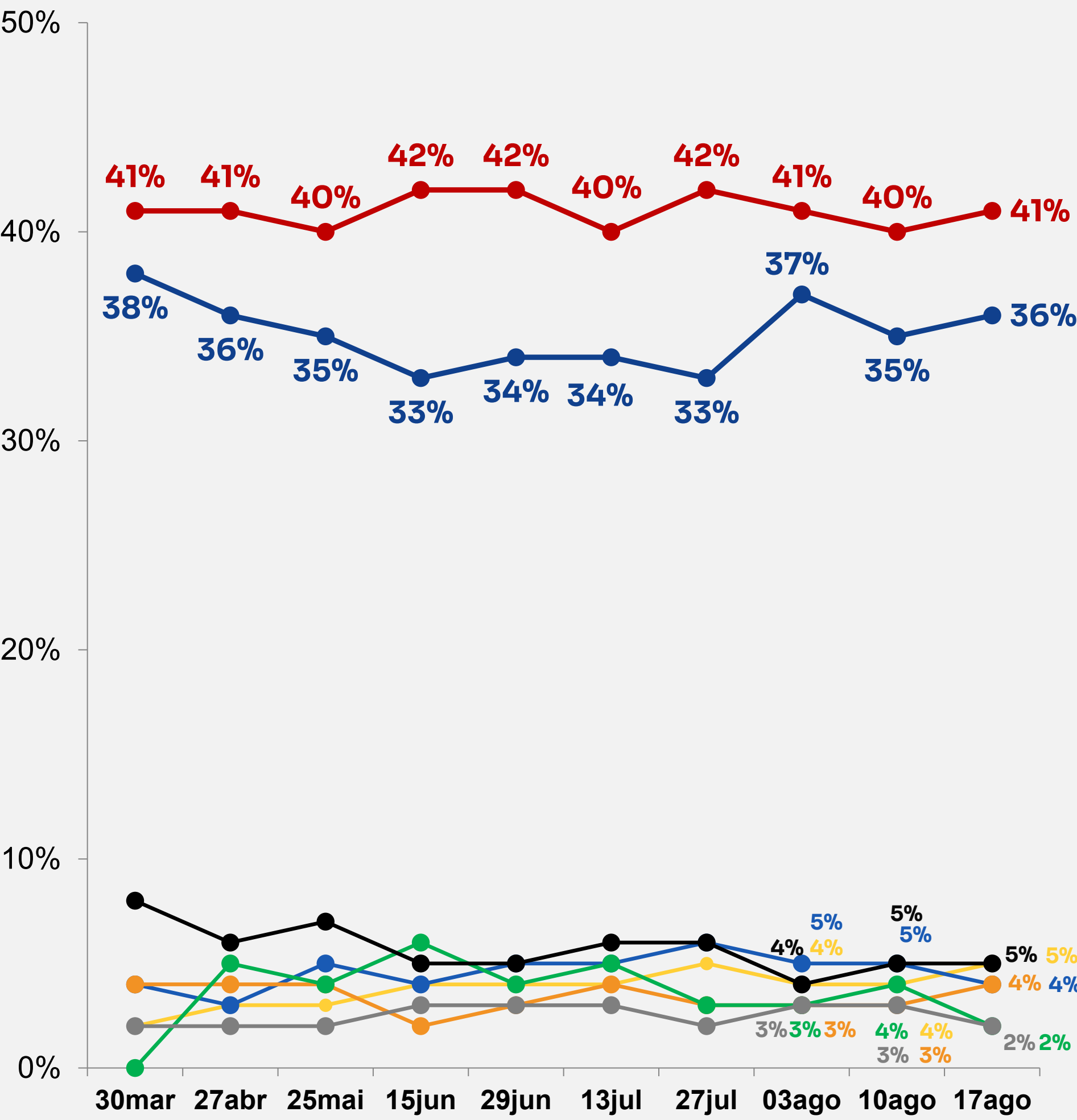
(Estimulada e única)



Se as eleições fossem hoje, e os candidatos fossem estes, em quem você votaria?

(Estimulada e única)

● Lula ● Flávio Bolsonaro ● Renan Santos ● Ronaldo Caiado
● Romeu Zema ● Outros ● Branco/Nulo/Nenhum ● NS/NR



Intenção de voto – Estimulada

Nos segmentos



Lula



Flávio
Bolsonaro



Renan
Santos



Romeu
Zema



Ronaldo
Caiado

Sexo

Masculino	36%	41%	7%	5%	6%
Feminino	46%	32%	2%	2%	4%

Idade

16 a 24	38%	32%	17%	2%	5%
25 a 40	39%	37%	5%	3%	5%
41 a 59	41%	38%	1%	4%	5%
60 ou +	47%	36%	0%	4%	5%

Região

Norte/Centro-Oeste	44%	36%	3%	1%	10%
Nordeste	57%	25%	5%	1%	3%
Sudeste	35%	39%	4%	6%	4%
Sul	30%	47%	4%	4%	5%

Escolaridade

Fundamental	53%	31%	0%	3%	4%
Médio	35%	42%	5%	3%	5%
Superior	37%	35%	8%	5%	7%

Renda

Até 1 SM	53%	30%	0%	1%	2%
De 1 a 2 SM	52%	27%	4%	3%	3%
De 2 a 5 SM	34%	41%	5%	4%	6%
+ de 5 SM	37%	40%	6%	6%	7%

Religião

Católicos	46%	34%	2%	4%	5%
Evangélicos	30%	49%	4%	2%	4%
Outras religiões	35%	34%	3%	6%	6%
Sem religião	51%	21%	13%	2%	4%

Intenção de voto – Estimulada

Nos segmentos



Augusto
Cury



Outros



Branco/Nulo/
Nenhum



NS/NR

Sexo

Masculino	1%	1%	3%	1%
Feminino	2%	1%	7%	3%

Idade

16 a 24	1%	0%	3%	1%
25 a 40	2%	1%	5%	2%
41 a 59	1%	1%	7%	3%
60 ou +	1%	1%	3%	2%

Região

Norte/Centro-Oeste	1%	1%	2%	2%
Nordeste	1%	0%	5%	2%
Sudeste	2%	1%	6%	3%
Sul	2%	1%	6%	1%

Escolaridade

Fundamental	1%	1%	5%	2%
Médio	1%	1%	6%	2%
Superior	3%	1%	3%	2%

Renda

Até 1 SM	0%	1%	10%	2%
De 1 a 2 SM	3%	2%	3%	4%
De 2 a 5 SM	2%	1%	6%	2%
+ de 5 SM	1%	0%	2%	1%

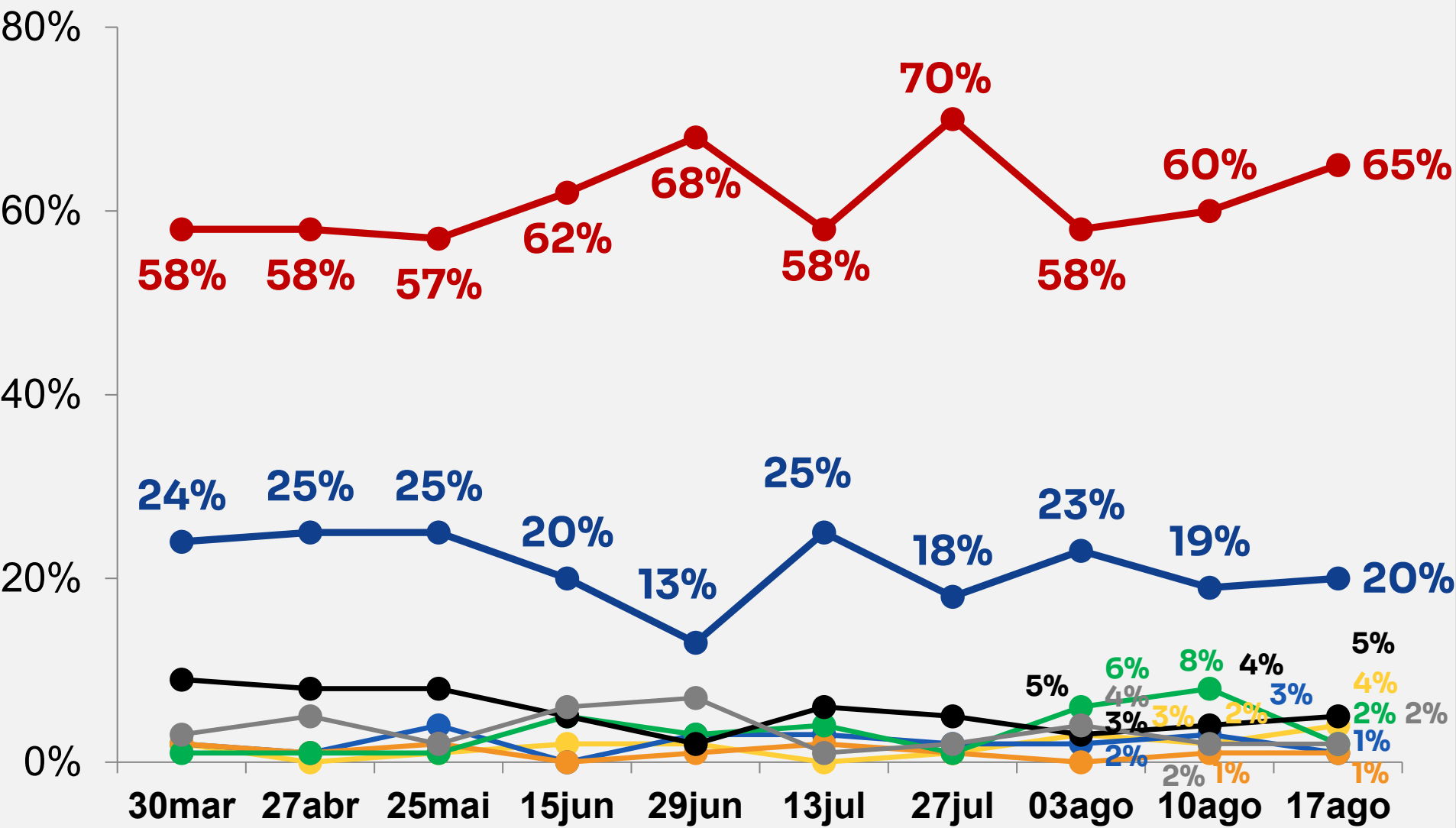
Religião

Católicos	1%	1%	5%	2%
Evangélicos	2%	0%	4%	3%
Outras religiões	4%	0%	9%	2%
Sem religião	1%	1%	6%	2%

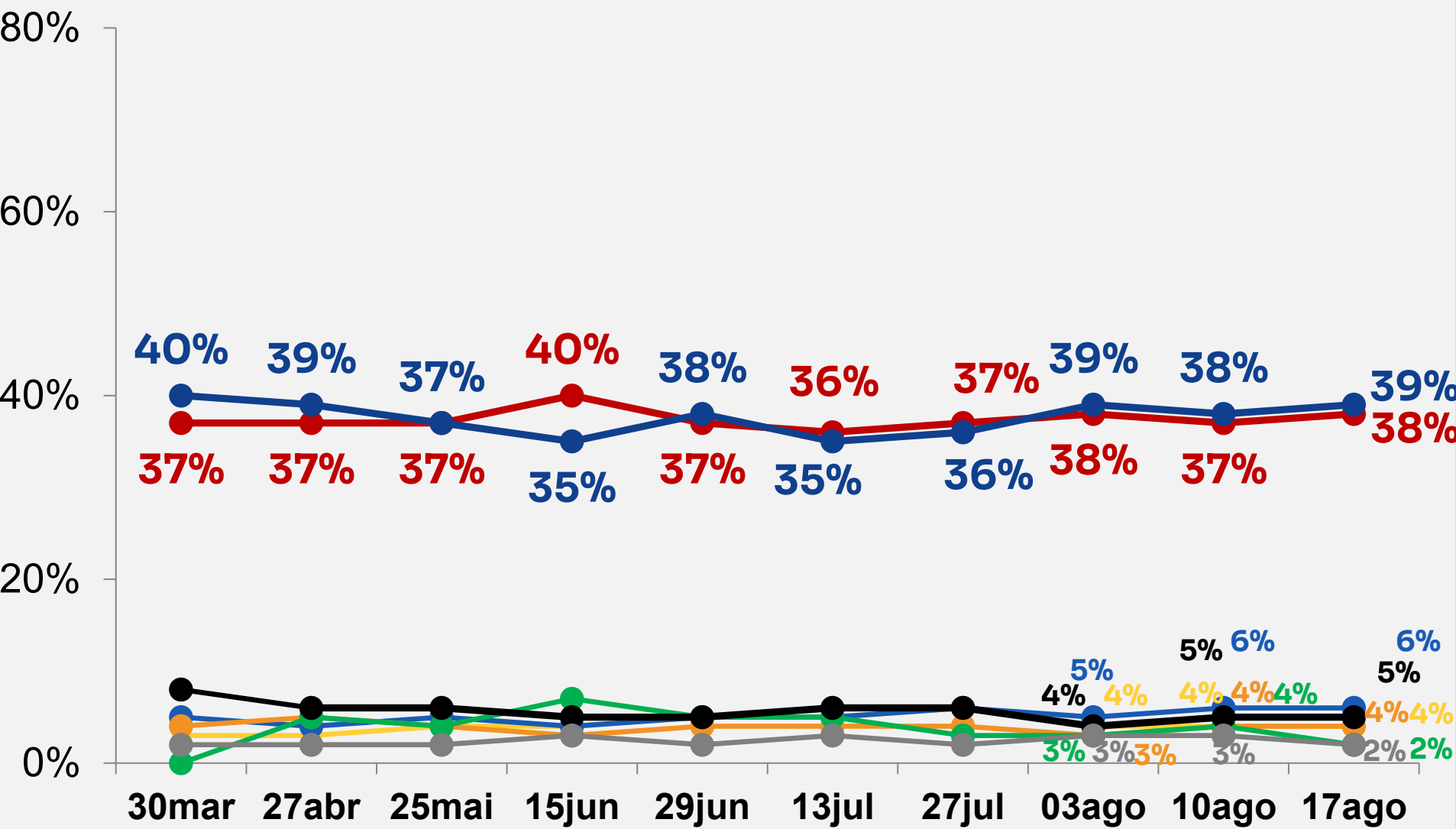
Beneficiário do Bolsa Família vs. Voto estimado 1º turno

● Lula ● Flávio Bolsonaro ● Renan Santos ● Ronaldo Caiado
● Romeu Zema ● Outros ● Branco/Nulo/Nenhum ● Indecisos

Beneficiário e/ou mora com algum beneficiário

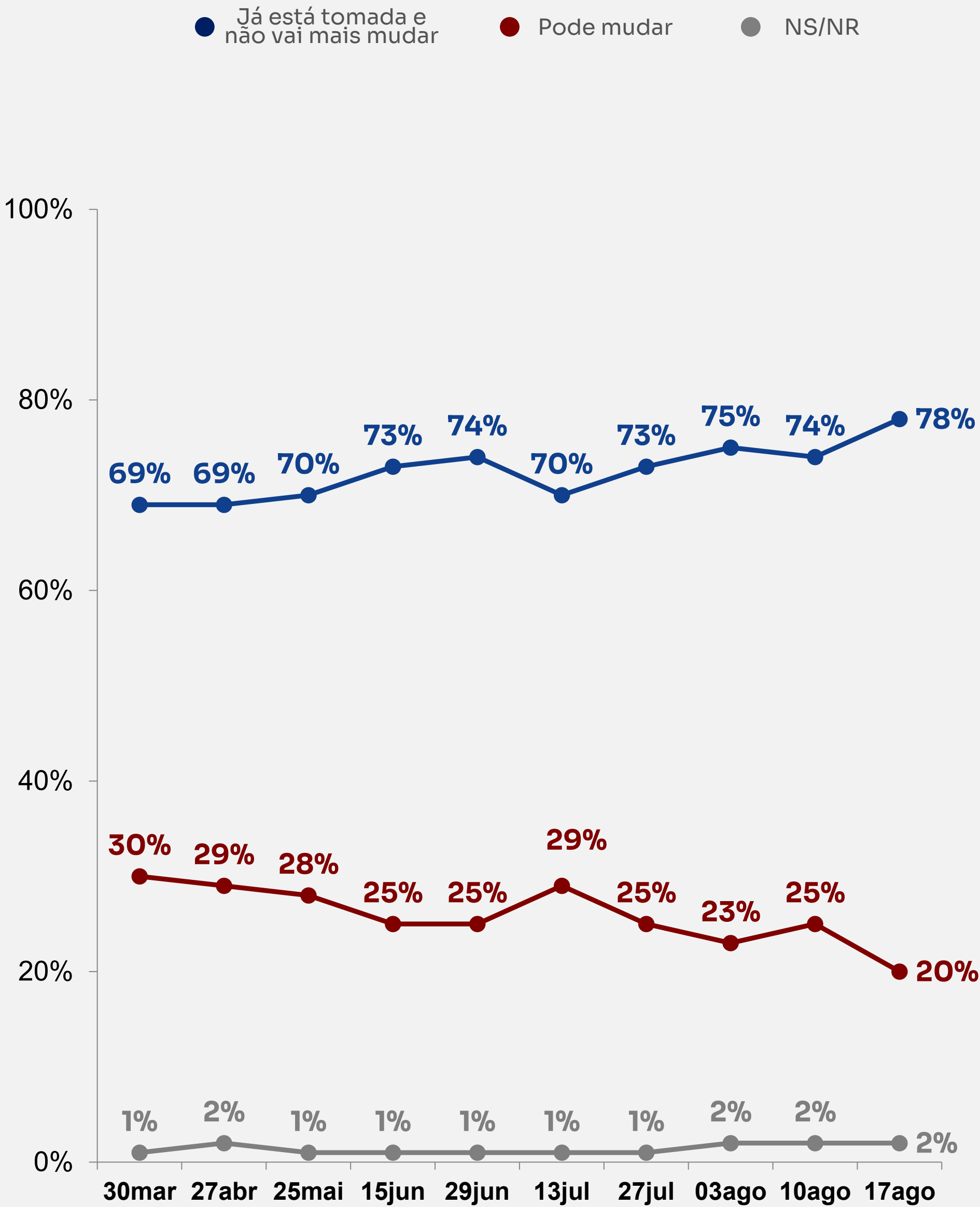


Não beneficiário



Certeza na Decisão do Voto

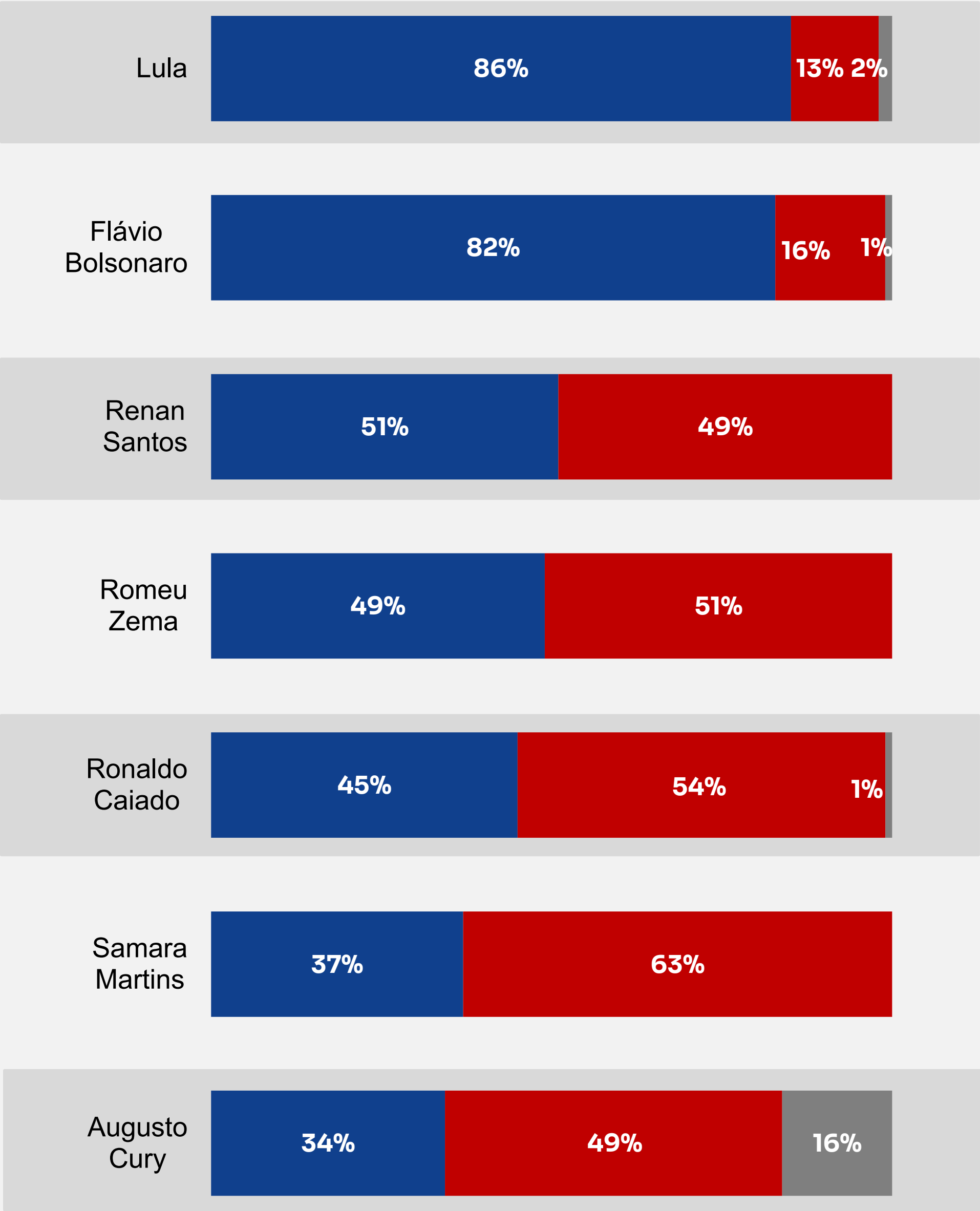
(entre quem escolheu algum candidato no 1º turno)



Cruzamento:

Voto estimulado 1º turno vs. Certeza na decisão do voto

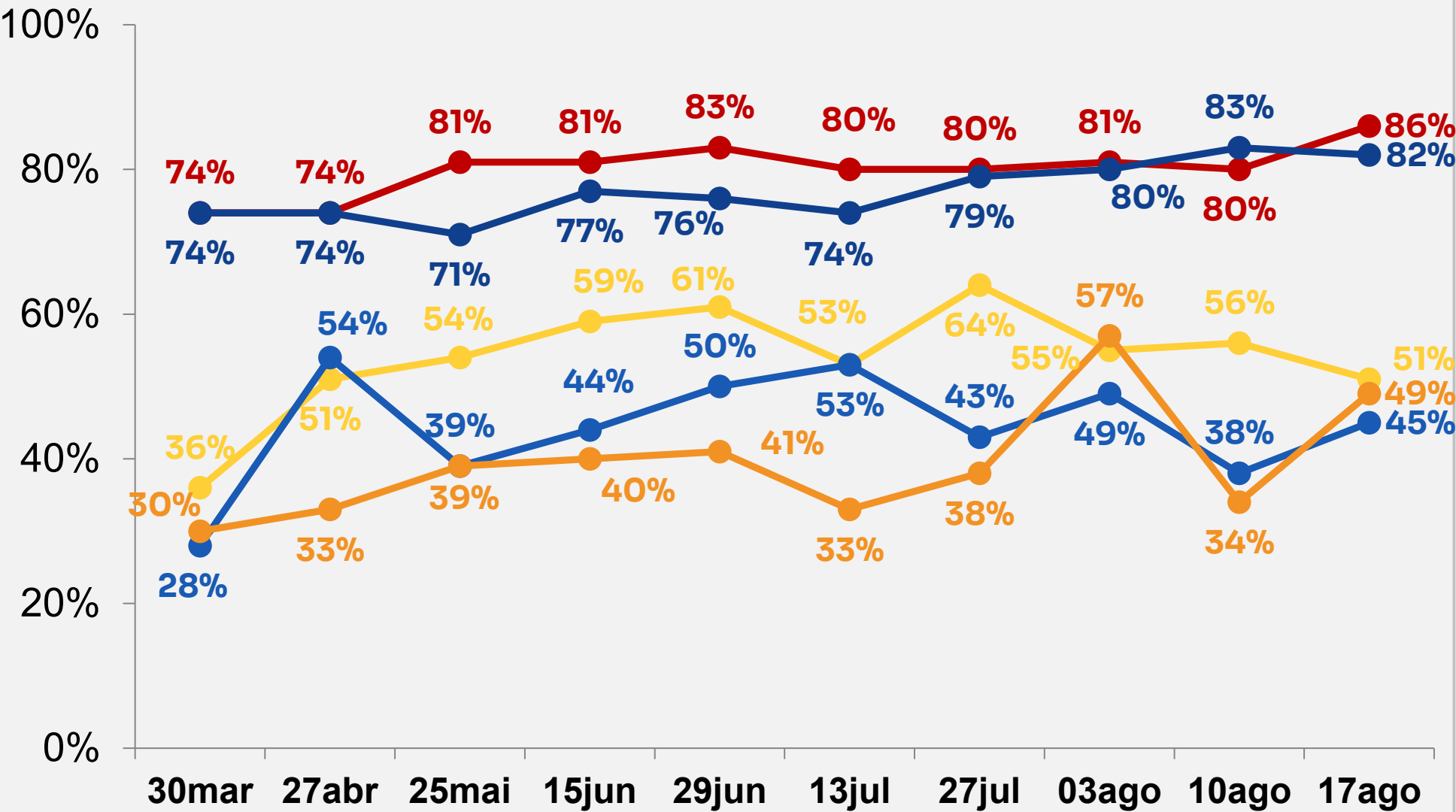
● Já está tomada e não vai mais mudar ● Pode mudar ● NS/NR



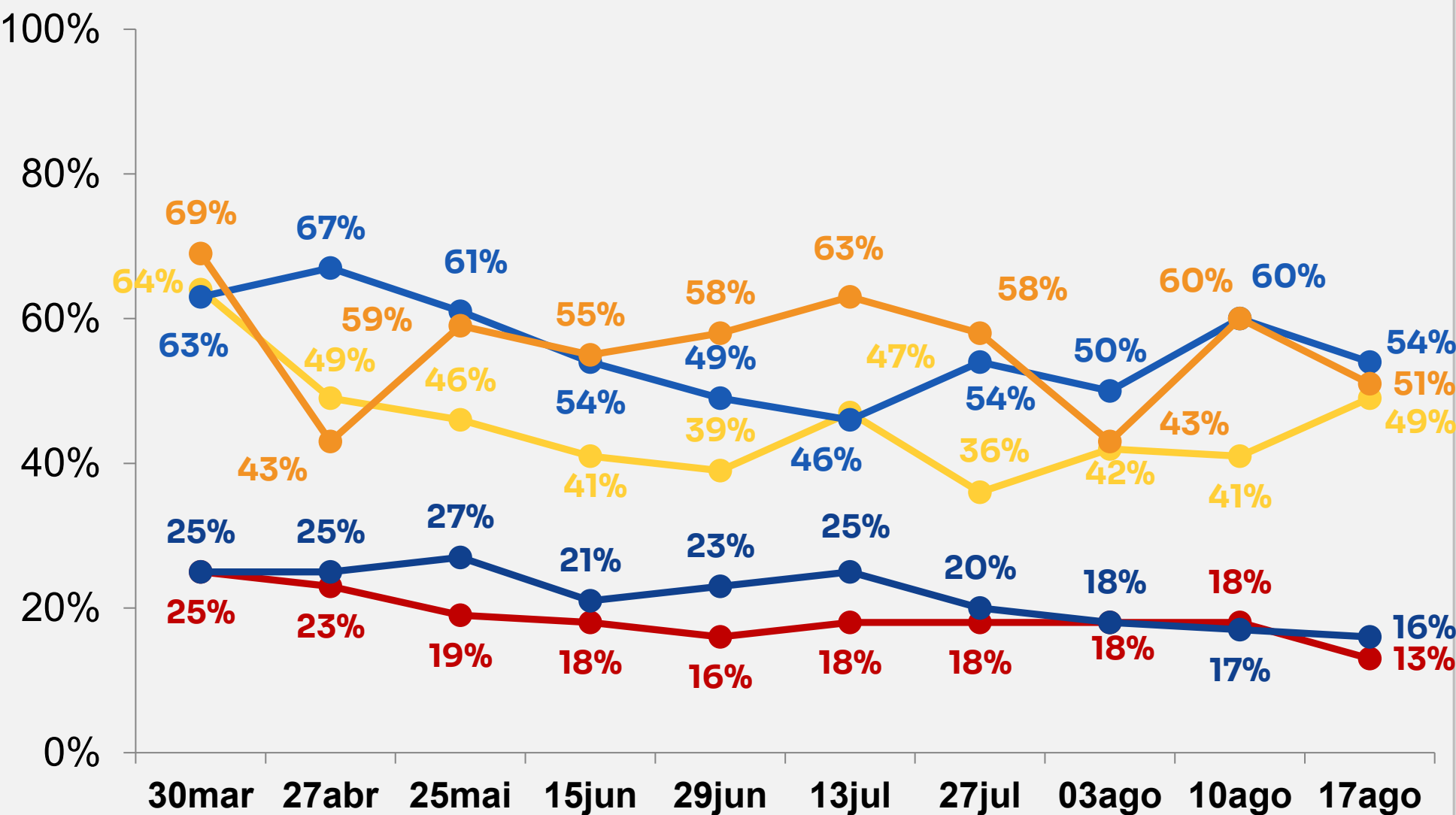
Cruzamento: Voto estimulado 1º turno vs. Certeza na decisão do voto

Lula Flávio Bolsonaro Renan Santos
Ronaldo Caiado Romeu Zema

Já está tomada e não vai mais mudar



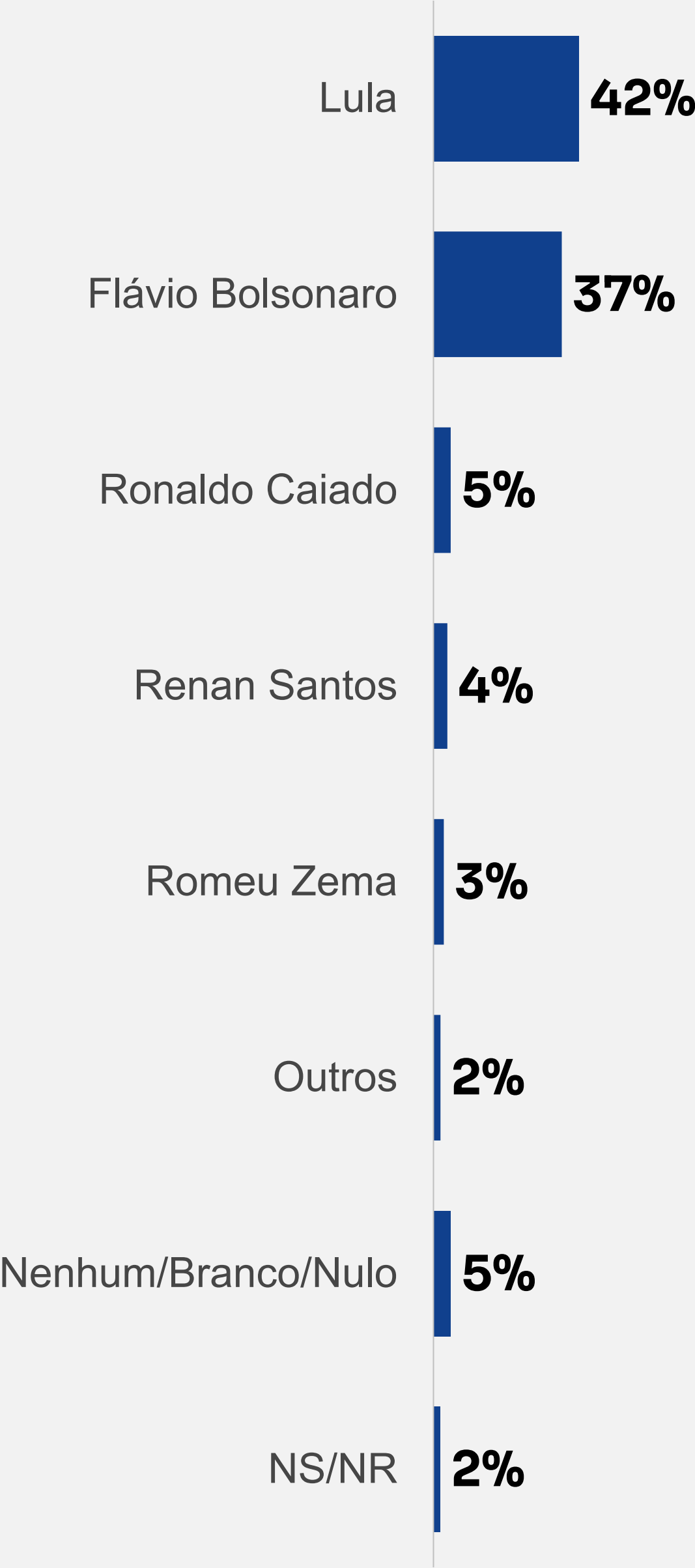
Pode mudar



Cruzamento:

Comparecimento no 1º turno nas duas últimas eleições (2022 e 2018) vs. Voto estimado 1º turno

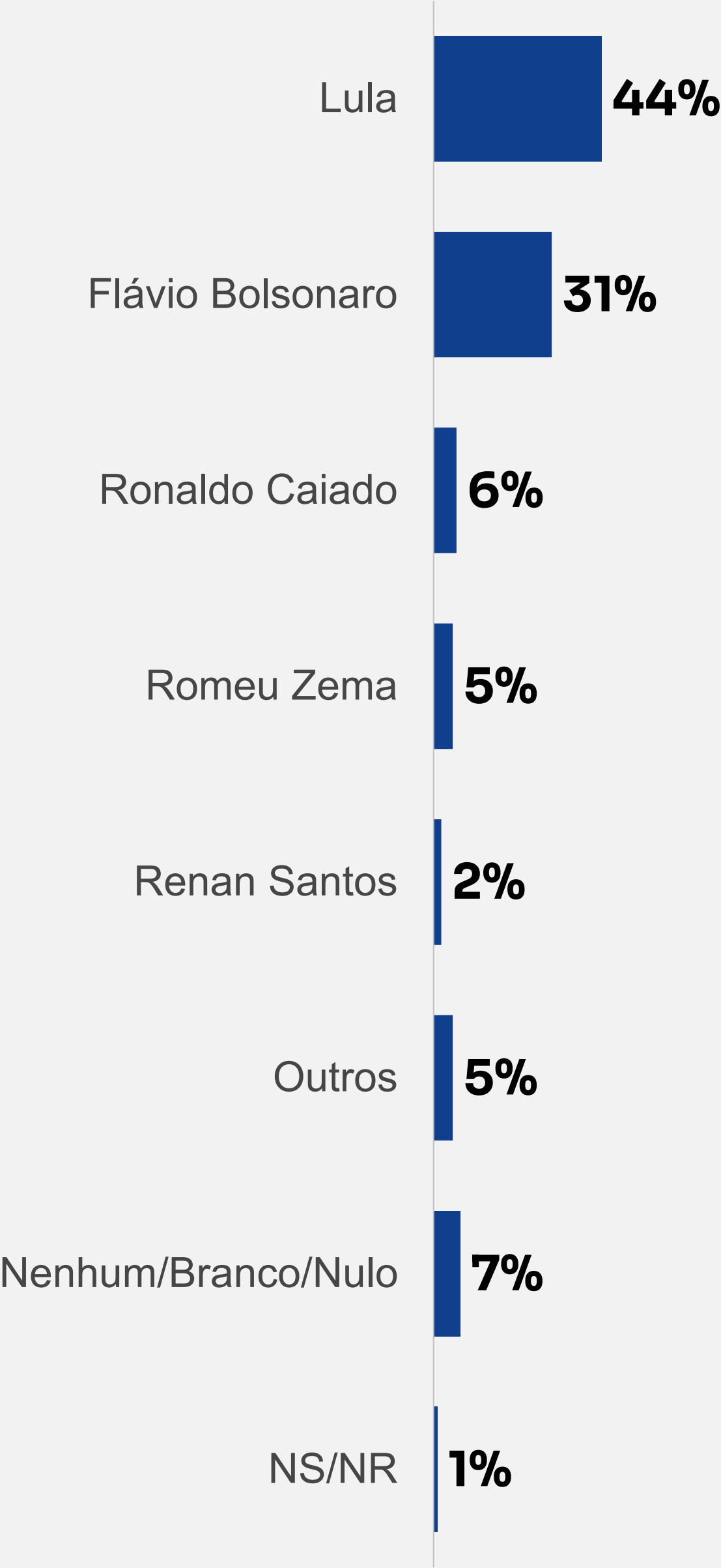
Presença nas duas últimas eleições



Cruzamento:

Comparecimento no 1º turno nas duas últimas eleições (2022 e 2018) vs. Voto estimado 1º turno

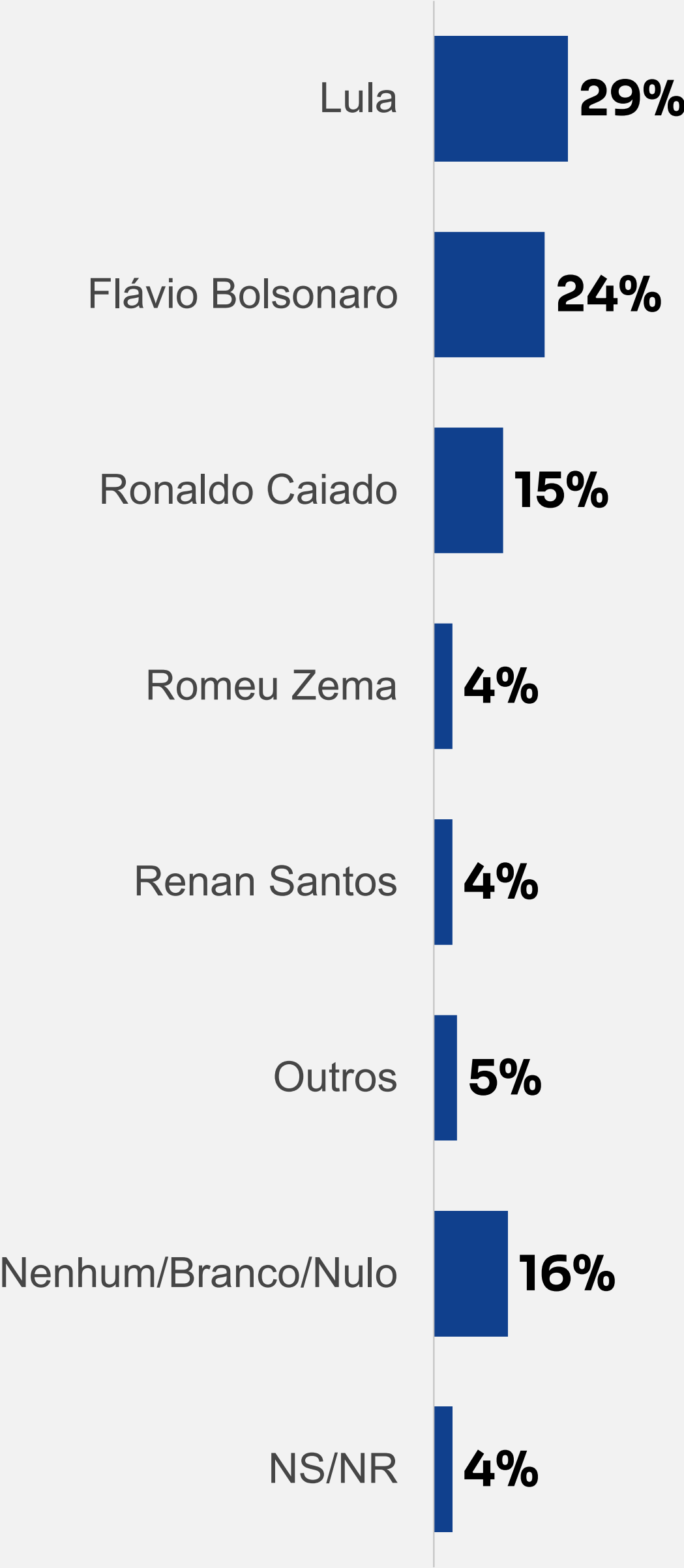
Presença em apenas uma das duas últimas eleições



