

18.10.2026

L'astensione degli anziani nelle principali città e il rischio di demobilitazione rappresentano una sfida per Lula e Flávio Bolsonaro

Le campagne elettorali si sono concentrate sul raggiungimento degli elettori che hanno smesso di recarsi alle urne, soprattutto nei grandi comuni della regione sud-orientale.

Sondaggio Ipspe: Flávio Bolsonaro ottiene il 48% delle intenzioni di voto contro il 46% di Lula al secondo turno.

Datafolha: metà dei brasiliani riscontra gravi difetti nella democrazia del paese.



Di Dimitrius Dantas, Luisa Marzullo, Victoria Azevedo E Jennifer Gularte

Con il margine di voti più esiguo al primo turno delle elezioni presidenziali dal ritorno alla democrazia, le campagne di Flávio Bolsonaro (PL) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) hanno concentrato i loro sforzi sul recupero degli elettori che non si sono recati alle urne, soprattutto nelle grandi città del Sud-Est, dove quest'anno il tasso di astensione è aumentato. Da un lato, il team del PT punta ad attrarre gli anziani, over 70, la fascia d'età che ha registrato il maggior numero di assenti al primo turno. Dall'altro, il team di Bolsonaro cerca di impedire la demobilitazione dei propri sostenitori negli stati in cui la competizione locale è già decisa, come Rio de Janeiro e San Paolo, al fine di mantenere un vantaggio sull'avversario.

Quest'anno il tasso di astensione è stato il più alto dal 1998, raggiungendo il 21,08%, pari a 33,5 milioni di elettori. I dati del Tribunale Elettorale Superiore (TSE) mostrano che la distribuzione non è uniforme ed è concentrata soprattutto tra i giovani e gli anziani. Al primo turno, le fasce di elettori tra i 18 e i 29 anni e gli over 70 hanno totalizzato 16,05 milioni di assenti, ovvero il 48,8% delle astensioni a livello nazionale, pur rappresentando solo il 31,4% dell'elettorato. Tra gli ultrasettantenni, nonostante il tasso di astensione sia diminuito rispetto al 2022 (dal 58,8% al 49,1%), si registra il maggior numero di elettori da convincere dalle campagne: 8,46 milioni.

Meno code

Sebbene il voto sia facoltativo in questa fascia d'età, gli alleati di Lula ritengono che attrarre questo elettorato potrebbe aiutare il presidente a recuperare lo svantaggio di 2,2 milioni di voti subito da Flávio al primo turno. Un sondaggio Quaest pubblicato mercoledì ha mostrato che il candidato del Partito dei Lavoratori è in vantaggio sul suo avversario tra gli elettori più anziani, over 60, con il 47% delle intenzioni di voto, contro il 39% del senatore del PL.

— Mi aspetto che le persone (assenti al primo turno) vadano a votare. Sarà un solo voto, sarà più veloce e ridurrà le code. Compresi gli anziani, che sono minacciati dal "taglio" annunciato da Flávio — ha affermato Sidônio Palmeira, ministro autorizzato della Segreteria per la Comunicazione Sociale (Secom) e uno degli strateghi della campagna Lula.

Venerdì, durante un evento nello stato di Minas Gerais, Lula ha chiesto ai suoi sostenitori di aiutarlo a rintracciare gli elettori che non hanno votato al primo turno.

"Molte persone non hanno votato il 4 luglio. Gli over 70, che non sono più obbligati a votare, e coloro che non sono andati perché non volevano. È importante impegnarsi per convincere le persone a votare il 25 luglio. Andremo porta a porta per persuaderle", ha detto Lula.

Gli alleati del presidente sostengono inoltre che la campagna elettorale dovrebbe intensificare i contatti con i sindaci per garantire che il trasporto pubblico gratuito, come previsto dalla legge, sia effettivamente fornito alla popolazione il giorno delle elezioni. Un ministro della cerchia ristretta del presidente afferma che i collaboratori del Partito dei Lavoratori hanno riscontrato una scarsa pubblicità sull'argomento.

Mobilitazione negli stati

Nella cerchia ristretta di Flávio, la preoccupazione riguarda gli stati in cui le elezioni statali sono già decise. Il timore è che l'indebolimento delle strutture locali contribuisca a un aumento dell'astensione nelle aree in cui il candidato del Partito Laburista ha avuto un vantaggio su Lula, come San Paolo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. L'ordine ora è di esigere impegno dagli alleati eletti e impedire che la campagna presidenziale manchi della mobilitazione che ha accompagnato le elezioni statali.

— La strategia prevede che ogni Stato faccia il suo dovere nel mantenere la mobilitazione, cercando di influenzare i voti, tentando di coinvolgere nuove persone che non ci hanno sostenuto al primo turno e sensibilizzando coloro che non sono andati a votare, riducendo l'astensione, soprattutto tra coloro che votano con noi — ha dichiarato il senatore Rogério Marinho (PL-RN), coordinatore della campagna di Flávio.

