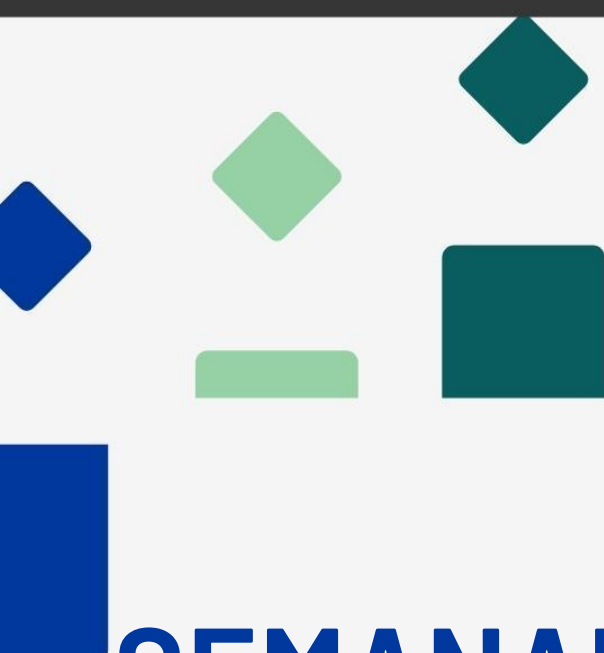




SEMANAL DX

Período da análise: 18 a 24 de agosto de 2026

Este relatório realiza uma análise das narrativas políticas semanais em ambientes digitais e seus impactos para a integridade democrática no Brasil.

Leia o relatório no site: institutodx.org/semanaldx



EXPEDIENTE

Semanal DX (25/08/2026) -

Período da análise: 18 a 24 de agosto de 2026

ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO SOB A LICENÇA CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0 BR. Essa licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, inclusive para fins comerciais, contanto que atribuam crédito aos autores corretamente, e que utilizem a mesma licença.

TEXTO DA LICENÇA: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

COMO CITAR ESSE DOCUMENTO:

ABRANTES, Natália; CAPONE, Letícia; CHIODI, Alexsander Dugno; COSTA, Andressa Liegi; GARRIDO, Fabiano; SANTOS, João Guilherme dos; SOUZA, Paulo Roberto de; VASQUES, Beto. Instituto Democracia em Xequê (DX). Semanal DX, 19 ago. 2026. Período da análise: 03 a 10 de agosto de 2026. Disponível em: <<https://institutodx.org/semanaldx/relatorio-20>>.

EQUIPE DO RELATÓRIO

Diretores: Fabiano Garrido, Beto Vasques, Letícia Capone e João Guilherme Bastos.

Coordenadores: Alexsander Dugno Chiodi e Paulo Roberto Souza.

Pesquisadores: Andressa Liegi Costa, Natália Abrantes e Vivian Mannheimer.

Projeto gráfico e diagramação: Moara Juliana e Júlia Cristofi.

SEMANAL DX (25.08.2026)

Narrativas políticas e integridade democrática

Este relatório realiza uma análise das narrativas políticas semanais em ambientes digitais e seus impactos para a integridade democrática no Brasil.

Conteúdo do relatório:

1. Highlights
2. Ameaças à integridade democrática
3. Fique de olho
4. Métricas e vocabulários mais utilizados
5. Temas relevantes por eixo ideológico
6. Presidenciáveis
7. Imprensa
8. Nota metodológica

Período da análise: 18 a 24 de agosto de 2026



1. Highlights

Síntese dos principais eventos, métricas e dinâmicas que marcaram o debate político nas redes sociais brasileiras na última semana.

A economia ainda importa...

O eixo Política Nacional concentrou 35% das publicações e 36% das interações da semana, consolidando-se como principal espaço de disputa. A extrema-direita respondeu por 64% dos posts do eixo e concentrou os ataques na agenda econômica, explorando a “taxa das blusinhas”, impostos, juros e dívida pública para sustentar a narrativa de que o governo Lula estaria desconectado das dificuldades econômicas da população. A esquerda, responsável por 28% das publicações, priorizou entregas em saúde e educação e a articulação do governo no Congresso.

Lulinha X Dark Horse: a batalha do século

As denúncias envolvendo o entorno de Lula e Flávio Bolsonaro estiveram entre os conteúdos com maior capacidade de gerar atenção na primeira semana oficial de campanha. O caso Lulinha, relacionado às mensagens obtidas pela Polícia Federal no celular da lobista Roberta Luchsinger, foi fortemente explorado pela extrema-direita e também teve grande repercussão na imprensa. Já o caso Dark Horse, envolvendo os mais de R\$ 60 milhões associados ao Banco Master e ao filme ligado a Flávio Bolsonaro, permaneceu sobretudo no campo jornalístico, que continuou cobrando explicações do candidato. A esquerda ainda não transformou o caso Dark Horse no centro de sua narrativa nas redes.

Extrema-direita concentra sua artilharia

O eixo **Investigação contra Lulinha** respondeu por 12% das publicações e apresentou a segunda maior concentração de um campo, com 71% dos posts da extrema-direita. A narrativa associou as mensagens de Roberta Luchsinger a supostas conexões entre Lulinha, o gabinete presidencial e o esquema de desvios no INSS. A imprensa respondeu por 19% dos posts, mas ampliou sua participação para 33% das interações, indicando que a cobertura jornalística teve repercussão proporcionalmente maior do que seu volume de produção.