Cruzamento:

Comparecimento no 1º turno nas duas últimas eleições (2022 e 2018) vs. Voto estimado 1º turno

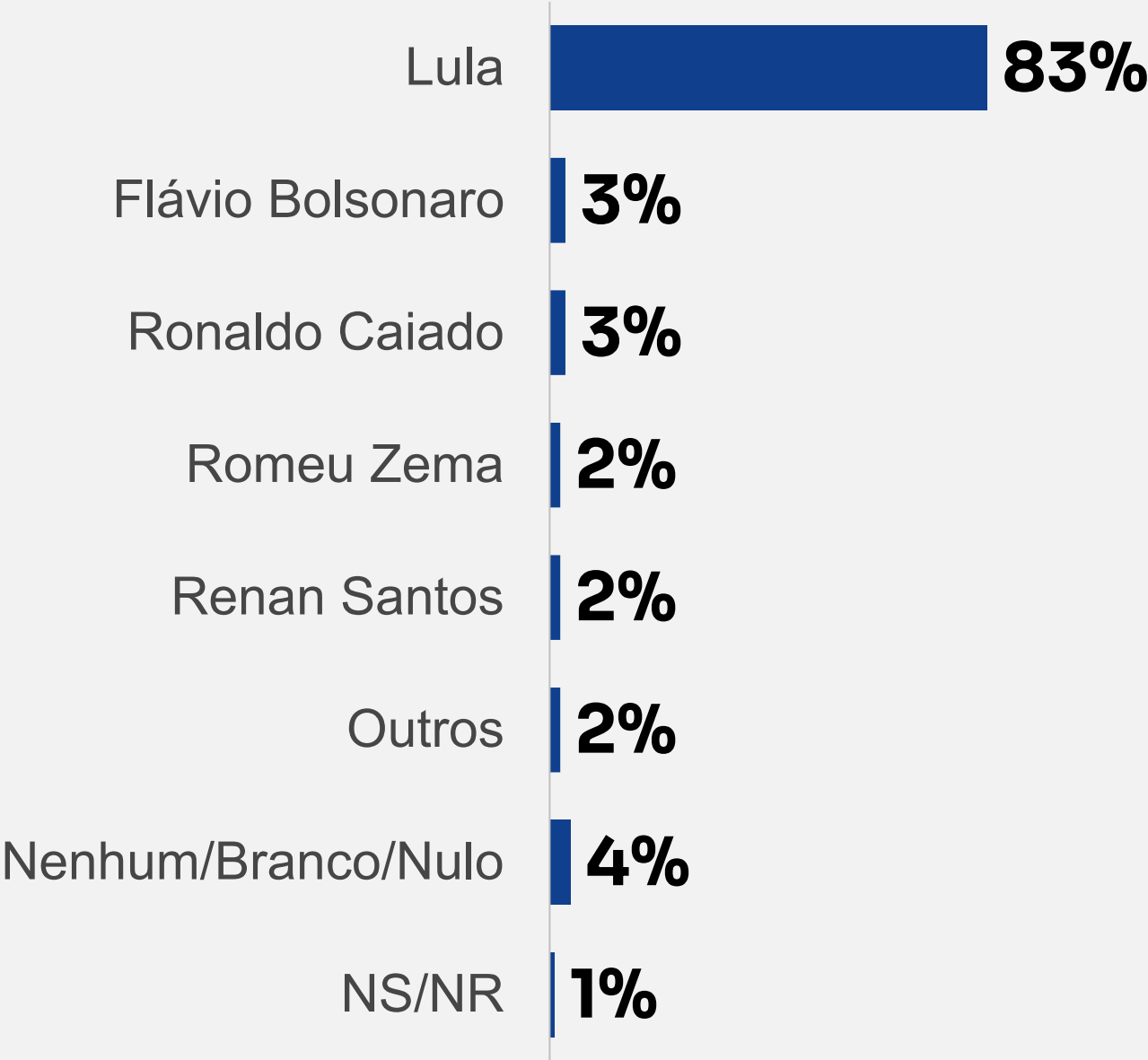
Abstenção nas duas últimas eleições



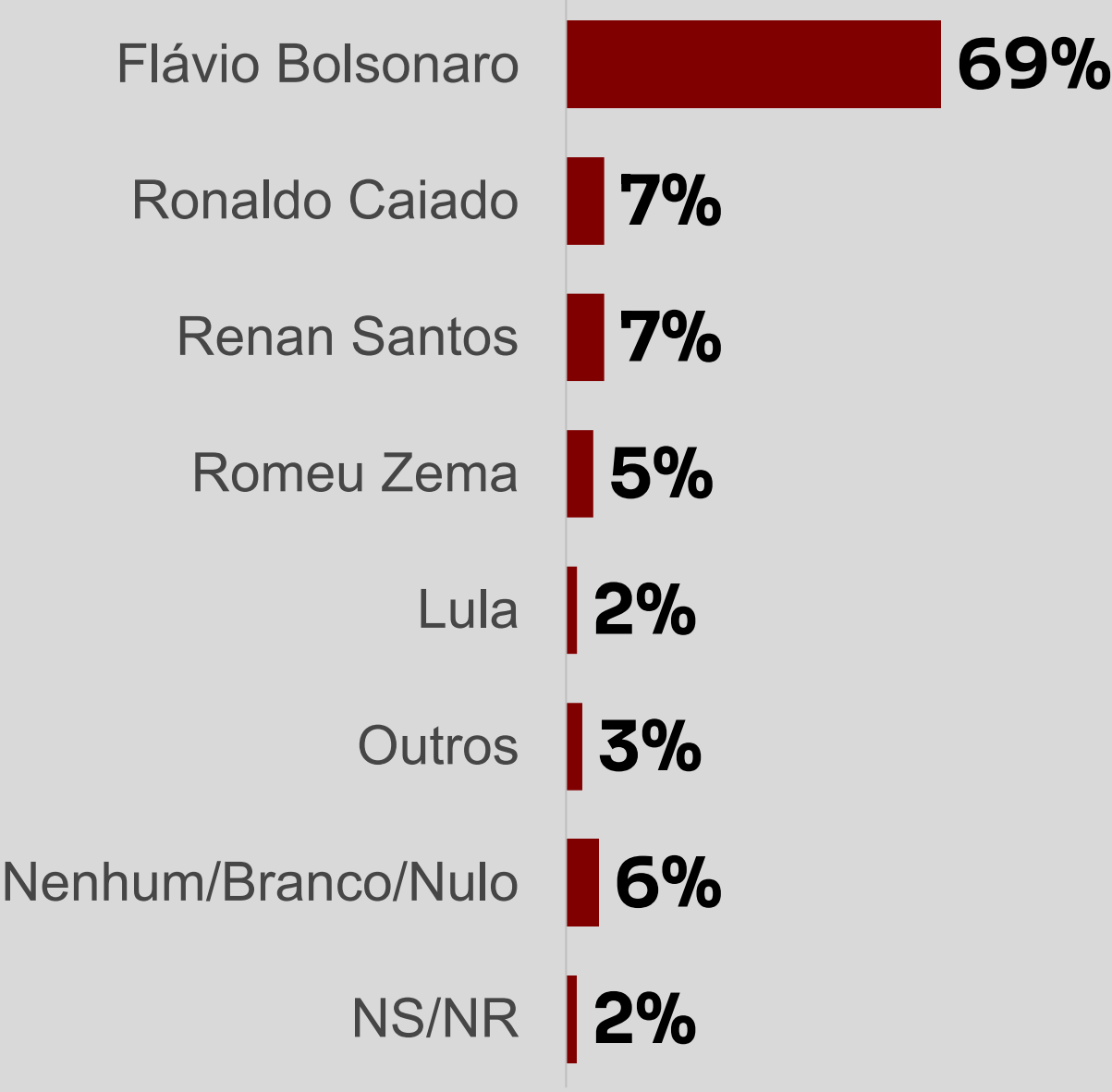
Cruzamento:

Aprovação do Governo Lula vs. Voto estimulado 1º turno

Aprova



Desaprova



Cruzamento:

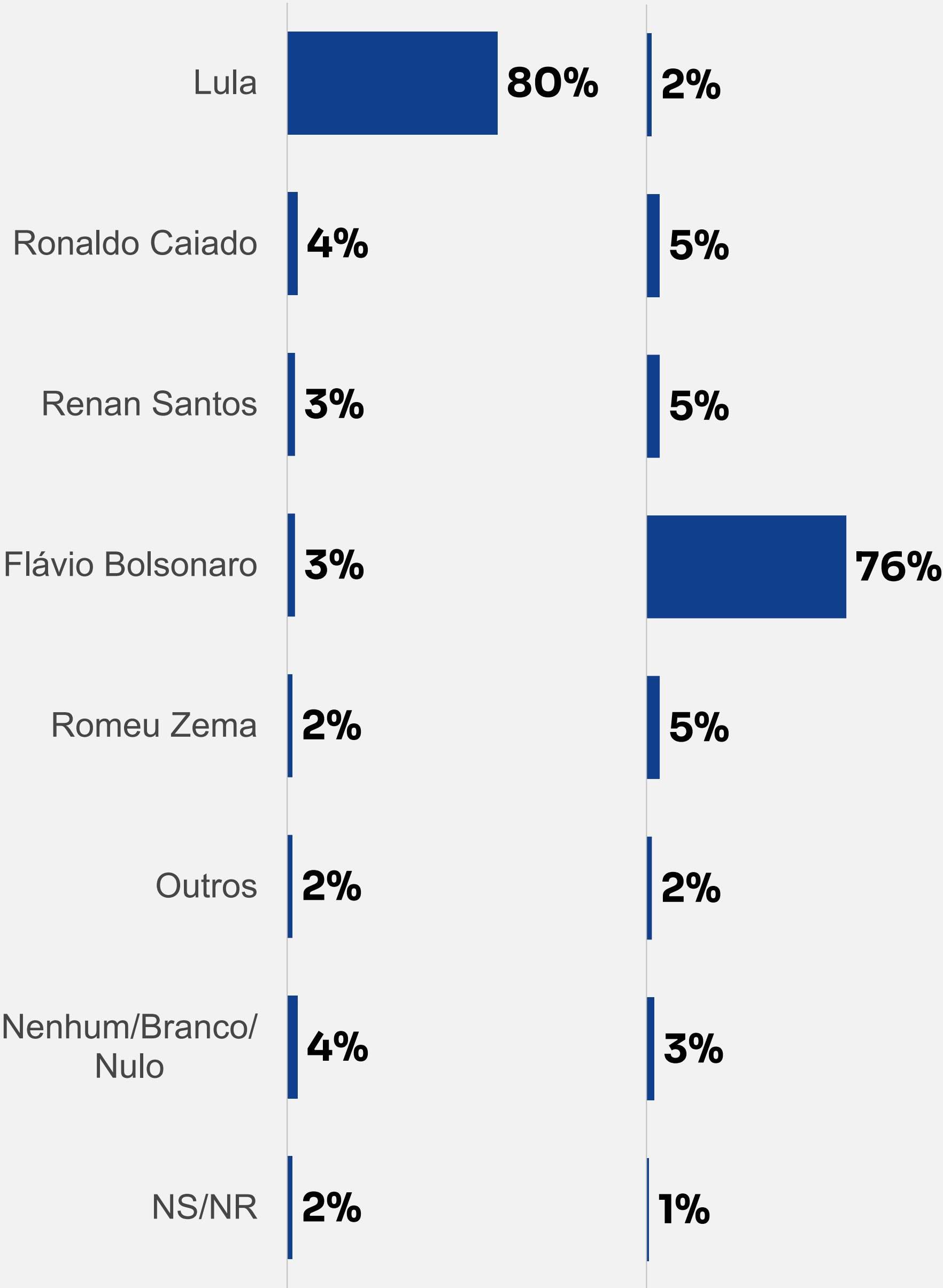
Voto no 2º turno de 2022 vs. Voto estimulado 1º turno



Lula



Jair Bolsonaro



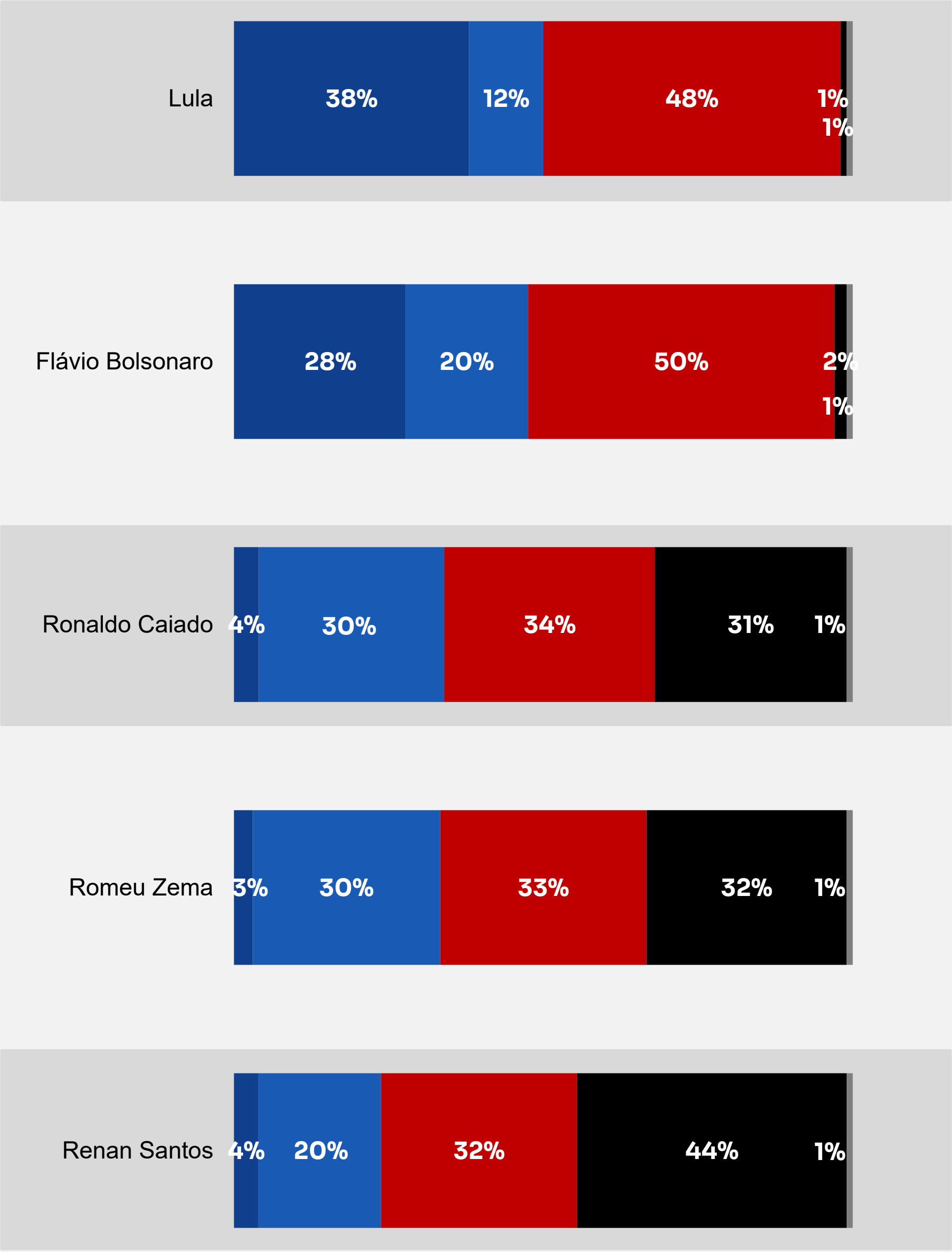


03. Potencial de voto e rejeição 1º turno

Potencial de voto e rejeição

(Estimulada e única)

● É o único em quem votaria ● Poderia votar nele ou em mais algum outro ● Não votaria nele de jeito nenhum ● Não conhece ● NS/NR



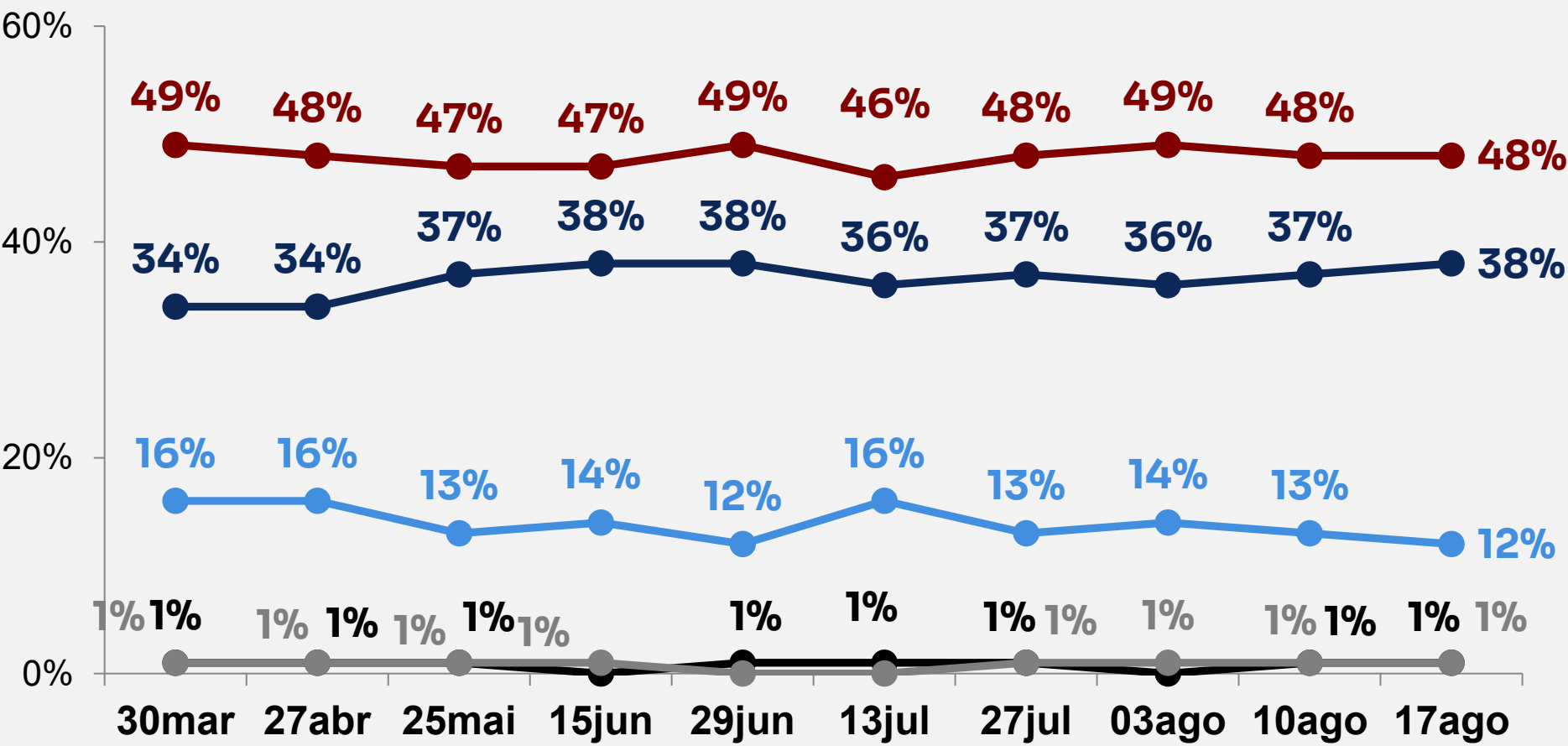
Potencial de voto e rejeição

(Estimulada e única)

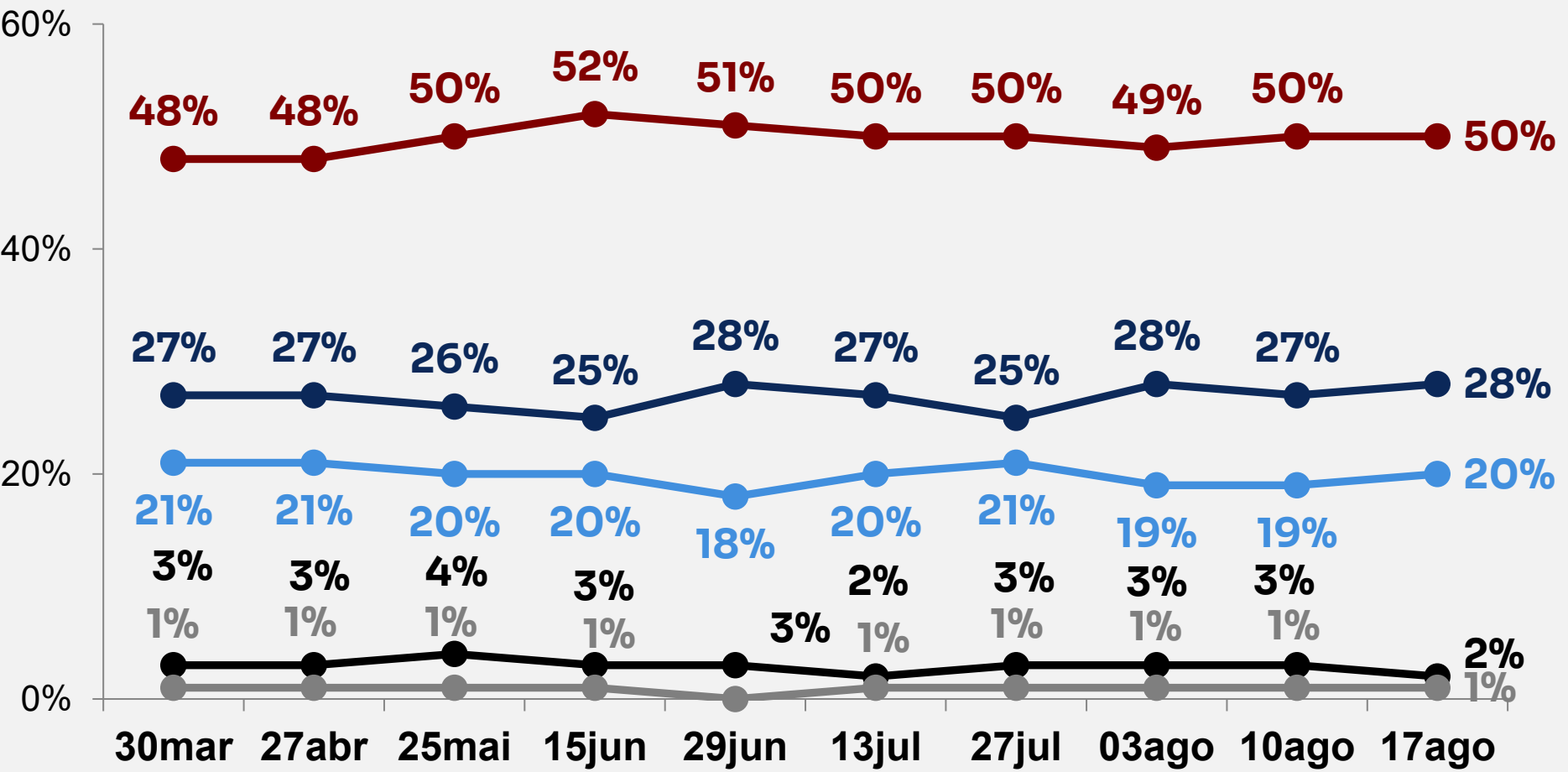
● É o único em quem votaria ● Poderia votar nele ou em mais algum outro ● Não votaria nele de jeito nenhum ● Não conhece ● NS/NR



Lula



Flávio Bolsonaro



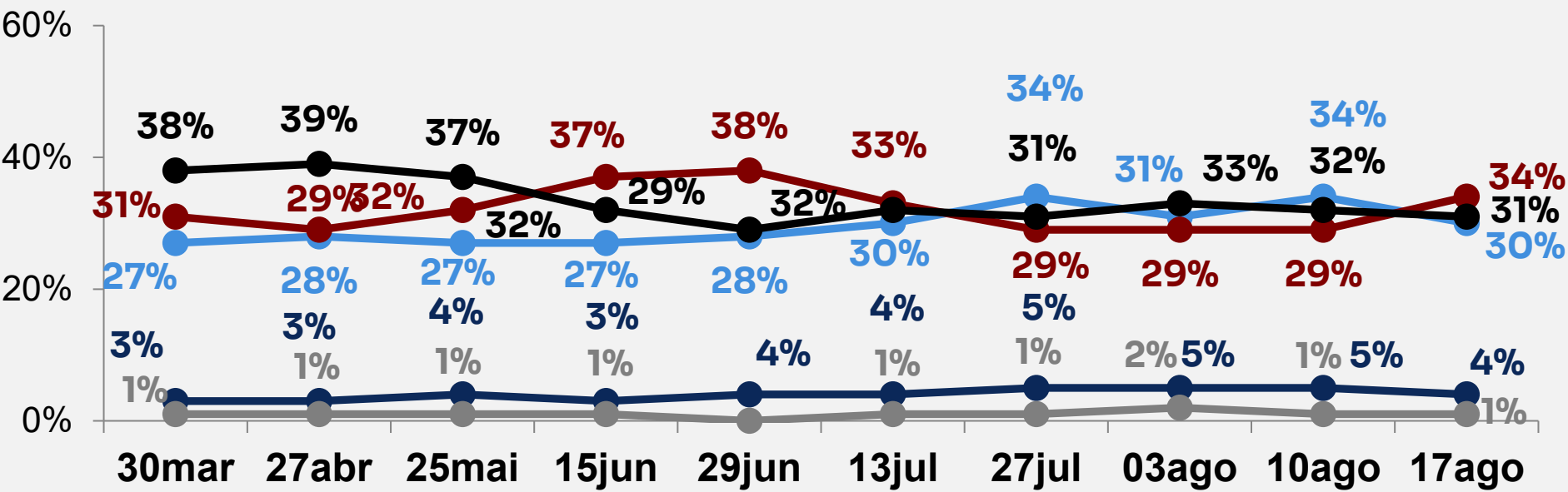
Potencial de voto e rejeição

(Estimulada e única)

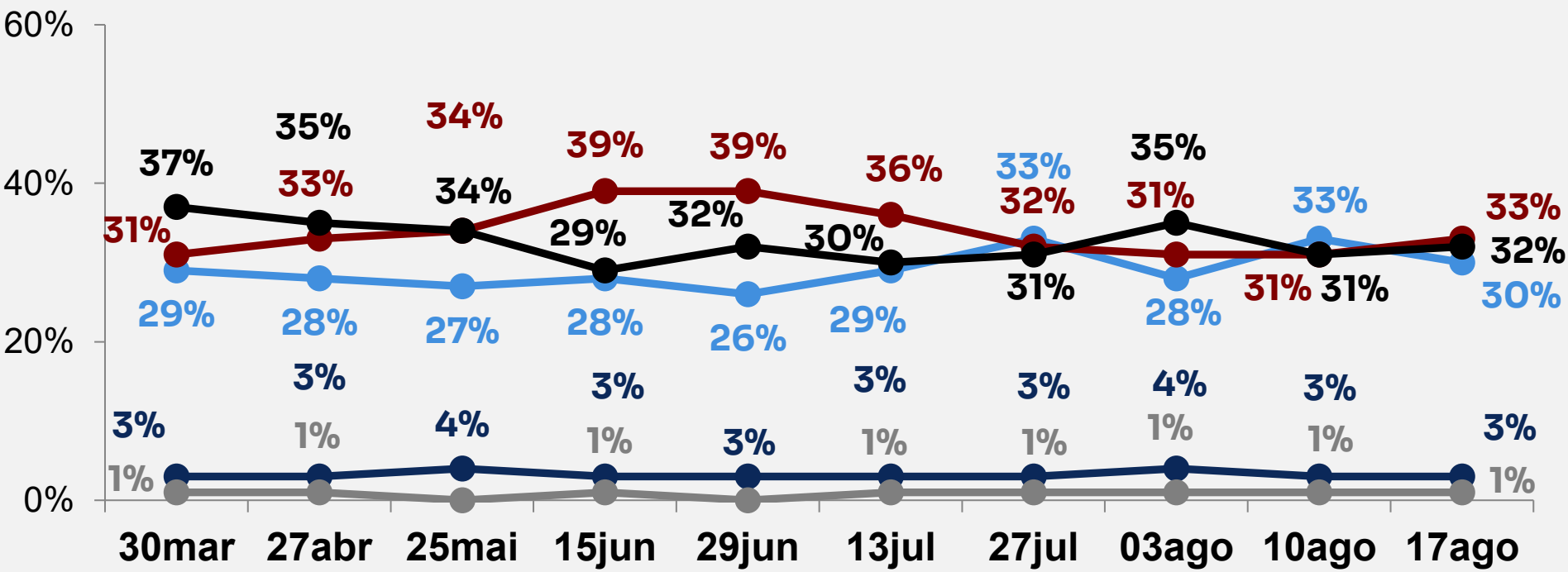
● É o único em quem votaria ● Poderia votar nele ou em mais algum outro ● Não votaria nele de jeito nenhum ● Não conhece ● NS/NR



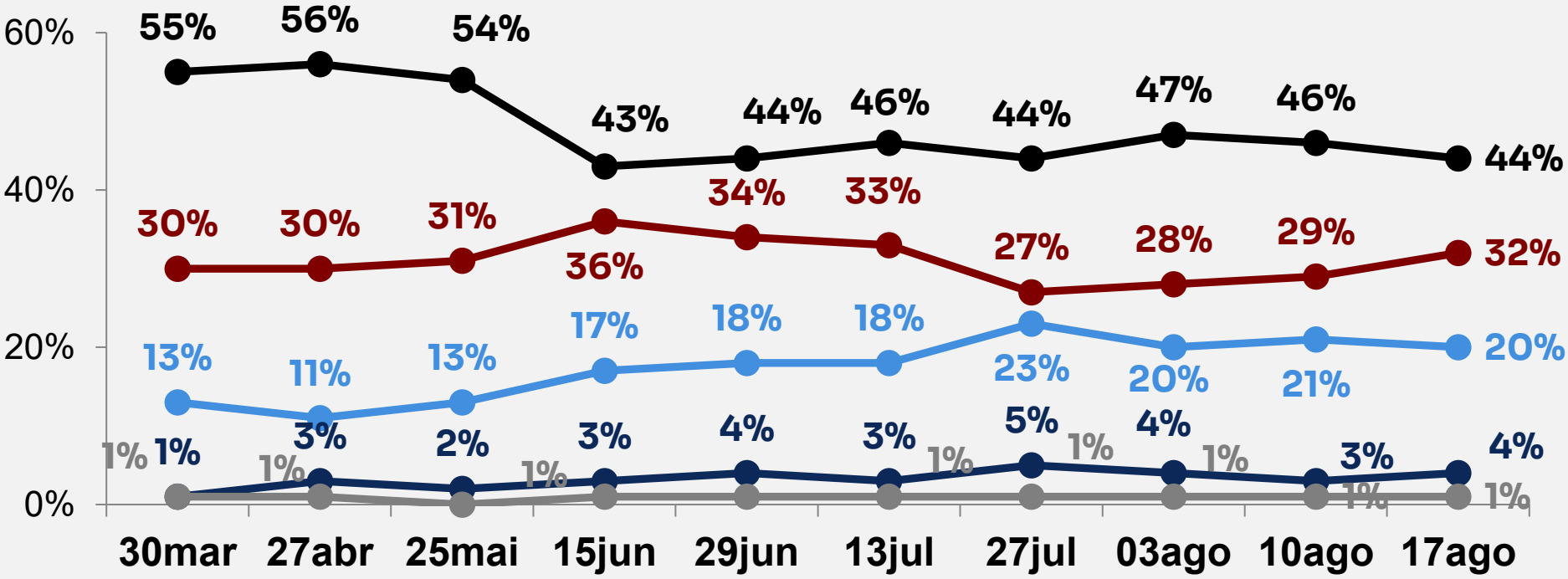
Ronaldo Caiado



Romeu Zema

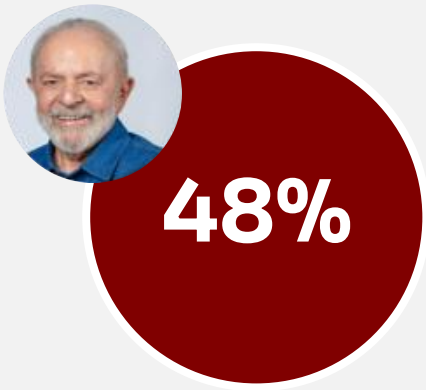


Renan Santos

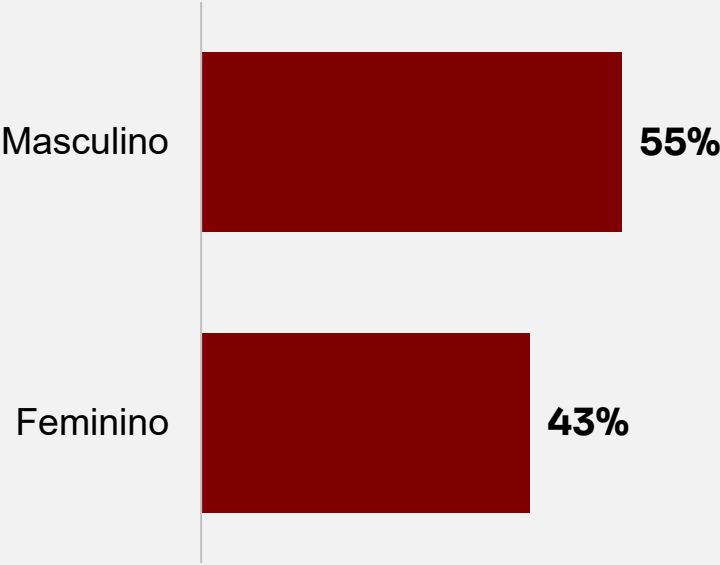


Mapa da rejeição

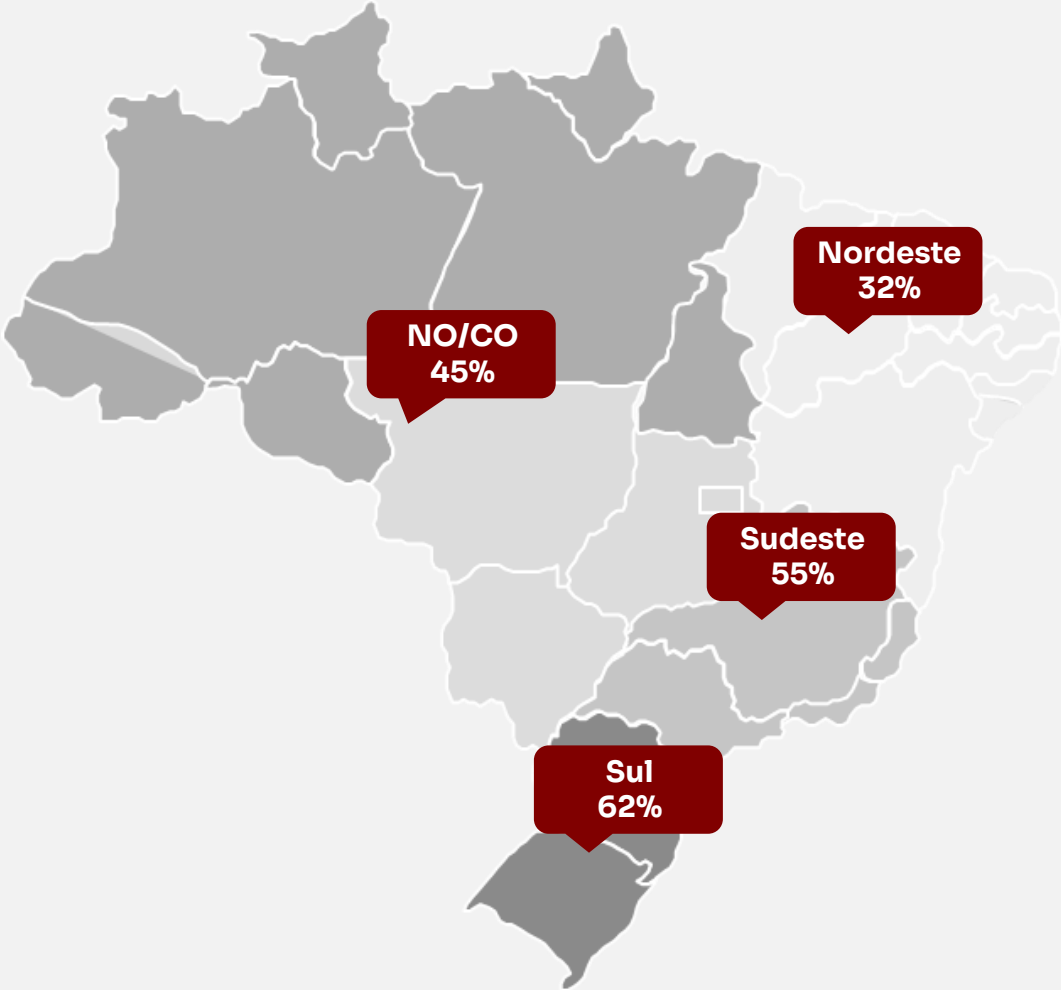
Quem não votaria em Lula?
(taxa de rejeição por perfil)



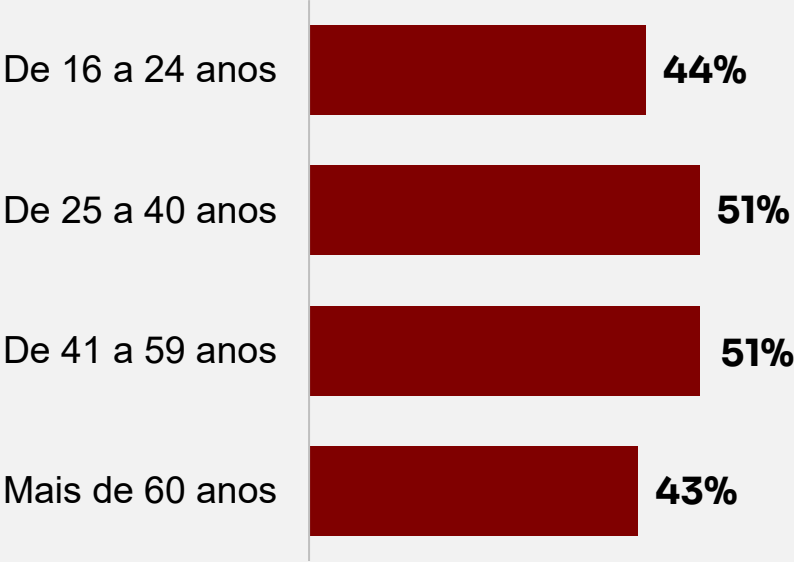
Sexo



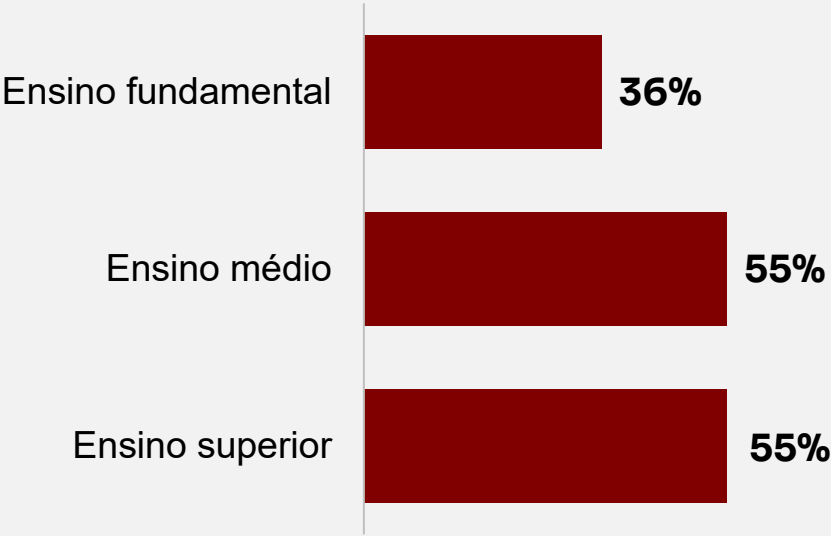
Região



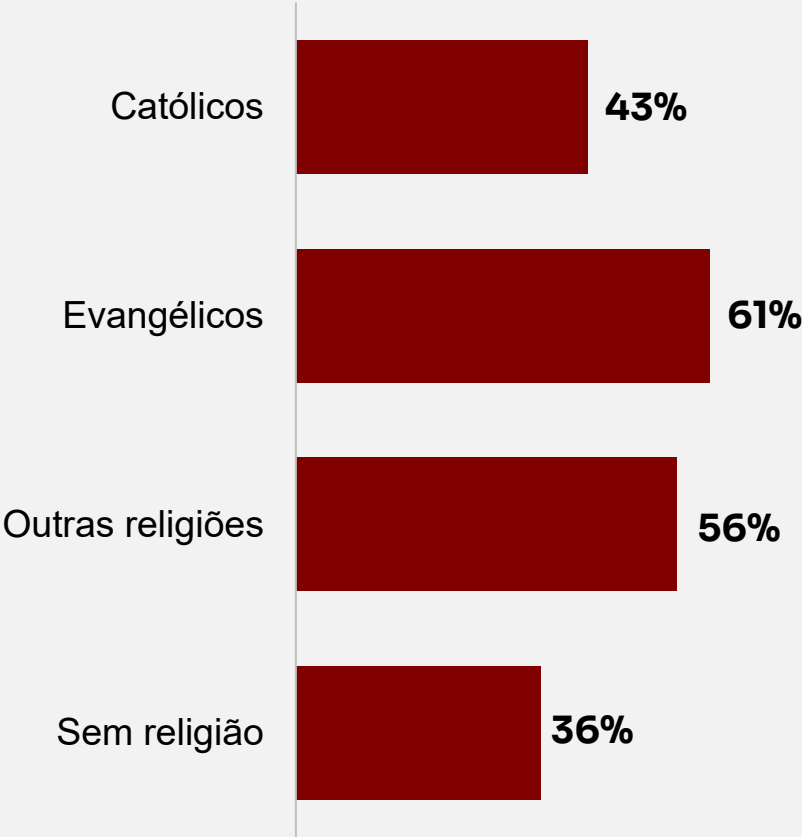
Idade



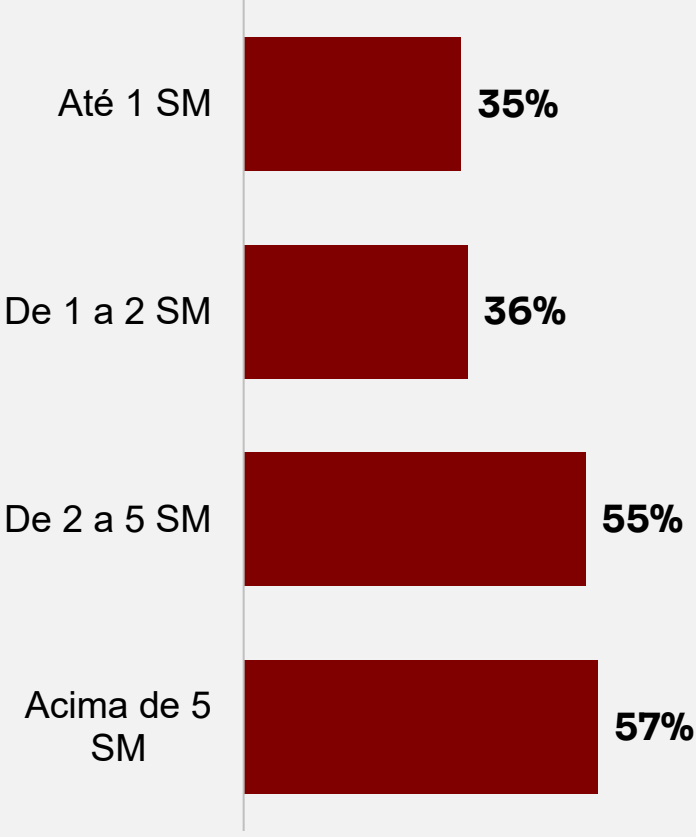
Escolaridade



Religião



Renda



Mapa da rejeição

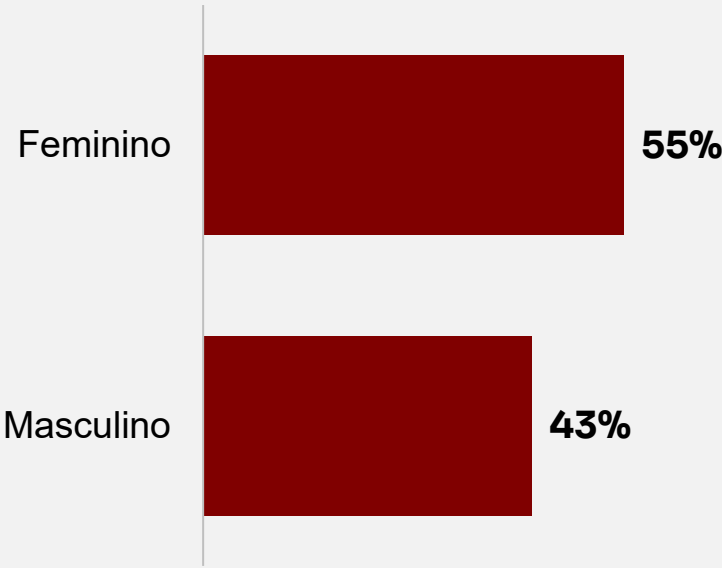
Quem não votaria em Flávio Bolsonaro?

