BRÉSIL : COMMENT L'"ARMÉE DE LULA" SUR *WHATSAPP* A PU FAIRE BASCULER LA PRÉSIDENTIELLE

Devancé au premier tour, Lula a remporté dimanche la présidentielle brésilienne face à Flavio Bolsonaro, un renversement inédit depuis le retour du suffrage direct en 1989. Entre les deux tours, une chaîne WhatsApp, "l'armée de Lula", est passée de 50 000 à près de 11 millions d'abonnés. Une arme empruntée au camp Bolsonaro qui s'est avérée décisive, selon les experts interrogés par France 24.

Le président brésilien Luiz Inácio Lula da Silva et son épouse Rosangela "Janja" da Silva lors d'un meeting avant le second tour de l'élection présidentielle, à Brasilia, au Brésil, le 9 octobre 2026. REUTERS - Adriano Machado

L'icône de la gauche brésilienne semblait battue il y a encore trois semaines. Distancé de 2,2 millions de voix au premier tour (45,16 % contre 47,03 % pour Flavio Bolsonaro), Luiz Inacio Lula da Silva a remporté le second avec 51,79 % des suffrages, contre 48,21 % pour son rival. Jamais, depuis 1989 et la première présidentielle au suffrage direct de l'après-dictature (1964-1985), un candidat devancé au premier tour ne l'avait emporté.

Électrisant plus encore une campagne d'entre-deux-tours marquée par une forte mobilisation populaire, une chaîne WhatsApp a enrôlé des millions de militants. Elle a été baptisée "l'armée de Lula" par son fondateur.

Il s'agit d'André Janones, 42 ans, député du Minas Gerais, qui s'est autoproclamé "général en chef du président". Sa chaîne comptait environ 50 000 abonnés avant le premier tour ; elle en a réuni ensuite près de 11 millions.

Chaque jour, ses "soldats" recevaient des missions : relayer des vidéos, fabriquer des mèmes, pousser des hashtags, sans pour autant déserter les rassemblements "en chair et en os".

Un rôle décisif, "absolument certain"

Cette déferlante a-t-elle joué un rôle décisif dans la remontada de Lula ?

"Il n'est pas toujours possible d'identifier une opération de communication comme ayant eu une influence majeure sur le vote, mais ici, c'est absolument certain", tranche Arnaud Mercier, professeur en communication à l'université Paris-Panthéon-Assas.

"C'est la première fois que Lula investit aussi massivement les réseaux sociaux pour sa campagne, et c'est la première fois qu'un candidat classé second arrive à gagner. La correspondance est tellement évidente que ce n'est plus une coïncidence : c'est évidemment un rapport de cause à effet."

Souvent décrit comme technophobe, Lula, né à la fin de la Seconde Guerre mondiale, a reçu le 21 octobre seulement son premier smartphone. Plus tôt ce mois-ci, il se proclamait déjà "roi du selfie".

Ce virage numérique apparait stratégiquement avisé, face à une population "très connectée", relève Gaspard Estrada, politologue et membre de l'unité Sud Global à la London School of Economics.

Les réseaux sociaux, une spécialité Bolsonaro

Plus de la moitié des internautes brésiliens s'informe chaque semaine sur les réseaux sociaux, davantage que par la télévision, selon le Digital News Report 2026 de l'Institut Reuters pour l'étude du journalisme.

Pourtant jusque-là, la gauche de Lula avait déserté le terrain

numérique, une "anomalie", estime Arnaud Mercier.

L'octogénaire ne s'est pas contenté de se mettre à la page : il a retourné contre le camp adverse les armes que celui-ci maîtrise de longue date, expliquent les deux experts contactés par France 24.

Inonder les réseaux, WhatsApp en tête : c'est la marque de fabrique du bolsonarisme. En 2018, le quotidien Folha de S. Paulo révèle que des entreprises ont financé des envois massifs de messages contre le Parti des travailleurs (PT), au profit de Jair Bolsonaro, ce que son camp dément.

Sous sa présidence, Carlos, son deuxième fils et stratège numérique, est visé par une enquête de la Cour suprême sur un "cabinet de la haine" soupçonné de produire de fausses informations.

Ce mois-ci, Flavio Bolsonaro a lui aussi activé ses troupes d'internautes, menées par le député Nikolas Ferreira (plus de 20 millions d'abonnés sur Instagram), avec des contenus générés par IA dénigrant les rassemblements de la gauche.

Jouer avec les algorithmes

De Jair Bolsonaro au Brésil jusqu'à Jordan Bardella en France, l'extrême droite a pris une longueur d'avance sur les réseaux sociaux pour une raison simple, note Arnaud Mercier : "persona non grata dans les médias mainstream", les extrêmes droites trouvent en ligne un "contre-espace public" où elles peuvent s'exprimer plus librement.

En face, le camp Lula a appris à jouer avec les algorithmes. André Janones demandait à ses abonnés d'ignorer les contenus d'extrême droite (ni vues, ni partages, ni réponses) pour que l'algorithme, privé d'interactions, "comprenne que ce contenu n'est pas viral", explique le politologue Gaspard Estrada.

Alors qu'en voulant faire taire la chaîne WhatsApp de Lula, le camp Bolsonaro l'a dopée. Suspendue par la justice électorale le 11 octobre à la demande de Flavio Bolsonaro, puis rétablie, elle a paradoxalement attiré de nouveaux abonnés, venus "faire face à cette tentative de censure", décrypte le politologue.

Cette armée numérique ne doit pas "se démobiliser", a prévenu Lula au lendemain de sa victoire. Le Parti des travailleurs va en effet avoir besoin de "ce bras numérique", fait valoir Gaspard Estrada : "Une communication efficace avec l'opinion publique a été, de l'aveu même de Lula, une des problématiques de son troisième mandat."

Et les défis du quatrième sont immenses, d'autant que le président devra composer avec un Parlement largement acquis au camp conservateur à l'issue des élections législatives du 4 octobre.

Le député brésilien André Janones assiste à un meeting de campagne du président du Brésil et candidat à la présidence Luiz Inácio Lula da Silva, du Parti des travailleurs (PT), à Juiz de Fora, dans l'État du Minas Gerais, au Brésil, le 16 octobre 2026. © Mauro Pimentel, AFP

Lula devra se réinventer pour gouverner, résume le quotidien O Globo dans un titre.

Et sans doute faire place à la jeune garde, estime Arnaud Mercier. La remontada numérique de Lula "signe de façon définitive l'entrée du PT et de ceux qui vont l'incarner dans une nouvelle génération, celle des 30-40 ans, qui vont prendre la relève après avoir montré leur force de frappe".