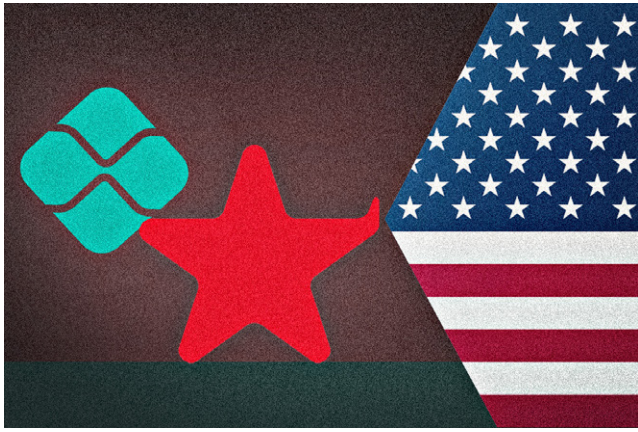


## NAS ENTRELINHAS

Por Luiz Carlos Azedo



luizazedo.df@dabr.com.br



## Em busca de narrativa eleitoral, Lula defende Pix de ataque dos EUA

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e seu vice, Geraldo Alckmin (PSB), reagiram, ontem, a um relatório produzido pelo governo dos Estados Unidos, que aponta o sistema de pagamentos Pix como uma das barreiras impostas pelo Brasil ao comércio exterior. A posição da Casa Branca não é nova, mas a divulgação do relatório deu oportunidade para que Lula tente politizar ao máximo a questão e transformar a defesa do Pix numa bandeira eleitoral com popularidade. É a busca de uma narrativa convincente sobre o bom desempenho de seu governo para tentar aumentar a aprovação.

“O Pix é do Brasil e ninguém vai fazer a gente mudá-lo pelo serviço que ele está prestando à sociedade brasileira. O que nós podemos fazer é aprimorar o Pix, para que cada vez mais ele possa atender a necessidade de mulheres e homens deste país”, defendeu, durante visita às obras do VLT de Salvador. Na prática, o relatório deu de bandeja para Lula a defesa do Pix, que emerge como um elemento central da “economia do afeto”.

A Casa Branca ajudou Lula a converter o Pix em símbolo político de seu governo, embora esse meio de pagamento tenha sido criado pelo Banco Central na gestão de Roberto Campos Neto, em meados de 2020. Ou seja, durante o governo Bolsonaro. A forma subalterna como Bolsonaro e seus filhos se relacionam com Trump facilita a vida de Lula. Ao reagir às críticas da Casa Branca e afirmar que “o Pix é do Brasil”, Lula desloca a questão do terreno econômico, onde enfrenta dificuldades, para o campo da soberania nacional e do orgulho tecnológico. Assim, define uma agenda positiva em meio à adversidade.

A busca de Lula por uma narrativa eleitoral convincente ocorre sob pressão: de um lado, a ofensiva crescente da oposição liderada por Flávio Bolsonaro; de outro, uma conjuntura internacional adversa, marcada pela guerra no Irã e seus efeitos inflacionários sobre combustíveis e custo de vida. Esse contexto redefine o eixo da disputa e impõe ao governo um desafio clássico de campanhas eleitorais governistas: traduzir a vulnerabilidade econômica numa agenda positiva do discurso eleitoral de forma eficaz.

Houve uma mudança significativa de cenário. Lula aparecia com vantagem confortável em fevereiro (43% a 38%), porém, passou a um empate técnico em março (41% a 41%). Ou seja, houve estagnação de sua base e crescimento do adversário. Esse movimento não é apenas estatístico. Ele reflete uma alteração qualitativa no humor dos eleitores, especialmente diante da percepção de piora no custo de vida, ainda que indicadores macroeconômicos não confirmem integralmente essa sensação. Nas eleições, percepção vale mais do que o fato em si. É nesse terreno que a oposição nada de braçada.

A guerra no Irã está tendo um efeito catalisador dessa percepção negativa. A alta do petróleo pressiona combustíveis, transporte e alimentos, afeta diretamente o cotidiano da população. Embora o Brasil seja exportador de petróleo, isso não elimina o problema interno: o governo foi obrigado a adotar subsídios e medidas compensatórias, o que expõe fragilidades fiscais e limita a margem de ação política. Fora do controle do Planalto, a guerra do Irã é uma espécie de “inimigo invisível” que ameaça a reeleição de Lula.