(taxa de rejeição por perfil)

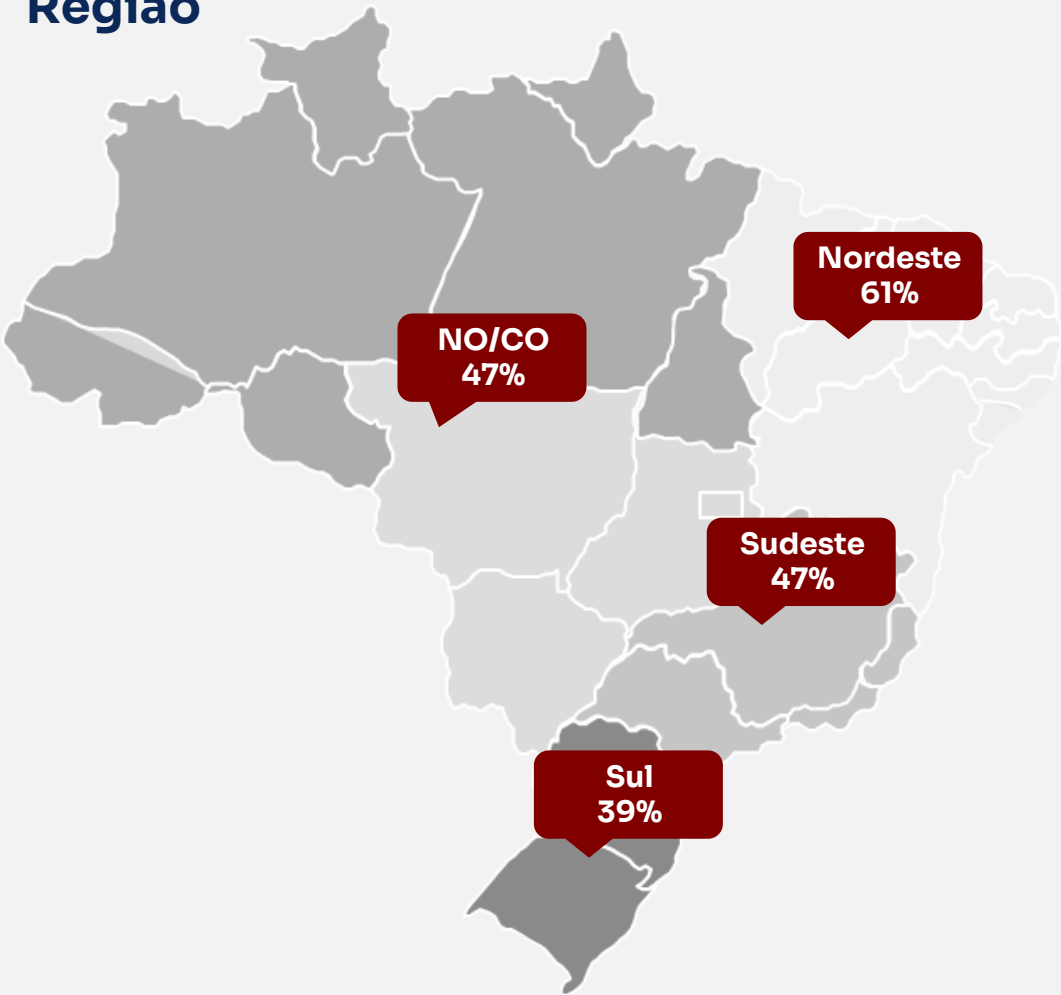


50%

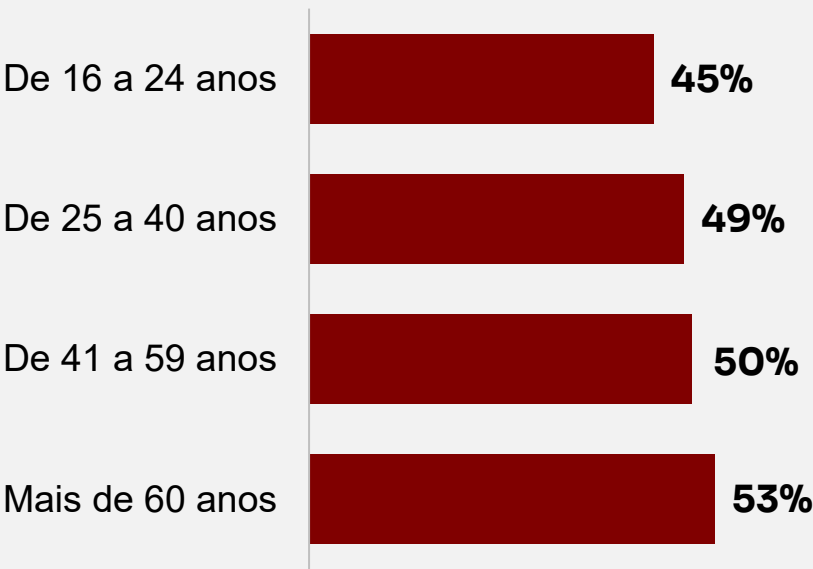
Sexo



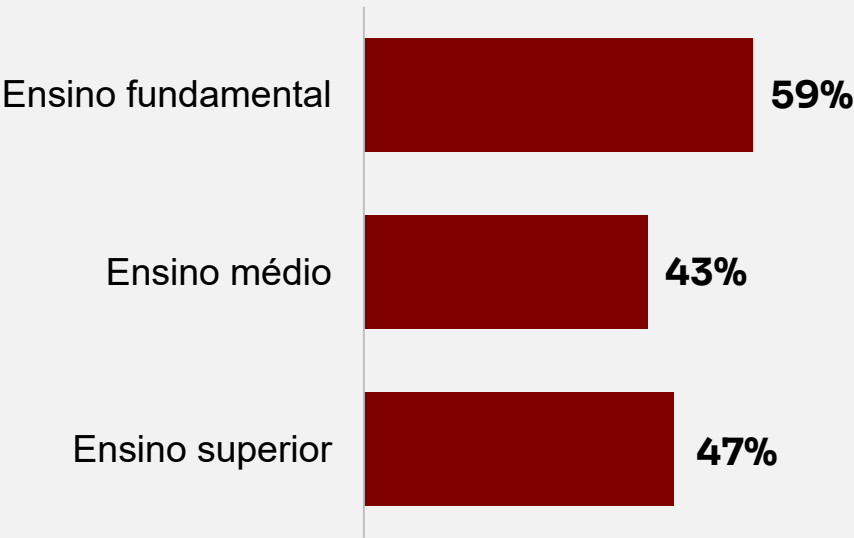
Região



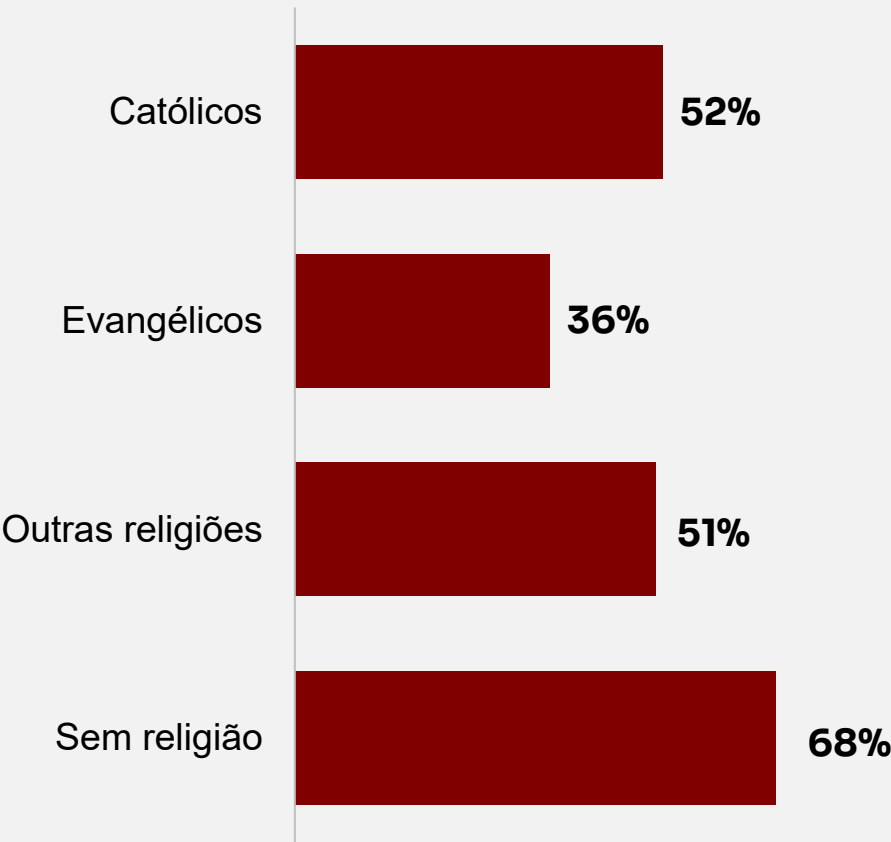
Idade



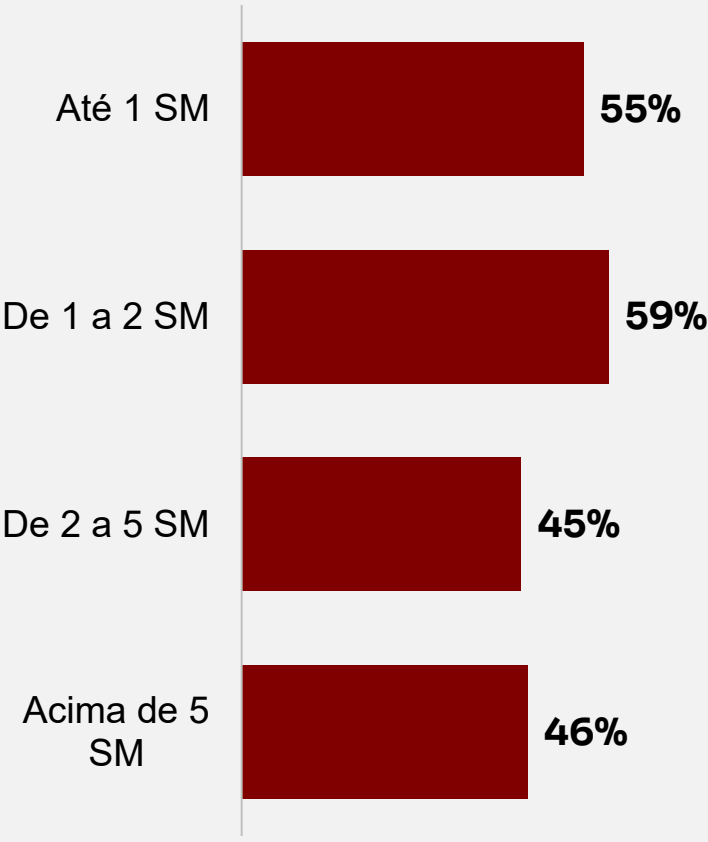
Escolaridade



Religião



Renda





04.

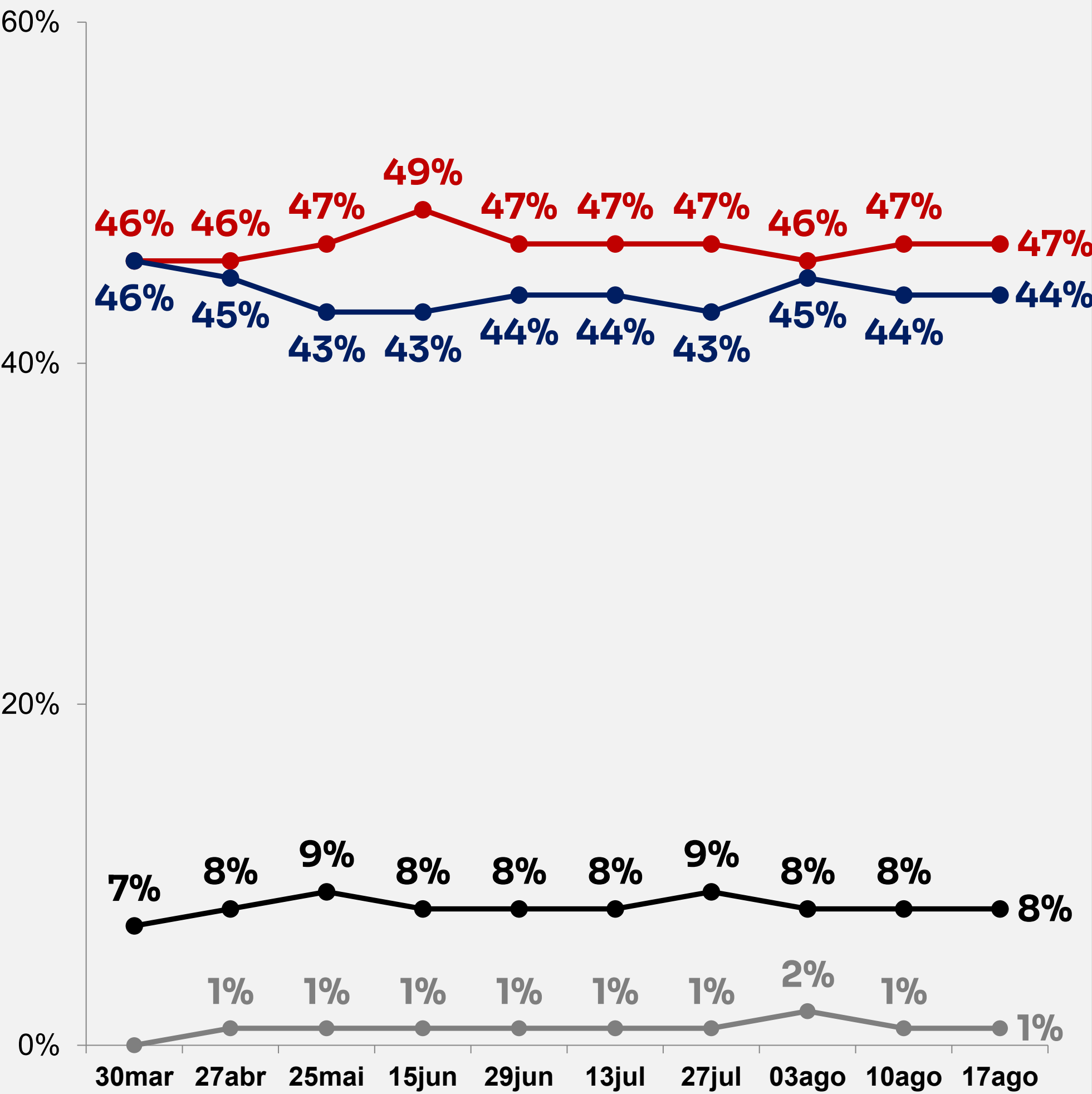
Cenário eleitoral 2º turno

E em eventual 2º turno, em quem você votaria?

(Estimulada e única)

Cenário 1

● Lula ● Flávio Bolsonaro ● Branco/Nulo/Nenhum ● NS/NR



Cenário eleitoral 2º turno - Estimulada

Nos segmentos

Cenário 1



Lula

Flávio
Bolsonaro

Branco/Nulo/
Nenhum

NS/NR

Sexo

Masculino	41%	51%	7%	1%
Feminino	53%	38%	9%	1%

Idade

16 a 24	46%	41%	11%	2%
25 a 40	43%	47%	10%	0%
41 a 59	46%	46%	7%	1%
60 ou +	54%	40%	5%	0%

Região

Norte/Centro-Oeste	47%	46%	5%	1%
Nordeste	63%	29%	7%	1%
Sudeste	41%	49%	10%	0%
Sul	36%	57%	6%	1%

Escolaridade

Fundamental	60%	34%	5%	0%
Médio	39%	50%	10%	1%
Superior	41%	49%	9%	1%

Renda

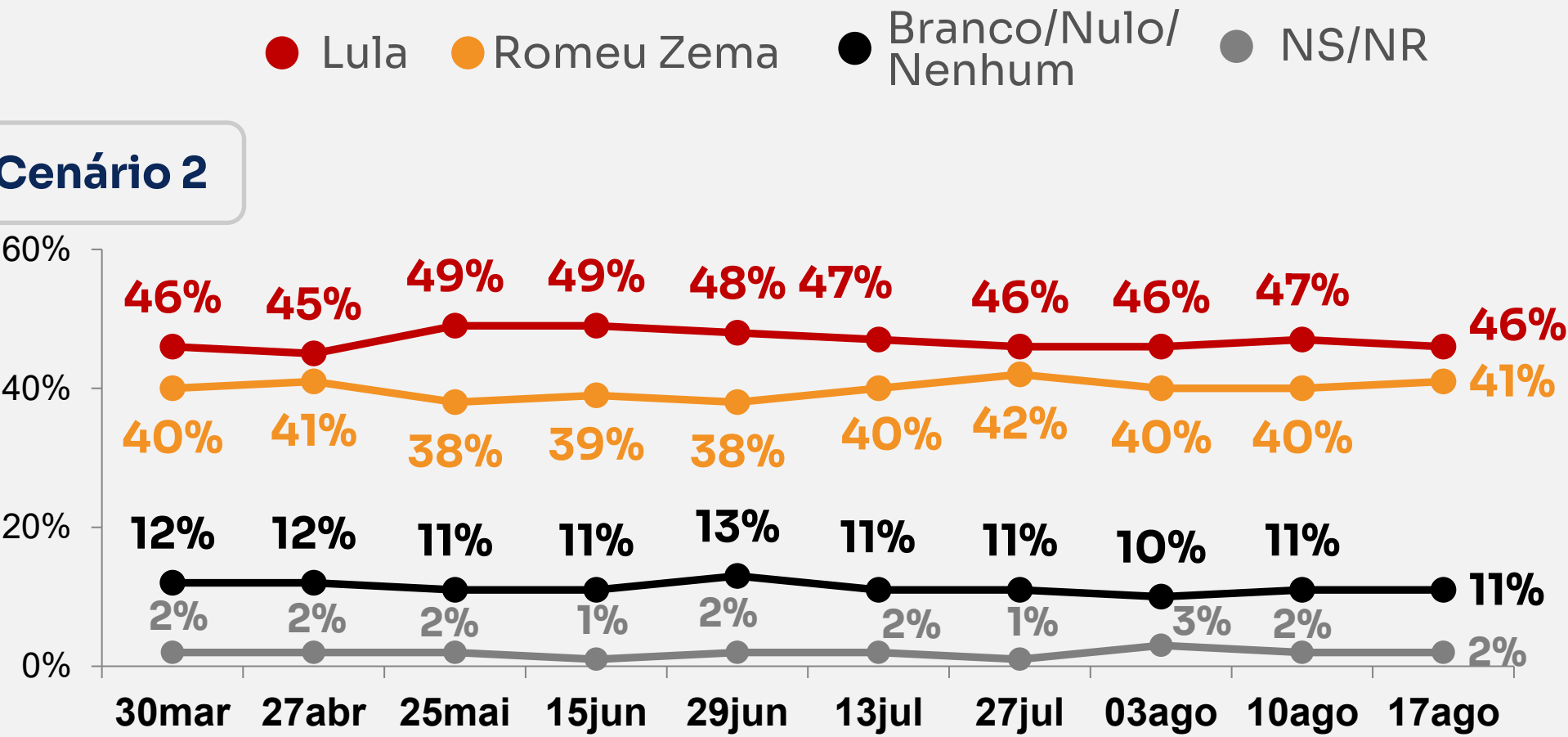
Até 1 SM	58%	33%	9%	0%
De 1 a 2 SM	59%	31%	7%	2%
De 2 a 5 SM	40%	51%	8%	0%
+ de 5 SM	41%	52%	7%	0%

Religião

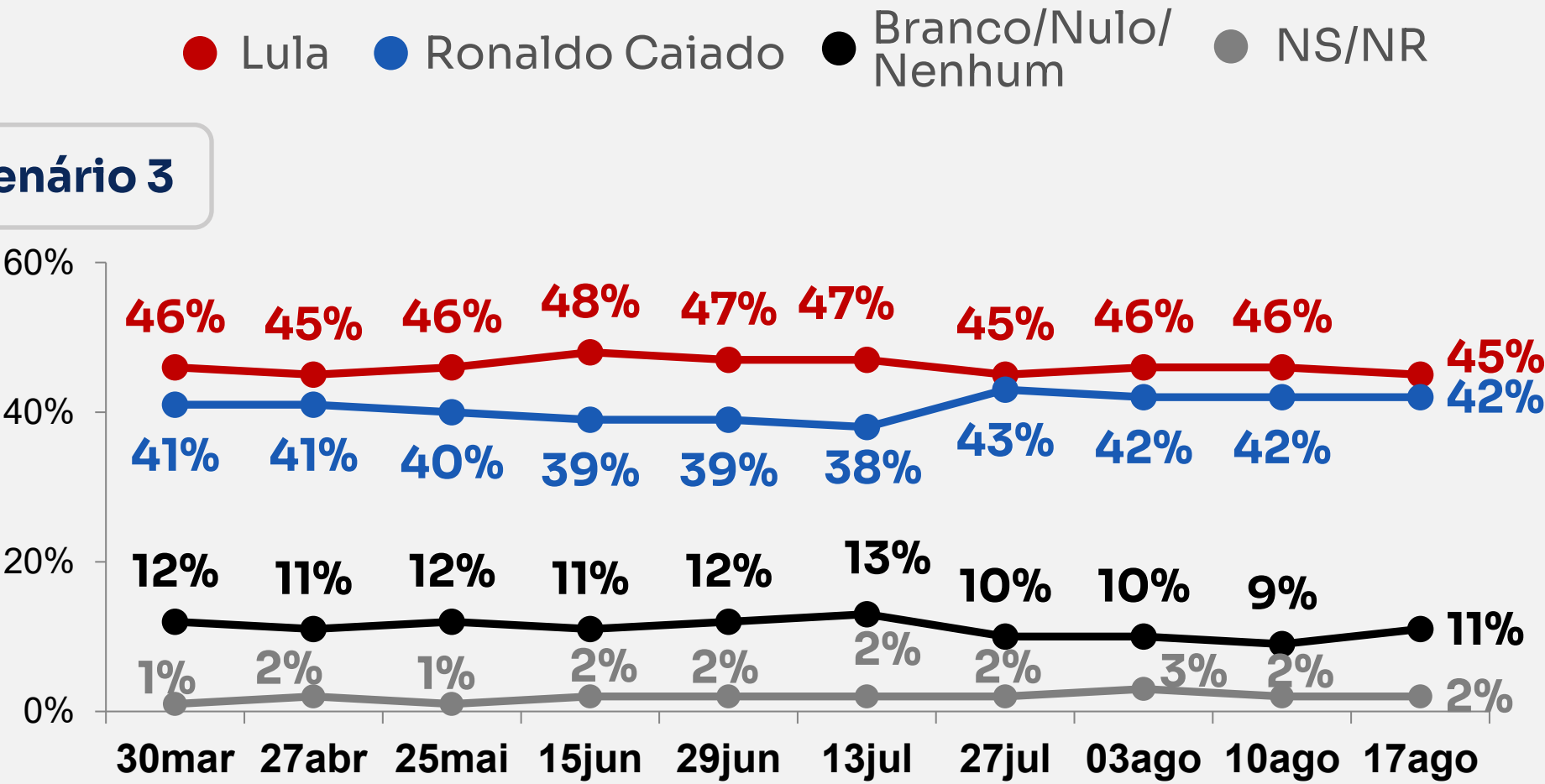
Católicos	52%	41%	6%	0%
Evangélicos	34%	59%	6%	1%
Outras religiões	38%	45%	15%	1%
Sem religião	59%	26%	13%	2%

E em eventual 2º turno, em quem você votaria? (Estimulada e única)

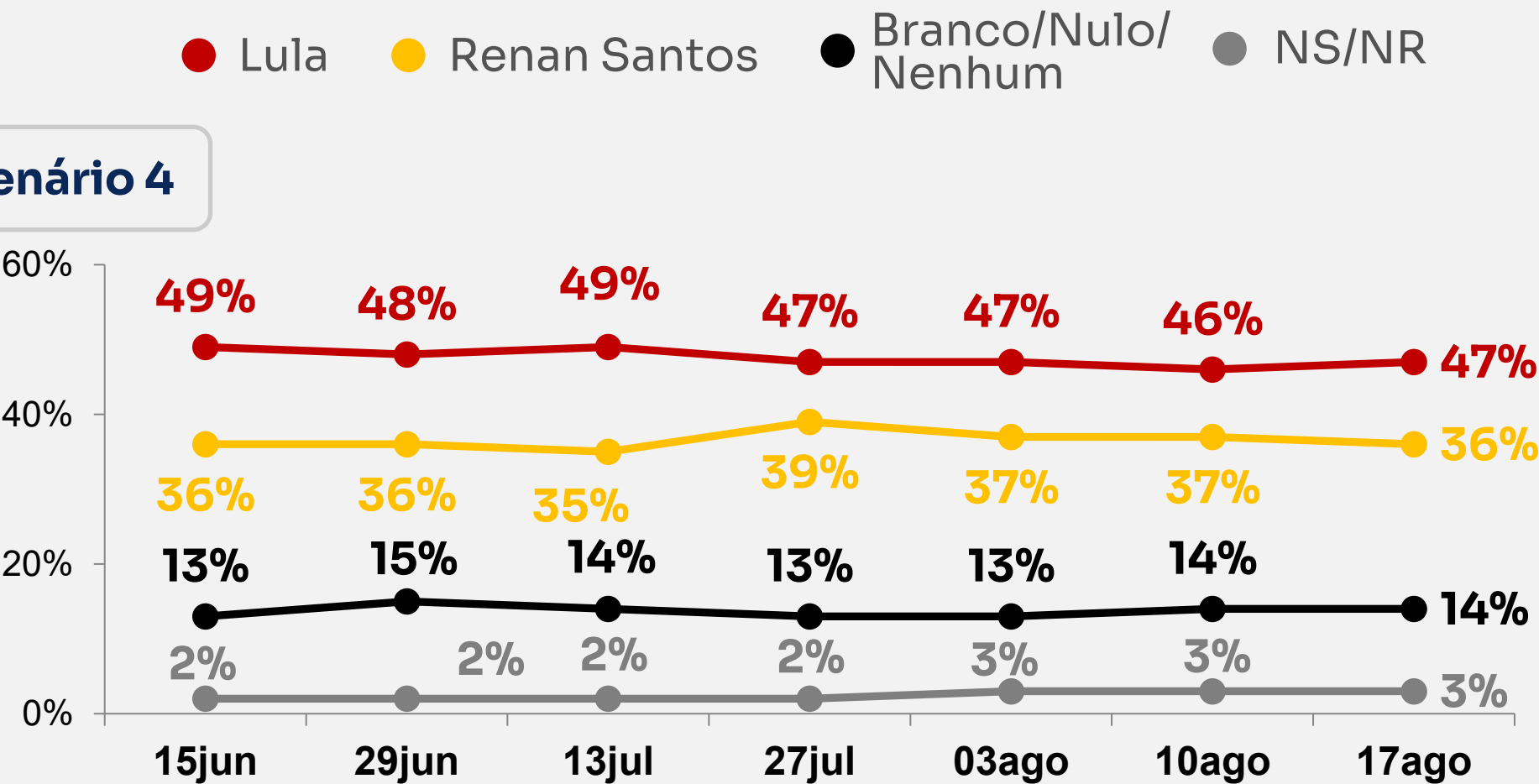
Cenário 2



Cenário 3



Cenário 4

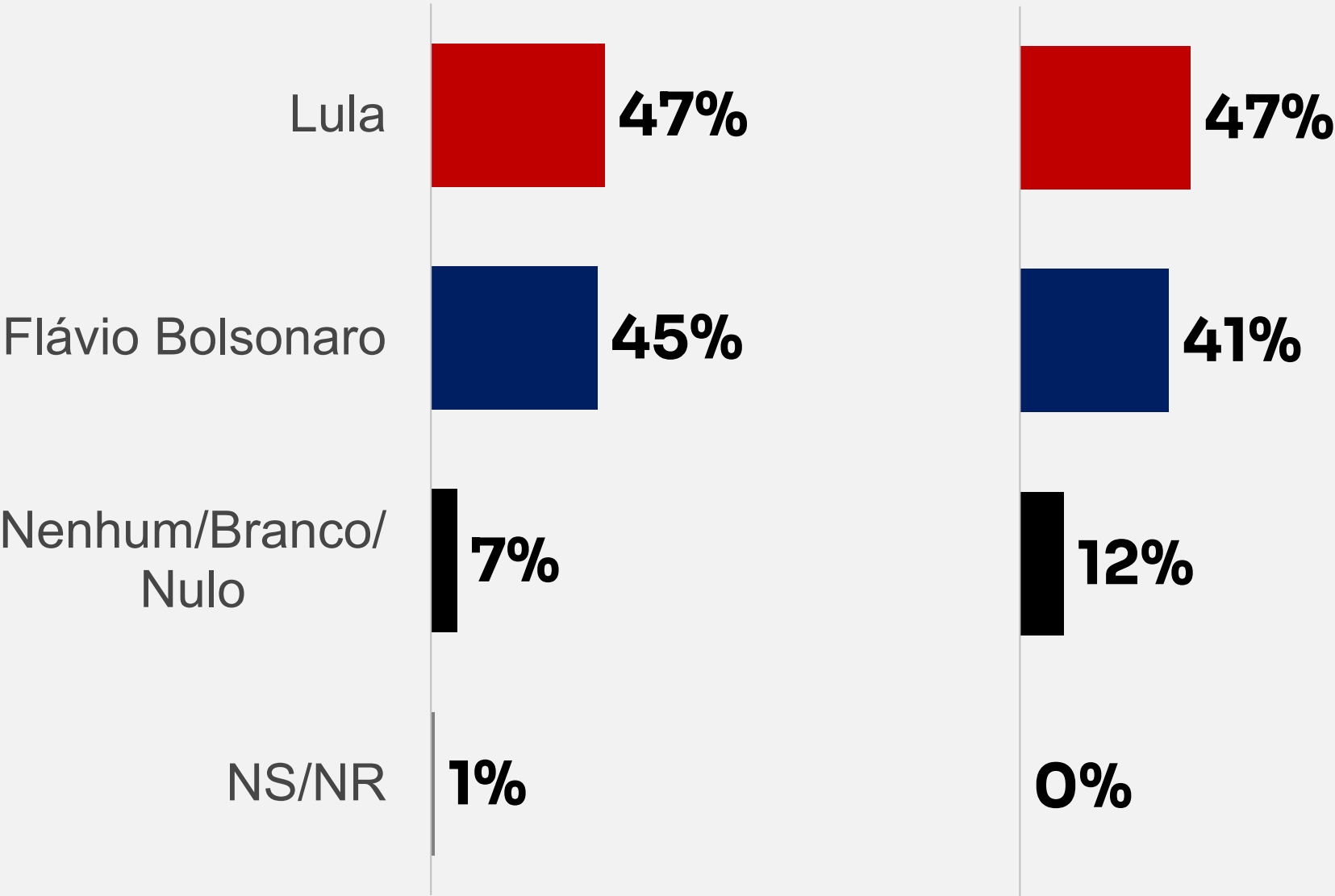


Cruzamento:

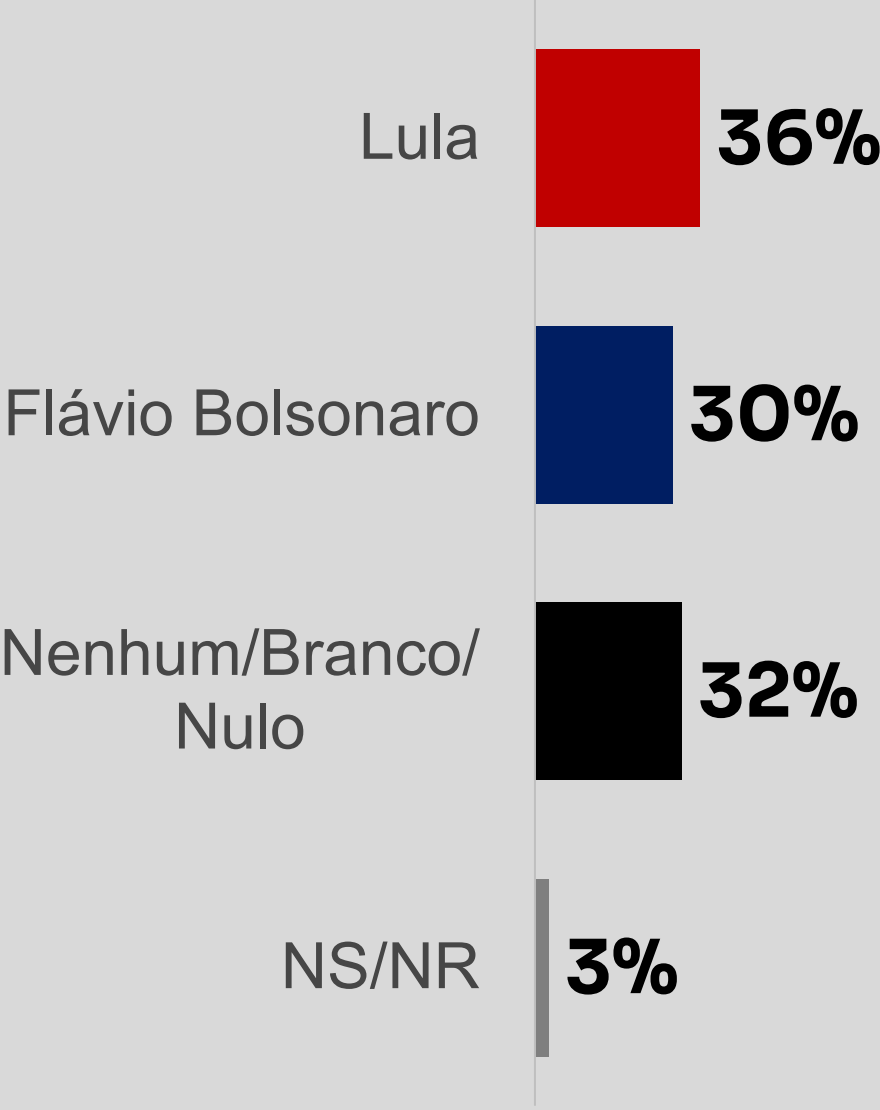
Comparecimento no 1º turno nas duas últimas eleições (2022 e 2018) vs. Voto estimulado 2º turno (Cenário 1)