Mobilização é prioridade da esquerda

O eixo Mobilização de campanha respondeu por 29% das publicações totais e foi o eixo de maior concentração de um campo político, com 82% dos posts produzidos pela esquerda, indicando onde a esquerda tem depositado parte de suas energias. O espaço foi ocupado por convocações, atos de rua, como o lançamento da campanha de Lula em São Bernardo do Campo, e caravanas estaduais. Apesar

de concentrar a produção, a esquerda respondeu por 69% das interações, enquanto a extrema-direita, com apenas 18% das publicações, alcançou 30% das interações.

Debate da Band esvaziado e Marçal impedido

A **Corrida presidencial** representou 15% das publicações, mas alcançou 26% das interações, a maior diferença entre produção e repercussão registrada entre os cinco eixos. O debate foi impulsionado pelo primeiro confronto da Band, realizado sem Lula e Flávio Bolsonaro, e pelo episódio envolvendo a candidatura de Pablo Marçal, que teve seu registro questionado e foi impedido pelo TSE de realizar atos de campanha. A imprensa respondeu por 32% das publicações do eixo, a maior participação jornalística da semana.



O que publicaram os (pré-)candidatos?

Lula: povo, economia e identidade de campanha (jingle funk)

Lula concentrou seus conteúdos de maior alcance em uma combinação de agenda econômica e identidade popular. Seu Reel mais visto, com 1,8 milhão de visualizações, defendeu a isenção de impostos para compras internacionais de até US\$ 50, apresentada como uma questão de justiça para consumidores de menor renda. Os outros conteúdos de maior alcance exploraram o jingle da campanha - "Rap do Silva", em ritmo de funk, e peças da propaganda eleitoral (1,6 milhão e 1,4 milhão de visualizações). A estratégia procura associar a candidatura a medidas de impacto cotidiano e, simultaneamente, construir uma identidade cultural capaz de ampliar a comunicação para além da agenda institucional.

Flávio: imagem do pai, segurança e confronto com Lula

Flávio Bolsonaro concentrou seus conteúdos de maior repercussão no ataque direto a Lula, na segurança pública e na recuperação da imagem de Jair Bolsonaro. O Reel mais visto da semana, com 19 milhões de visualizações, utilizou uma peça satírica para associar Lula à criminalidade. Em outro vídeo, com 5,9 milhões, justificou sua ausência no debate da Band atacando o poder de compra das famílias, os impostos e as investigações envolvendo Lulinha. Em Barretos, com 5,3 milhões de visualizações, voltou a mobilizar a imagem do pai para reforçar a expectativa de seu retorno à cena política.

Caiado: crime organizado, rigor ético e agronegócio

Em seu vídeo mais visto (2,8 milhões de visualizações), Caiado veiculou um *react* a uma reportagem sobre o treinamento de criminosos com drones no Complexo da Penha (RJ), atribuindo o avanço das facções à gestão federal. Em seu segundo *Reel* de maior alcance, afirmou que "roubar com a mão esquerda ou com a direita é igual". Caiado também rebateu críticas de Flávio Bolsonaro (896 mil visualizações) sobre a mistura etanol na gasolina, defendendo o agronegócio e a ampliação da mistura como solução sustentável brasileira.

Renan: critica ao TSE, misoginia e ofensas a Lula na Band

Renan Santos concentrou sua comunicação em um discurso de confronto institucional e ataque direto ao presidente. Seu *Reel* de maior alcance, com 3,7 milhões de visualizações, acusou o TSE de prejudicar candidaturas novas ao restringir o alcance de conteúdos nas redes e convoca seguidores a ampliar a circulação de suas publicações. Nos dois vídeos seguintes, ambos com 3 milhões de visualizações, explorou a ausência de Lula no debate da Band, apontando para o púlpito vazio e utilizando linguagem ofensiva contra o presidente e a primeira dama no debate. A estratégia combina a narrativa de um candidato prejudicado pelo sistema com a tentativa de ocupar um espaço antissistema.



2. Ameaças à integridade democrática

Algoritmos X: Regras eleitorais são convertidas em narrativa de censura

A decisão do X de suspender a recomendação algorítmica de conteúdos de candidatos, para adequar a plataforma às regras brasileiras de propaganda eleitoral, foi rapidamente reinterpretada pela extrema-direita como uma medida de censura determinada pelo TSE. A narrativa desloca uma decisão de conformidade com a legislação para a ideia de que a Justiça Eleitoral estaria deliberadamente restringindo o alcance da oposição. O episódio é relevante porque reforça um enquadramento recorrente nas redes: regras e decisões institucionais são apresentadas como instrumentos de perseguição política.^(1; 2; 3).

Negacionismo das urnas: "Quem não deve não teme"

A circulação do bordão "**quem não deve não teme**" reativou questionamentos sobre a segurança das urnas eletrônicas e a necessidade de novas formas de auditoria. Mobilizada por perfis e lideranças da extrema-direita, a narrativa sugere que a Justiça Eleitoral esconderia vulnerabilidades ao rejeitar determinados mecanismos de fiscalização. O movimento recupera um repertório já utilizado para produzir desconfiança sobre o sistema de votação e merece atenção diante da entrada da campanha eleitoral em sua fase oficial. ⁽¹⁾.



