



Janja e Michelle na luta pelo voto da evangélica

Enquanto a petista tenta ampliar o diálogo com mulheres do segmento, ex-primeira-dama aposta numa identidade religiosa que já está consolidada

» DANANDRA ROCHA

A disputa pelo eleitorado evangélico ganhou espaço na campanha presidencial de 2026 à medida que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e o senador Flávio Bolsonaro (PL-RJ) se consolidam como os principais nomes da corrida ao Palácio do Planalto. De um lado, a primeira-dama Janja da Silva passou a investir em uma aproximação direta com mulheres evangélicas, sobretudo as de baixa renda e que enfrentam situações de violência. De outro, a ex-primeira dama Michelle Bolsonaro (PL-DF), que construiu ao longo dos últimos anos uma relação estreita com igrejas e lideranças cristãs, voltou a atuar ao lado de Flávio depois do período de tensão entre eles.

O movimento ocorre sobre uma base eleitoral numerosa. Segundo o Censo Demográfico 2022, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 26,9% dos brasileiros com 10 anos ou mais se declaravam evangélicos. São cerca de 47,4 milhões de pessoas. O grupo cresceu 5,2 pontos percentuais desde 2010, quando representava 21,6% da população nessa faixa etária. No mesmo período, a proporção de católicos caiu de 65,1% para 56,7%.

A mudança, porém, não significa apenas crescimento numérico. Os dados mostram que o Brasil atravessa uma transformação no perfil religioso. Embora os católicos continuem sendo maioria em todas as regiões, a presença evangélica é mais expressiva em algumas áreas do país. No Norte, representam 36,8% da população com 10 anos ou mais. No Centro-Oeste, são 31,4%. No Sudeste, chegam a 28%. No Sul, correspondem a 23,7% e, no Nordeste, a 22,5%.

É nesse cenário que Janja passou a ocupar um espaço na estratégia de comunicação de Lula. No lançamento oficial da campanha à reeleição, em 16 de agosto, em São Bernardo do Campo (SP), ela chamou ao palco o pastor e cantor gospel Kleber Lucas. Os dois cantaram juntos um jingle da campanha. A participação foi apresentada como uma surpresa para Lula e serviu, também, como aceno a mulheres e evangélicos.

Uma fonte próxima à primeira-dama disse ao **Correio**, sob reserva, que o objetivo não é fazer com que Janja “vire evangélica”. Segundo a fonte, o foco é estabelecer uma aproximação com o eleitorado evangélico feminino, especialmente mulheres mais pobres que sofrem ou já sofreram algum tipo de violência. “A estratégia seria mais social do que religiosa”, frisa.

A avaliação coincide, em parte, com a explicação dada pelo vice-líder do governo Lula na Câmara, deputado federal Pastor Henrique Vieira (PSol-RJ), que defende a iniciativa. Para ele, a aproximação de Janja não começou com a campanha e deve ser construída por meio de conversas com evangélicas sobre temas como emprego, renda, violência, assistência social, trabalho e sobrecarga doméstica.

“Ela vem fazendo uma roda de conversa com evangélicas há pelo menos um ou dois anos. Portanto, não é uma aproximação eleitoral, porque sequer ela começou no ano eleitoral”, afirmou ao **Correio**. O deputado também rejeita a ideia de que o objetivo seja transformar os evangélicos em eleitores lulistas.

Vieira cita como referência as pesquisas eleitorais. Observa que levantamentos recentes indicam que algo entre 30% e 40% dos evangélicos demonstram intenção de votar em Lula. “Não é maioria, mas também não é tão pouco assim”, afirmou.

A leitura é contestada por lideranças evangélicas conservadoras. O pastor Silas Malafaia, fundador da Igreja Assembleia de Deus

Divulgação/PL Mulher



A Michelle é evangélica, então ela tem a linguagem evangélica. Ela não precisa forçar, ela não precisa cantar um hino para dizer que é evangélica, porque ela é em essência”

Pastor Silas Malafaia

Ela não está forçando a barra em nada. Ela é aquilo. Ela fala, ela tem desenvoltura, entende a linguagem do segmento e acredita na força do Evangelho”

Pastor Robson Rodovalho

Campanha de Luiz Inácio Lula da Silva



Ela (Janja) vem fazendo uma roda de conversa com evangélicas há pelo menos um ou dois anos. Portanto, não é uma aproximação eleitoral, porque sequer ela começou no ano eleitoral”

Deputado Pastor Henrique Vieira (PSol-RJ)

Toda vez que em campanha a gente faz essa mudança, ou a gente faz um jogo de marketing estruturado e muito bem sedimentado, ou fica falso demais”

Rudá Ricci, cientista político

Vitória em Cristo e uma das principais vozes de apoio ao bolsonarismo, considera que a aproximação de Janja terá efeito contrário ao pretendido.