Presença nas duas últimas eleições

Presença em apenas uma das últimas eleições

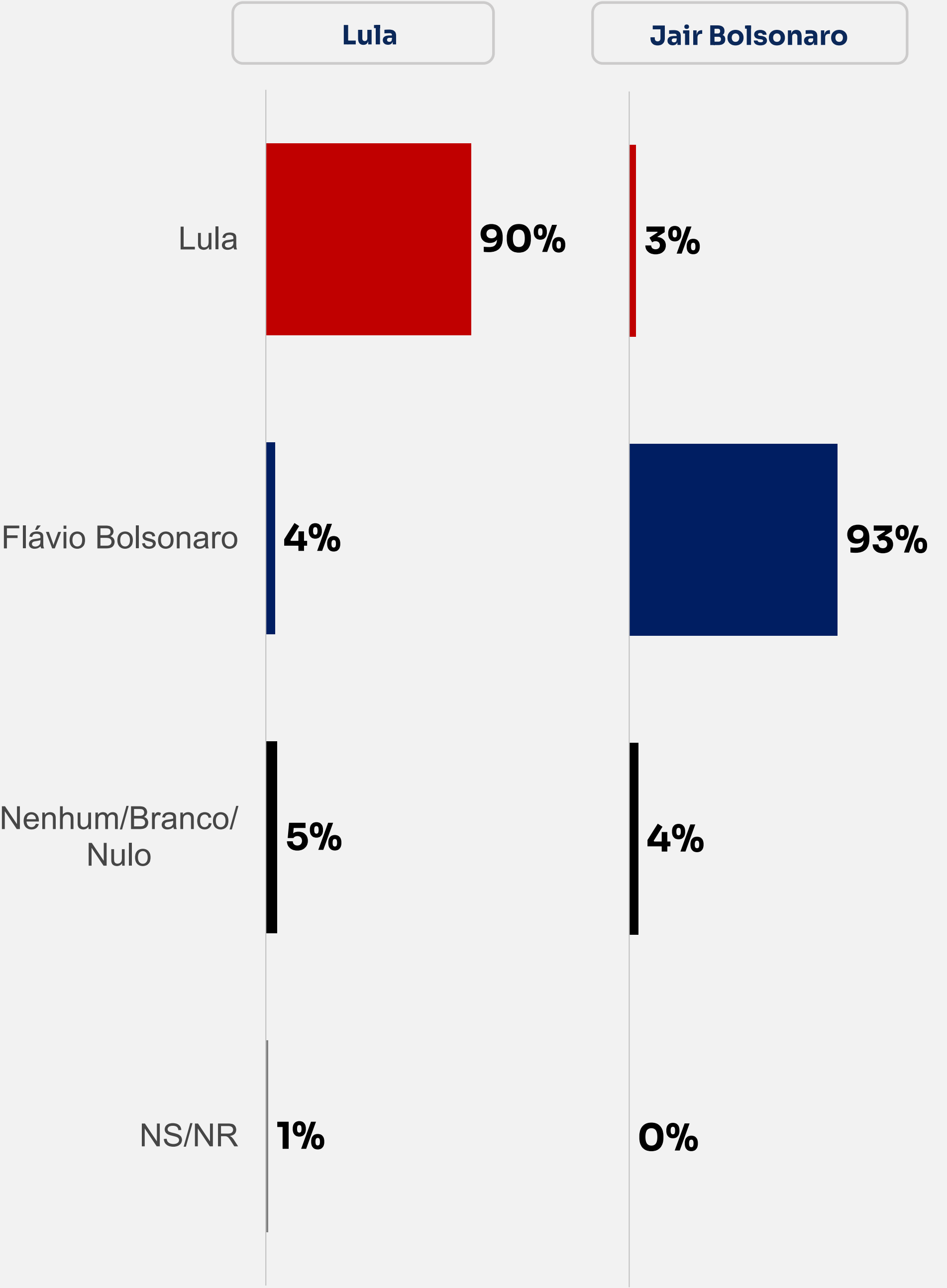


Abstenção nas duas últimas eleições

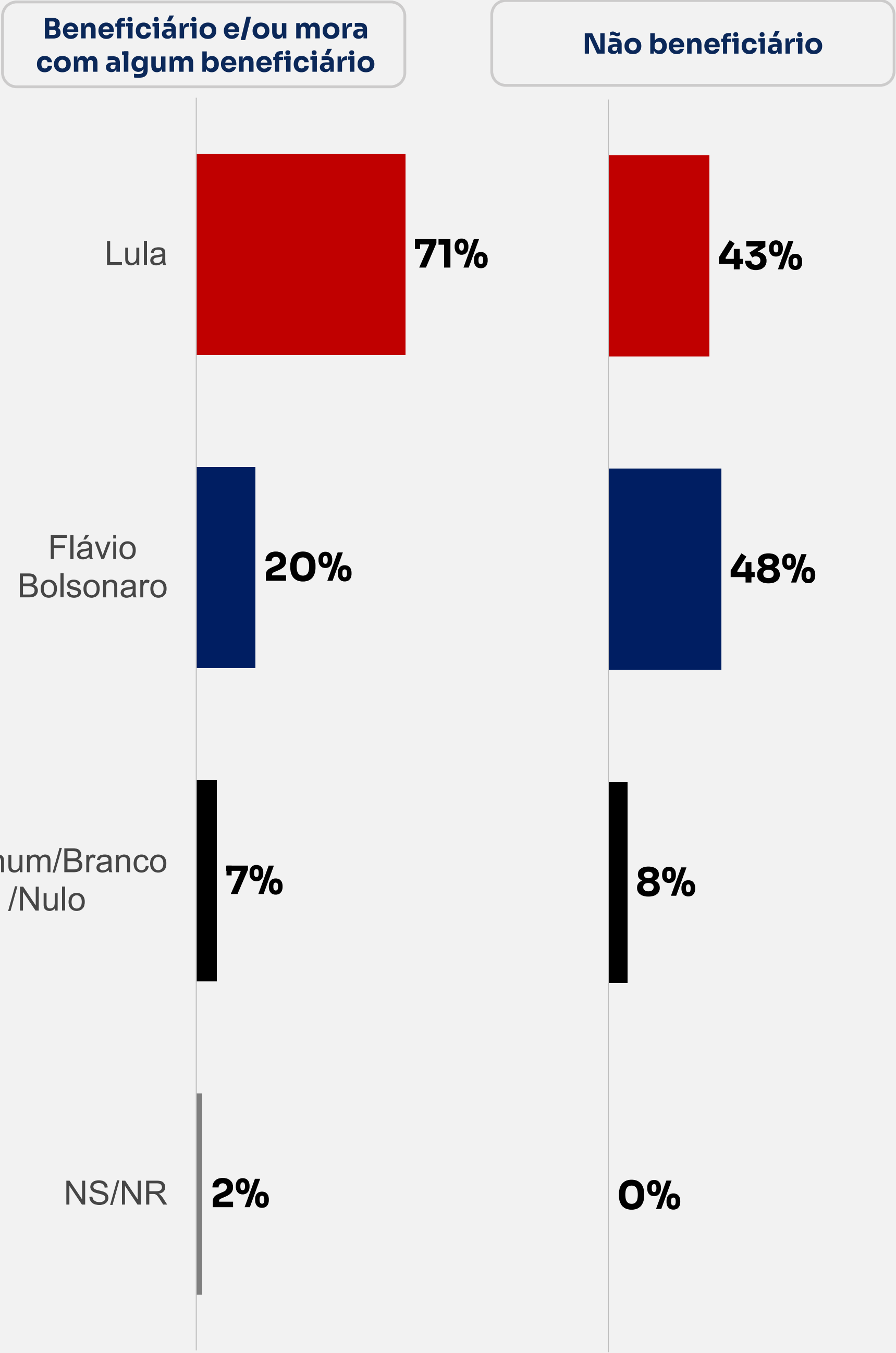


Cruzamento:

Voto no segundo turno de 2022 vs.
Voto estimulado 2º turno (Cenário 1)



Cruzamento: Beneficiário do Bolsa Família vs. Voto estimulado 2º turno (Cenário 1)



Cruzamento (migração de voto):

Voto estimulado 1º turno vs.

Voto estimulado no 2º turno (Cenário 1)

● Lula ● Flávio Bolsonaro ● Nenhum /Branco/Nulo ● NS/NR

Eleitor de
Samara Martins



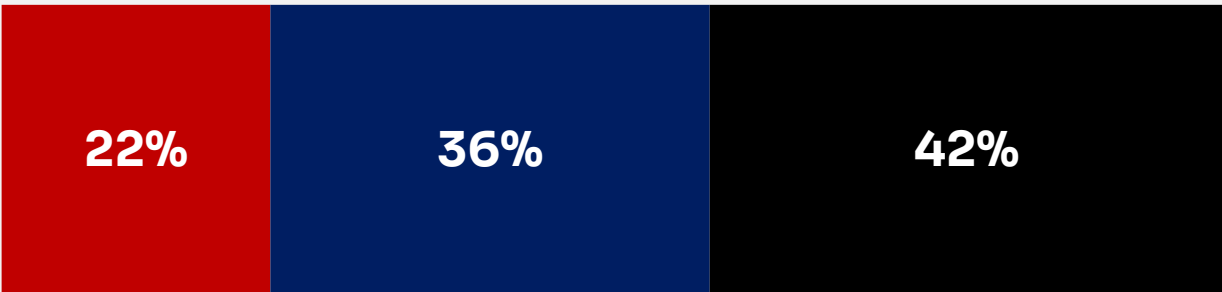
Eleitor de
Ronaldo Caiado



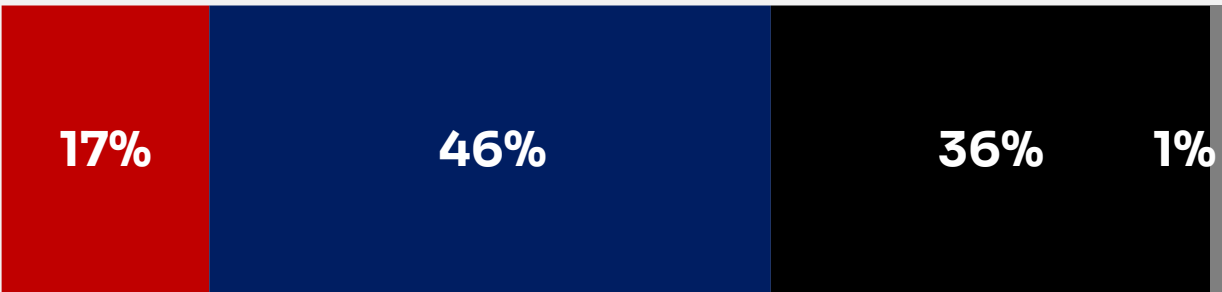
Eleitor de
Romeu Zema



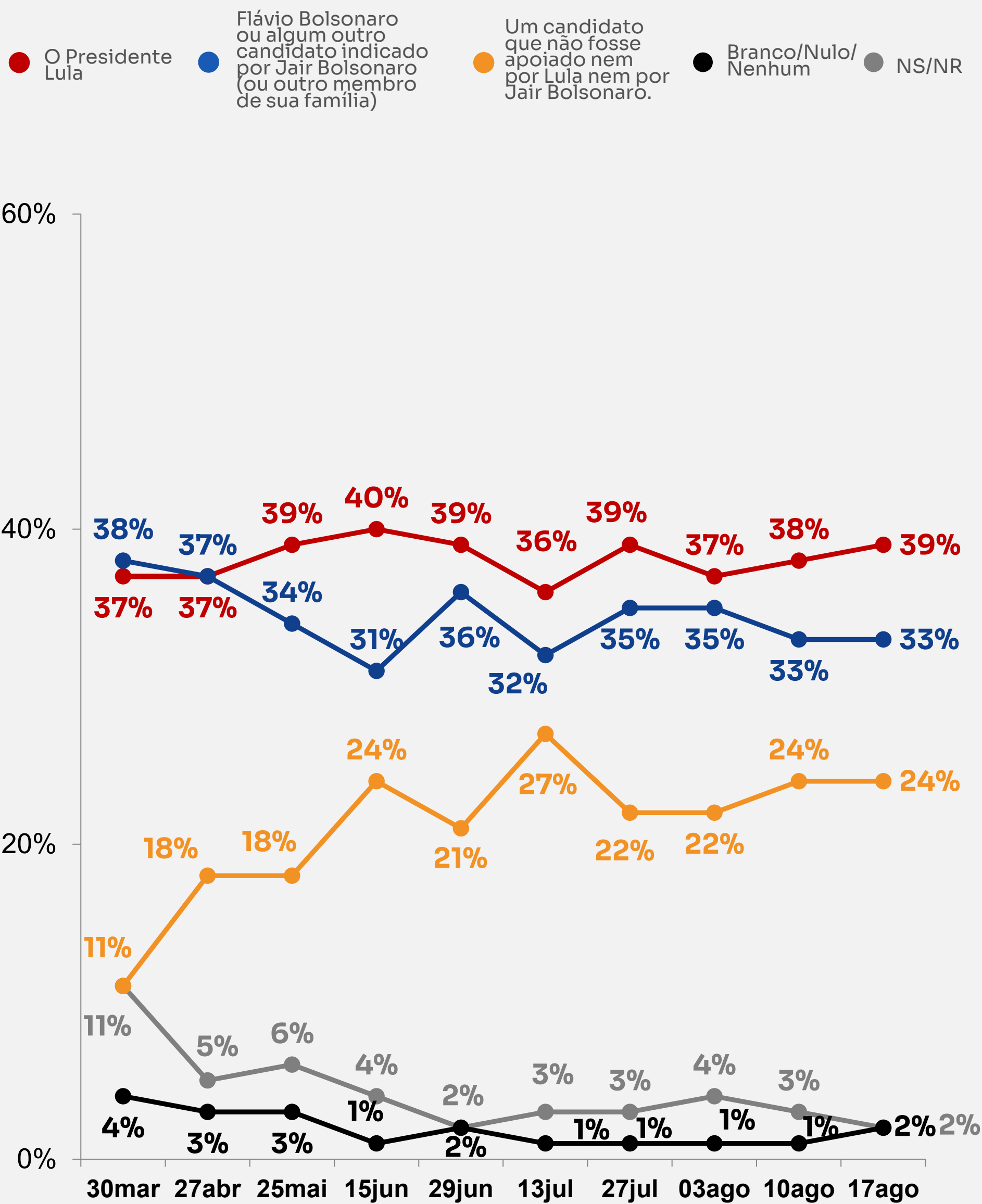
Eleitor de
Augusto Cury



Eleitor de Renan
Santos



Quem deveria ser eleito Presidente do Brasil nas eleições de 2026? (Estimulada e única)





05. Avaliação de Governo



Candidato à reeleição, Lula chega ao início da campanha com saldo negativo entre ótimo/bom e ruim/péssimo



A polarização se reflete também na percepção sobre o Governo: desde maio, o Brasil se divide entre aprovação e desaprovação

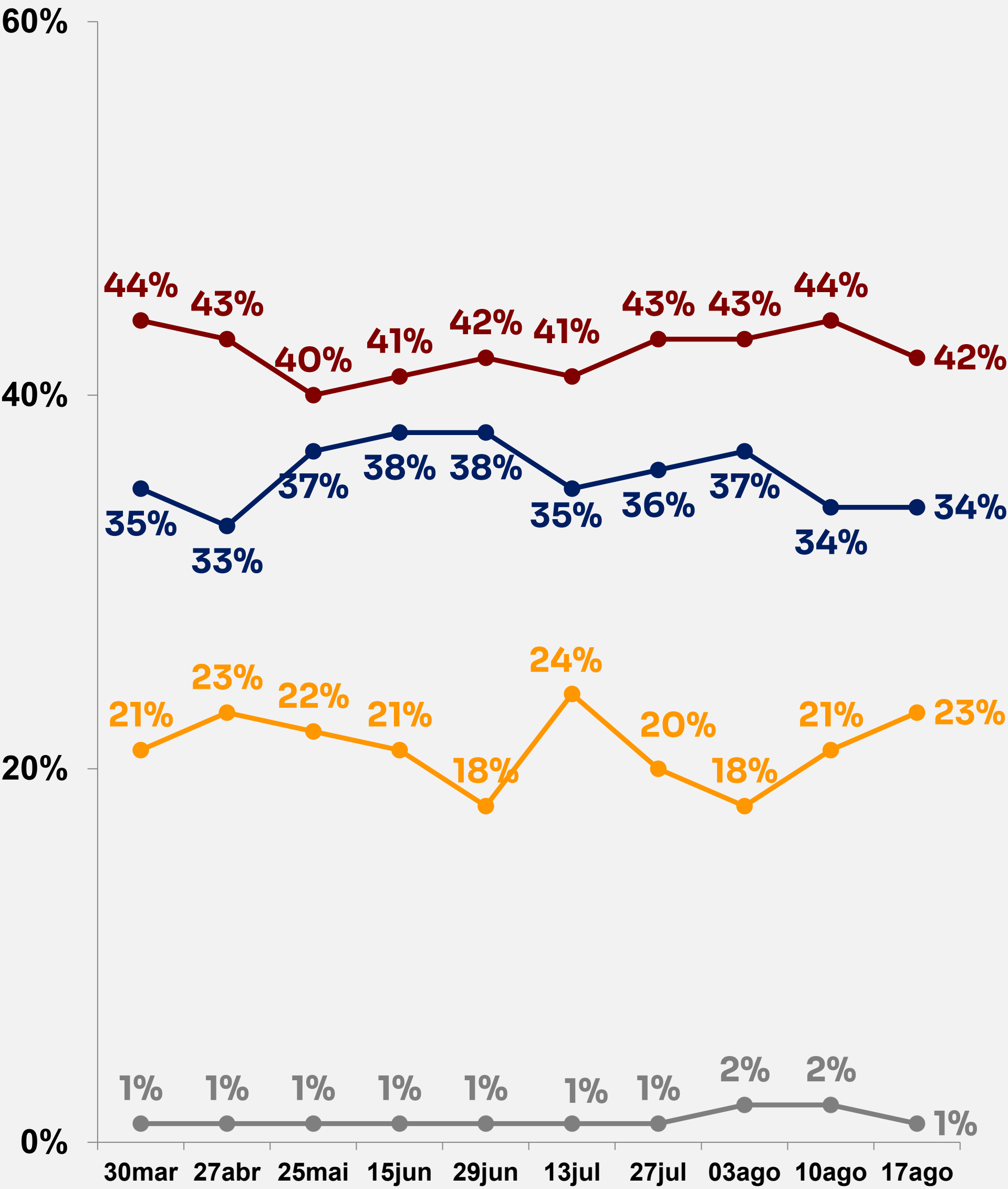
“No início da série histórica das pesquisas, Lula tinha uma desaprovação 6pp maior que a aprovação. Ele conseguiu melhorar em abril e maio, mas desde então o eleitorado se divide entre quem aprova e desaprova o presidente, sem que o petista conseguisse ter uma vantagem significativa. O saldo positivo de aprovação do Governo Lula se reflete nos perfis mais simpáticos ao candidato Lula: mulheres, 60 anos ou mais, região Nordeste, católicos, ensino fundamental e baixa renda de até 2 salários mínimos.”

André Jácomo,
Diretor de Pesquisa da Nexus

Como você avalia o governo do Presidente Lula?

(Estimulada e única)

Ótimo/Bom Regular Ruim/Péssimo NS/NR



Avaliação do governo Lula

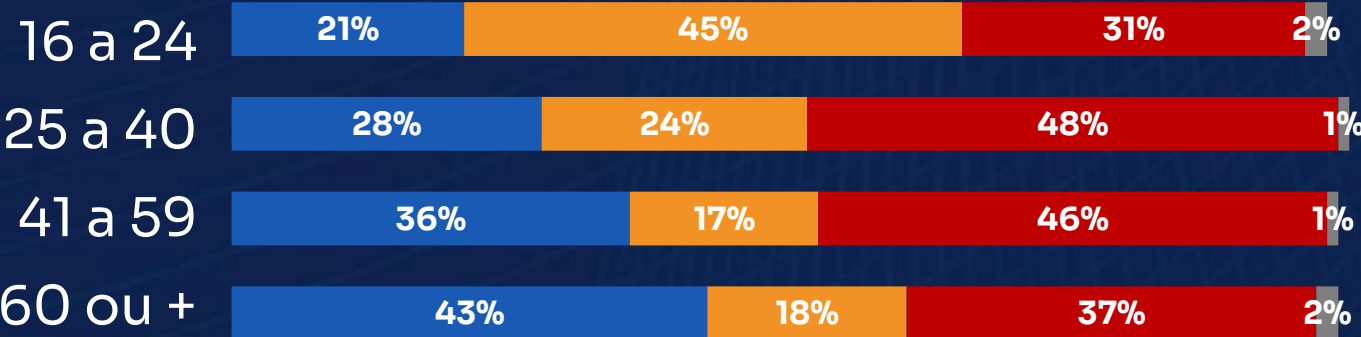
Nos segmentos

● Ótimo/Bom ● Regular ● Ruim/Péssimo ● NS/NR

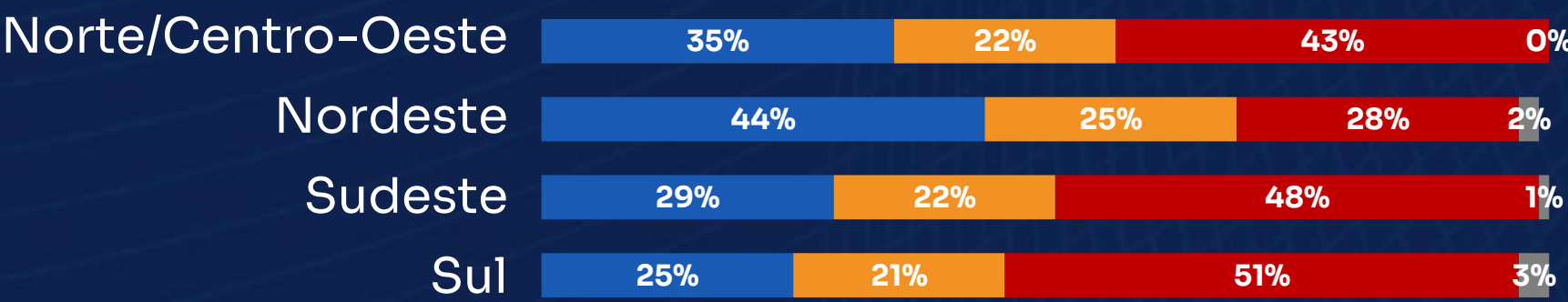
Sexo



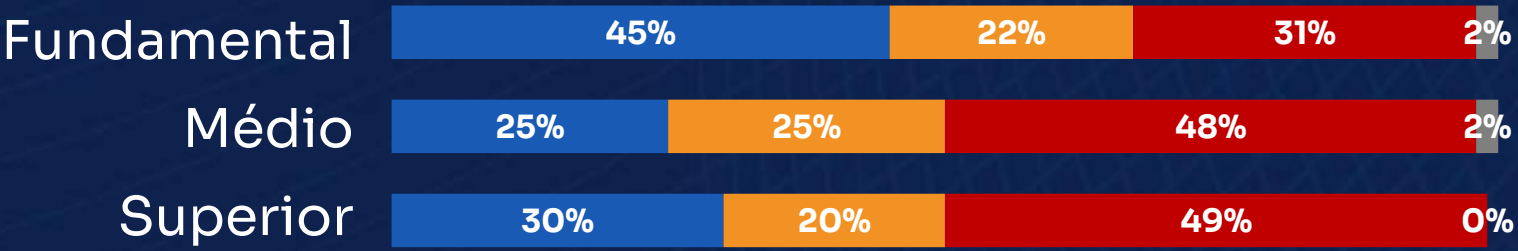
Idade



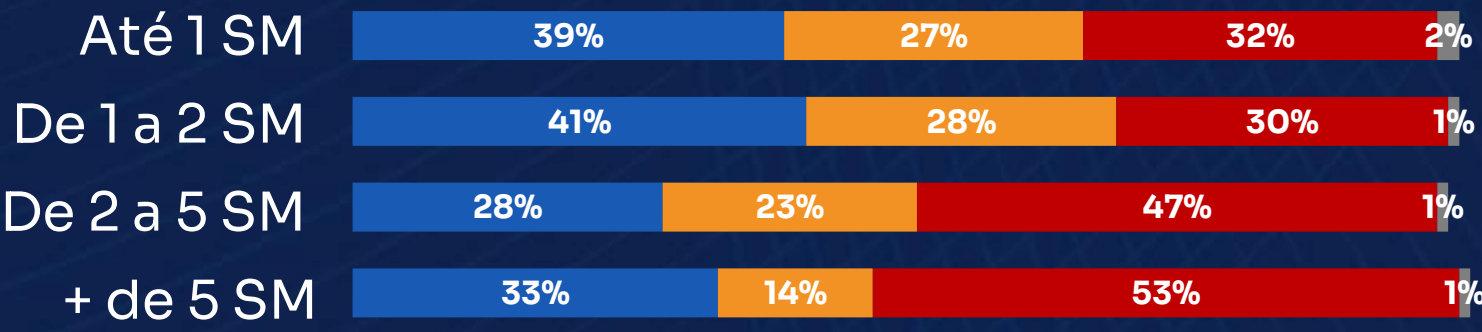
Região



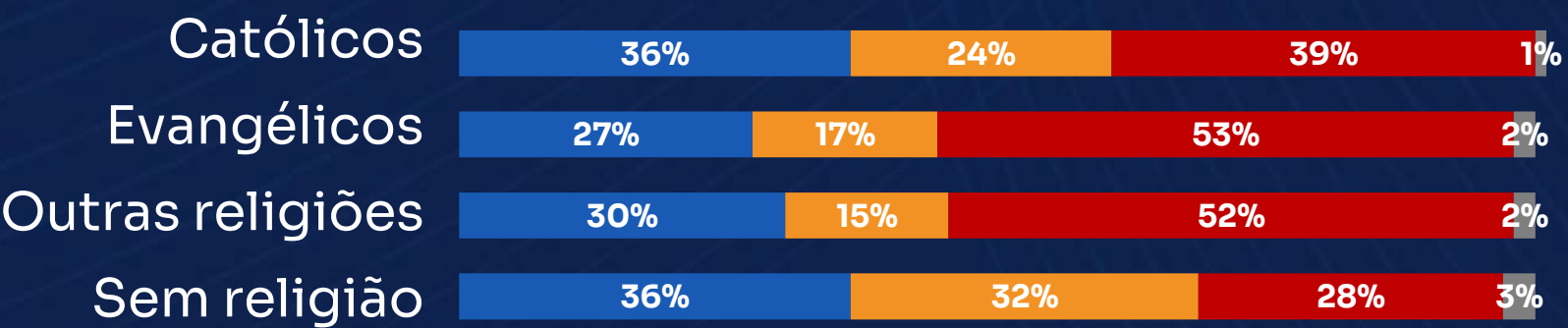
Escolaridade



Renda

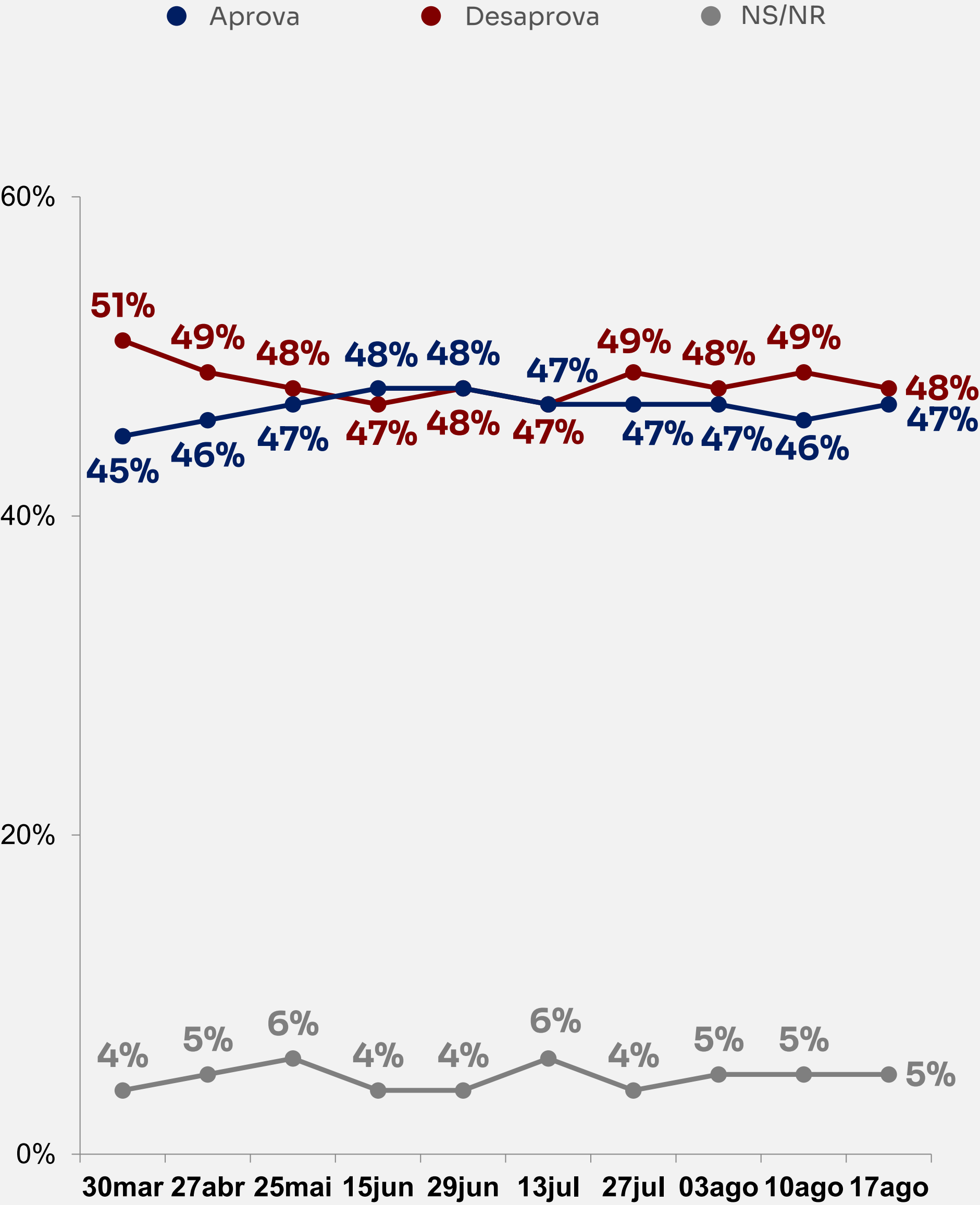


Religião



Você diria que aprova ou desaprova o trabalho que o Presidente Lula vem fazendo?

(Estimulada e única)



Aprovação do governo Lula

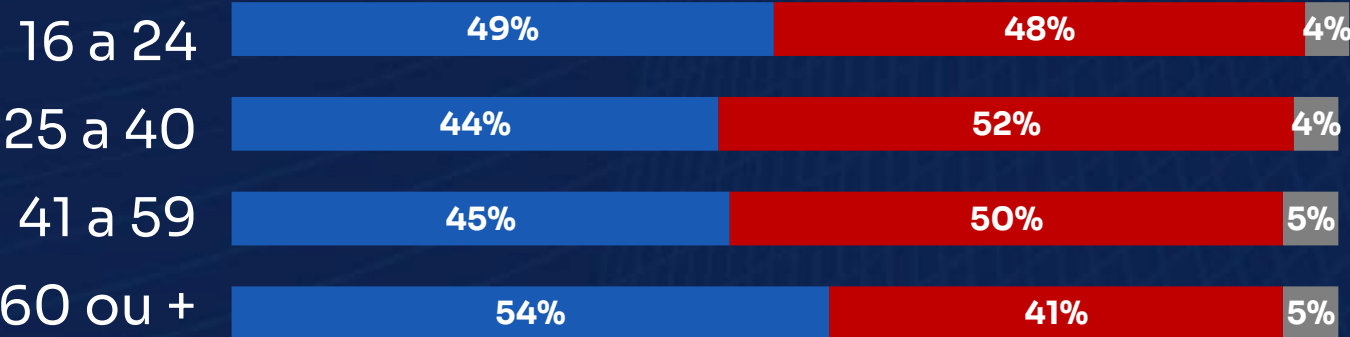
Nos segmentos

Aprova Desaprova NS/NR

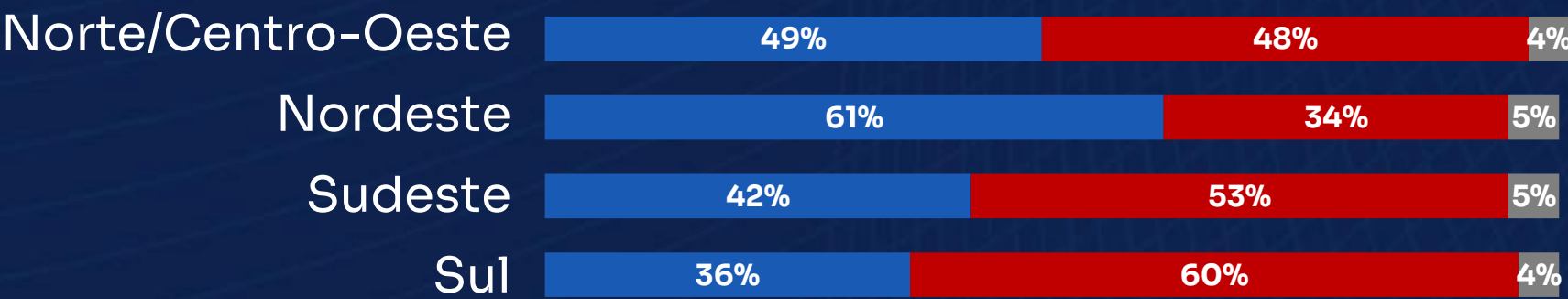
Sexo



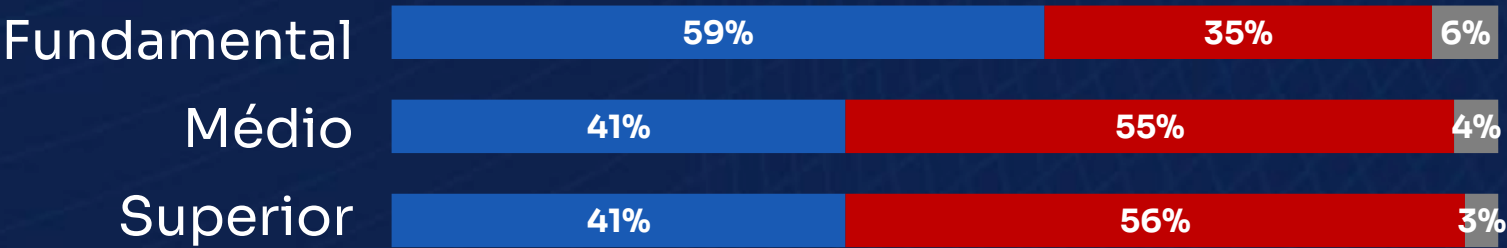
Idade



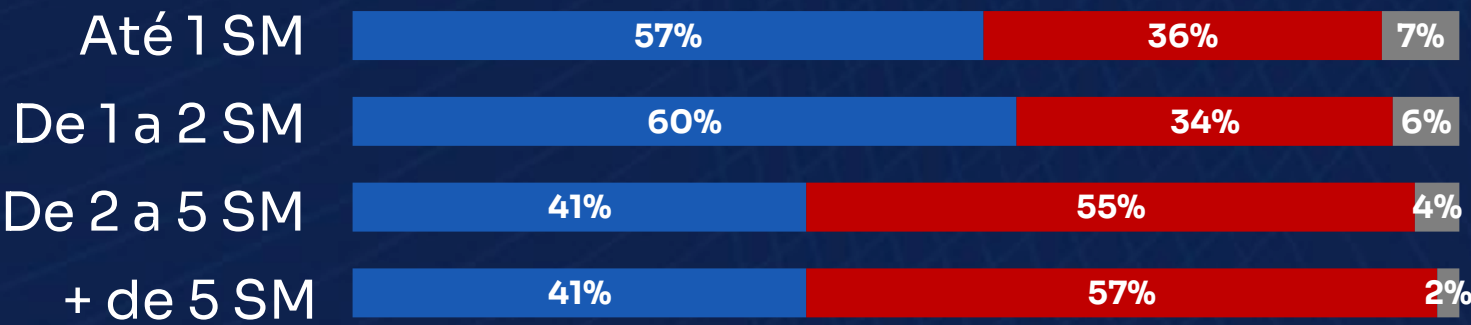
Região



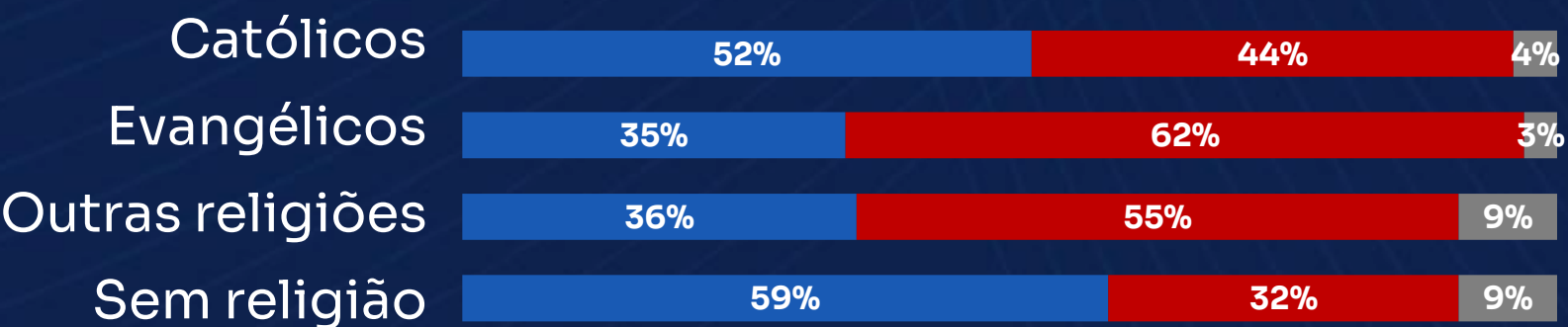
Escolaridade



Renda



Religião





06.

