RUFANDO BOMB NEWS Notícias sem rodeios

Domingo, 08 de Novembro de 2026

Comunidades de Fãs Lideraram Mobilização Digital pela Reeleição de Lula, Revela Pesquisa

Estudo da UFF mostra como admiradores de pop, k-pop, games e ficção científica organizaram campanha orgânica nas redes sociais durante segundo turno eleitoral

Entusiastas de música pop, ficção científica, videogames e cultura nerd protagonizaram uma mobilização online sem precedentes em favor da reeleição do presidente Lula (PT) no segundo turno, conforme análise divulgada recentemente pelo CULTPOP, laboratório de pesquisa em Cultura Pop, Comunicação e Tecnologias vinculado à UFF (Universidade Federal Fluminense).

Pesquisadores de mais de dez instituições de ensino superior brasileiras, públicas e privadas, dedicaram entre 6 e 8 horas diárias analisando conteúdos em Instagram, TikTok, X e Threads durante o período de 3 a 20 de outubro. Complementando essa investigação digital, realizaram duas pesquisas presenciais em São Paulo, sendo uma entre o primeiro e segundo turnos, e outra após o segundo turno.

Os pesquisadores identificaram um fenômeno notável: as eleições deste ano geraram um volume inédito de conteúdos produzidos organicamente por diferentes comunidades, que se articulavam com objetivos e prazos específicos para disseminar mensagens e informações de apoio à candidatura petista.



Após vitória, Lula vira "garoto-propaganda" de campanhas no exterior



Flávio aciona TSE contra “campanha do medo” com fake news em massa pró-Lula



Campanha monitora fake news em eleição a pedido de Lula

Entre as estratégias mais criativas destacou-se o uso de inteligência artificial generativa para criar conteúdos virais, como as famosas "novelas de frutas" e deep fakes do presidente Lula incorporado em cenários de cultura pop. O político foi transformado digitalmente em celebridades como Madonna, Beyoncé, Lady Gaga e Anitta, apareceu em cenas de realities populares como A Fazenda e BBB (Big Brother Brasil), além de protagonizar sequências da novela Avenida Brasil e ser inserido em inúmeros contextos que circulavam diariamente nas plataformas sociais.

Segundo Beatriz Blanco, professora e pesquisadora do laboratório CULTPOP, essa dinâmica possui raízes profundas na demografia das comunidades digitais: "Muito da população pop digital é queer. Características como o dark woke são inerentes a esse público". A pesquisadora ressalta que o movimento foi capitaneado majoritariamente por mulheres e pela comunidade LGBTQIA+, grupos que frequentemente desenvolvem relações de identidade com artistas que admiram.

A pesquisadora também chama atenção para gestos estratégicos da campanha de Lula. Ao sancionar legislações de combate ao cambismo digital e ampliação do acesso à meia-entrada em eventos musicais, o presidente sinaliza reconhecimento das demandas desses segmentos de fãs.

"Memes sempre estiveram presentes em eleições, mas dessa vez observamos uma aproximação muito maior por parte do governo. Esse foi o grande diferencial em relação aos demais candidatos", explica Blanco, acrescentando que figuras como Flávio Bolsonaro (PL) e Renan Santos (Missão), apesar de forte presença digital, não conseguiram se conectar com esses nichos por não dominarem a linguagem dessas comunidades. "É uma forma de diálogo digital que grupos de extrema-direita simplesmente não acessam porque desconhecem como interagir com esse público."



• *Arquivo pessoal*

Os Arquitetos da Estratégia Digital

A página "Fandoms com Lula", criada em 3 de outubro, emergiu como um dos principais epicentros dessa mobilização, acumulando atualmente mais de 100 mil seguidores distribuídos entre as diversas plataformas. Seu núcleo administrativo reúne uma coletividade heterogênea de gestores de páginas dedicadas a diferentes segmentos: administradores de comunidades de k-pop (Blackpink, TWICE, NCT), pop internacional (Ariana Grande, Demi Lovato, Mariah Carey, Britney Spears e outros), música brasileira (Anitta, Anavitória), ídolos da Fórmula 1 (Lewis Hamilton), celebridades do futebol (Jude Bellingham), modelos (Bella Hadid) e universos de super-heróis (Marvel).