Malafaia disse ao **Correio** que o eleitor evangélico não exige que um candidato a cargo majoritário seja necessariamente evangélico. “Ela não vai enganar os evangélicos”, afirmou.

O pastor avalia que Michelle Bolsonaro parte de uma situação diferente. “A Michelle é evangélica, então ela tem a linguagem evangélica. Ela não precisa forçar, ela não precisa cantar um hino para dizer que é evangélica, porque ela é em essência”, explicou.

O bispo Robson Rodovalho, fundador da Sara Nossa Terra, também considera que Michelle parte de uma posição mais consolidada. Para ele, a ex-primeira-dama transita entre diferentes correntes do segmento — das igrejas pentecostais e carismáticas às tradicionais — e acumulou experiência nos quatro anos em que esteve no Palácio da Alvorada.

“Michelle é evangélica e de

muito tempo. Evangélica raiz. Ninguém duvida disso”, afirmou ao **Correio**. Segundo ele, essa identificação explica por que Michelle não precisaria alterar sua imagem para conquistar o eleitor evangélico. “Ela não está forçando a barra em nada. Ela é aquilo. Ela fala, ela tem desenvoltura, entende a linguagem do segmento e acredita na força do Evangelho”, explicou.

A senadora Damares Alves (Republicanos-DF) rejeita a possibilidade de que uma aproximação de última hora possa modificar a relação dos evangélicos com Lula. Ao **Correio**, ela afirmou que “o “cristão sabe muito bem quem chora com ele o ano inteiro e quem só aparece para pedir o voto dele. A fé não é um roteiro de marketing que você veste quando a eleição chega”.

A pastora e candidata pelo PL-DF a deputada federal Sandra Farraj avalia que a estratégia de Janja encontra um obstáculo na escolha de interlocutores. Para ela, a participação de Kleber Lucas no lançamento da candidatura de Lula não necessariamente produz

identificação com o segmento conservador.

O cientista político Rudá Ricci, presidente do Instituto Cultiva, observa a disputa por outro ângulo. Para ele, a principal diferença entre as duas está na construção de imagem. Michelle, segundo Ricci, “não estaria mudando sua persona para a eleição”. Ao contrário, estaria ampliando uma identidade que já tem.

Janja, por outro lado, tem um desafio diferente. Ricci considera que a aproximação com os evangélicos representa uma mudança mais perceptível na imagem da primeira-dama. “Toda vez que em campanha a gente faz essa mudança, ou a gente faz um jogo de marketing estruturado e muito bem sedimentado, ou fica falso demais”, adverte.

Para Ricci, o principal teste de Janja será transformar o gesto simbólico do lançamento da campanha em uma atuação contínua. A participação ao lado de Kleber Lucas, segundo ele, pode gerar repercussão, mas não será suficiente para mudar uma percepção construída por anos.

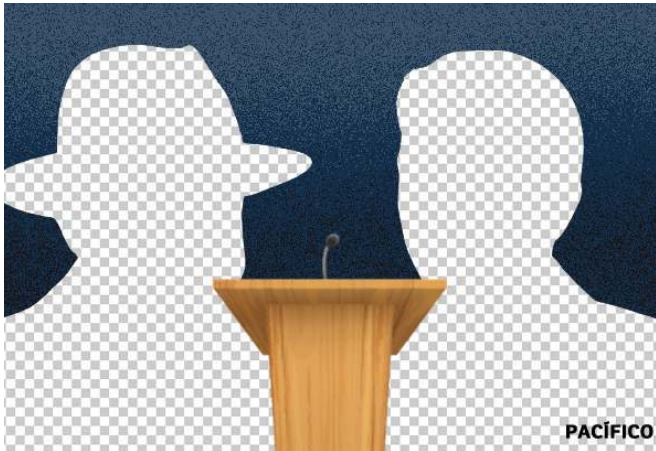
NAS ENTRELINHAS

Por Luiz Carlos Azedo



luizazedo.df@dabr.com.br

PACÍFICO



PACÍFICO

Mesmo ausentes, Lula e Flávio são protagonistas do debate

O primeiro debate presidencial das eleições de 2026, marcado para hoje, às 20h, na Band, terá dois protagonistas invisíveis: o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, candidato à reeleição pelo PT, e o senador Flávio Bolsonaro (RJ), representante do PL. Os líderes das pesquisas decidiram não comparecer, deixando o palco para Ronaldo Caiado (PSD), Romeu Zema (Novo), Renan Santos (Missão) e Augusto Cury (Avante). A ausência expressa o cálculo político de ambos: evitar desgastes, reduzir o risco de surpresas e manter a disputa confinada à polarização que interessa aos dois.