Principais problemas

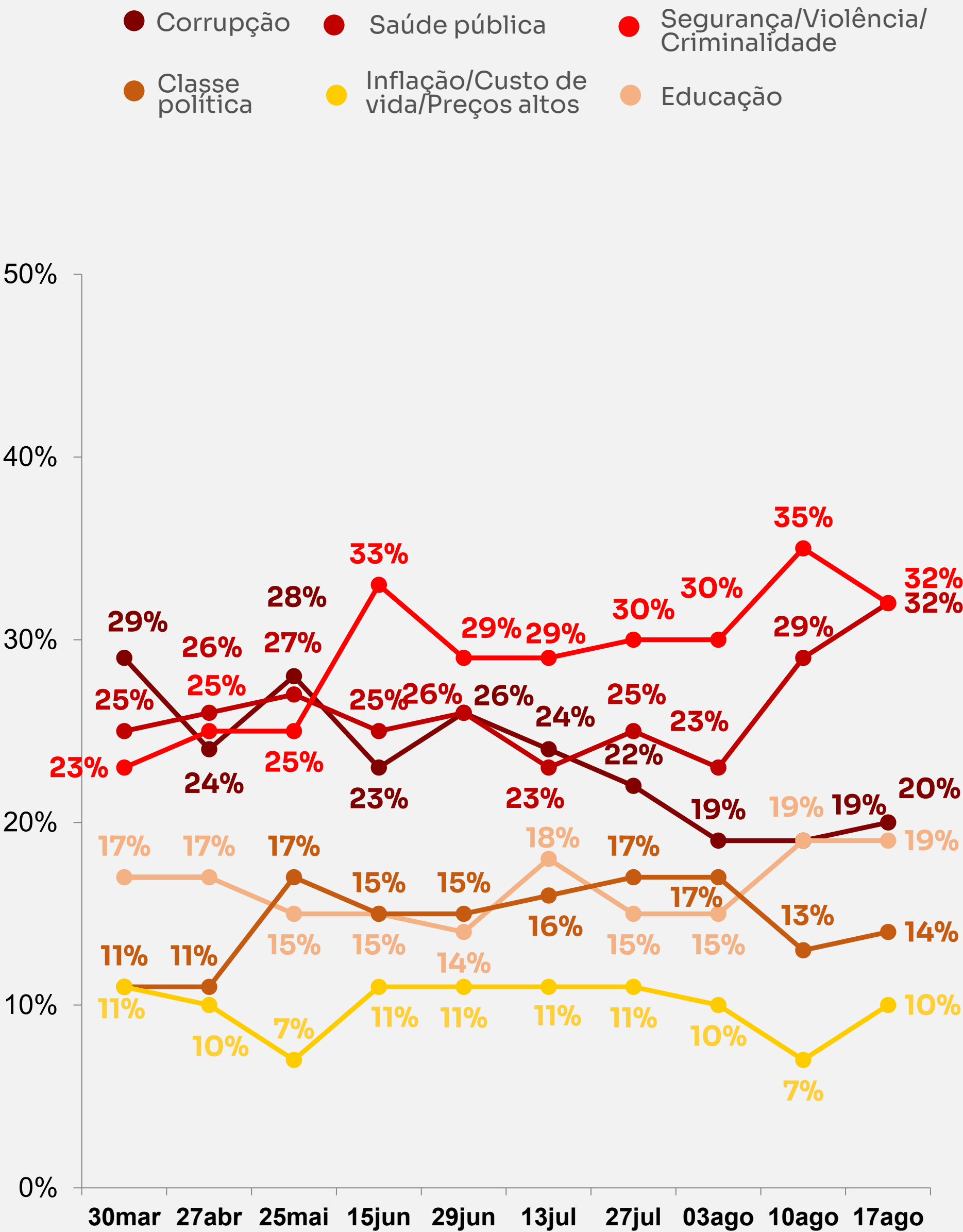
Principais problemas do Brasil atualmente

(Estimulada e única)



Principais problemas do Brasil atualmente – TOP 6

(Estimulada e única; Soma % 1º + 2º)





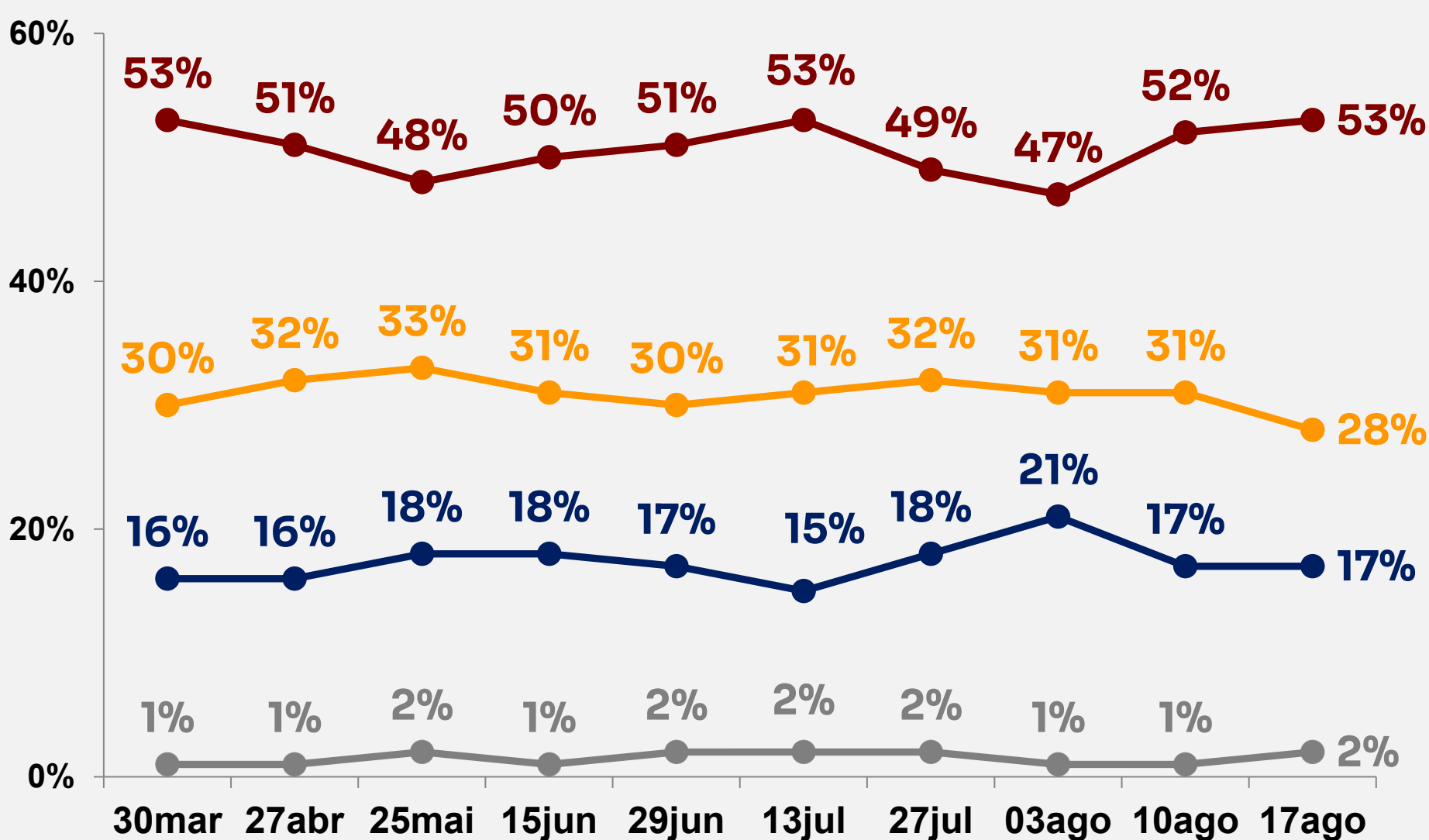
07. Contexto e conjuntura econômica

Percepção sobre a situação econômica do país e a própria situação financeira

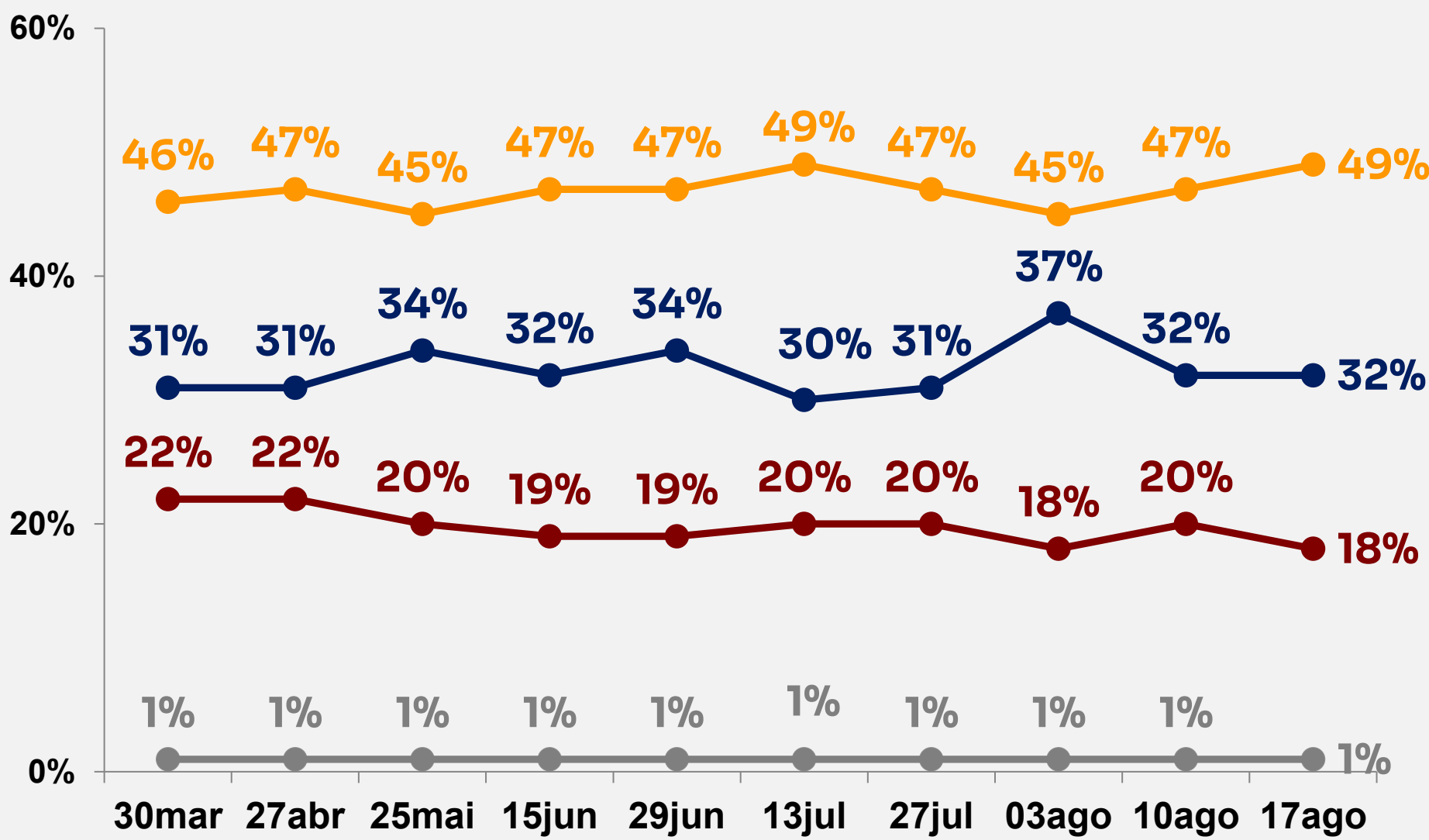
(Estimulada e única)

● Ótima/Boa ● Regular ● Ruim/Péssima ● NS/NR

A economia no país



Própria situação financeira

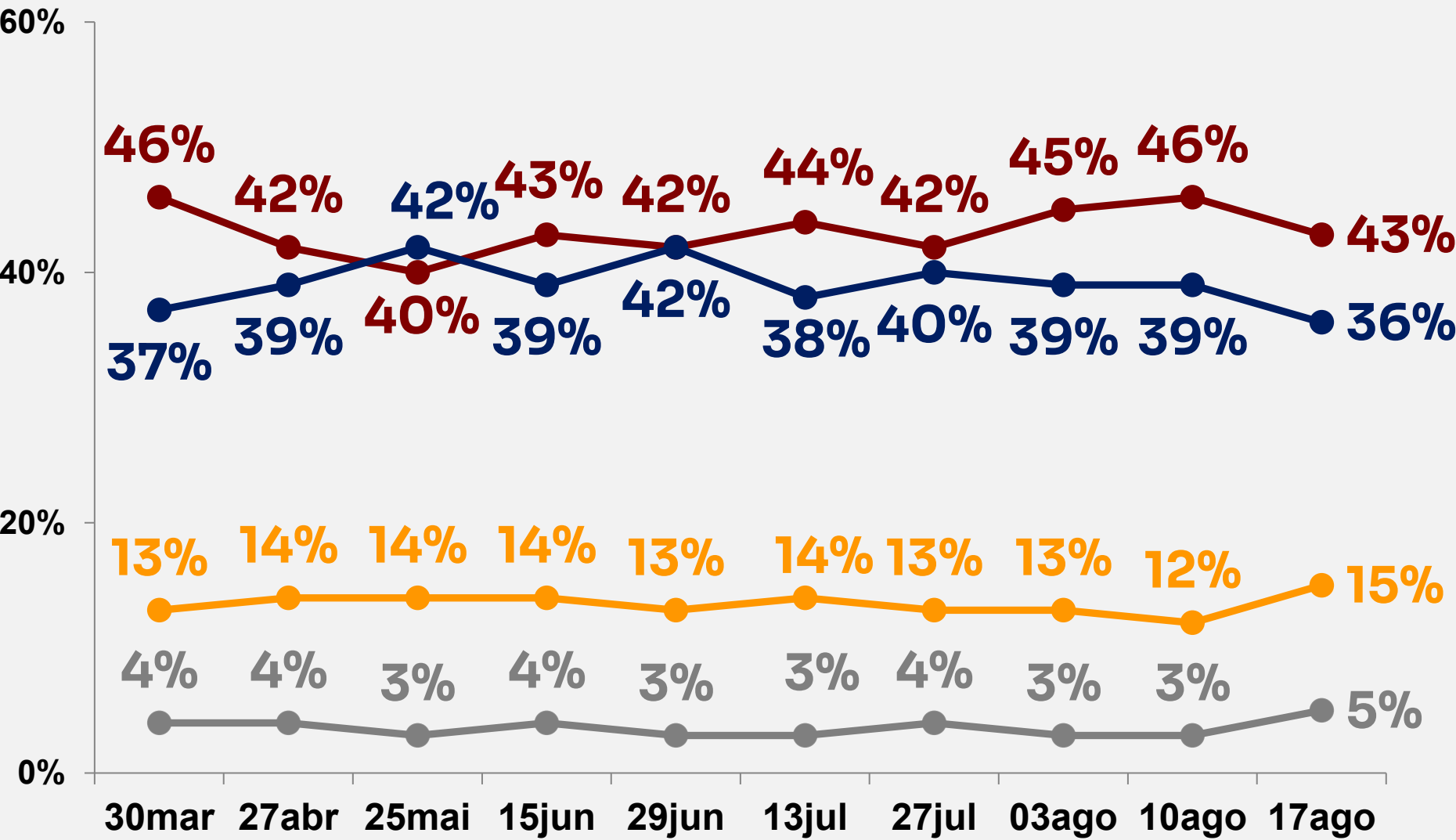


Situação econômica e financeira em relação ao governo anterior

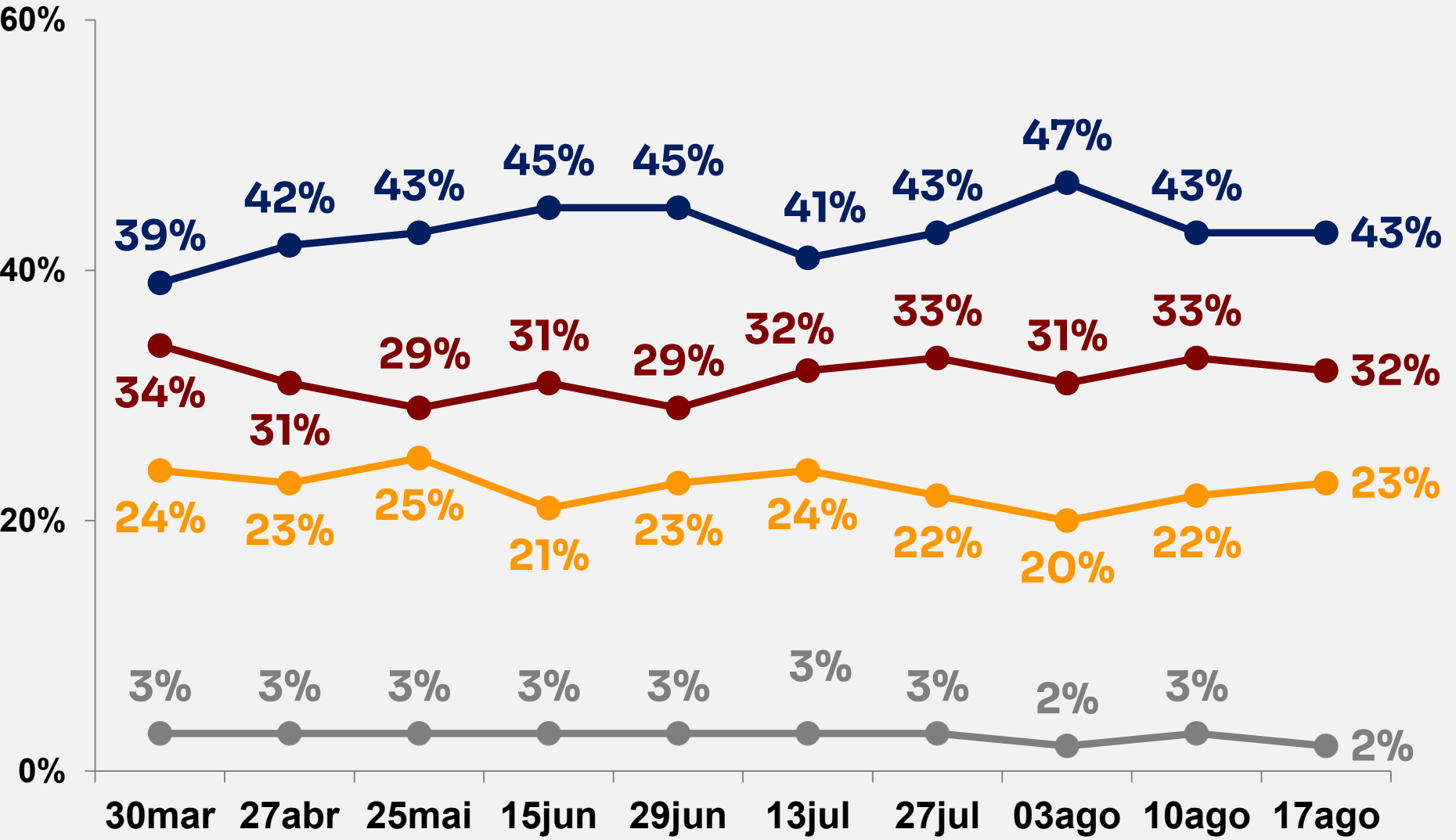
(Estimulada e única)

Muito melhor/ Um pouco melhor Igual Um pouco pior/ Muito pior NS/NR

A economia no país



Própria situação financeira

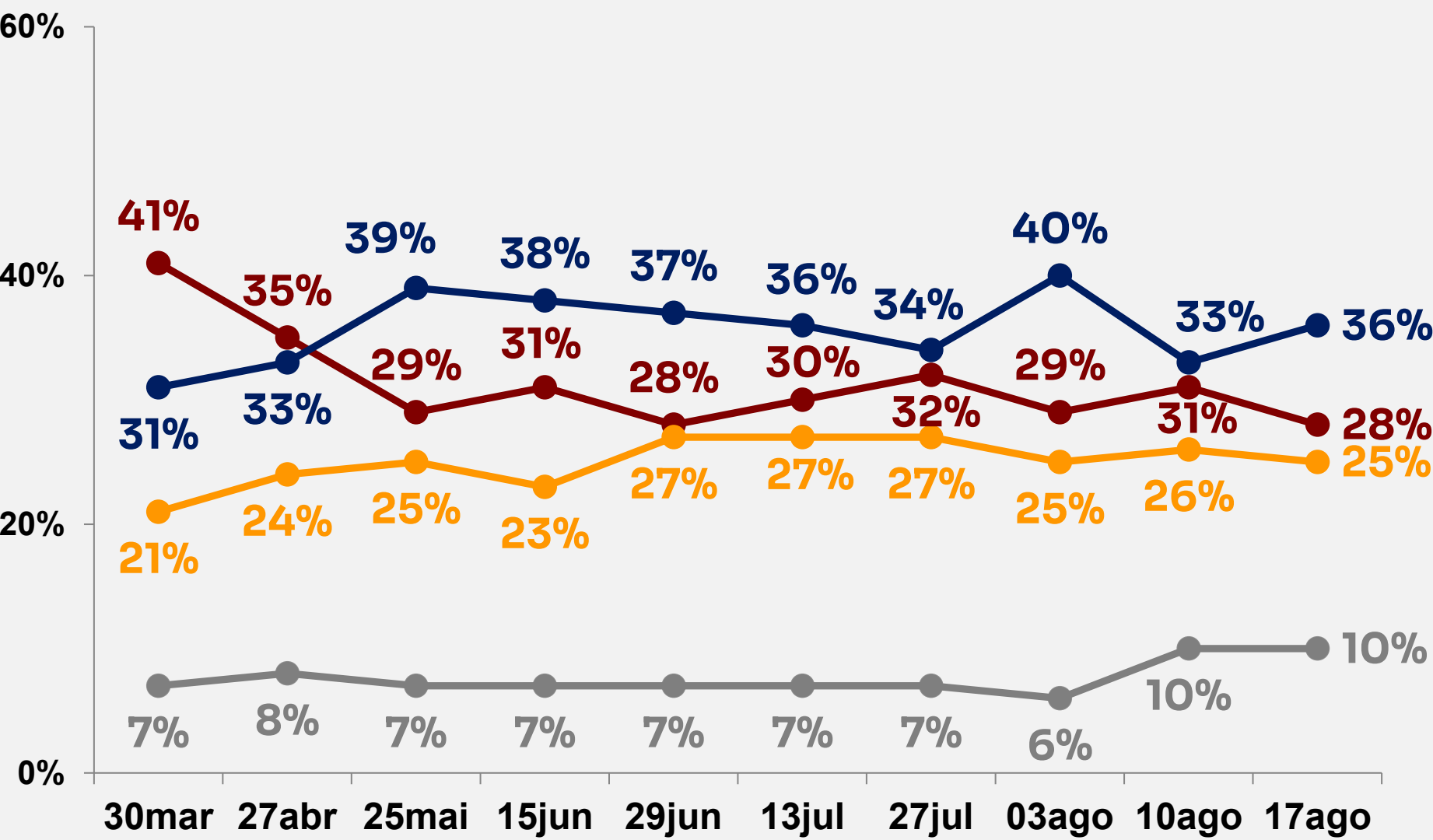


Expectativa para o próximos seis meses sobre a situação econômica do país e a própria situação financeira

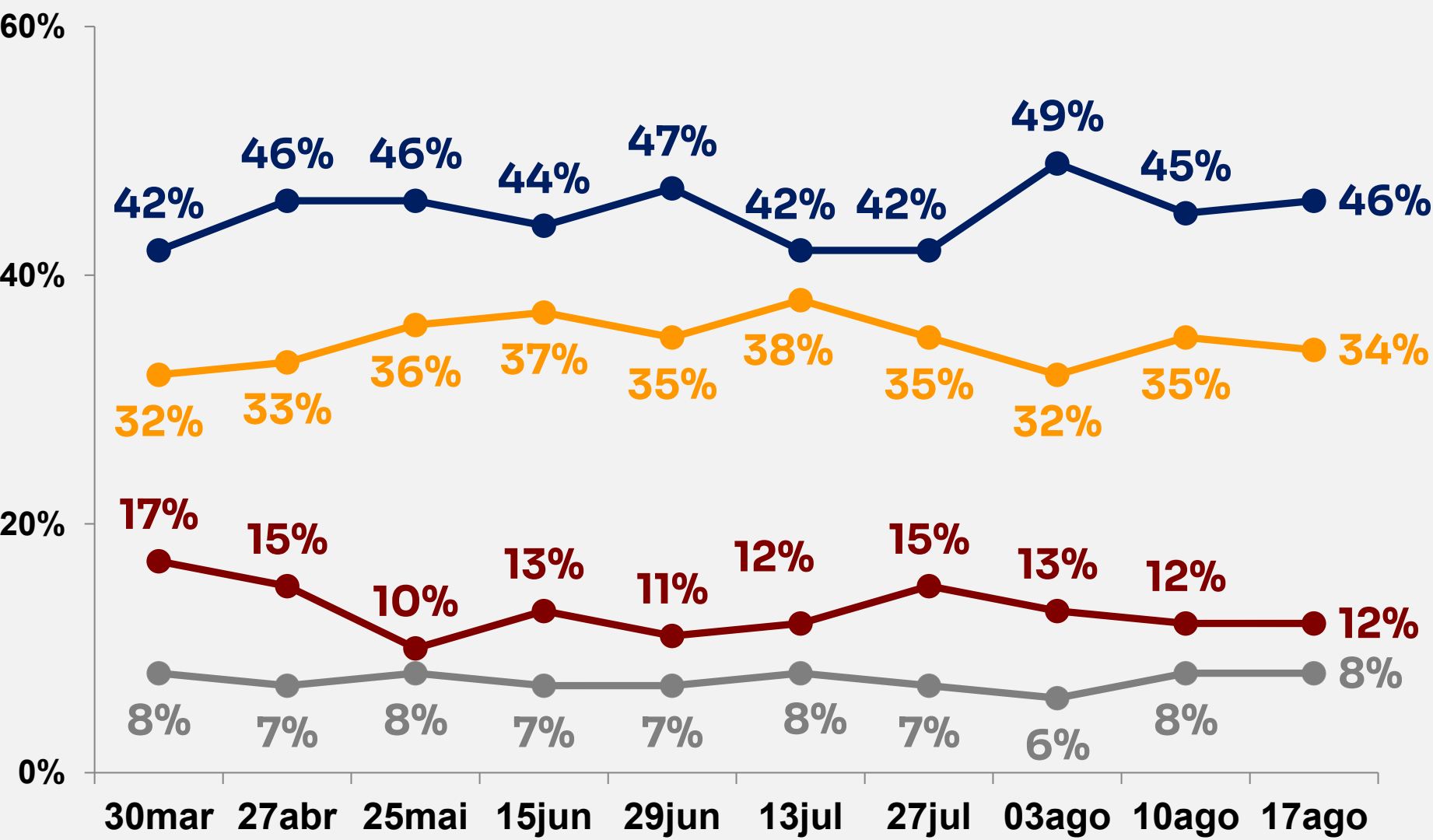
(Estimulada e única)

Melhorar muito/ Melhorar um pouco Ficar igual Piorar um pouco/ Piorar muito NS/NR

A economia no país



Própria situação financeira





08. Meios de comunicação



Redes sociais (77%) e TV (72%) serão os dois tipos de mídia mais utilizados pelo eleitor para acompanhar as campanhas

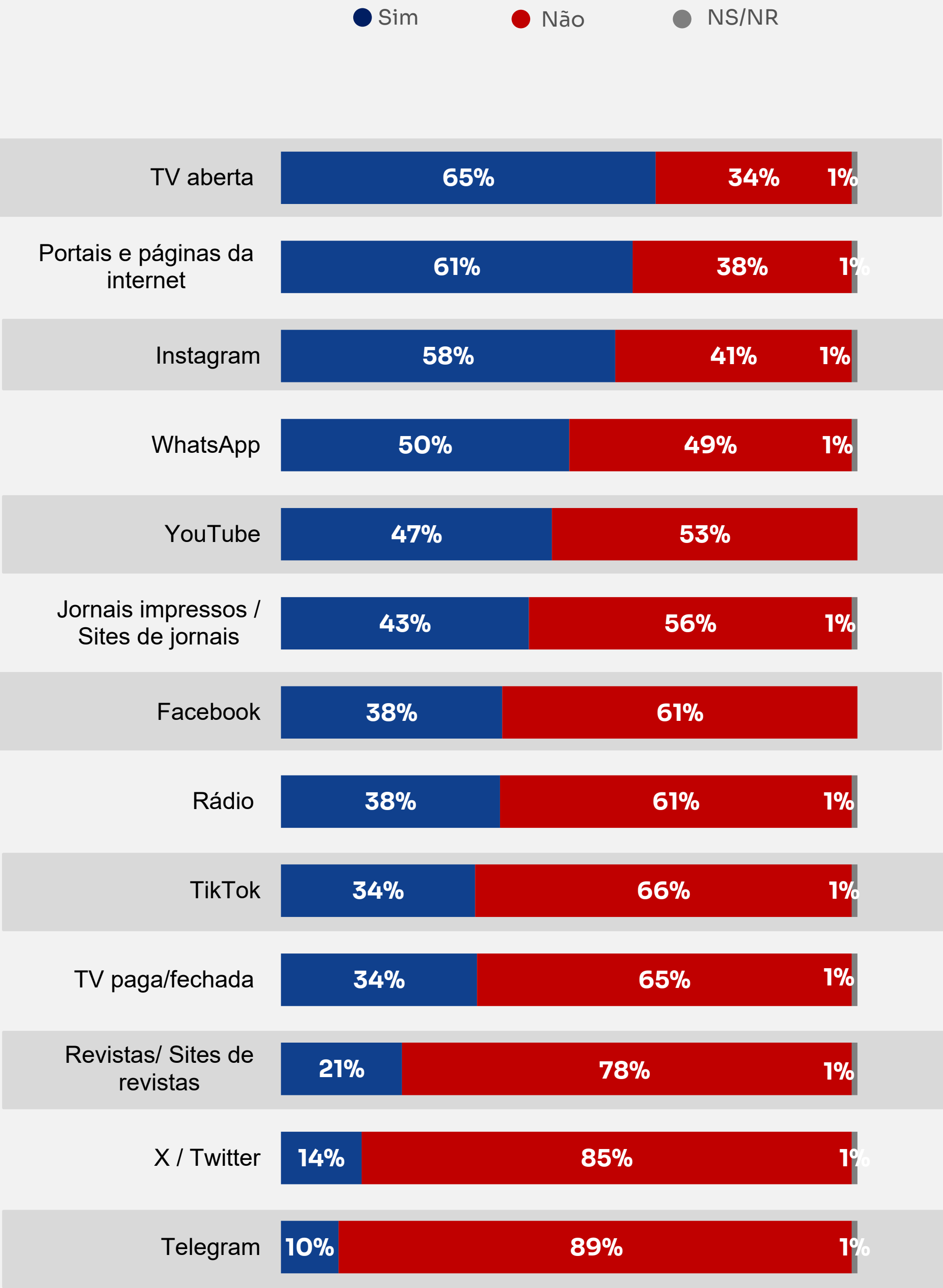


Chama a atenção que os aplicativos de mensagens ficam à frente de jornais e revistas e também de rádios na preferência

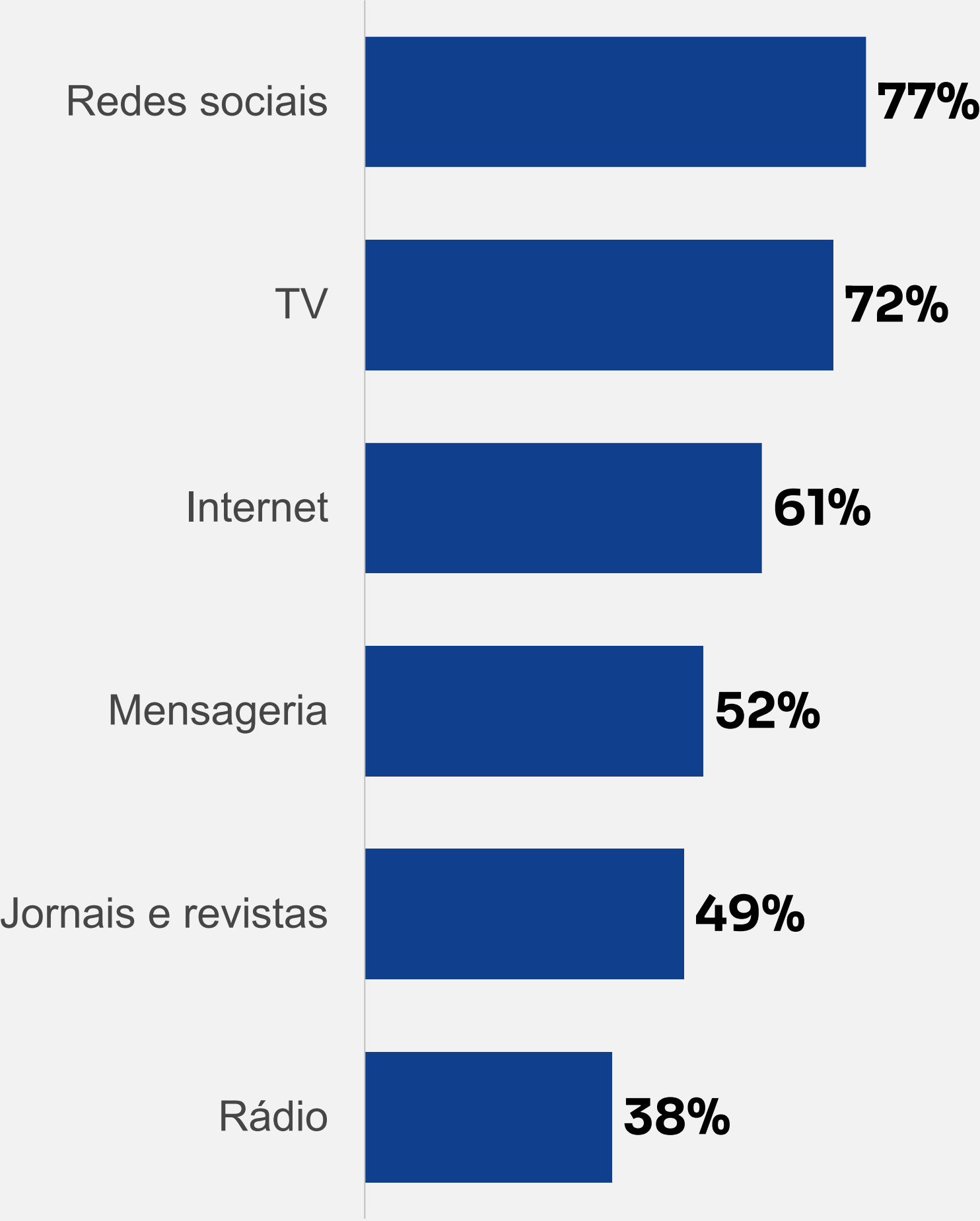
“O eleitorado se divide entre 33% que estão muito ou razoavelmente conectados às notícias da eleição, 40% de eleitores mais ou menos antenados e 28% que admitem baixo ou nenhum consumo de informação político-eleitoral. E os dados mostram que a divisão política vai além do voto; ela se reflete na cesta de consumo de informação de cada eleitor. O de Lula se ancora mais na mídia tradicional, enquanto os bolsonaristas dizem se informar de maneira mais digitalizada e descentralizada, consumindo mais tipos de redes sociais.”

Marcelo Tokarski,
CEO da Nexus

Meios de comunicação para o consumo de informações sobre as eleições (amostra total)



Tipos de mídia mais utilizados para o consumo de informações sobre as eleições (amostra total)



CATEGORIAS AGRUPADAS POR TIPO DE MÍDIA

TV = TV aberta e/ou TV fechada

Rádio = rádio

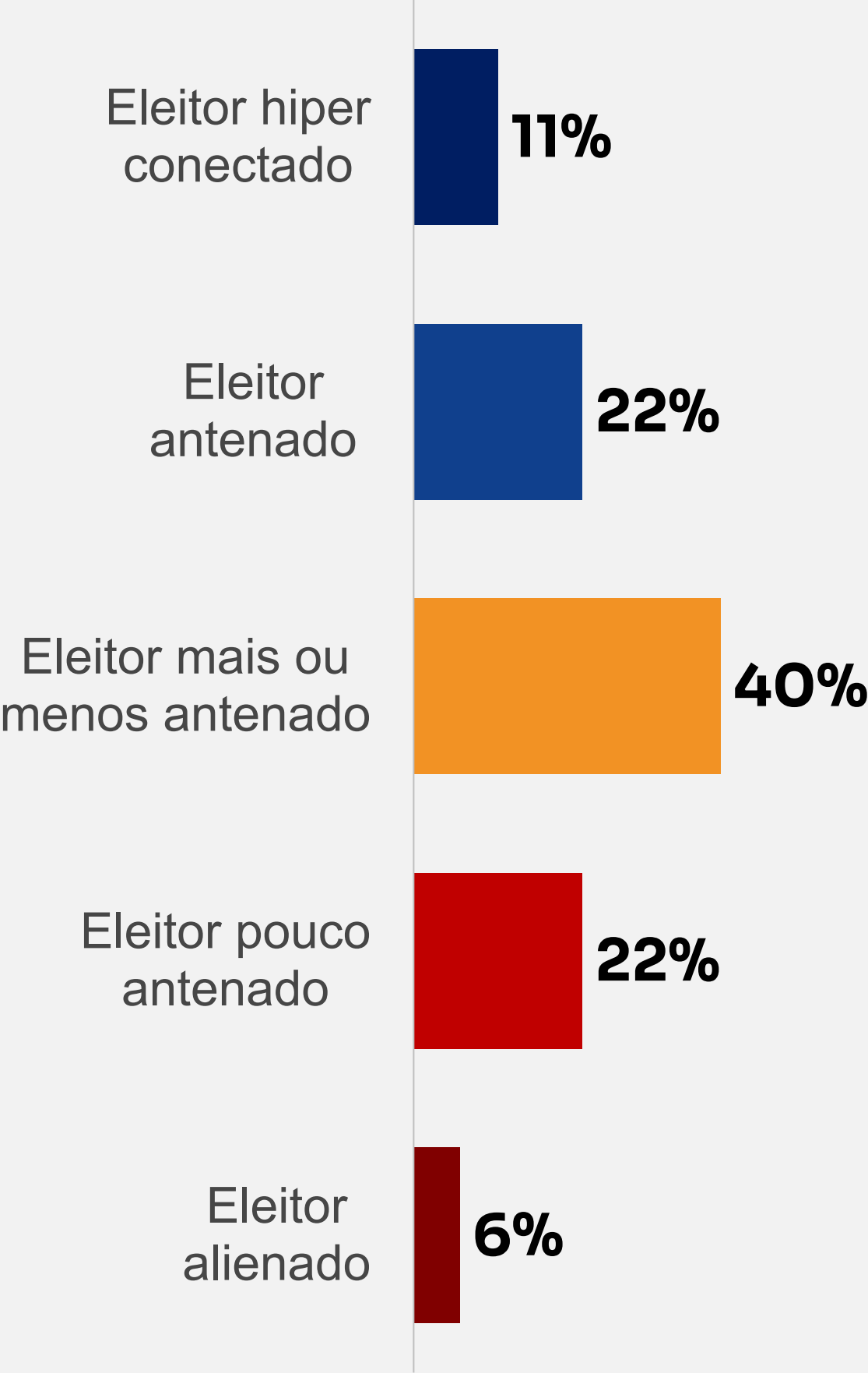
Internet = portais e páginas de internet

Jornais e revistas = jornais e/ou revistas (incluídos seus sites)

Redes sociais = Instagram, X, Tik Tok, Facebook e/ou YouTube

Mensageria = WhatsApp e/ou Telegram

Meios de comunicação para o consumo de informações sobre as eleições (amostra total)



ESCALA

% dos que irão acompanhar as eleições por cada grupo de tipo de meio de comunicação