A San Paolo, la preoccupazione ha spinto Flávio a riunire 37 dei 55 consiglieri comunali per chiedere un'azione più incisiva nei quartieri dove Lula aveva ottenuto un vantaggio al primo turno. Il sindaco Ricardo Nunes (MDB) ha assunto un ruolo centrale in questo sforzo, avvicinando il candidato ai leader locali per cercare di mantenere funzionante la struttura elettorale istituita nei comuni.

A Rio, la responsabilità è ricaduta sul governatore eletto Douglas Ruas (PL), che è stato poi pressato affinché mantenesse coinvolti sindaci e amministratori comunali anche dopo la fine della sua campagna elettorale. Lo stato, che ha registrato il secondo tasso di astensione più alto del paese (23,32%), dopo il Mato Grosso do Sul (23,87%), è considerato uno dei punti focali della campagna.

"Vogliamo conquistare gli elettori che non hanno votato per Flávio al primo turno e invitarli a riflettere sul futuro del Brasile. Ci rivolgiamo a tutti gli elettori, indipendentemente da chi abbiano votato al primo turno, per ampliare il vantaggio che Flávio ha ottenuto", ha dichiarato Ruas.

Storicamente, l'astensione nei luoghi in cui il secondo turno di votazione si è limitato alle elezioni presidenziali aumenta di 1,2 punti percentuali rispetto al primo turno. Ciò equivarrebbe a un totale di 1,74 milioni di assenze aggiuntive, considerando i 20 stati in cui è già stato eletto un governatore.

Divisione regionale

ABSTENÇÃO POR REGIÃO

(Em %)

Região	Abstencão 2022	Abstencão 2026	Variação
Norte	20,94	19,43	-1,51
Nordeste	19,53	18,39	-1,14
Centro-Oeste	21,34	21,70	+0,37
Sudeste	21,95	22,70	+0,75
Sul	19,34	20,46	+1,12

COMPARECIMENTO POR REGIÃO

Região	Comparecimento 2022 (em milhões)	Comparecimento 2026 (em milhões)	Variação (%)
Norte	9,93	10,55	+6,34
Nordeste	34,10	35,51	+4,14
Centro-Oeste	9,08	9,40	+3,49
Sudeste	52,07	51,28	-1,52
Sul	18,21	18,19	-0,07

Astensione alle elezioni del 2026 — Foto: Dipartimento artistico

MUNICÍPIOS ONDE ABSTENÇÃO CRESCERAM REPRESENTAM 59% DO ELEITORADO

Movimento abstenção	Total municípios	Total eleitores	Municípios (Em %)	Eleitores (Em %)
Caiu	2972	63.736.706	53,3	40,3
Subiu	2598	94.087.936	46,6	59,6

In termini di ripartizione regionale, i dati del TSE mostrano che l'affluenza alle urne è aumentata nel Nord-Est e nel Nord, mentre nel Sud-Est si sono registrati 800.000 elettori in meno. Questa regione concentra il maggior numero di elettori e anche le città con i tassi di astensione più elevati. Le sole città di San Paolo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Guarulhos (SP) e Campinas (SP) hanno registrato 4,3 milioni di assenze, pari al 13% del totale nazionale. Il tasso di astensione medio in questi cinque comuni è stato del 24%, superiore alla media nazionale.

Se si considerano solo gli assenti di età superiore ai 70 anni, tema centrale della campagna del Partito dei Lavoratori, il tasso di astensione raggiunge una media del 57,3% nelle cinque città, 8,2 punti percentuali in più rispetto alla media nazionale per la stessa fascia d'età.

Emerson Cervi, professore all'Università Federale del Paraná (UFPR) e politologo, ha studiato il comportamento degli elettori che storicamente si astengono dal voto in Brasile. Secondo lui, è necessario distinguere tra quella che definisce astensione involontaria e astensione volontaria. Il primo gruppo comprende gli elettori che avrebbero voluto votare ma non sono stati in grado di recarsi alle urne, per motivi di salute, un recente cambio di residenza o altre circostanze impreviste. Il secondo gruppo comprende gli elettori che hanno deciso di non votare. Per Cervi, sono proprio questi elettori che hanno scelto di astenersi a essere oggetto di contestazione da parte delle campagne elettorali.

"La parte di elettori che si astiene volontariamente può essere persuasa ad andare a votare. Se si parla di una differenza di 2 o 3 milioni di voti tra i candidati, vale la pena investire in questo tipo di comunicazione perché può essere molto più efficace che cercare di convincere gli elettori dell'altro candidato a cambiare il loro voto. È più facile convincere chi non è ancora andato a votare", afferma.