3. Fique de olho

Cerimedo pode virar tema eleitoral

Foi preso na Bolívia, acusado de mandar assassinar sua namorada, o argentino Fernando Cerimedo, dono do panfleto digital “La Derecha Diário” e conhecido por comandar campanhas sujas de desinformação da extrema-direita no continente, coordenando fazendas de bots e milícias digitais em vários países da região. Com sua detenção, foram apreendidos computadores e aparelhos celulares que devem aprofundar as investigações sobre esse obscuro personagem. Em seu currículo, Cerimedo, que se identificava como “rei dos trolls”, possui ter sido o promotor da campanha digital #BrazilStolen em novembro de 2022, questionando as urnas eletrônicas brasileiras, pela qual foi investigado no processo do golpe. São públicas as relações de Cerimedo com a família Bolsonaro, em especial Eduardo, com quem voltou a realizar uma live questionando a higidez das urnas brasileiras recentemente, depois que Flávio as pusesse em xeque em reunião com embaixadores. Cerimedo atuou também como estrategista digital na campanha de Javier Milei e outros presidentes de extrema-direita no continente, como nos casos de Honduras, Colômbia, Peru e Bolívia. Atuou ainda em campanhas de desinformação contra o referendo constitucional no Chile ou tentando insuflar uma “manifestação da geração Z” contra o governo mexicano. Também se destacam diversas acusações sobre Cerimedo e sua ex-esposa, Natália Basil, desde envolvimento por narcotráfico até vínculos com a Cia. Suas relações com outros personagens controversos, como o assessor de Milei, Santiago Caputo, o ex-assessor de Trump, Brad Parscale, ou o blogueiro espanhol, Javier Negre. Informações apontam que Cerimedo, antes de ser detido, planejava vir ao Brasil para atuar na campanha do senador Flávio Bolsonaro à presidência.

Confronto entre candidaturas e Justiça Eleitoral deve permanecer no radar

A situação de Pablo Marçal e as acusações de Renan Santos contra as regras do TSE indicam que a relação entre candidaturas e Justiça Eleitoral continuará sendo um eixo sensível da campanha. No relatório, a **Corrida presidencial** respondeu por 15% das publicações, mas alcançou 26% das interações e concentrou a maior participação da imprensa, com 32%. O tema reúne, portanto, potencial de repercussão política, cobertura jornalística e narrativas de contestação institucional.

Soberania nacional e relação com Trump ganham dimensão eleitoral

A disputa sobre a relação do Brasil com os Estados Unidos tende a permanecer conectada à corrida presidencial. No campo progressista, Lula e seus aliados são apresentados como defensores da soberania nacional diante das pressões e do alinhamento de Flávio Bolsonaro com Donald Trump. A

narrativa é sintetizada por Lindbergh Farias na oposição entre um “Brasil soberano” e um país com “complexo de colônia”, mobilizando temas como Pix, tarifas comerciais e recursos naturais. Do outro lado, a extrema-direita repercute especulações sobre novas sanções americanas contra Alexandre de Moraes e chega a projetar uma eventual derrota de Lula nas urnas como resultado da pressão internacional. O ponto de atenção é a possibilidade de a política externa continuar sendo reinterpretada como instrumento de disputa eleitoral doméstica.



4. Métricas e vocabulários mais utilizados

Foram coletadas por meio do Data Lake do Instituto Democracia em Xequê 413.354 publicações, compondo a base empírica desta análise. A partir desse conjunto, os vocabulários mais recorrentes foram processados com base na ocorrência de termos nos conteúdos, o que permitiu identificar padrões discursivos e organizar os dados em eixos de discussão. Esse procedimento resultou na delimitação de cinco eixos narrativos, que estruturam o debate e expressam diferentes narrativas.

[2] Clusterização hierárquica descendente com método Reinert. Veja a definição na **Nota Metodológica**.

Tabela 01. Clusters de vocabulários mais utilizados por atores políticos

As porcentagens são referentes à soma total de 224.740.934 interações em 21.742 posts.

EIXO	% DO TOTAL	PERFIL POLÍTICO	DESCRIÇÃO	EXEMPLOS DE TERMOS
Política nacional	35%	Extrema-direita 64% Esquerda 28% Imprensa 8%	Disputa em torno da agenda tributária, menções a taxa das blusinhas, articulação política pela aprovação de projetos favoráveis ao governo federal e cobrança sobre juros e dívida pública.	<i>taxa, blusinhas, imposto, herança, juros, bilhões, economia, fiscal, durigan, moraes, bastidores, análises</i>