### Percepção popular

Diante das dificuldades, uma mudança na postura “olímpica” de Lula. A adoção de um discurso mais combativo indica que o presidente compreendeu a necessidade de confrontar Flávio, seu principal adversário, para recompor a base. A resolução do PT que associa o bolsonarismo a um projeto antidemocrático e a decisão de intensificar ataques nas inserções de rádio e TV revelam essa mudança da posição defensiva para a de ataque. O objetivo é se apresentar como defensor das políticas públicas com amplo apoio da população, que hoje são encaradas como mera obrigação do governo.

Essa estratégia permite ao governo falar diretamente com o cotidiano do eleitor, como no caso do Pix. E cria um contraponto narrativo à oposição, que centra seus ataques em corrupção, custo de vida e insegurança. Ao mesmo tempo, traz para o debate eleitoral uma dimensão geopolítica do Brasil, ao mostrar que interesses externos ameaçam o país. Trata-se de uma tentativa de mobilização nacionalista.

Entretanto, nada disso resolve o problema central da campanha: a desconexão entre os indicadores econômicos e a percepção popular. O eleitor que sente o impacto da inflação no supermercado ou no posto de gasolina dificilmente será convencido apenas por uma narrativa de soberania digital. Há dissonância entre discurso e realidade, o que facilita a vida da oposição. Na verdade, a polarização é ambivalente. Ao atacar Flávio Bolsonaro e reforçar a dicotomia entre dois projetos de país, Lula busca consolidar seu eleitorado tradicional. Contudo, isso pode dificultar a conquista do eleitor de centro, que se mostra cada vez mais decisivo em um cenário de empate técnico.

A movimentação de candidaturas como a de Ronaldo Caiado e as articulações no PSD indicam que Lula pode estar sendo alvo de um movimento em pinça, para atrair o centro num cerco eleitoral. O tripé ataque direto à oposição, valorização das políticas públicas e defesa da soberania nacional, a estratégia adotada pelo PT, tem coerência com o governo e a trajetória de Lula, porém, enfrenta um ambiente muito mais hostil do que em eleições anteriores.

## RIO DE JANEIRO

Acesso a documentos de operação policial que matou 122 pessoas vem sendo dificultado

# PGR quer laudo de chacina

O procurador-geral da República, Paulo Gonet, pediu ao Supremo Tribunal Federal (STF) que determine ao governo do Rio de Janeiro a entrega integral dos laudos necroscópicos das mortes registradas na Operação Contenção, realizada em 28 de outubro de 2025 nos complexos da Penha e do Alemão, na Zona Norte do Rio. O pedido foi apresentado no âmbito da ADPF das Favelas e endossa demanda da Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão do Ministério Público Federal no

Rio, que apontou falta de acesso a exames capazes de esclarecer as circunstâncias das mortes. A ação policial matou 117 civis e cinco policiais, segundo dados citados pelo MPF.

A PGR quer informações como trajetória dos disparos, distância dos tiros, registros fotográficos e identificação de projéteis, além da aplicação do Protocolo de Minnesota, padrão internacional para apuração de mortes potencialmente ilegais. O Instituto Médico Legal do Rio de Janeiro respondeu de forma genérica, sem detalhar os

procedimentos adotados nem liberar os exames.

“A resposta apresentada pelo IML não é suficiente para atestar que houve atendimento aos parâmetros delineados na ADPF 635. O IML limitou-se a afirmar, genericamente, que os protocolos são seguidos, sem apresentar qualquer informação mais detalhada sobre a condução das perícias”, diz trecho da manifestação do MPF.

Depoimentos colhidos pelo MPF apontam suspeitas de mortes fora de confronto. Um deles relata que policiais teriam executado um homem

já ferido. Outros corpos teriam sido encontrados com tiros na cabeça.

Um relatório da Comissão Interamericana de Direitos Humanos, citado no processo, aponta falhas na preservação das cenas e na produção das perícias: ausência de isolamento das áreas, movimentação de corpos e comprometimento de evidências.

O MPF informou ainda que a Defensoria Pública e movimentos sociais que representam as vítimas foram impedidos de acompanhar os exames periciais e de acessar os laudos do IML.

**BRASÍLIA**  
66 anos  
Uma cidade em constante transformação

Ao longo de mais de seis décadas, a capital se transformou e se reinventou. Para celebrar essa trajetória, o Correio Braziliense prepara um projeto especial com presença multiplataforma sobre o presente e o futuro da cidade.

Faça parte dessa celebração e a se conecte com um público que acompanha, todos os dias, as transformações de Brasília.

Associe sua marca ao especial **Brasília 66 anos**.

Entre em contato com nosso comercial!

Associe sua marca a um dos projetos mais estratégicos do DF.

Apoio: **ADEMI** | Realização: **CORREIO BRAZILIENSE** | Promoção: **CB Brands** ESTÚDIO DE CONTEÚDO