Da hesitação à mobilização

Cobrança de Lula ao fim do 1º turno obrigou a campanha a se reestruturar. Engajamento nas redes levou às megamanifestações

» FERNANDA STRICKLAND

Perto de completar 81 anos, amanhã, Luiz Inácio Lula da Silva conquista o quarto mandato presidencial numa campanha que começou hesitante e descoordenada, ao ponto de ele mesmo ter reclamado que jamais tinha entrado em uma corrida eleitoral de forma tão desorganizada. O desabafo, feito logo depois do susto de passar em segundo lugar ao segundo turno, serviu como freada de arrumação.

A partir dali, houve uma ofensiva nas redes sociais que assustou seu adversário, Flávio Bolsonaro, e seus apoiadores. Na sequência dessa blitz, vieram as manifestações populares em diferentes regiões do país, sempre gigantescas. Apesar disso, as pesquisas de intenção de votos davam o senador como vencedor da contenda. A distância entre eles diminuíra, consolidava-se o empate técnico, mas a dianteira continuava com o filho 01 do ex-presidente Jair Bolsonaro.

Com mais de 99,99% das urnas apuradas, Lula alcançou 51,78% dos votos válidos, o equivalente a 64.248.884 votos. Na campanha, o presidente precisou ir além do carisma pessoal e da relação construída com parcelas expressivas do eleitorado para superar as dificuldades enfrentadas pelo PT e seus aliados.

O cenário adverso se construiu no fim do primeiro turno. O PL de Flávio faz "barba, cabelo e bigode" nas urnas: fechou um total de 28 senadores, uma maioria expressiva na Câmara dos Deputados e diversos governos estaduais. Lula tinha diante de si o pior cenário, tido como irreversível. E mesmo indo para o quarto mandato de presidente, não se pode considerar que os próximos quatro anos serão fáceis para o governo com um Congresso que lhe é hostil — e ressentido por ter perdido a corrida ao Palácio do Planalto.

O resultado de ontem confirmou a capacidade de Lula de transformar sua liderança pessoal em votos, mesmo diante das limitações de sua base política organizada. E mostra o quanto o PT é dependente dele: a força eleitoral do presidente ainda é maior do que a capacidade de mobilização do partido e de seus aliados.

Uma das mudanças mais visíveis na campanha de Lula, neste recém-encerrado segundo turno, ocorreu na comunicação digital. O presidente passou a adotar um tom mais informal, com vídeos gravados no formato selfie e mensagens direcionadas diretamente aos eleitores. A estratégia aproximou sua imagem do público e ampliou a circulação de conteúdos favoráveis à candidatura.

A principal novidade foi a entrada do deputado André Janones (Rede-MG) na mobilização digital. O parlamentar criou o grupo de WhatsApp Exército de Lula, que reuniu mais de 10 milhões de pessoas — marca ultrapassada horas antes de as urnas serem abertas. A estrutura contribuiu para aumentar o engajamento de apoiadores da esquerda — e dos que não queriam Flávio de forma alguma — nas redes sociais e ampliar o alcance das mensagens da campanha.

A mobilização virtual foi acompanhada por manifestações presenciais. Movimentos sociais e estudantes organizaram atos em dezenas de cidades, que puxaram participações espontâneas em apoio ao presidente. As imagens de ruas tomadas por bandeiras e roupas vermelhas ajudaram a dar dimensão da reação no segundo turno.

O eixo redes sociais-manifestações de rua tornou-se o elemento central da campanha. Em vez de depender exclusivamente da estrutura partidária, Lula contou com uma rede de apoiadores capaz de ampliar a circulação de sua mensagem e levar a disputa para além dos espaços tradicionais de organização política. Pela primeira vez, desde a vitória de Jair Bolsonaro, em 2018, a esquerda jogava num campo que a extrema-direita vinha nadando de braçada: as plataformas digitais. A campanha de Flávio pareceu não estar preparada para a ofensiva em um ambiente que sempre dominou.

Ricardo Stuckert/Campanha de Luiz Inácio Lula da Silva

Ato pró-Lula na Avenida Paulista, no sábado. Com as redes sociais, campanha obteve um engajamento no segundo turno que não tinha obtido no primeiro

A favor de Lula, uma característica pessoal: a capacidade de estabelecer uma relação direta com parcelas significativas do eleitorado. Em outras palavras: carisma. Essa conexão ocupou papel decisivo na disputa, sobretudo quando se sabe que o presidente reeleito não tem muitas simpatias pelo ambiente digital e sempre resistiu a tuar nele com mais intensidade.

A distribuição dos votos pelo território brasileiro mostra que a vitória de Lula no total nacional não correspondeu a uma predominância no número de municípios em que cada candidato ficou em primeiro lugar no primeiro turno. Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) indicam que, entre 4.204 cidades com a apuração concluída na base analisada, Lula foi o mais votado em 1.957 municípios. Flávio liderou em 2.247. Esses números são parciais e consideram, por ora, cidades com 100% das seções eleitorais apuradas na base utilizada. Essa contagem pode mudar à medida que outros municípios concluírem a apuração, mas não deve fazer grandes alterações na proporção de votos de cada candidato.

A diferença entre o número de cidades vencidas e o resultado nacional decorre da própria forma de contabilização da eleição presidencial. O vencedor é definido pela soma dos votos válidos em todo o país e no exterior, e não pela quantidade de municípios em que cada candidato termina à frente. Como as cidades possuem populações eleitorais diferentes, uma vitória municipal não representa necessariamente um volume elevado de votos.