EIXO	% DO TOTAL	PERFIL POLÍTICO	DESCRIÇÃO	EXEMPLOS DE TERMOS
Mobilização de campanha	29%	Extrema-direita 18% Esquerda 82% Imprensa 1%	Primeira semana de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, com lançamento de comitês e caravanas pelo país e articulação das candidaturas estaduais.	<i>comitê, lançamento, caravana, carreata, juntos, caminhada, educação, saúde, 6x1, estadual, haddad, tebet</i>
Corrida presidencial	15%	Extrema-direita 45% Esquerda 23% Imprensa 32%	Registro da candidatura de Pablo Marçal pelo PRTB mesmo inelegível até 2032, seguido da liminar do TSE que o proibiu de atos de campanha, e o primeiro debate da Band, realizado sem Lula e sem Flávio Bolsonaro.	<i>marçal, pablo, inelegível, prtb, registro, debate, band, caiado, kassab, centrão, pesquisas, turno</i>
Investigação contra Lulinha	12%	Extrema-direita 71% Esquerda 11% Imprensa 19%	Divulgação de mensagens obtidas pela Polícia Federal no celular da lobista Roberta Luchsinger, que citam sociedade com Fábio Luís Lula da Silva e pagamentos ao ex-chefe de gabinete do presidente. Os citados negam irregularidades.	<i>lulinha, roberta, luchsinger, lobista, marcola, gabinete, inss, mensagens, mendonça, stf, foro</i>
Atos de lançamento	10%	Extrema-direita 51% Esquerda 30% Imprensa 19%	Comício de Flávio Bolsonaro em Copacabana, e lançamento da campanha de Lula em São Bernardo do Campo, ambos em 16 de agosto.	<i>copacabana, ato, público, mil, pessoas, comício, bernardo, estádio, janja, marisa, sindical, nikolas</i>

Nota da tabela: O termo extrema-direita utilizado no relatório comporta e subordina os perfis de direita, tendo em vista a participação amplamente minoritária da direita neste campo quando se trata de audiência digital.

Na primeira semana de propaganda eleitoral gratuita, o eixo **Política Nacional** reuniu 35% das publicações e 36% das interações, sustentada pela disputa em torno da agenda tributária e conduzida majoritariamente pela extrema-direita, com 64% desses posts. **A mobilização de campanha** veio em segundo, com 29% das publicações e 82% de esquerda, a maior concentração de um campo em um eixo no período. **A corrida presidencial** respondeu por 15% das publicações e alcançou 26% das interações, a maior distância entre produção e repercussão da semana, e registrou também a maior presença de imprensa, com 32%. **Investigação contra Lulinha** somou 12%, com 71% de extrema-direita, e **Atos de lançamento** fechou com 10%, reunindo os dois comícios de abertura. A tabela abaixo detalha a quantidade de posts e interações em cada um dos eixos identificados.

Tabela 02. Volume de publicações e engajamento por eixo temático

EIXO	TOTAL DE POSTS	TOTAL DE INTERAÇÕES	EXEMPLOS DE TERMOS
------	----------------	---------------------	--------------------