Thaís Borges, assistente social de 27 anos originária do Rio de Janeiro que administra uma comunidade dedicada ao grupo de k-pop Mamamoo, é uma das fundadoras e coordenadoras da iniciativa. Ela explica a estratégia por trás da mobilização: "Entendíamos que existia um algoritmo favorecendo o lado oposto. A partir disso, começamos a formular estratégias para romper a bolha e atingir abstencionistas e indecisos". Complementa: "Nossas estratégias focavam em compartilhar realizações e propostas da campanha, não em atacar o adversário."



Uma das principais páginas a liderar o movimento de fãs no ambiente digital foi a “Fandoms com Lula” • Arquivo pessoal

Entre o primeiro e segundo turnos, observadores independentes da ONU (Organização das Nações Unidas) questionaram publicamente a atuação da Meta durante o processo eleitoral brasileiro e demandaram uma investigação interna sobre possível favorecimento desproporcional a uma das campanhas.

Na mesma ocasião, o Comitê de Supervisão Independente da Meta apontou a existência de "falhas recorrentes" na moderação de conteúdo relacionado ao processo eleitoral no Brasil. A companhia, em comunicado oficial, refutou qualquer interferência nas eleições, atribuindo os problemas a limitações técnicas.

Lucas Boleno, biólogo de 24 anos de Recife que administra uma página de fãs da cantora Adéla paralelamente à Fandoms com Lula, oferece sua perspectiva: "Entramos nos 45 minutos finais da partida porque a comunicação governamental foi deficiente". Continua: "Conhecemos o funcionamento dos algoritmos, sabemos como impulsionar uma hashtag no X... Temos experiência em organizar mutirões para votações em premiações, então aplicamos essas habilidades mantendo o foco no essencial."

O engajamento eventualmente transcendeu o espaço virtual e se proliferou pelos comícios de apoio a Lula em todo o país, onde se observava "cabeções" gigantes de divas pop como Taylor Swift e Beyoncé compartilhando espaço com bandeiras petistas, balões da CUT (Central Única dos Trabalhadores) e faixas contra Flávio Bolsonaro.

Blanco enfatiza que essa "linguagem das ações organizadas" no universo digital gera impactos tangíveis quando bem coordenada. "Isso possui o potencial de quebrar bolhas de pensamento homogêneo."

Além da Música: Gamers e Amantes de Ficção Científica

A mobilização transcendeu o universo pop. Mesmo em menor proporção, gamers e admiradores de ficção científica contribuíram significativamente para expandir o alcance da campanha petista a comunidades que figuras como Madonna ou o deputado André Janones (Rede), que lidera o canal "Exército do Lula" com mais de 10 milhões de seguidores, não alcançam naturalmente.

Beatriz salienta a diferença fundamental nesses públicos: "As divas pop e cantoras de k-pop reúnem um público motivado principalmente pela identidade. Entre fãs de ficção científica e gamers, o vínculo está baseado no tipo de conteúdo que consomem". Prossegue: "Há uma contradição em ser admirador de The Legend of Zelda, um dos games mais populares mundialmente, e apoiar um candidato que defenda valores opostos."

A pesquisadora também destaca que, apesar de influenciadores de nicho, gamers construíram uma audiência importante na mobilização exatamente por raramente se engajarem em questões políticas. "Isso representa um tabu considerável, especialmente pela dinâmica com seus patrocinadores."



Atos e manifestações em apoio a Lula eram desenvolvidos unicamente no espaço virtual e conseguiam “aglomerar” milhares de jogadores conectados • Reprodução

A plataforma Roblox emerged como um espaço particularmente significativo. Trata-se de um ambiente virtual de games onde usuários podem construir (ou reconstruir) cenários e personagens acessíveis a milhões de jogadores conectados simultaneamente. Durante esse período, manifestações e atos de apoio a Lula aconteciam exclusivamente no espaço virtual, conseguindo reunir milhares de participantes.