Eleitor hiper conectado = vai acompanhar por todos os grupos

Eleitor antenado = vai acompanhar por 5 grupos

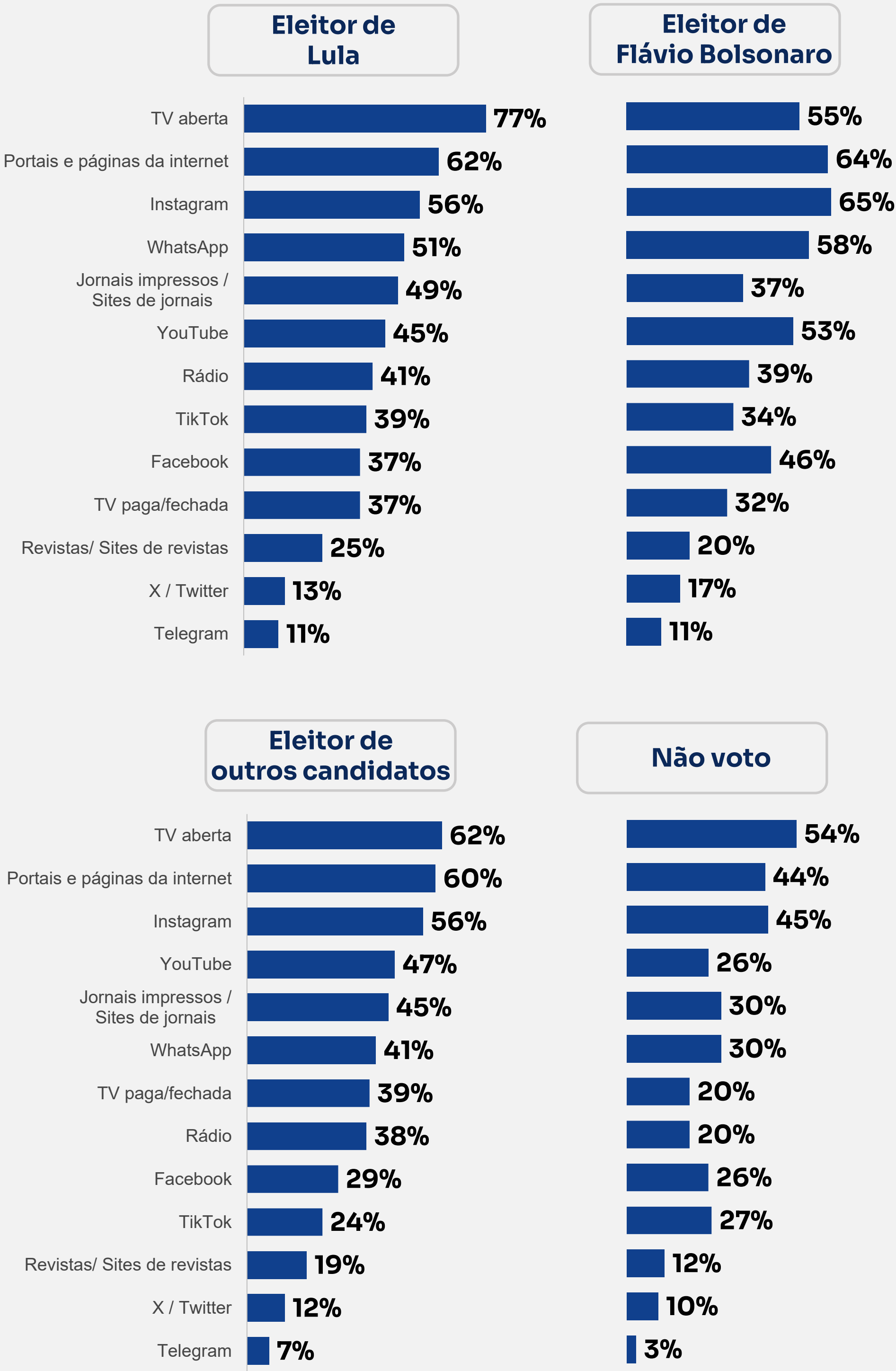
Eleitor mais ou menos antenado = vai acompanhar por 3 a 4 grupos

Eleitor pouco antenado = vai acompanhar por 1 ou 2 diferentes grupos

Eleitor alienado = não vai acompanhar por nenhum grupo

Cruzamento:

Voto estimulado no 1º turno vs. Meios de comunicação para o consumo de informações sobre as eleições (% de sim)



Cruzamento:

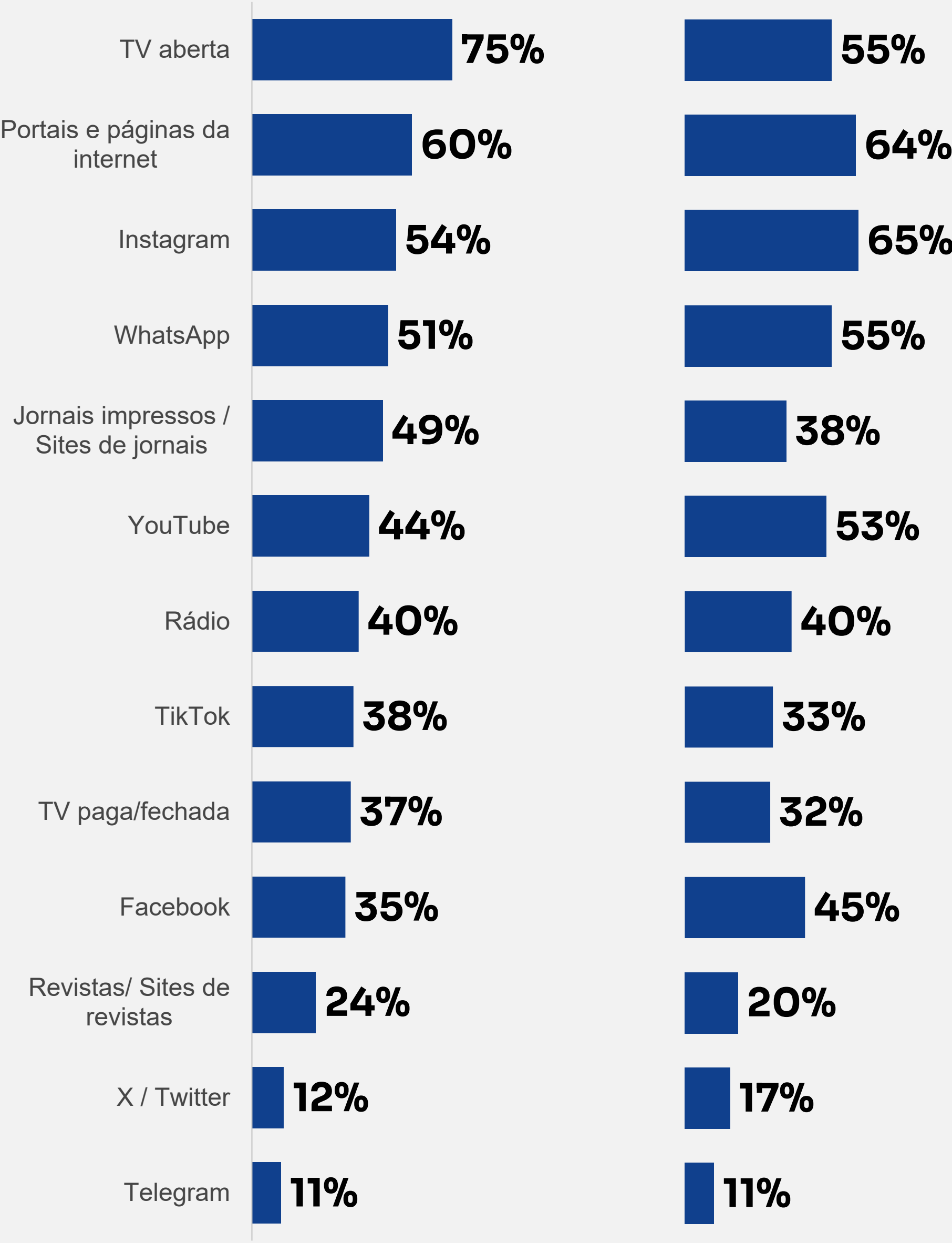
Voto estimulado no 2º turno (Cenário 1) vs. Meios de comunicação para o consumo de informações sobre as eleições



Eleitor de
Lula



Eleitor de Flávio
Bolsonaro

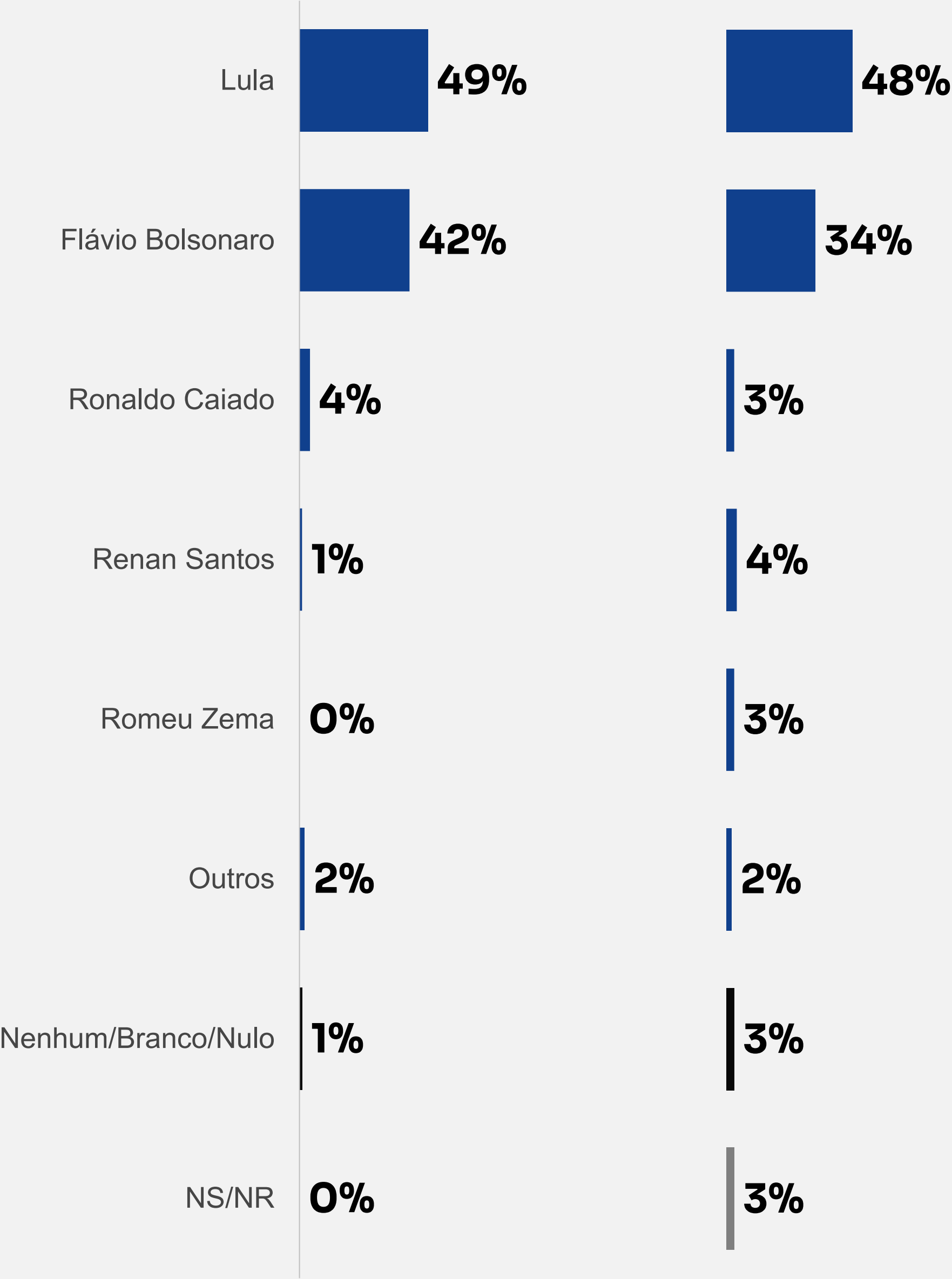


Cruzamento:

Perfil de consumo de meios de informações vs. Voto estimulado no 1º turno

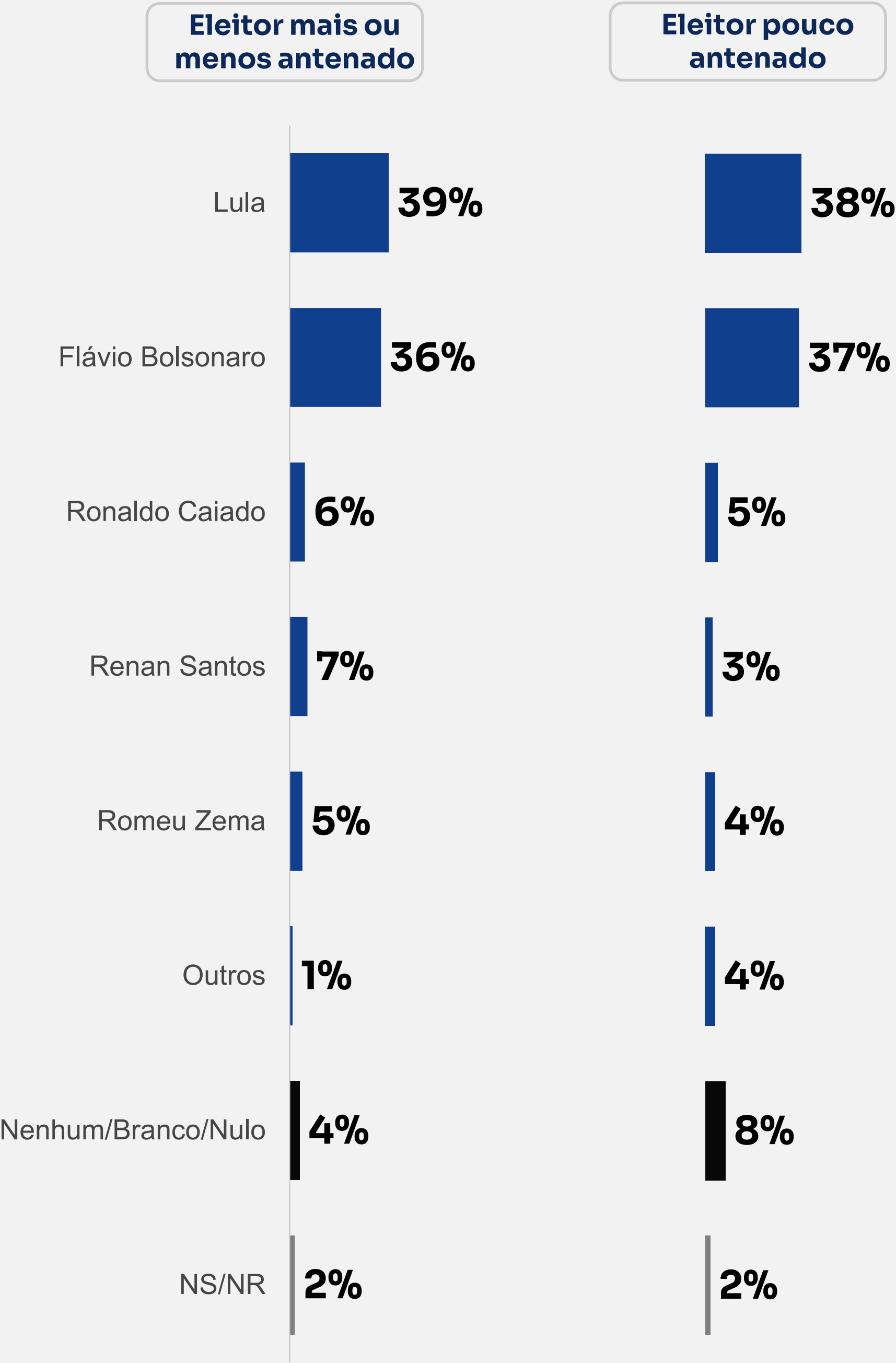
Eleitor hiper conectado

Eleitor antenado



Cruzamento:

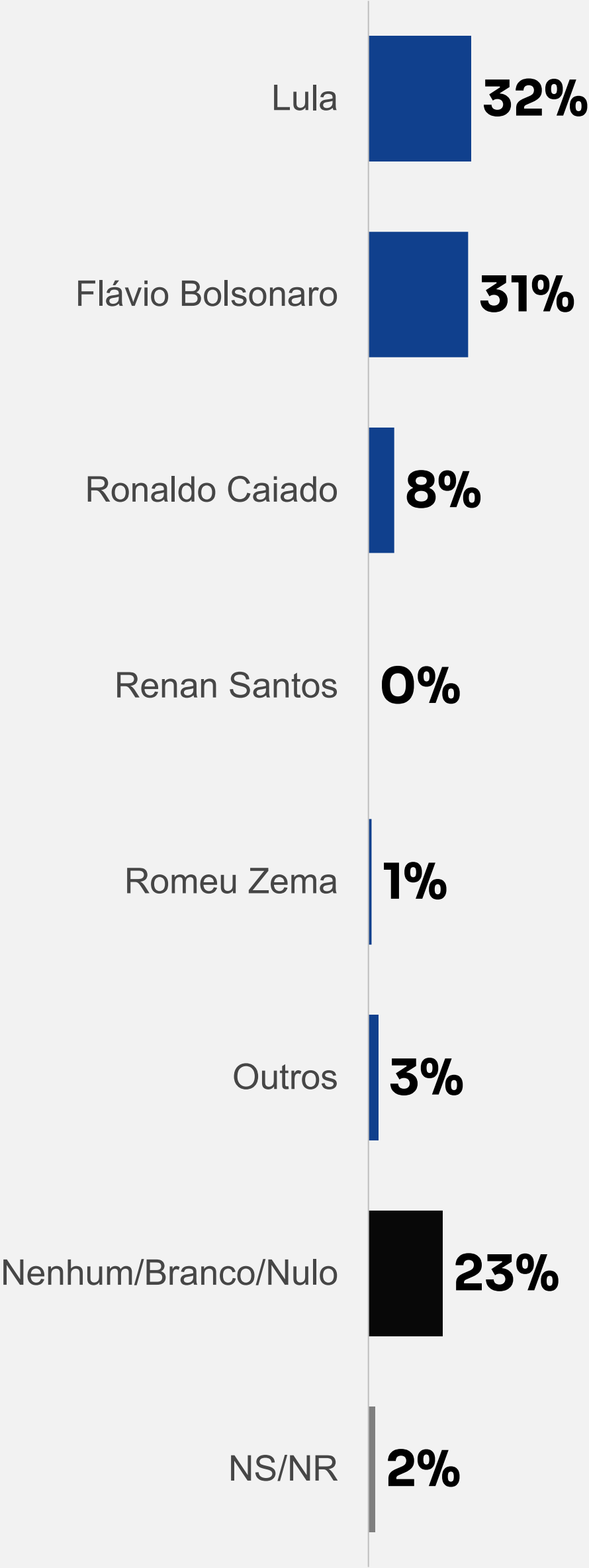
Perfil de consumo de meios de informações vs. Voto estimulado no 1º turno



Cruzamento:

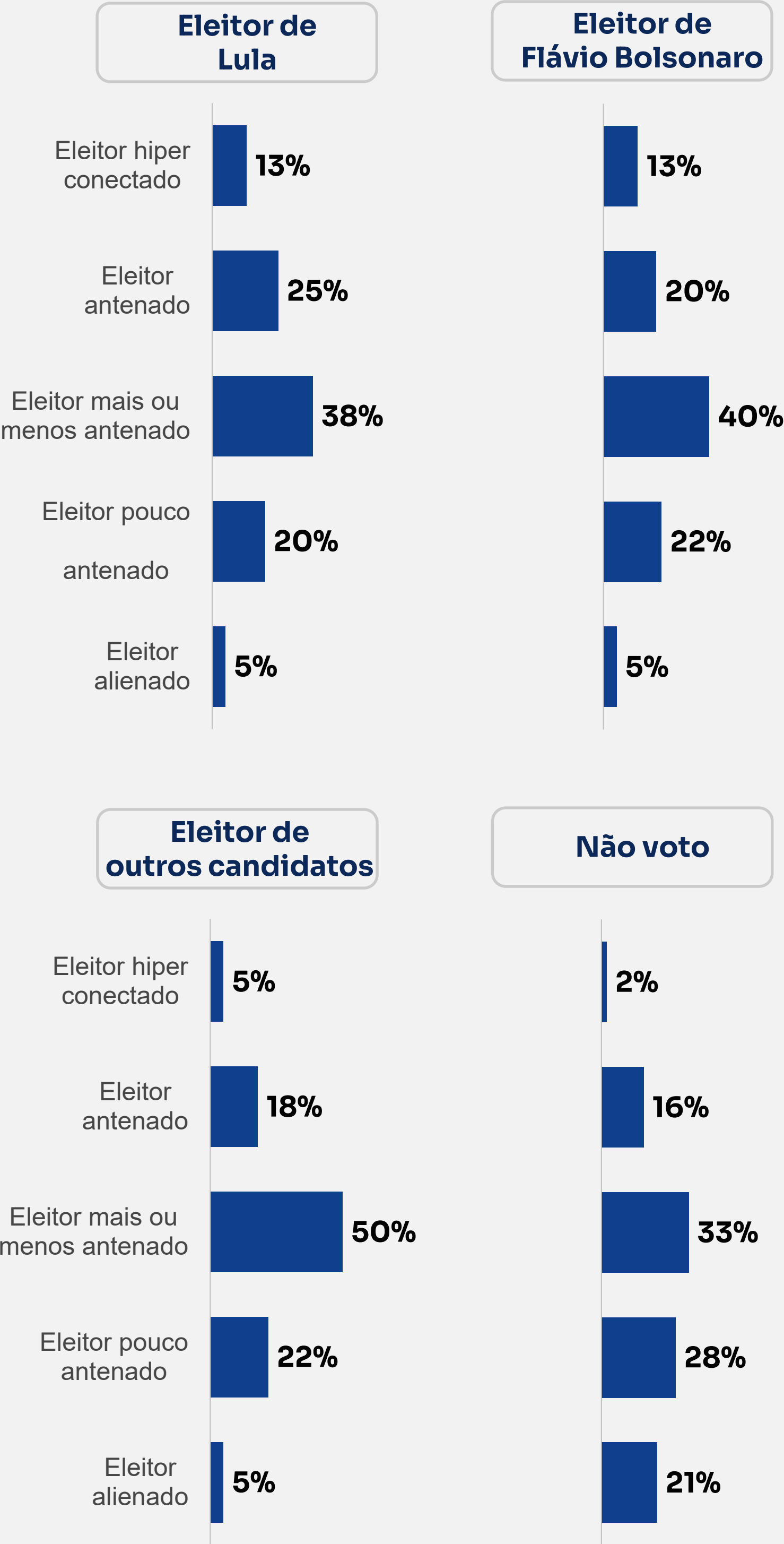
Perfil de consumo de meios de informações vs. Voto estimulado no 1º turno

Eleitor alienado

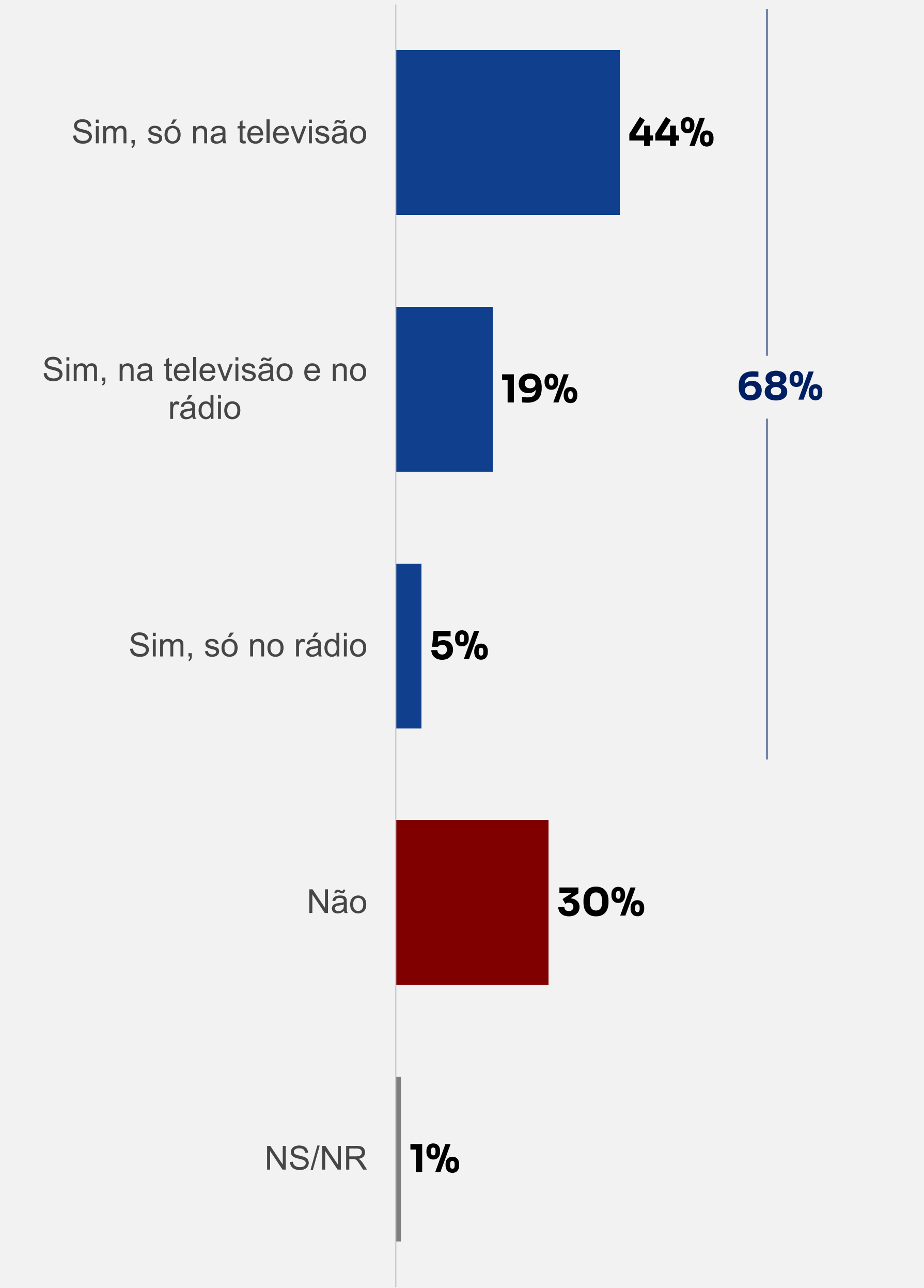


Cruzamento:

Voto estimulado no 1º turno vs. Perfil de consumo de meios de informações

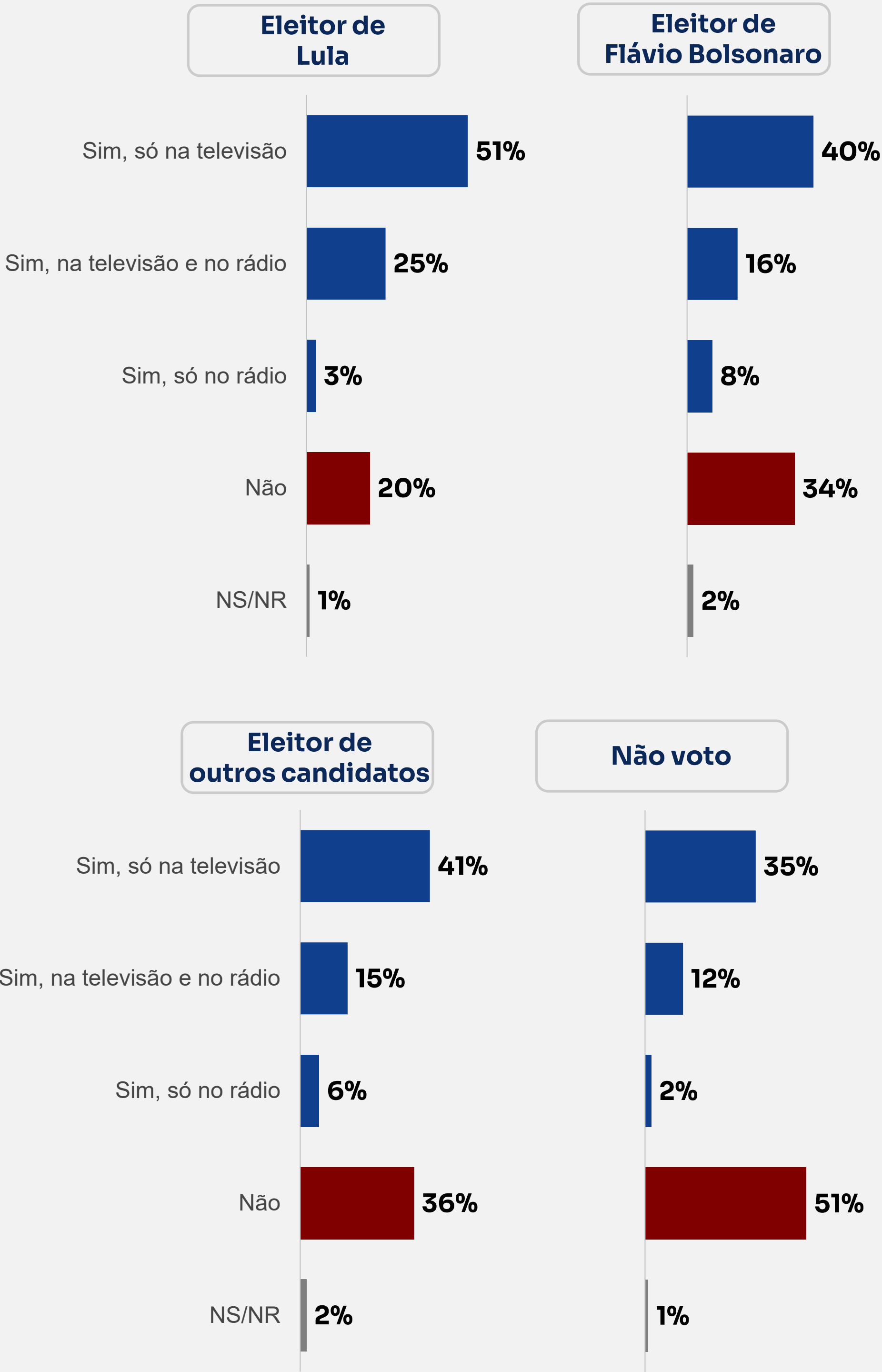


Expectativa de audiência do horário eleitoral (estimulada e única)



Cruzamento:

Voto estimulado no 1º turno vs. Expectativa de audiência do horário eleitoral



Cruzamento:

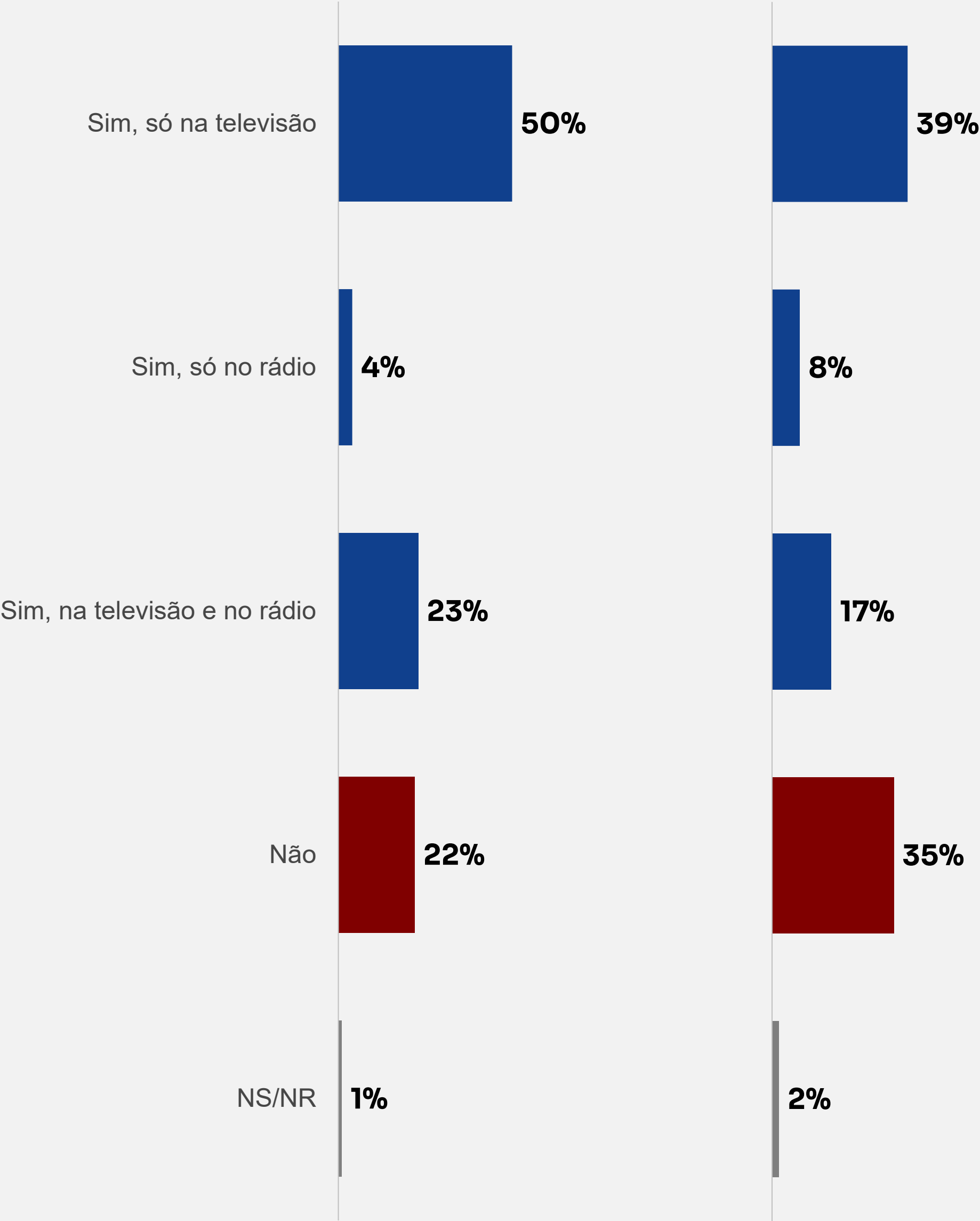
Voto estimulado no 2º turno (Cenário 1) vs. Expectativa de audiência do horário eleitoral



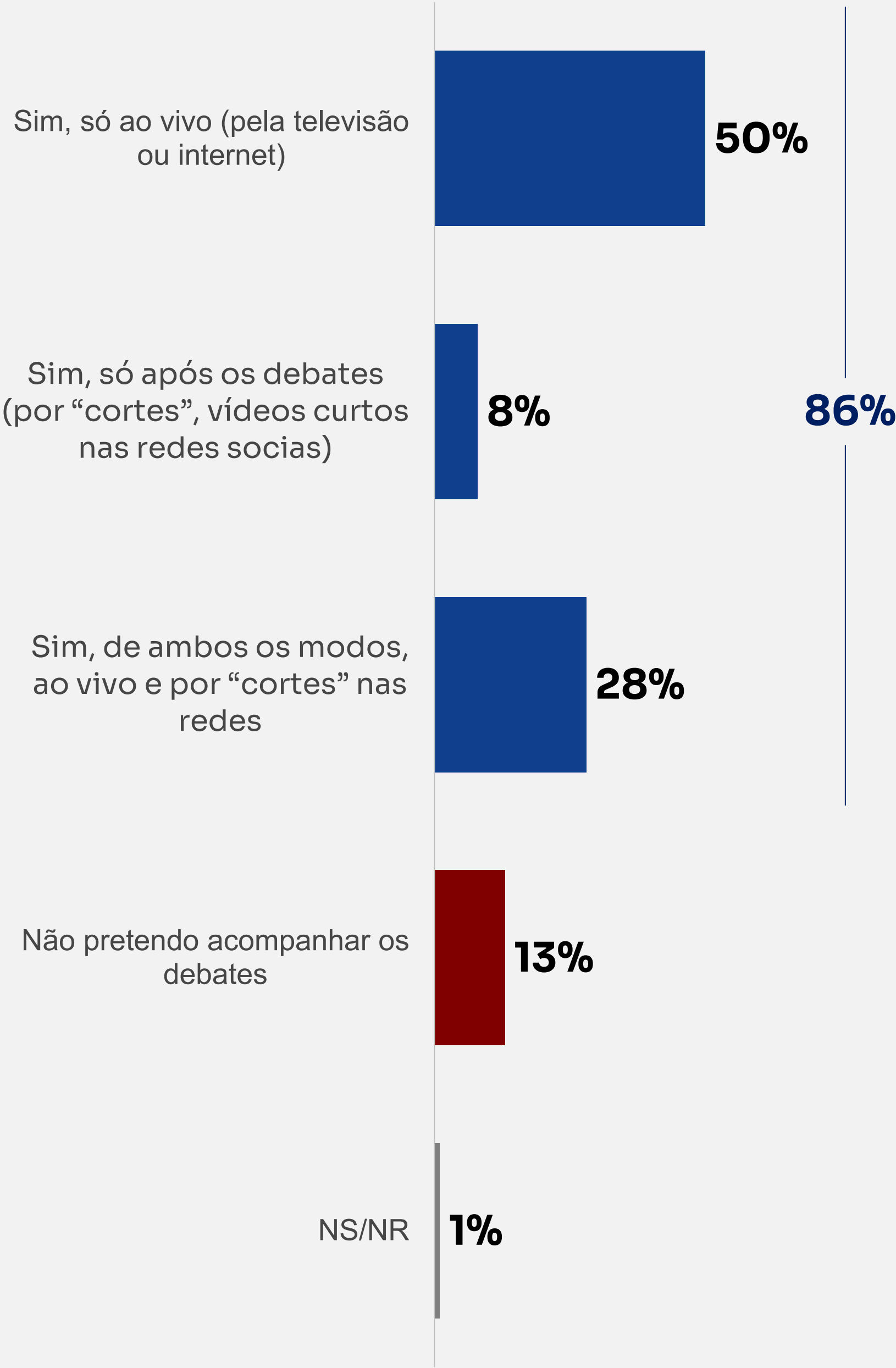
Eleitor de
Lula



Eleitor de Flávio
Bolsonaro

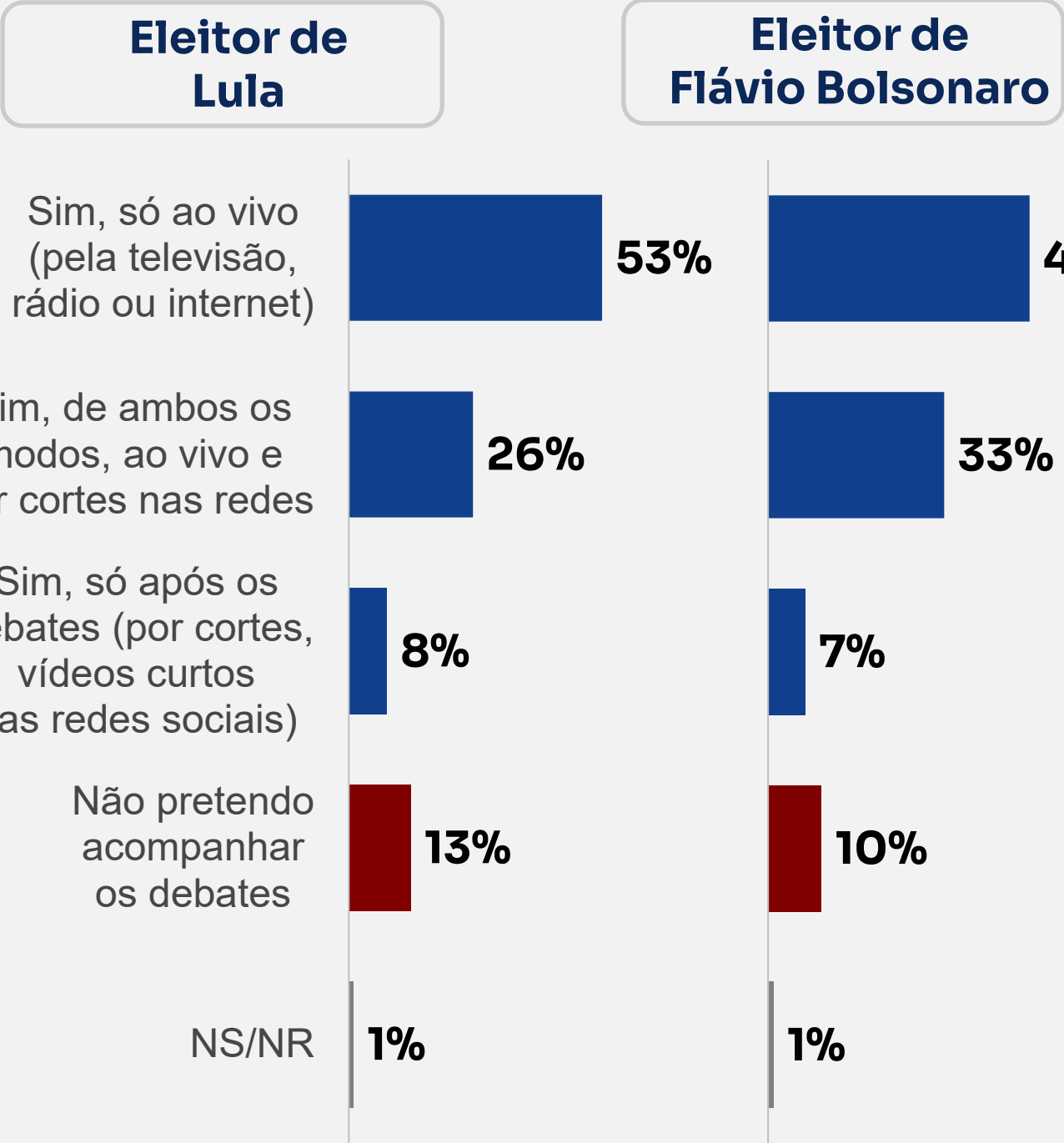


Preferência do eleitor para assistir aos debates presidenciais (estimulada e única)