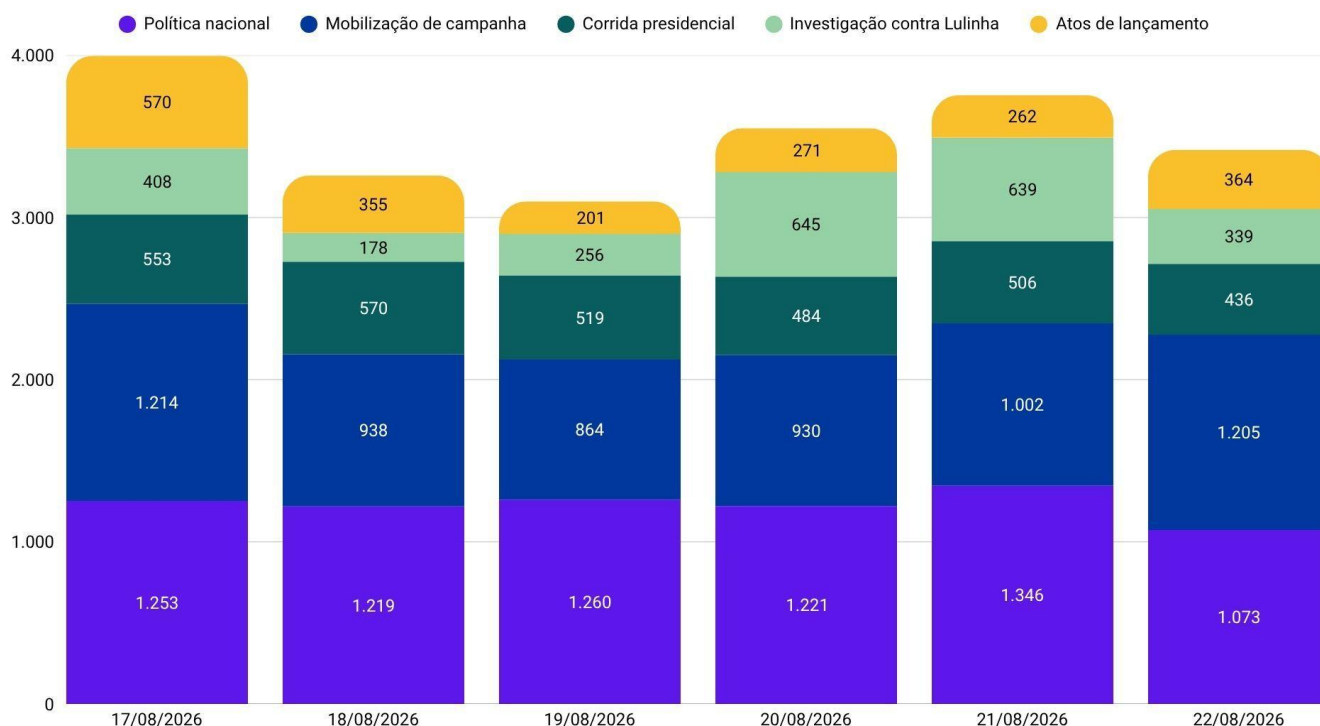


Política nacional	7.563	80.746.014	taxa, blusinhas, imposto, herança, juros, bilhões, economia, fiscal, durigan, Moraes, bastidores, análises
Mobilização de campanha	6.355	32.943.247	comitê, lançamento, caravana, carreta, juntos, caminhada, educação, saúde, 6x1, estadual, haddad, tebet
Corrida presidencial	3.189	58.410.452	marçal, pablo, inelegível, prt, registro, debate, band, caiado, kassab, centrão, pesquisas, turno
Investigação contra Lulinha	2.520	23.545.150	lulinha, roberta, luchsinger, lobista, marcola, gabinete, inss, mensagens, mendonça, stf, foro
Atos de lançamento	2.115	29.096.071	copacabana, ato, público, mil, pessoas, comício, bernardo, estádio, janja, marisa, sindical, nikolas
Total	21.742	224.740.934	

Tabela 03. Distribuição de interações por campo político

CAMPO	TOTAL DE INTERAÇÕES	% DO TOTAL DE INTERAÇÕES	% DO TOTAL DE PUBLICAÇÕES
Extrema-direita	127.253.081	57%	47%
Esquerda	68.090.032	30%	41%
Imprensa	29.397.821	13%	12%
Total	224.740.934	100%	100%

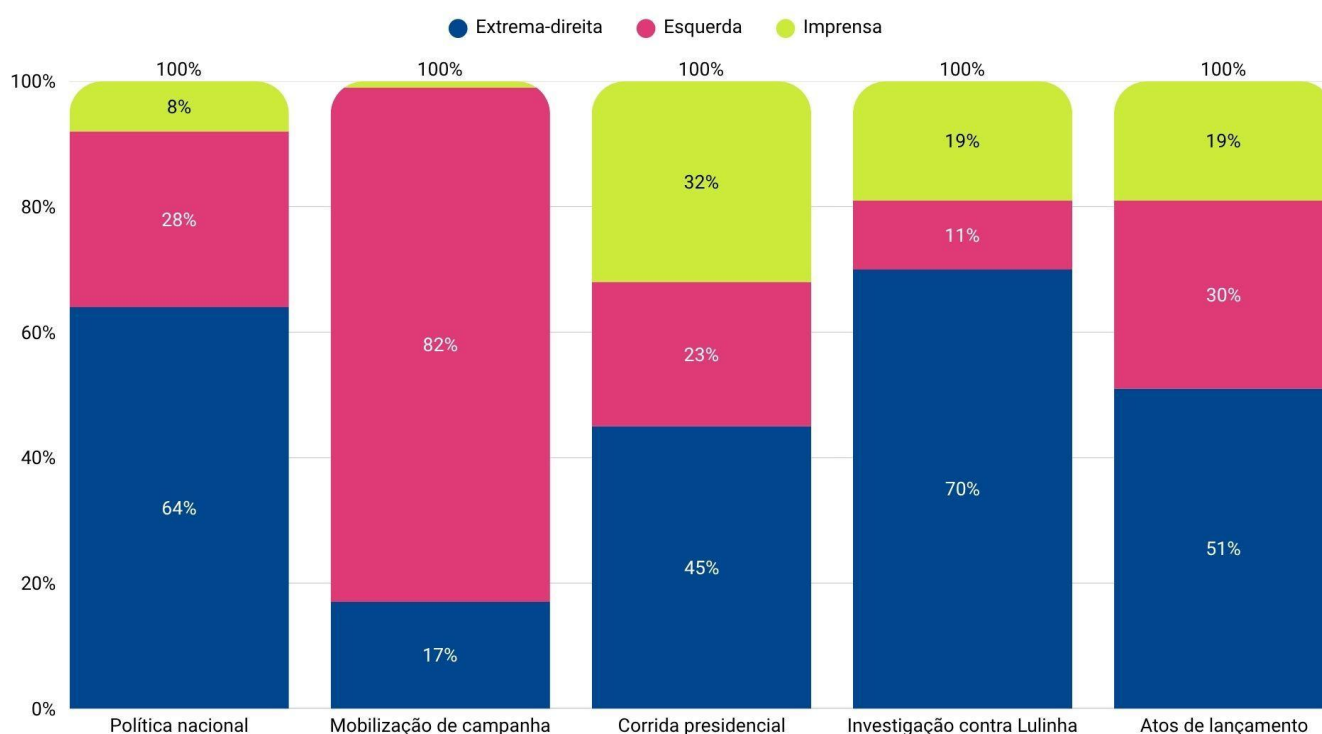
A comparação entre as duas colunas de percentual mostra a distância entre produzir e repercutir. A extrema-direita respondeu por 47% das publicações e 57% das interações, enquanto a esquerda percorreu o caminho inverso, com 41% das publicações e 30% das interações. A imprensa manteve proporção equivalente nas duas medidas.