A resistência dos favoritos aos debates não começou agora. Em 1989, Fernando Collor evitou os confrontos do primeiro turno e apareceu somente nos dois encontros finais com Lula. O segundo debate ficou marcado pela controvérsia sobre a edição exibida no “Jornal Nacional”, episódio que expôs a influência da tevê sobre a percepção dos candidatos.

Em 1998, Fernando Henrique Cardoso recusou-se a participar dos debates, que acabaram não acontecendo, e venceu a eleição no primeiro turno. Em 2006, Lula também se ausentou dos encontros iniciais, comparecendo apenas no segundo turno, contra Geraldo Alckmin. Em 2018, Jair Bolsonaro participou dos primeiros debates, mas ficou afastado depois do atentado sofrido durante a campanha e não enfrentou Fernando Haddad na etapa final. Já em 2022, Lula e Bolsonaro participaram de confrontos televisionados, marcados pela intensidade da polarização.

Os números do Datafolha divulgados na sexta-feira corroboram a decisão. Lula aparece com 39% das intenções de voto no primeiro turno, contra 33% de Flávio. Caiado registra 5%; Renan Santos, 4%; Zema, 3%; e Cury, 2%. Num eventual segundo turno, o presidente soma 47%, diante de 43% do adversário. A margem de erro é de dois pontos percentuais. Lula mantém a dianteira, mas enfrenta uma disputa apertada, que pode transformar qualquer episódio inesperado em ameaça real à sua posição.

Para Lula, preservar a liderança significa conservar a expectativa de poder, que atrai alianças, financia mobilizações políticas, estimula apoiadores e mantém palanques estaduais organizados. Uma eventual ultrapassagem de Flávio, ainda que estatisticamente limitada, pode ser desastrosa, maior do que os próprios números, abrindo espaço para deserções, hesitações no centro e mudanças na percepção de quem reúne condições reais de vencer.

Novas denúncias contra seu filho, Fábio Luís Lula da Silva, o Lulinha, deixaram o petista na defensiva. Num debate com adversários à direita, seria o alvo principal de questionamentos sobre denúncias relacionadas ao INSS, investigações envolvendo pessoas do seu entorno político, dificuldades econômicas e o desgaste natural do governo. Em termos práticos, sua ausência evita exposição a vários ataques. Mas isso não significa que deixarão de existir.

Congelamento

Flávio condicionou sua presença à participação de Lula, porque perderia a oportunidade de confrontar diretamente seu principal adversário e seria alvo de Caiado, Zema e Renan, candidatos que disputam o eleitorado conservador, com objetivo de chegar ao segundo turno em seu lugar. Teria de responder a questionamentos sobre seu histórico político, suas relações com personagens investigados e o legado do bolsonarismo, enquanto seus concorrentes se apresentariam como uma direita menos vulnerável e mais confiável.

Em eventual segundo turno, Flávio recebe votos de apenas parte do eleitorado dos demais candidatos à direita: 60% dos apoiadores de Zema, 54% dos eleitores de Caiado e 48% dos que preferem Renan. Confrontá-los diretamente poderia dificultar a reunião dessas forças na etapa seguinte. Sua prioridade é se apresentar como o único adversário viável contra Lula e esvaziar uma alternativa de centro-direita ou antissistema.

Lula quer impedir que Flávio o ultrapasse e evitar que outro concorrente cresça a ponto de reorganizar a disputa. Flávio pretende consolidar sua condição de representante principal da oposição, bloqueando qualquer movimento de substituição dentro do campo conservador. Formam, assim, uma espécie de muralha na qual eles disputam a liderança na parte de dentro e os demais candidatos ficam do lado de fora.

Mas essa fática pode resultar num cerco perigoso. Segundo o Datafolha, 72% dos eleitores afirmam estar decididos, enquanto 27% admitem mudar de voto. Entre os apoiadores de Lula, 82% se dizem convictos; entre os de Flávio, 78%. Há ainda 30% que declaram votar principalmente para impedir a vitória de outro candidato, ou seja, são eleitores voláteis, suscetíveis a acontecimentos novos, desempenho em debates e mudanças no ambiente político.

Portanto, a segmentação do eleitorado ajuda a explicar a cautela. Num eventual segundo turno, Lula lidera entre as mulheres, por 51% a 38%; entre eleitores com renda de até dois salários mínimos, por 55% a 35%; e no Nordeste, por 61% a 30%. Flávio predomina entre evangélicos, por 62% a 29%; e entre eleitores de renda mais alta. No Sudeste, região decisiva pelo tamanho do eleitorado, há empate técnico. O mau desempenho no debate poderia tornar-se uma armadilha, capaz de alterar percepções nesses segmentos e modificar o equilíbrio da disputa.