Cruzamento:

Voto estimulado no 1º turno vs. Preferência do eleitor para assistir aos debates presidenciais



Cruzamento:

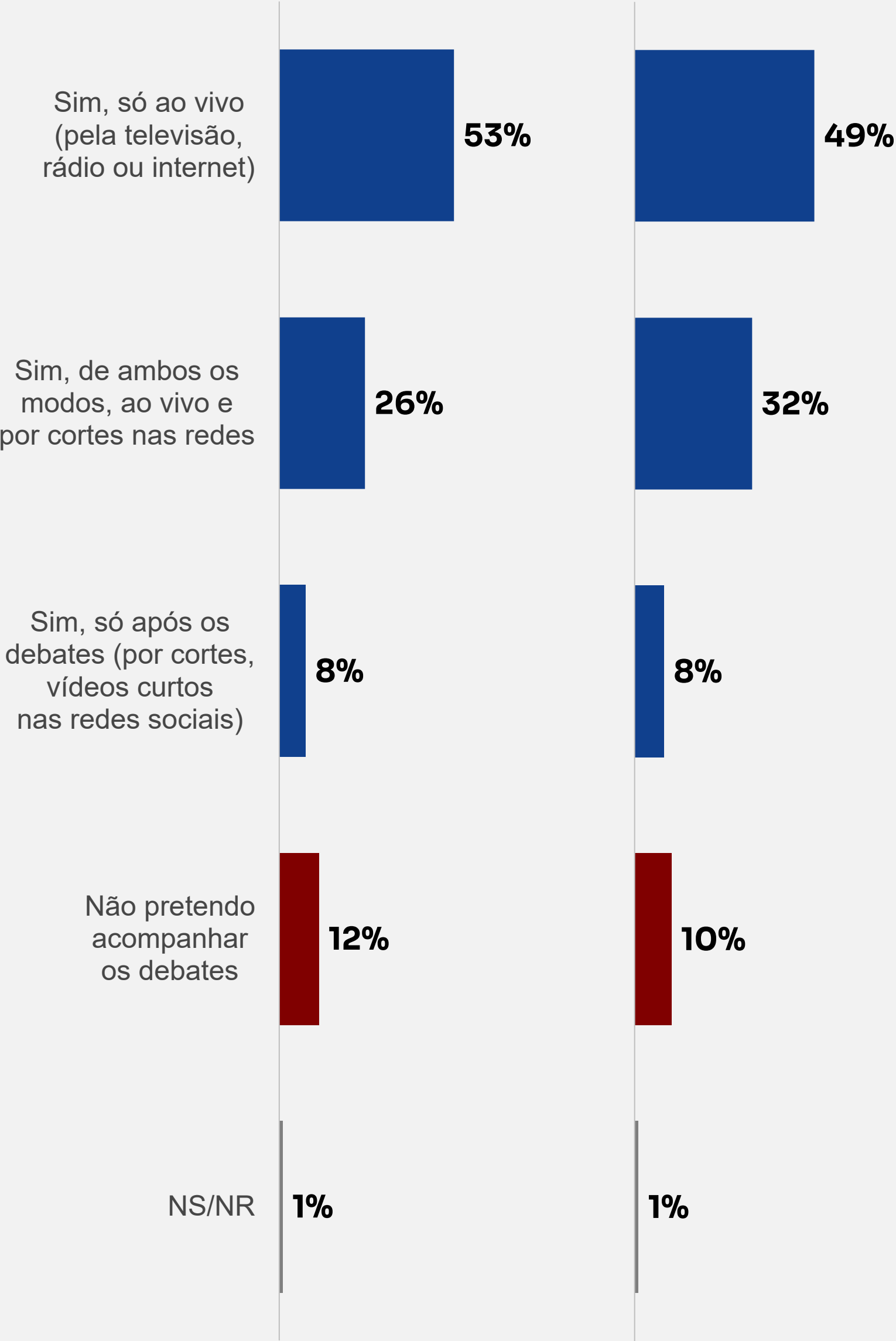
Voto estimulado no 2º turno (Cenário 1) vs. Preferência do eleitor para assistir aos debates presidenciais



Eleitor de
Lula



Eleitor de Flávio
Bolsonaro





62% dos eleitores veem grandes chances de as fake news impactarem a eleição presidencial brasileira

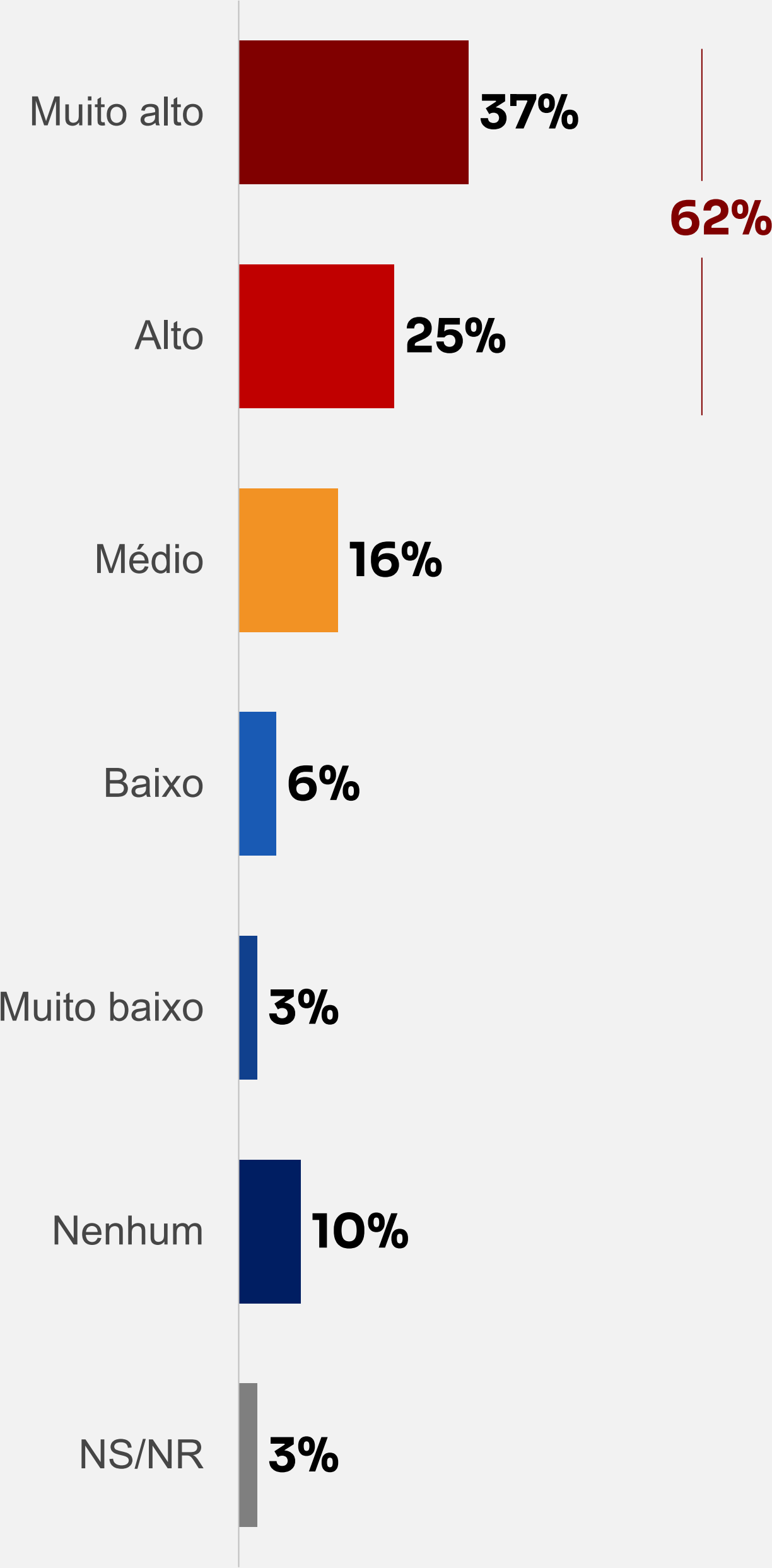


Esse percentual é bem maior (68%) entre os lulistas do que entre os eleitores de Flávio Bolsonaro (52%)

“O eleitorado brasileiro para estar em estado de alerta em relação às fake news. Dado que a própria pesquisa mostra que as redes sociais são o principal meio de informação política do brasileiro, saber que ao menos uma grande parte do eleitorado reconhece a possibilidade de as notícias falsas afetarem o processo mostra um certo amadurecimento em relação ao debate sobre desinformação eleitoral. Não significa que as fake news não apresentem risco de influência, mas mostra um possível maior cuidado dos eleitores.”

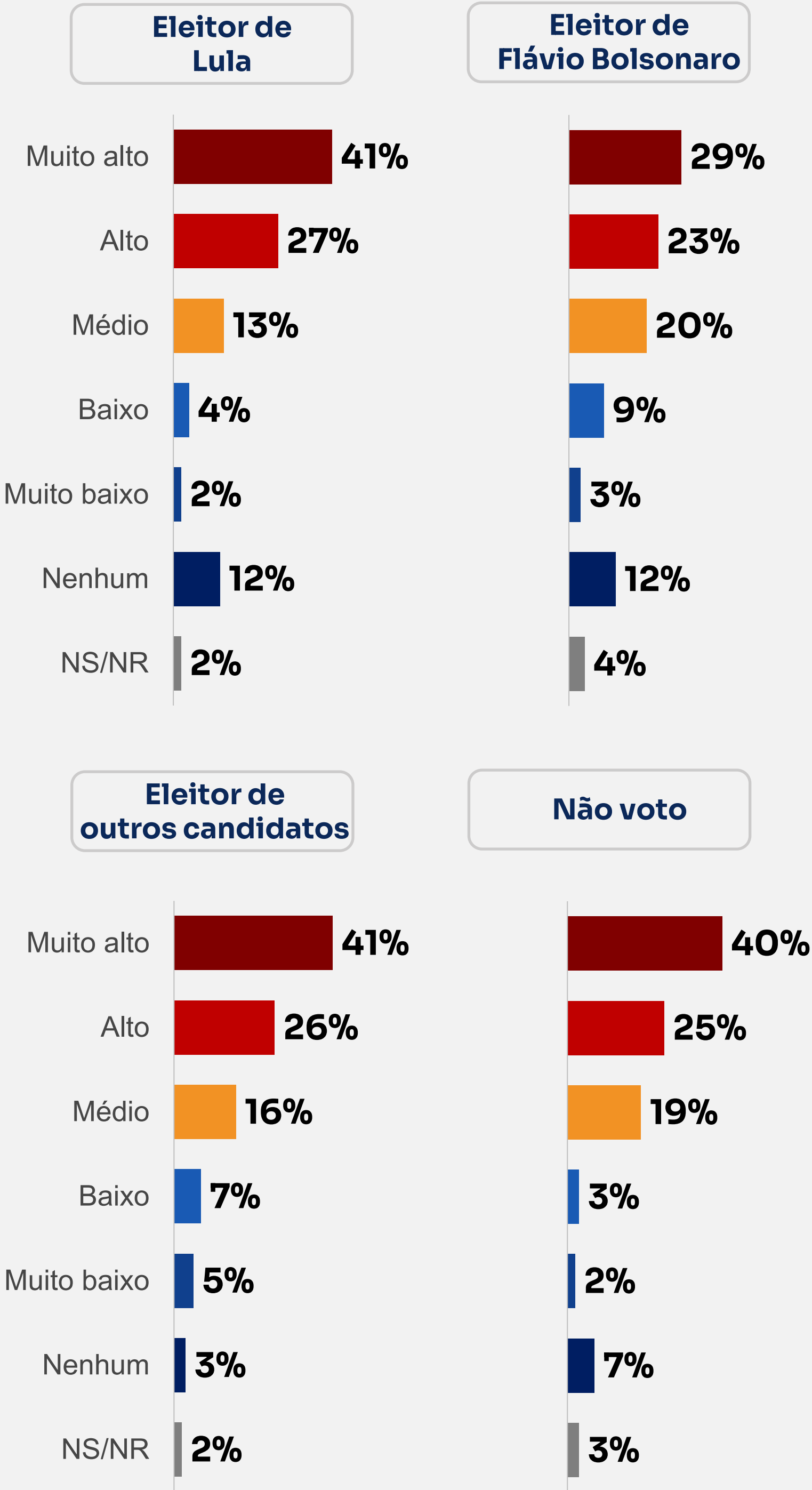
André Jácomo,
Diretor de Pesquisa da Nexus

Percepção de riscos das notícias falsas nas eleições presidenciais (estimulada e única)



Cruzamento:

Voto estimulado no 1º turno vs. Percepção de riscos das notícias falsas nas eleições presidenciais



Cruzamento:

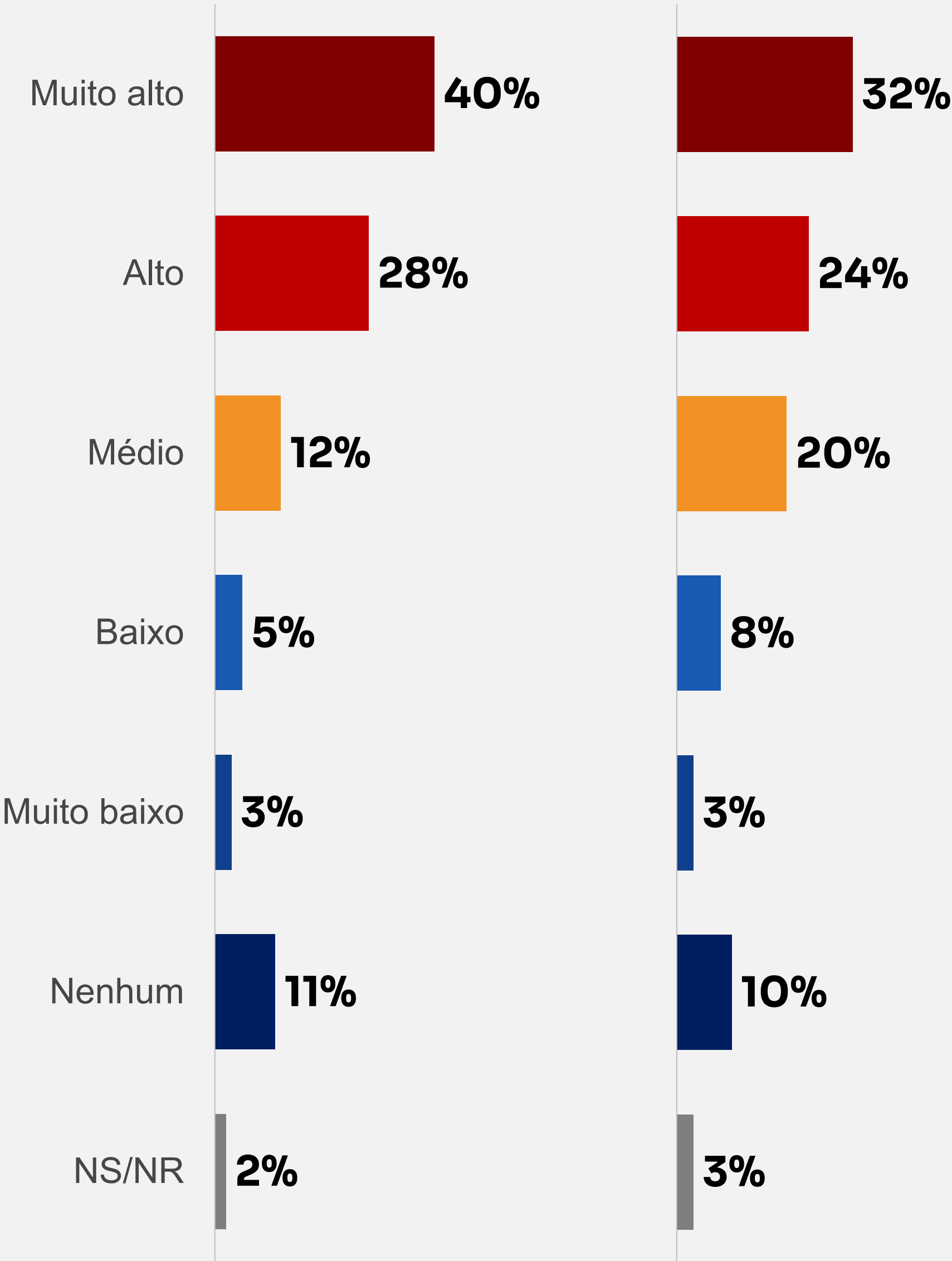
Voto estimulado no 1º turno vs. Percepção de riscos das notícias falsas nas eleições presidenciais



Eleitor de
Lula



Eleitor de Flávio
Bolsonaro





09.

Polarização e antagonismos ideológicos

Nota metodológica

A construção dos perfis

Para entender e medir a diversidade das divisões políticas da sociedade brasileira no ano das eleições de 2026, a **Nexus** desenvolveu uma ***escala de polarização eleitoral*** sobrepondo os níveis de concordância da população votante entre o antilulismo e o antibolsonarismo (e sua família)*. A partir do cruzamento de cada uma das duas perguntas respondidas por cada entrevistado, os eleitores foram agrupados em 7 clusters do seguinte modo:

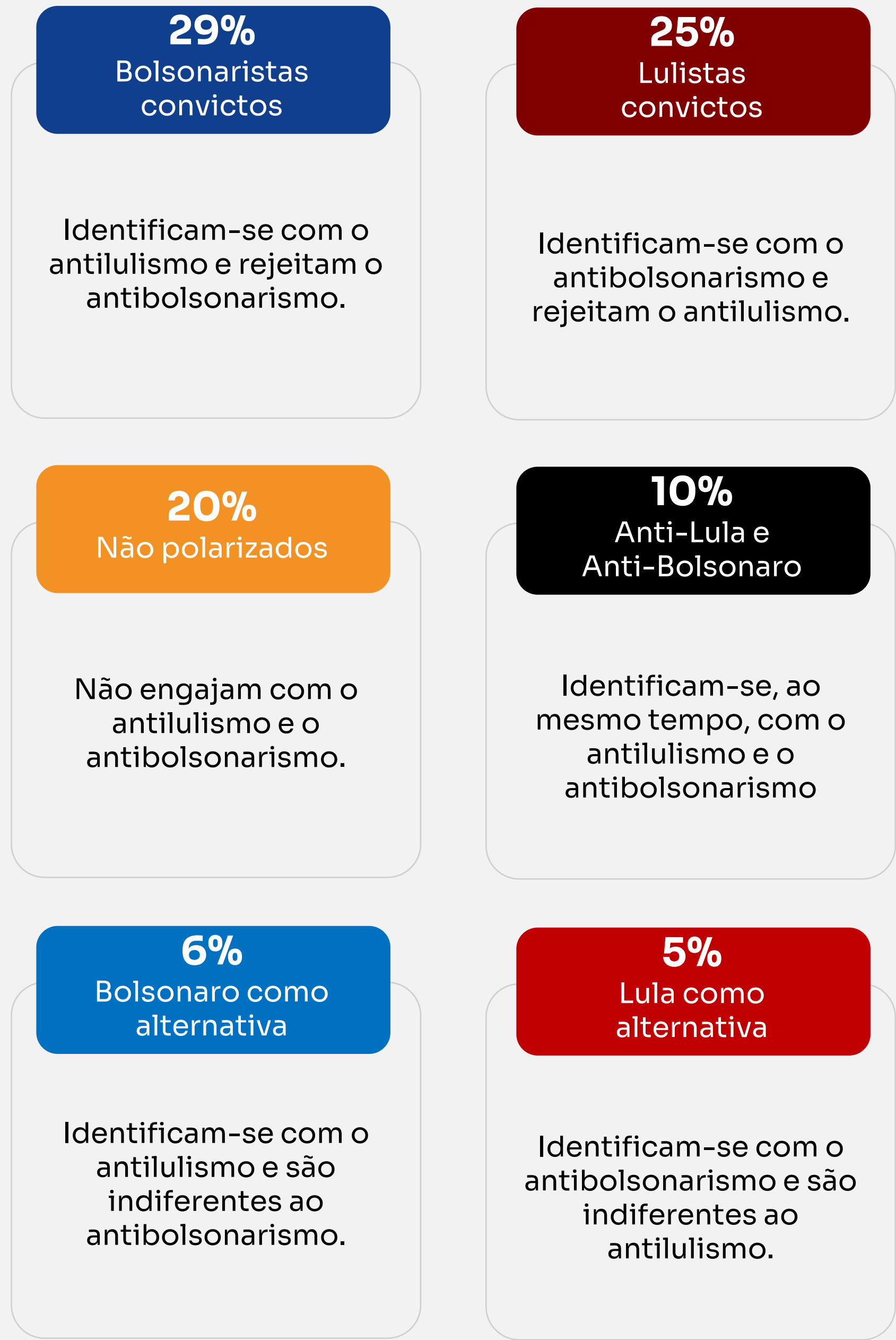
- **Não polarizados:** não engajam com o antilulismo e o antibolsonarismo.
- **Lulistas convictos:** identificam-se com o antibolsonarismo e rejeitam o antilulismo.
- **Lula como alternativa:** identificam-se com o antibolsonarismo e são indiferentes ao antilulismo.
- **Bolsonaristas convictos:** identificam-se com o antilulismo e rejeitam o antibolsonarismo.
- **Bolsonaro como alternativa:** identificam-se com o antilulismo e são indiferentes ao antibolsonarismo.
- **Anti-Lula e Anti-Bolsonaro:** identificam-se, ao mesmo tempo, com o antilulismo e o antibolsonarismo.
- **NS/NR:** eleitores que não se posicionam sobre o antilulismo e/ou o antibolsonarismo.

*Perguntas feitas a todos os entrevistados

- Em uma escala de 0 a 10, em que 0 é “discordo totalmente”, 5 é “nem concordo e nem discordo” e 10 é “concordo totalmente”, como você se posiciona em relação às seguintes alternativas: “Sou Anti-Lula”?

- Em uma escala de 0 a 10, em que 0 é “discordo totalmente”, 5 é “nem concordo e nem discordo” e 10 é “concordo totalmente”, como você se posiciona em relação às seguintes alternativas: “Sou Anti-Bolsonaro (e sua família)”

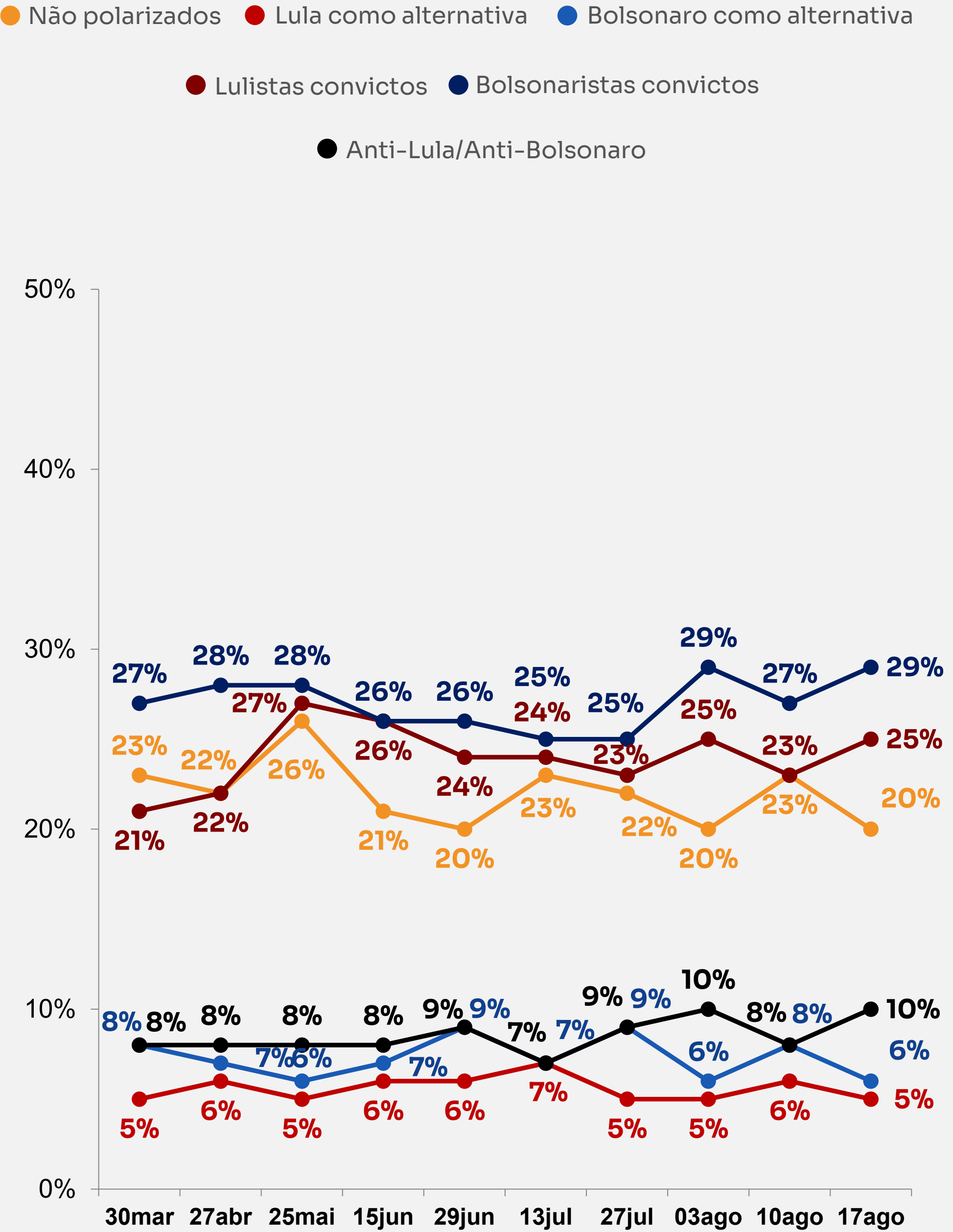
O Perfil da Polarização



*Eleitores que não se posicionam sobre o antilulismo e/ou o antibolsonarismo (NS/NR) somam 5%.

Polarização e antagonismos ideológicos

O perfil da polarização no Brasil



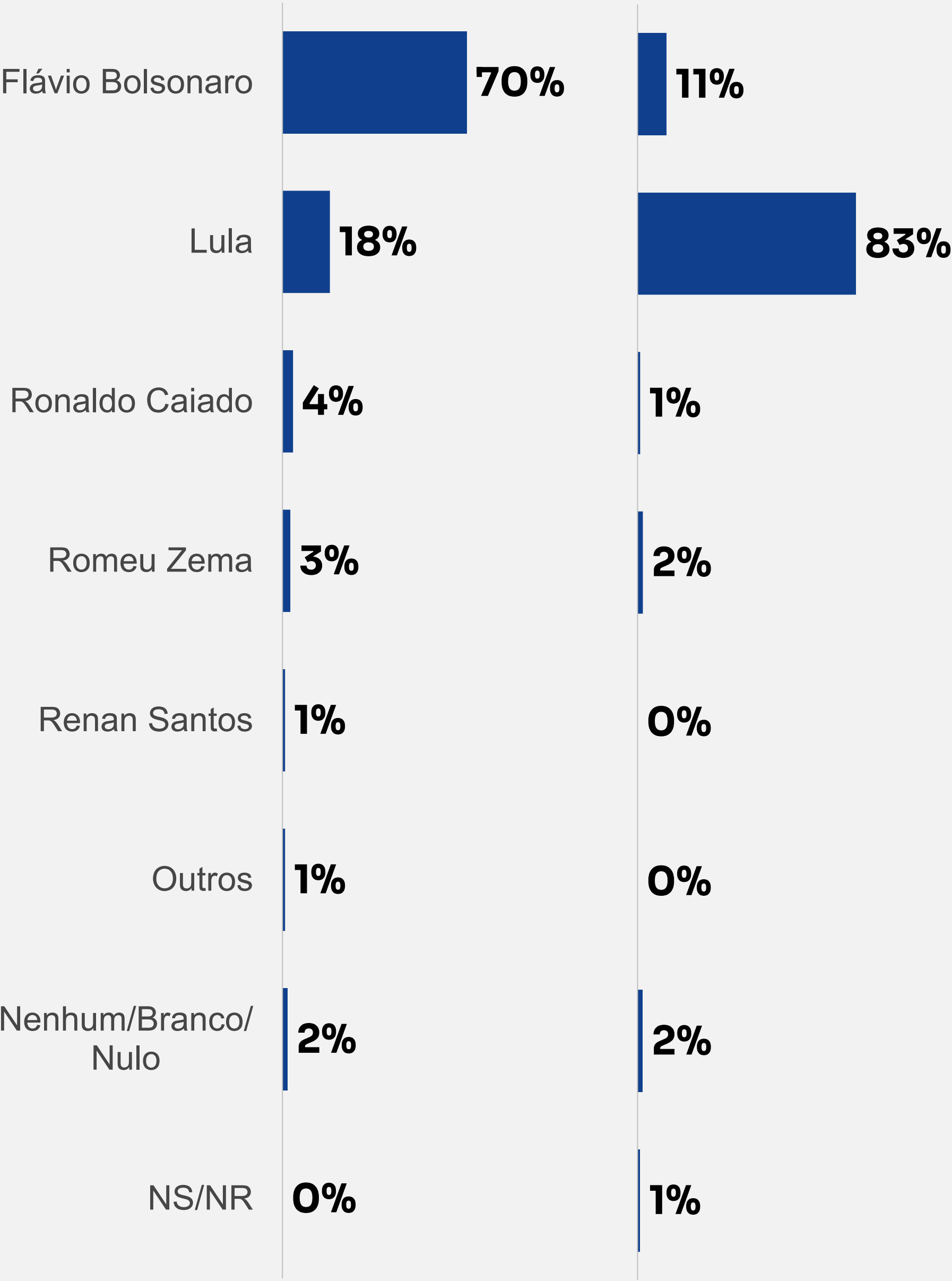
Polarização e antagonismos ideológicos

O perfil da polarização no Brasil

vs. Voto estimulado 1º turno

Bolsonaristas
convictos

Lulistas
convictos

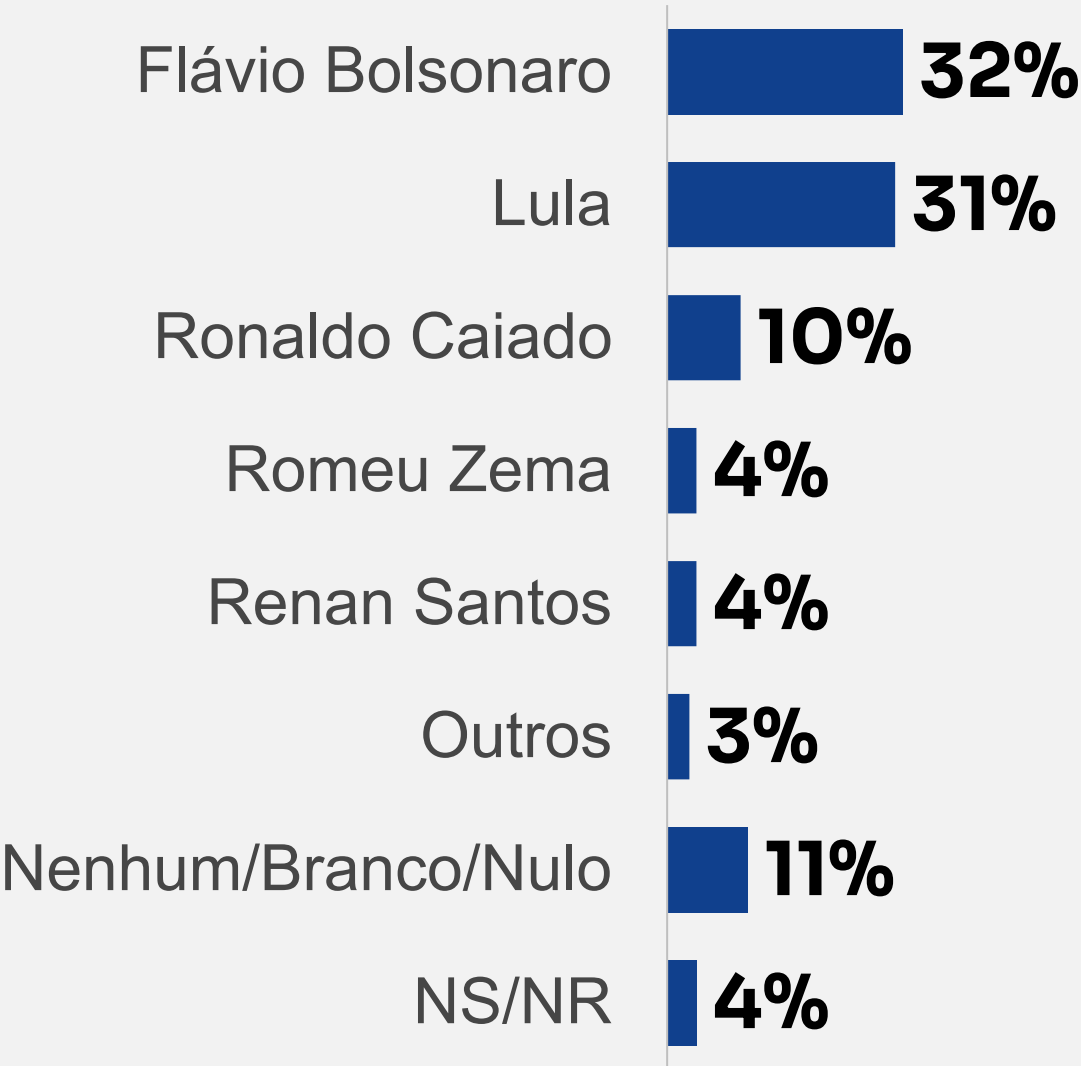


Polarização e antagonismos ideológicos

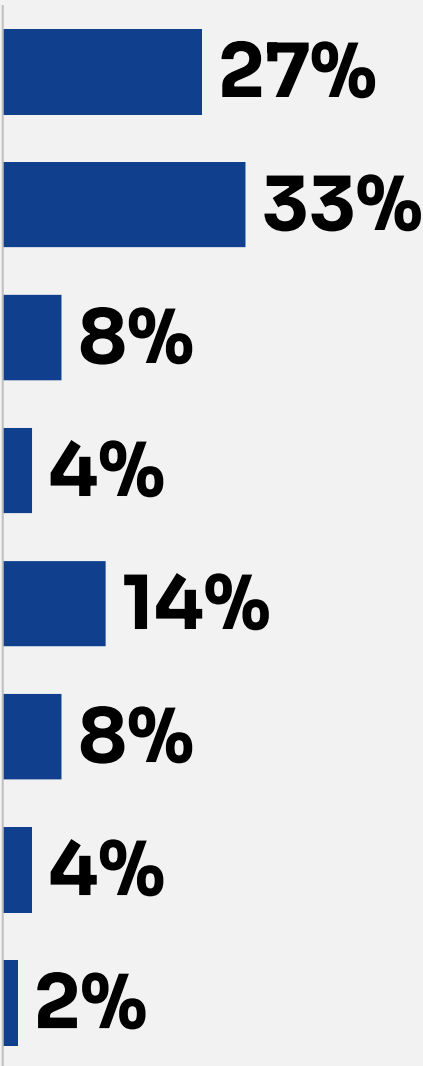
O perfil da polarização no Brasil

vs. Voto estimulado 1º turno

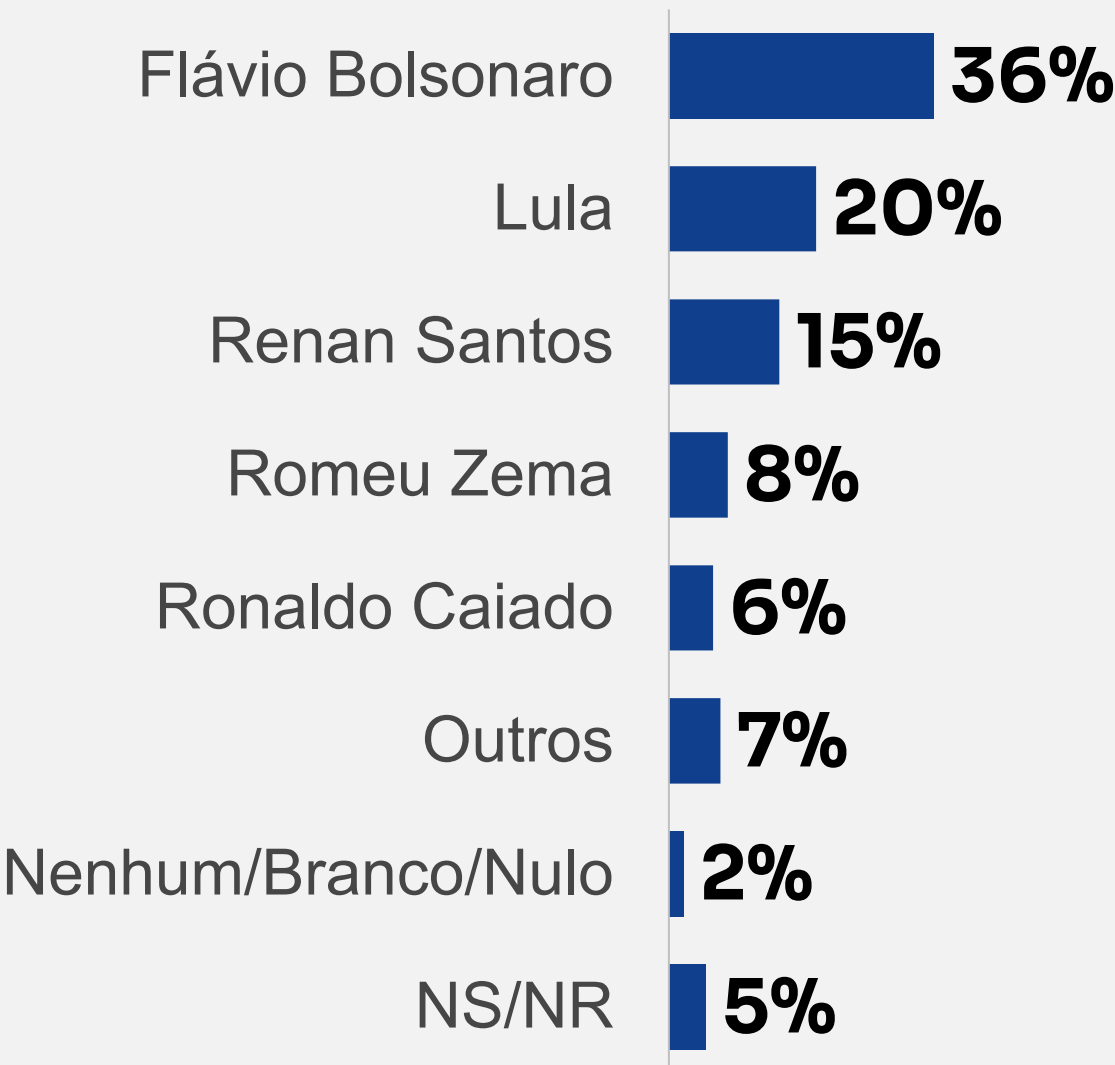
Não polarizados



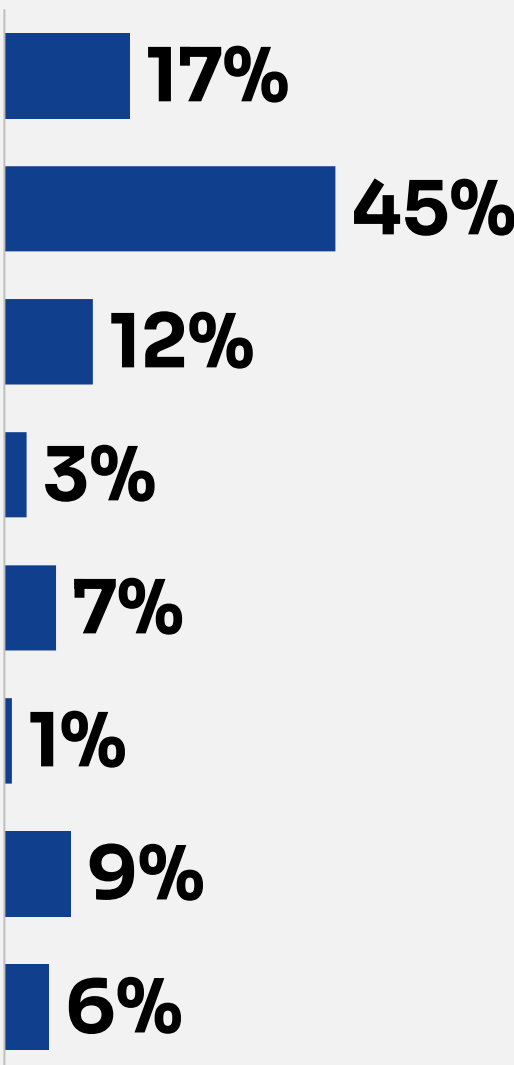
Anti-Lula e Anti-Bolsonaro



Bolsonaro como alternativa



Lula como alternativa



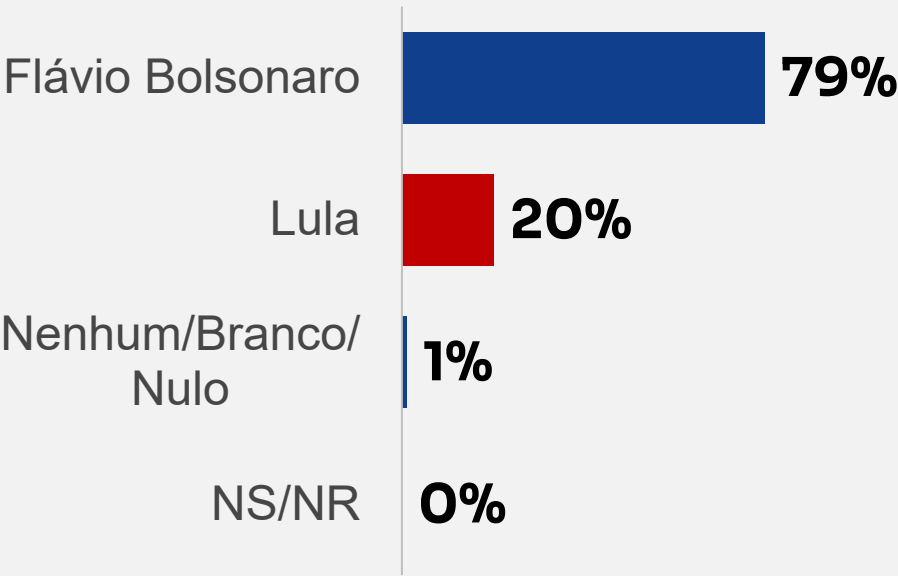
Polarização e antagonismos ideológicos

O perfil da polarização no Brasil

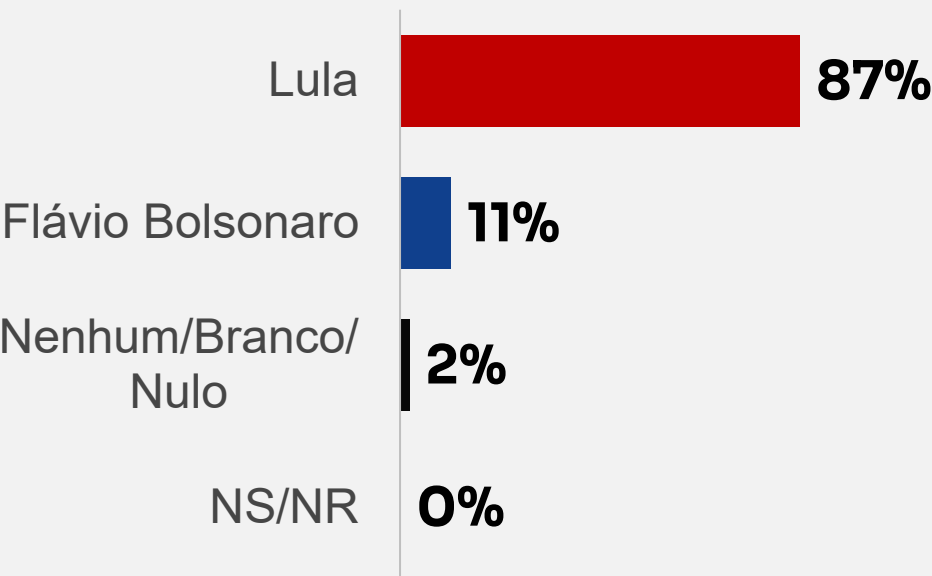
vs. Voto no 2º turno de 2026

(Cenário 1)