Gráfico 01 - Posts diários por eixo temático


A semana teve dois picos de origem identificável. **Política nacional** liderou de 17 a 21 de agosto, em faixa estreita entre 1.219 e 1.346 posts, sem depender de fato novo para se sustentar. A **Investigação contra Lulinha** subiu para 645 e 639 posts em 20 e 21 de agosto, mais que o dobro dos demais dias, na repercussão das mensagens divulgadas pela imprensa em 20 de agosto, e recuou logo em seguida, comportamento típico de assunto movido pela notícia pontual. Os **Atos de lançamento** tiveram maior volume em 17/08, com 570 posts, quando circulava a medição de público do ato de Copacabana. Em 22/08 a **Mobilização de campanha** assumiu a dianteira com 1.205 posts, único dia em que outro eixo superou a política nacional.



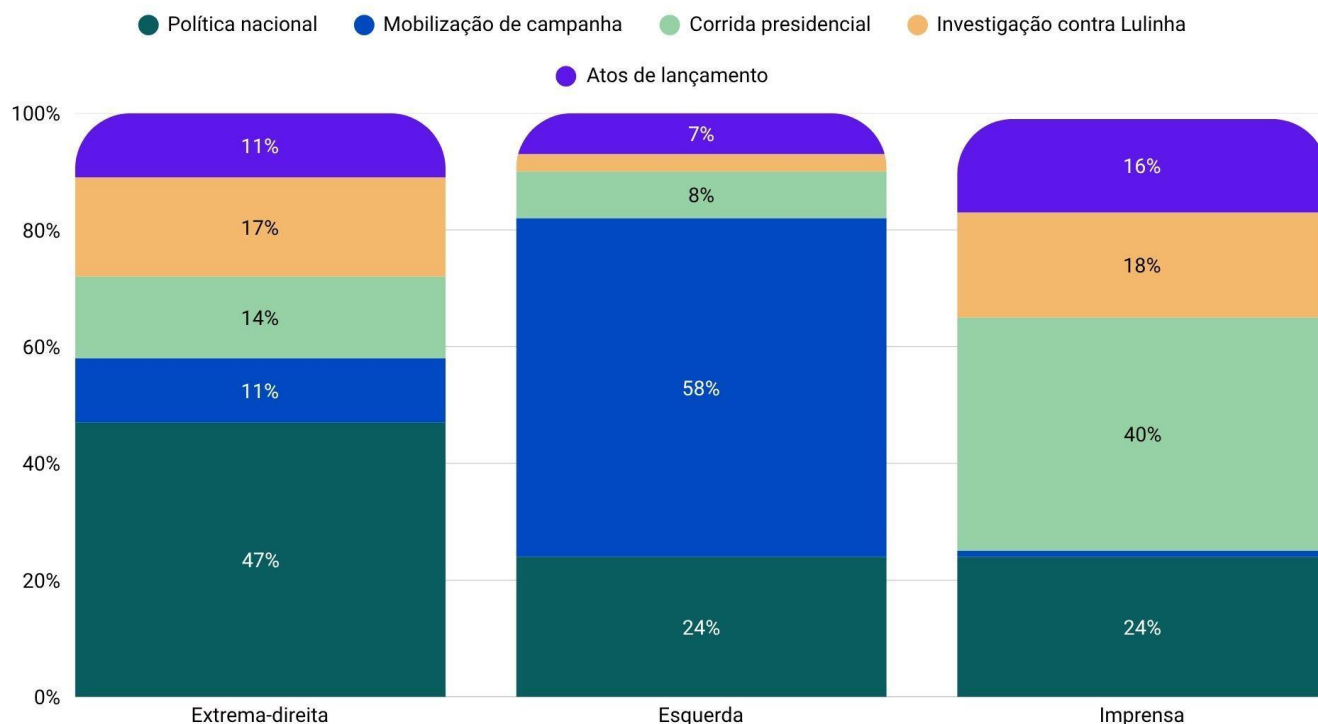
Gráfico 02 - Perfil político por eixo em quantidade de posts



O eixo **Investigação contra Lulinha** concentra 71% de extrema-direita e **Mobilização de campanha**, 82% de esquerda, os dois maiores índices do período, o que revela pouca sobreposição entre os campos. A exceção parcial é **Corrida presidencial**, com 32% de imprensa, a maior presença jornalística registrada, coerente com um eixo formado por decisões do TSE e pelo debate televisivo. O eixo **Atos de lançamento** aparece equilibrado por reunir os comícios dos dois campos no mesmo bloco, visto que foram usados como parâmetro de comparação entre um e outro campo político.