Na atualização do TSE das 21h08, quando 97,69% das seções estavam apuradas, Lula aparecia matematicamente eleito, com 62.641.973 votos, correspondentes a 51,74% dos válidos. Flávio somava 58.436.437 votos, ou 48,26%. Na distribuição municipal, Minas Gerais concentrava o maior número de cidades em que Lula havia sido o mais votado: 328. Na sequência estavam a Bahia, com 219 municípios; Paraíba, com 195; Maranhão, com 160; e Rio Grande do Norte, com 145.

Flávio, por sua vez, registrava o maior número de vitórias em municípios de São Paulo, com 485 cidades. Em seguida, apareciam Rio Grande do Sul, com 405; Paraná, com 288; Santa Catarina, com 278; e Minas Gerais, com 214. Os dados revelam uma distribuição territorial distinta entre os dois. Embora o senador tenha liderado em mais municípios na parcial, Lula reuniu o maior número de votos no total nacional, assegurando a vitória.

Trajetória política

Nascido em 27 de outubro de 1945, no distrito de Caetés, do município pernambucano de Garanhuns, trabalhou como metalúrgico antes de ingressar na vida pública. Formou-se torneiro mecânico pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e ganhou projeção nacional ao presidir o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC paulista durante o processo de redemocratização do Brasil.

Na década de 1970, liderou movimentos grevistas considerados afrontosos à ditadura e ao patgronato da Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp). A experiência sindical contribuiu para a fundação do PT, em 1980.

Lula participou da campanha das Diretas Já e foi eleito deputado federal em 1986. Sua atuação política passou a se concentrar na defesa dos direitos dos trabalhadores, na ampliação das políticas sociais, no combate à pobreza e à fome e na participação do Estado no desenvolvimento econômico.

Foi derrotado por Fernando Collor e duas vezes por Fernando Henrique Cardoso até vencer a corrida presieencial pela primeira vez em 2002. Governou de 2003 a 2010, período em que se consolidou como liderança internacional.

O retorno ao Planalto ocorreu depois de as condenações relacionadas à Operação Lava Jato terem sido anuladas pelo Supremo Tribunal Federal por vícios jurídicos. Passou 580 dias preso na sede da Polícia Federal, em Curitiba. A reeleição é o último ato de uma trajetória política de mais de cinco décadas.

Obrigações urgentes

Reeleito para o quarto mandato, Luiz Inácio Lula da Silva tem a obrigação de cumprir dois grandes compromissos: um com a chamada Faria Lima, outro com setores da população que apontam a questão da segurança pública e o avanço das facções criminosas como o maior flagelo brasileiro atualmente. No primeiro caso, tem de mostrar o compromisso com as contas públicas, sobretudo depois da quantidade de benefícios que aumentou ou concedeu ao longo da campanha. O mercado vem advertindo para uma crise fiscal que pode ser a pior de todos os tempos, a partir de 2027, caso o Poder Executivo não demonstre disposição de enfrentá-la.

Na questão da violência, Lula deve desmembrar, nos próximos dias, o Ministério da Justiça para criar também o da Segurança Pública. O governo relutou muito em fazer tal divisão, mas, diante da cobrança do eleitorado — e, sobretudo, da oposição, que fez disso uma forte bandeira eleitoral —, se rendeu à necessidade ter ter pastas distintas para cuidar de assuntos, hoje, diferentes.

Mas Lula tem, ainda, um compromisso que toca diretamente o eleitorado, sobretudo, o simpatizante de Flávio: estudar a possibilidade de reduzir a maioridade penal para 16 anos. Embora não tenha prometido mexer com isso, manifestou-se favoravelmente na campanha. E sabe que será cobrado por um Congresso majoritariamente de direita.

Na área econômica e trabalhista, prometeu manter o aumento do salário mínimo acima da inflação. A proposta dá continuidade à política de valorização real do piso salarial e integra o conjunto de medidas apresentadas pela campanha para a próxima gestão.

O programa também prevê a construção do que a campanha definiu como "a maior rede pública de cuidado ao câncer do mundo". A proposta contempla investimentos em diagnóstico e tratamento, com técnicas e equipamentos modernos, além da atualização da oferta de medicamentos quimioterápicos e imunoterápicos.

Na educação, Lula prometeu criar novas versões do Programa Pé-de-Meia, incluindo uma modalidade voltada a estudantes universitários. Criado em 2024, o programa oferece incentivo financeiro-educacional a alunos do ensino médio público, com o objetivo de estimular a permanência e a conclusão dos estudos.

A proposta de expansão busca levar a lógica de incentivo financeiro a outras etapas da formação educacional. A implementação das novas modalidades, no entanto, dependerá das medidas adotadas pelo governo durante o próximo mandato. As propostas representam uma combinação entre a manutenção de políticas já existentes e a ampliação da atuação federal em áreas consideradas prioritárias pela campanha. O desafio será transformar os compromissos eleitorais em ações concretas, com recursos, execução administrativa e articulação política.

Na política externa, Lula reafirmou o compromisso de manter relações diplomáticas e comerciais com diferentes países, com base na busca por condições consideradas equilibradas para o Brasil. A campanha destacou a atuação do governo diante do chamado "tarifaço" imposto pela administração de Donald Trump, nos Estados Unidos. O enfrentamento das tarifas foi apresentado como parte de uma estratégia de defesa dos interesses nacionais e de preservação da capacidade de negociação brasileira no cenário internacional.

O plano de governo também prevê o fortalecimento da economia por meio da industrialização e a busca por novos mercados para as exportações brasileiras. A proposta combina a ampliação das relações comerciais com a tentativa de reduzir a dependência de destinos específicos e ampliar as oportunidades para os produtos nacionais. (**FS**)