Beatriz comenta: "Ouvimos muitos relatos de adolescentes que desejavam participar de mobilizações presenciais, mas enfrentavam restrições familiares ou problemas como fobia social". Adiciona: "Havia um desejo genuíno de fazer parte daquele momento político."

Esse impulso de "participar e contribuir" motivou Cássio Queiroz, estudante de 16 anos, a estabelecer a página "Time Lula no Roblox". Ao longo de três semanas consecutivas, ele organizou carreatas e manifestações pela reeleição do petista na plataforma. Mais de 69 mil usuários aderiram à iniciativa.

"Senti que precisava fazer algo para Lula vencer o segundo turno. Queria mobilizar pessoas de diversos estados e cidades. Resolvi expandir para todo o Brasil e maximizar o engajamento", explica Cássio.

Cássio reside em Ponto dos Volantes, um município no Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais, com população inferior a 11 mil habitantes. "Já participei de mobilizações locais, mas nada em grande escala. No Roblox há mais emoção, maior interatividade, melhor conectividade… É mais divertido porque pessoas de diversos estados conseguem se reunir."

Um Modelo que Inspira o Mundo

Transcendendo suas contribuições para a reeleição de Lula, a mobilização online dos fandoms brasileiros tornou-se referência para movimentos progressistas de outras nações. Pouco antes das eleições de meio de mandato nos EUA, eleitores daquele país publicaram vídeos no TikTok, Instagram e X com a legenda "vote como um brasileiro".

Também circulam nas redes deep fakes de Pedro Sánchez inseridos em videoclipes e apresentações da artista Rosalía. Enfrentando novas eleições programadas para 29 de outubro, o primeiro-ministro espanhol recebe apoio de brasileiros e espanhóis que empregam as mesmas técnicas que potencializaram a presença online de Lula.

No Irã, onde predomina uma linguagem específica denominada por Beatriz como "Legos de conteúdo político", também emergiram demonstrações de solidariedade à reeleição de Lula.

Beatriz reflexiona: "Desconheço se fomos a primeira nação a implementar isso, mas o Brasil trouxe algo inovador: uma cultura de memes extremamente intensa, em volume massivo, em curto espaço temporal e com grande dose de humor". Destaca ainda: "O elemento mais significativo foi o grau de sincronização entre essas ações."

Continuidade Após a Vitória

Essa mobilização espontânea e não remunerada não passou desapercebida pela equipe de campanha de Lula. Na quinta-feira anterior (5), durante sua "Live da Vitória", o presidente reconheceu publicamente alguns dos memes, deep fakes relacionados ao pop e das manifestações do Roblox, inclusive uma criação de Cássio.

"Há algo que devo agradecer sinceramente: os milhões de fãs que foram às ruas. Confesso que fiquei impressionado com a qualidade e o desejo deles de se engajar", declarou Lula. Complementou: "Sou fã de vocês também."

Mesmo após o encerramento do período eleitoral e com a vitória de Lula em sua candidatura a um inédito quarto mandato presidencial, os coordenadores dessas comunidades pretendem capitalizar a base de seguidores conquistada e perpetuar o engajamento indefinidamente.

"Desejamos participar, aprender, formular propostas e cobrar responsabilidades. Almejamos ter voz própria e auxiliar outras pessoas a descobrirem a sua", afirmou Fandoms com Lula no dia da live presidencial. Prossegue: "Que a potência que identificamos nos fandoms, de conectar indivíduos, cultivar vínculos e construir coletivamente, também contribua para transformar a realidade que nos rodeia."

Cássio também projeta manter seus companheiros do Roblox mobilizados e continuar compartilhando as realizações de Lula na plataforma. Seu objetivo imediato é estar presente na cerimônia de posse presidencial em 5 de janeiro: "Desejo representar todo o time Lula Roblox lá, toda a galera que ajudou e compartilhou", comenta o adolescente, já conhecido como "capitão" entre seus mais de 40 mil seguidores.