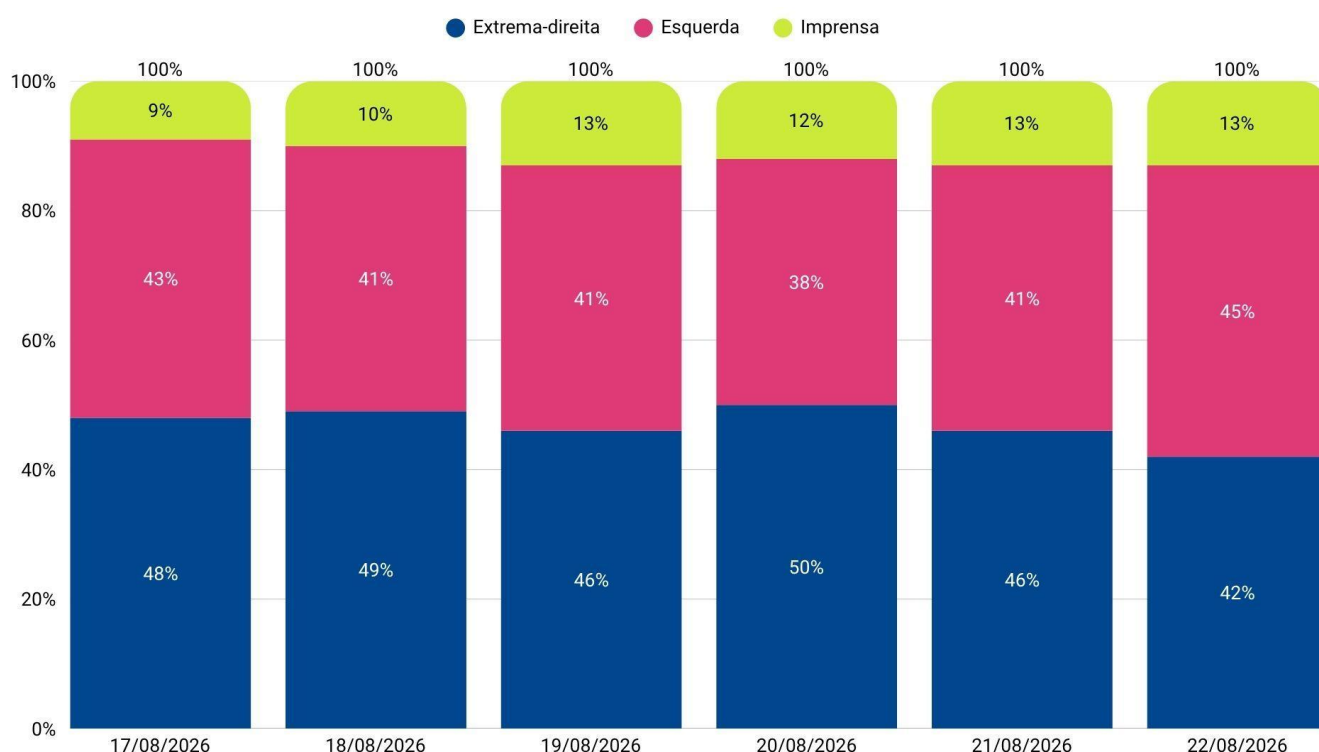


Gráfico 03 - Assunto por segmento em quantidade de posts



A estreia da propaganda eleitoral gratuita aproximou os campos como não se via nas últimas edições, com a extrema-direita entre 42% e 50% e a esquerda entre 38% e 45%. Em 22/08 a esquerda assumiu a maioria com 45% contra 42%, acompanhando o avanço da **Mobilização de campanha** naquele dia. A imprensa manteve-se estável entre 9% e 13% ao longo de todo o período, o que indica cobertura constante mesmo nos dias sem fatores de peso.

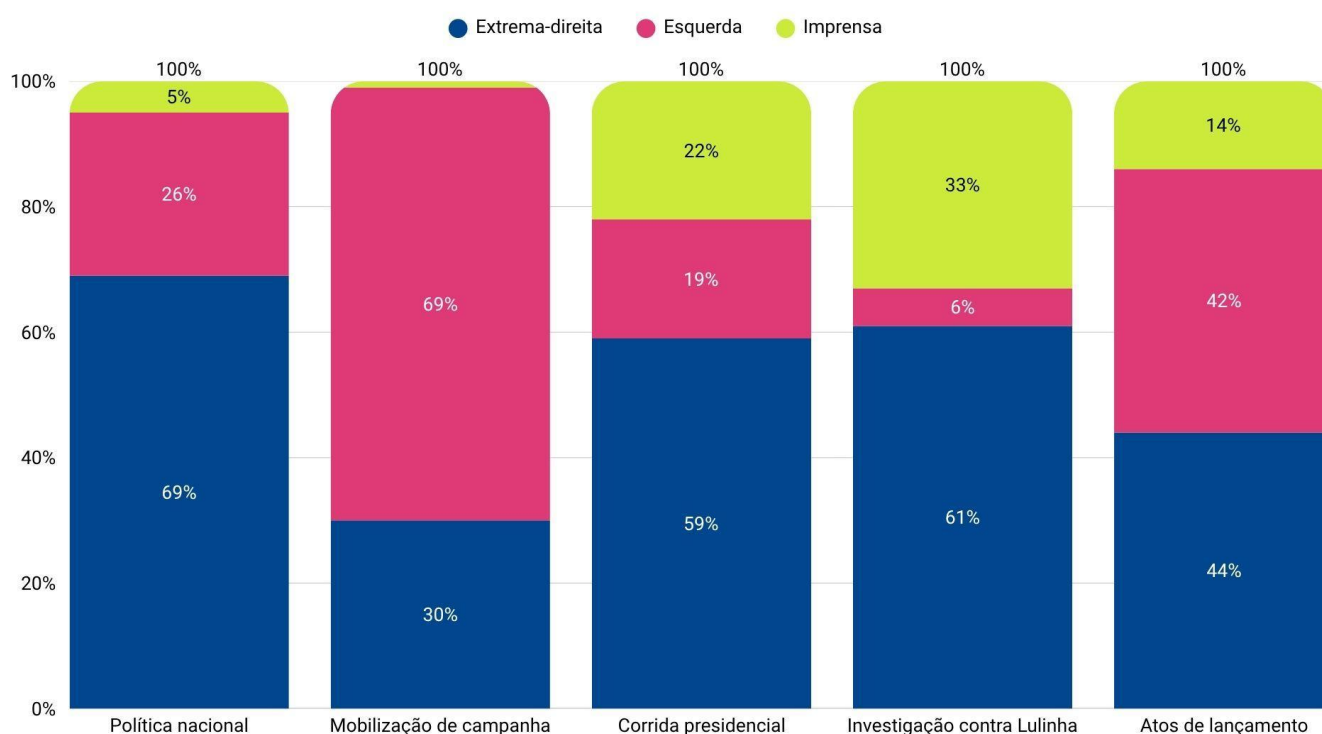
Gráfico 04 - Distribuição por segmento ao longo da semana por posts