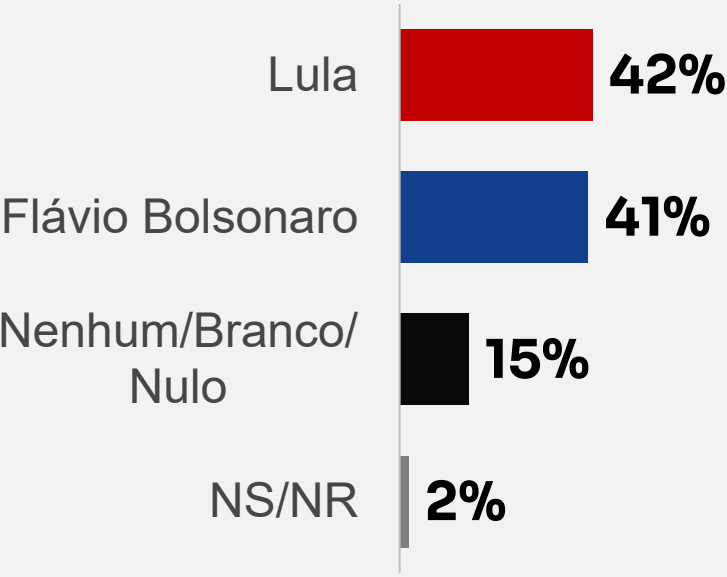
Bolsonaristas convictos



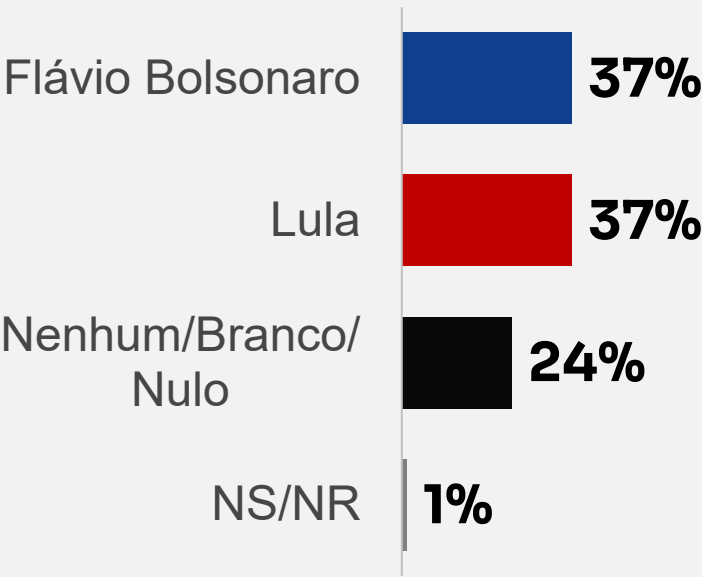
Lulistas convictos



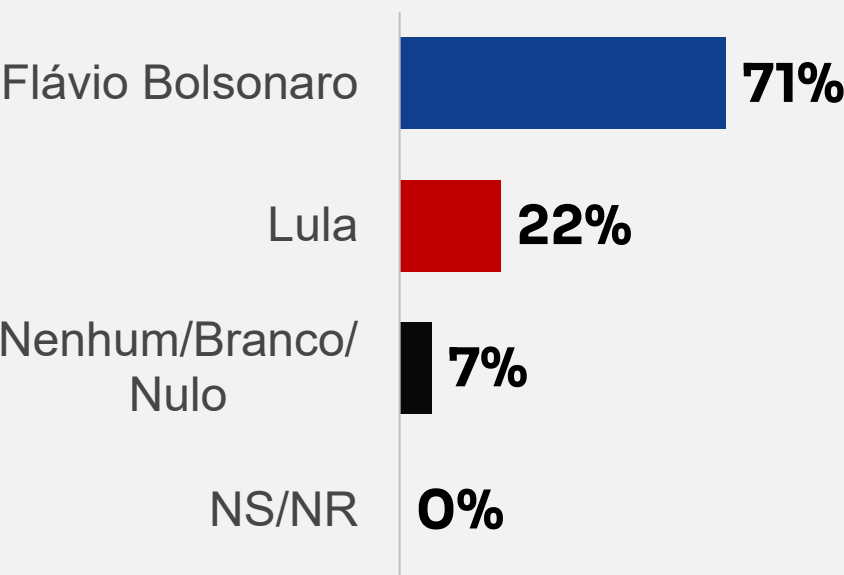
Não polarizados



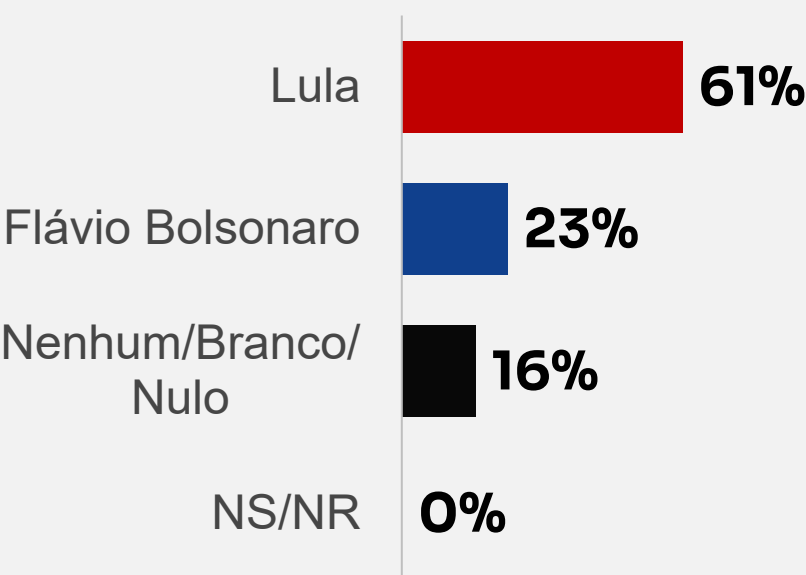
Anti-Lula e Anti-Bolsonaro



Bolsonaro como alternativa



Lula como alternativa

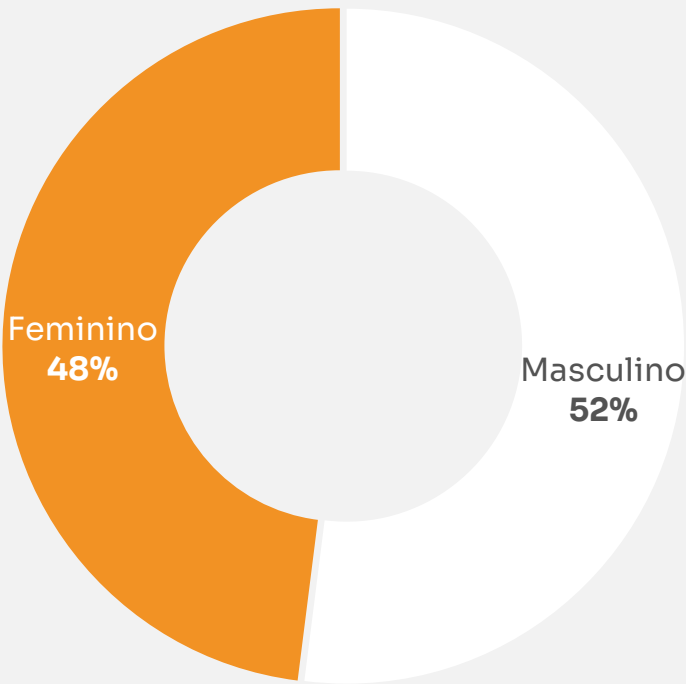


Quem são os não polarizados?

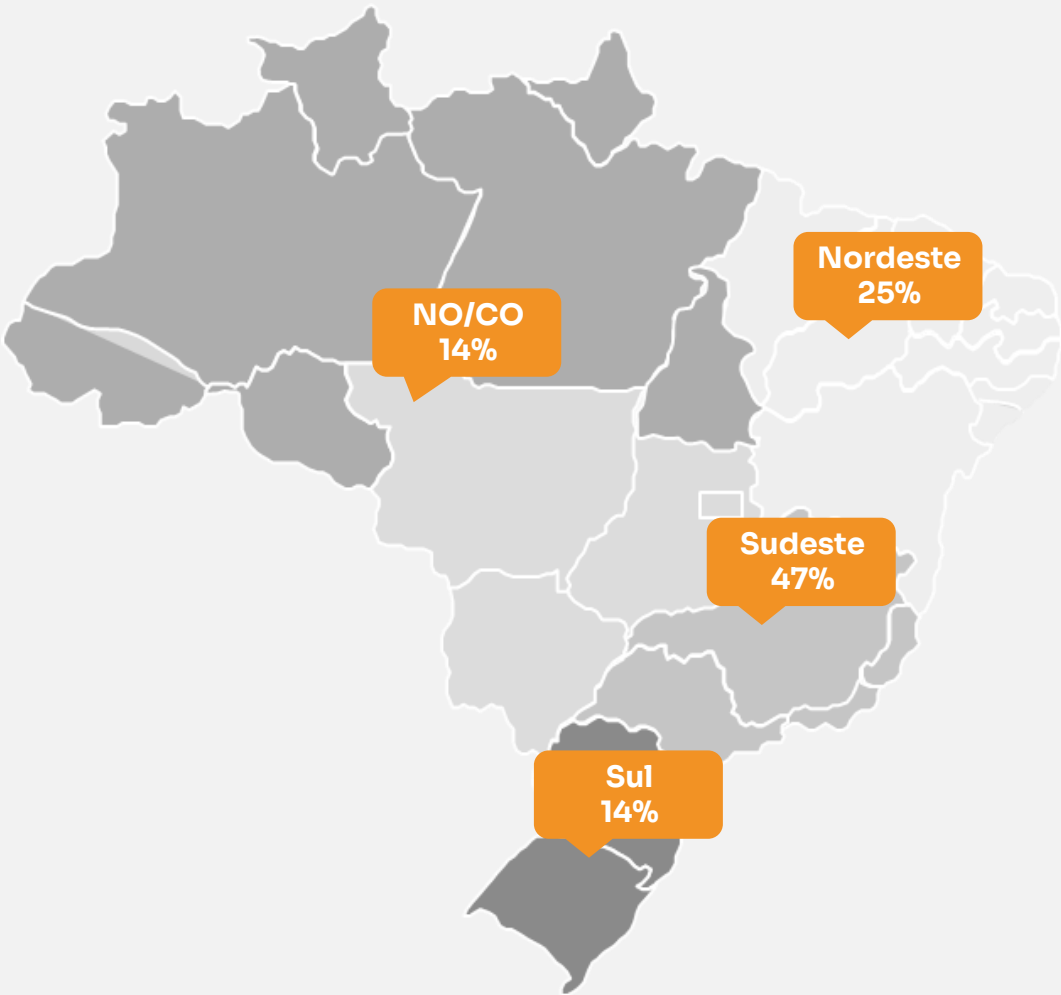
(participação de cada perfil nesse grupo)

20%

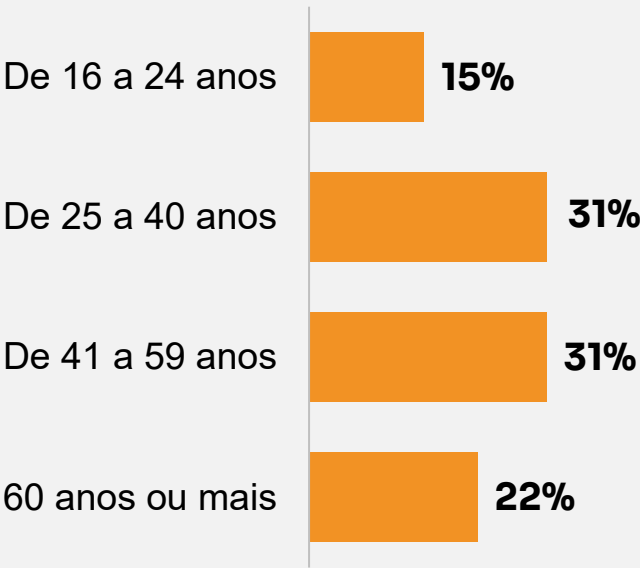
Sexo



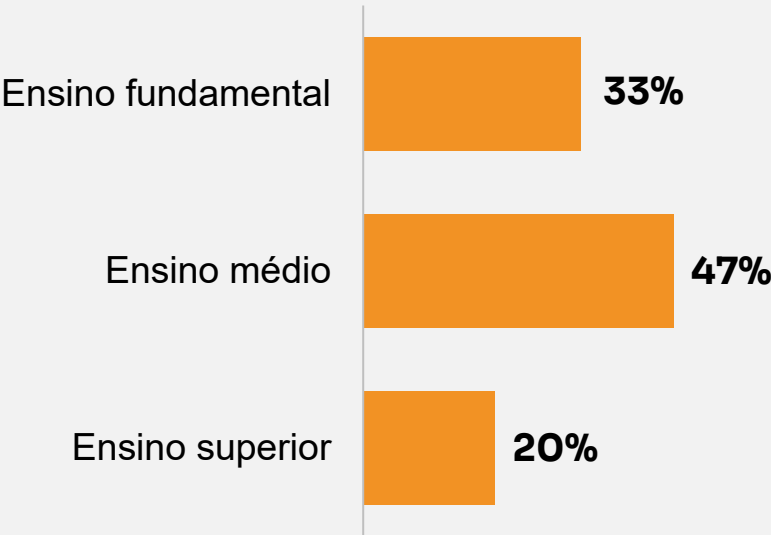
Região



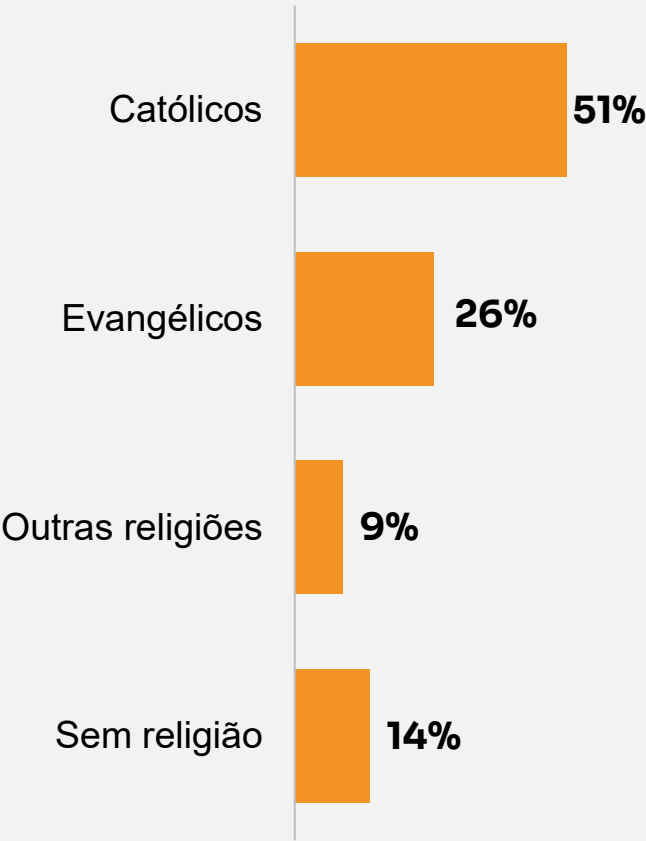
Idade



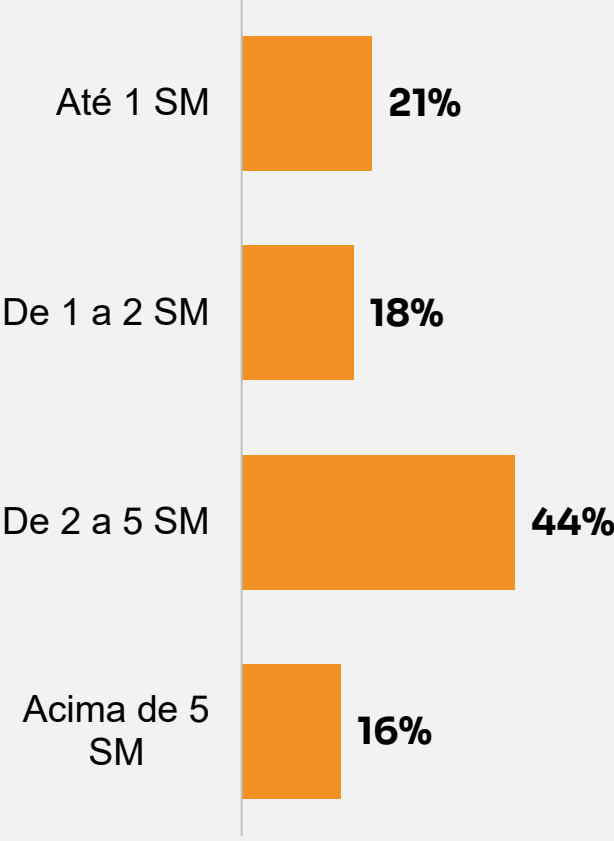
Escolaridade



Religião



Renda





09.

Metodologia e perfil da amostra

Metodologia

Pesquisa quantitativa realizada pela **Nexus – Pesquisa e Inteligência de Dados**, por telefone (via CATI), entre os dias 14 e 16 de agosto de 2026. Foram entrevistados 2.003 eleitores. A margem de erro é de 2pp, com intervalo de confiança de 95%.

Para definição da amostra, a **Nexus** controlou as seguintes cotas: (a) sexo, (b) idade, (c) escolaridade, (d) tipo de telefonia e (e) DDD.

Devido ao arredondamento, a soma dos percentuais pode variar de 99% a 101%.

Estatístico responsável: Neale El-Dash,
Conre 8656-A.

Registro da pesquisa no TSE: **BR-03317/2026**
Direção:

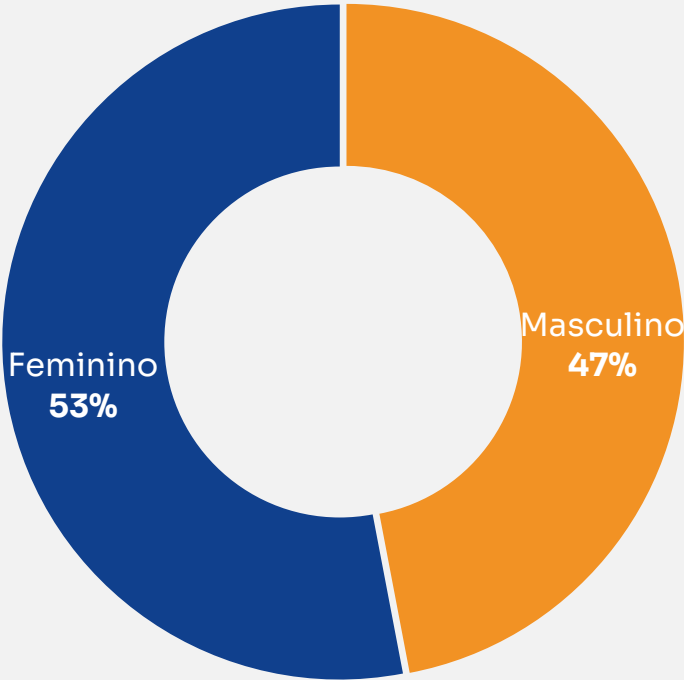
Marcelo Tokarski,
CEO da **Nexus**, e

André Jácomo,
diretor de Pesquisa da **Nexus**

*Para construção da amostra são usados como referência os dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua (PNADc), do suplemento anual acumulado da 1ª Visita de 2025, e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) de junho de 2026.

Perfil

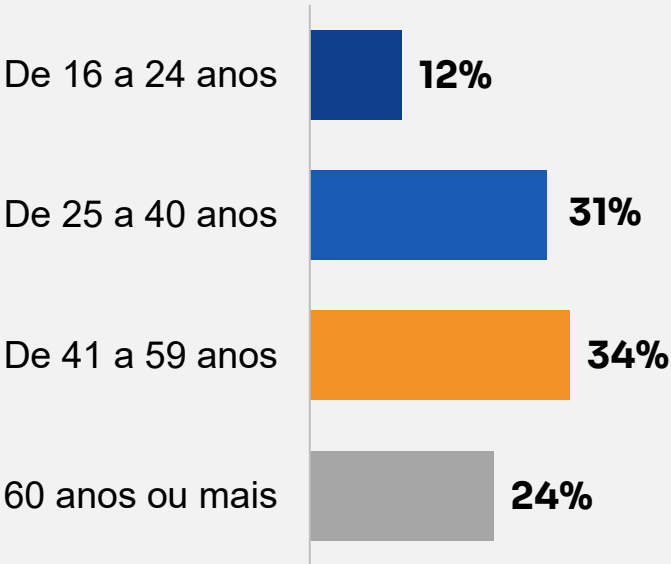
Sexo



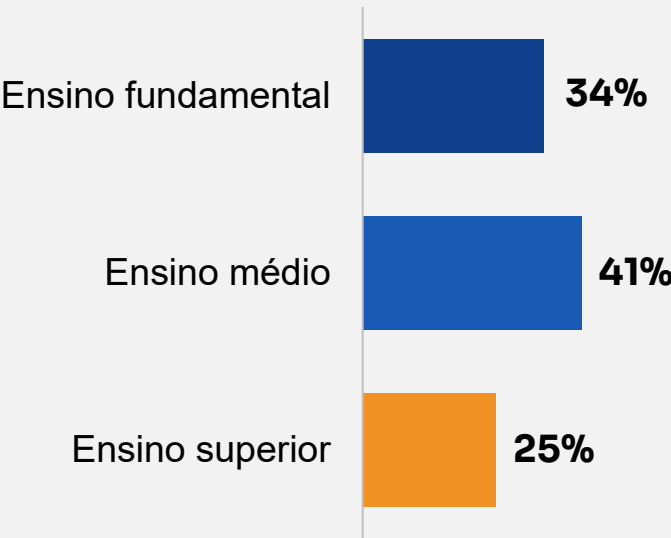
Região



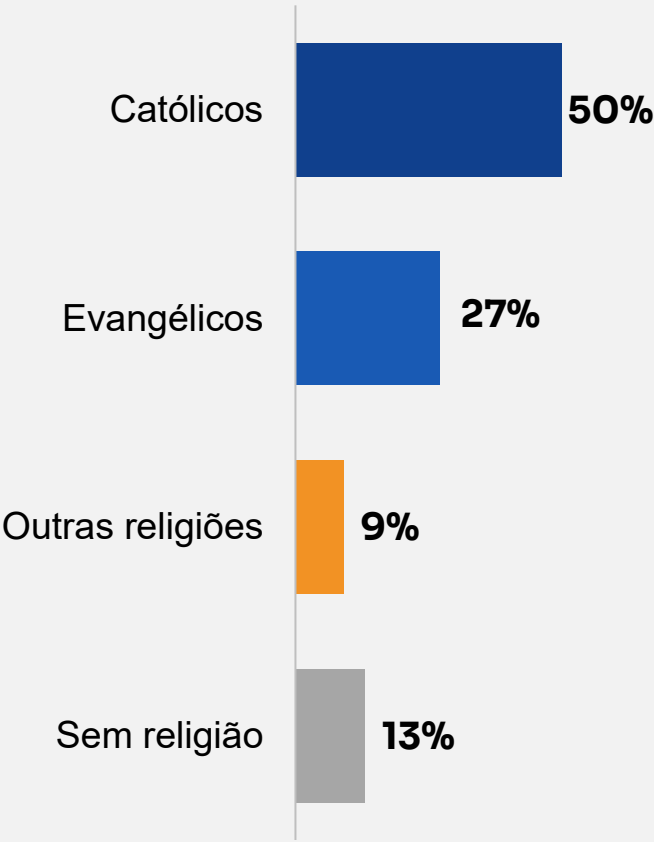
Idade



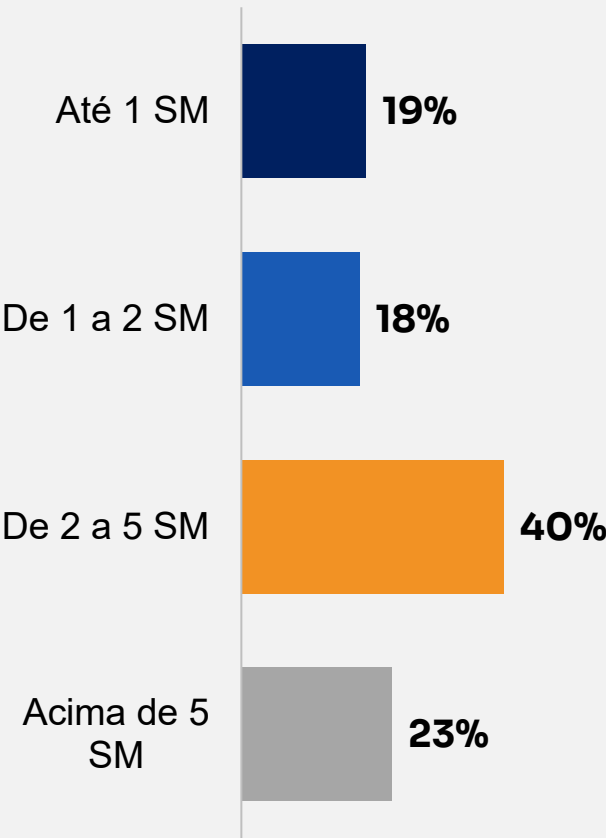
Escolaridade



Religião

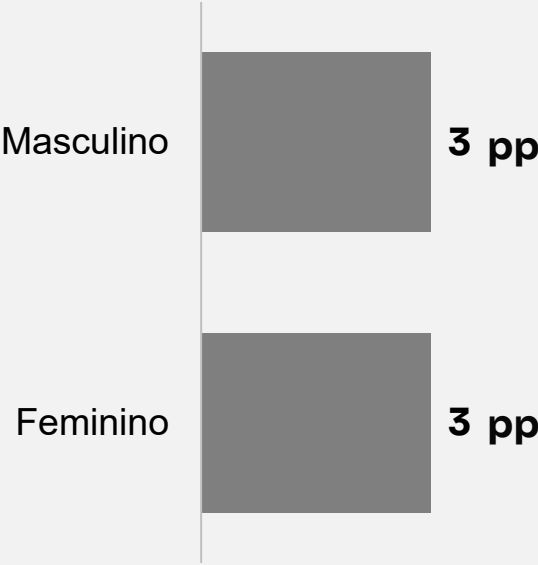


Renda



Margem de erro por perfil

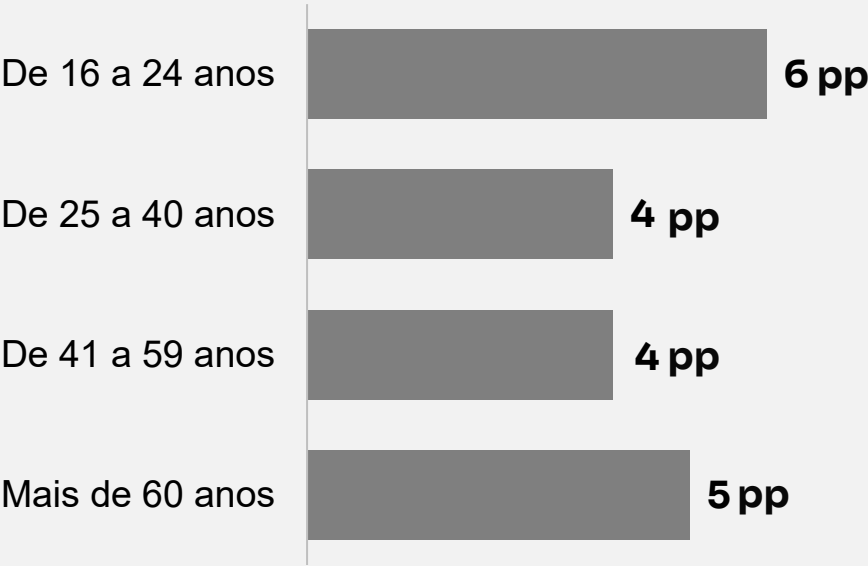
Sexo



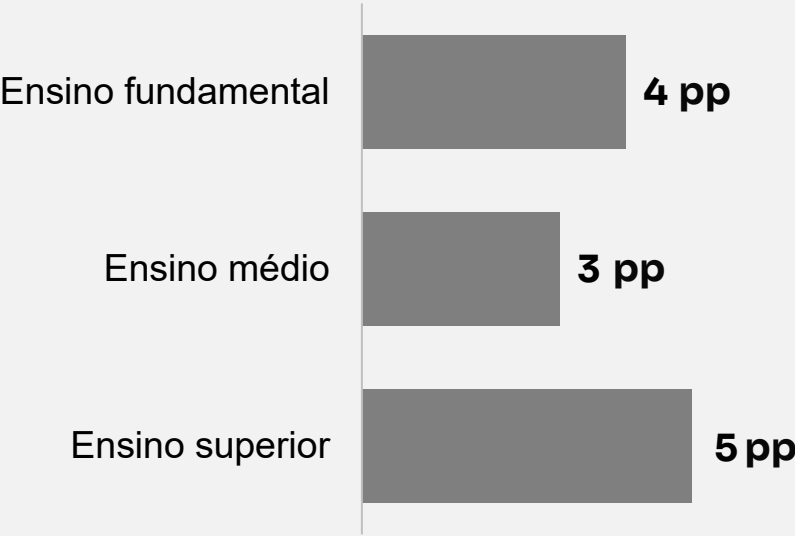
Região



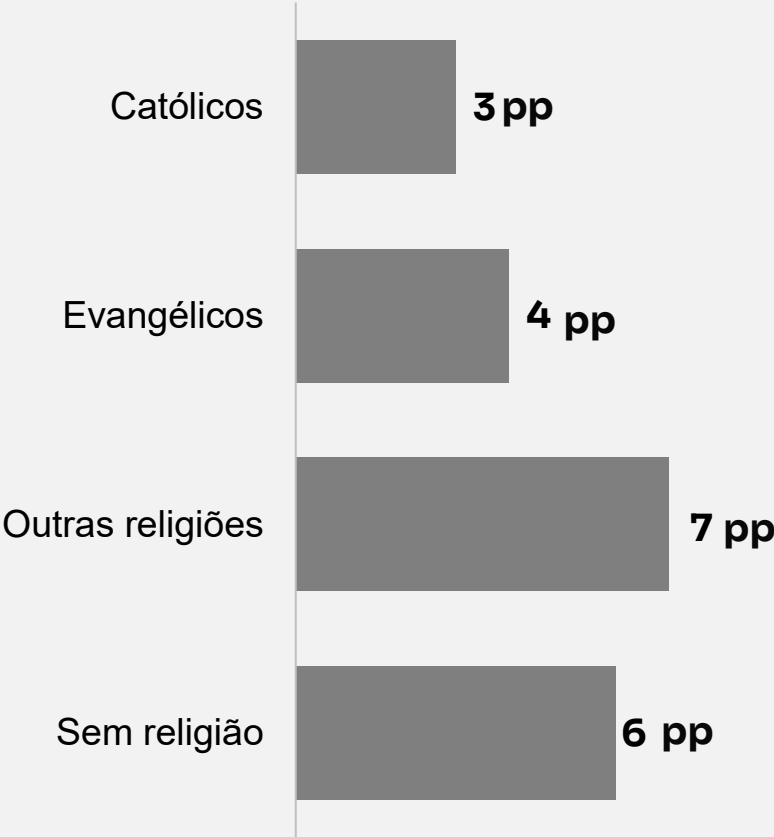
Idade



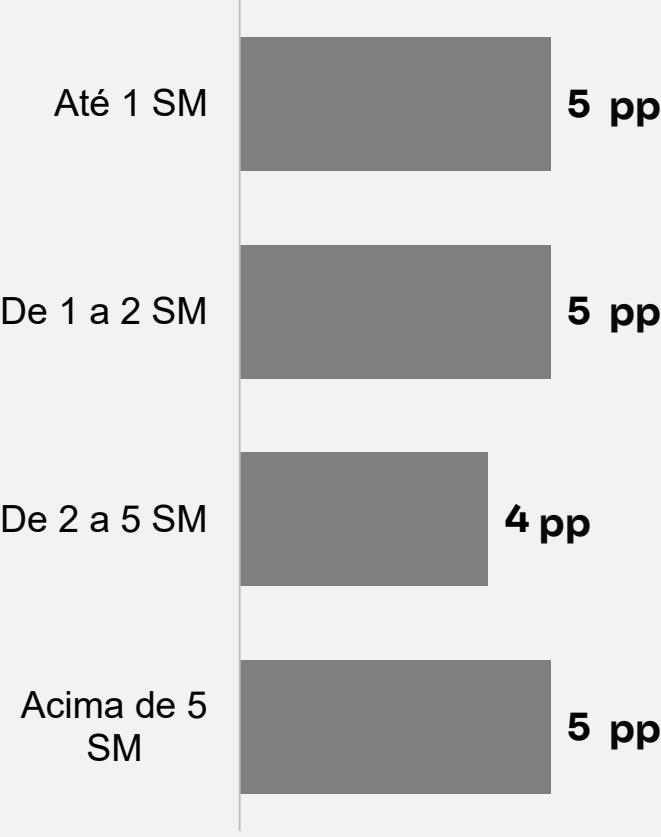
Escolaridade



Religião



Renda



Disclaimer

Este material foi preparado pela Nexus – Pesquisa e Inteligência de Dados, mediante contratação por parte do Banco BTG Pactual S.A. (“BTG Pactual”). A Nexus e o BTG Pactual e respectivas empresas afiliadas, bem como seus respectivos administradores, executivos e funcionários, não serão (individualmente ou em conjunto) responsáveis em qualquer medida junto ao destinatário do presente material e/ou a qualquer pessoa que eventualmente tenha acesso ao seu conteúdo total ou parcial.

Este material possui caráter meramente informativo, está sendo encaminhado para um determinado número de destinatários (incluindo veículos de imprensa) e não foi preparado para servir como base para qualquer decisão de investimento nem para qualquer decisão de comprar quaisquer ativos.

Ademais, este material não constitui uma oferta ou convite para a aquisição ou venda de valores mobiliários. Nenhum investimento ou decisão financeira deve ser baseada somente nas informações contidas neste material. Este material é válido exclusivamente nesta data, uma vez que eventos futuros poderão comprometer suas conclusões.

A Nexus e o BTG Pactual não assumem responsabilidade por atualizar, revisar, retificar ou rescindir este material em virtude de qualquer ocorrência futura. Adicionalmente e conforme já alertado pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), as pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos têm o potencial de influenciar na cotação de valores mobiliários, bem como na decisão dos investidores de comprar, vender ou manter aqueles valores mobiliários. O uso de informações apuradas nas referidas pesquisas, por parte das pessoas que a elas têm acesso antes de sua ampla divulgação pelos meios de comunicação, pode configurar uma vantagem indevida nas negociações com valores mobiliários, colocando os demais participantes do mercado em uma posição de desequilíbrio ou desigualdade.

Por fim, a Nexus e o BTG Pactual não possuem qualquer vínculo e/ou preferência com qualquer candidato ou partido político, sendo certo que o presente material é meramente informativo e apresenta os principais aspectos coletados pela Nexus em pesquisa de opinião pública devidamente registrada junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