Percebe-se que a extrema-direita destinou 47% de suas publicações à **Política nacional**, a esquerda concentrou 58% em **Mobilização de campanha**, e a imprensa reservou 40% à **Corrida presidencial**. A ausência de sobreposição sugere que a estreia do horário eleitoral levou cada campo a falar do que lhe convém, sem responder ao adversário. A esquerda dedicou apenas 3% à **Investigação contra Lulinha**, mantendo a postura de não disputar o mérito da apuração.



Gráfico 05 - Distribuição de interações por campo dentro de cada eixo



Em quatro dos cinco eixos, a extrema-direita amplia sua participação quando se passa de publicações para interações, padrão que atravessa a semana inteira. Em **Mobilização de campanha**, o campo respondeu por 18% das publicações e 30% das interações, enquanto a esquerda saiu de 82% para 69%, o que indica que, mesmo no território que produziu quase sozinha, a esquerda converteu volume em repercussão em proporção menor. Em **Corrida presidencial**, a imprensa recuou de 32% das publicações para 22% das interações e a extrema-direita subiu de 45% para 59%. A exceção está em **Investigação contra Lulinha**, único eixo em que a imprensa ampliou sua participação, de 19% para 33%, sinal de que a cobertura das mensagens da lobista repercutiu mais que a produção político-partidária sobre o mesmo caso.



5. Temas relevantes por eixo ideológico



Esquerda

As campanhas de Flávio Bolsonaro e Lula

As postagens sobre o início das campanhas destacaram, principalmente, a disputa em torno da capacidade de mobilização das candidaturas nas ruas. As publicações estabelecem um contraste entre Lula, apresentado como capaz de reunir militantes e atrair grandes públicos, e Flávio Bolsonaro, cujos primeiros atos são descritos como esvaziados ou abaixo das expectativas. O ato de Flávio em Copacabana é mobilizado para sustentar a ideia de que o candidato enfrenta dificuldades para reproduzir, no mesmo local, a capacidade de convocação de Jair Bolsonaro. Essa percepção é reforçada por conteúdos sobre a agenda realizada no dia seguinte em Minas Gerais, que teria reunido cerca de 400 pessoas, além de postagens que destacam um suposto desconforto entre Flávio e Nikolas Ferreira durante uma coletiva ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#)).

Ainda em relação à campanha de Flávio Bolsonaro, [Mídia Ninja](#), entre outros ([1](#); [2](#)), destaca a proposta de Flávio Bolsonaro de retirar as universidades federais da alçada do Ministério da Educação (MEC) e transferi-las para o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCTI), além de aproximar as agências de fomento à pesquisa das demandas do setor produtivo e concentrar a atuação do MEC na educação básica. Ao mesmo tempo, conteúdos favoráveis a Lula enfatizam imagens de multidões, caminhadas, caravanas e articulações estaduais como demonstrações de força política e apoio popular ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#)).

Soberania X interesses de Trump

A questão da soberania nacional e o alinhamento a Trump surge como um dos principais eixos de contraste entre Lula e Flávio Bolsonaro. Lula é apresentado como defensor dos interesses nacionais e de uma política externa independente, enquanto Flávio e a família Bolsonaro são associados a alinhamento excessivo com Donald Trump e aos interesses dos Estados Unidos ([1](#)). [Lindbergh Farias](#) resume a disputa como a escolha entre “um Brasil soberano” e um país com “complexo de colônia”.

Esse argumento é associado a temas como o Pix, tarifas comerciais e recursos naturais brasileiros ([Jones Manoel](#)). Também reverberaram, entre perfis progressistas, falas do candidato a deputado federal por São Paulo José Luiz Datena reforçando a crítica à proximidade de Flávio com Trump e ao “brilhantismo” de Lula no trato com o presidente norte-americano. ([1](#); [2](#); [3](#)).

Denúncias contra Flávio Bolsonaro e ligação com Vorcaro

Segue como eixo narrativo importante o foco em escândalos, denúncias e conexões suspeitas atribuídas a Flávio Bolsonaro e a seus aliados. As publicações recuperam episódios envolvendo patrimônio, investigações e suspeitas sobre movimentações financeiras, com destaque para as relações de Flávio com Daniel Vorcaro, do Banco Master, os R\$61 milhões e os questionamentos sobre recursos destinados ao filme Dark Horse. Acusações relacionadas à compra de uma mansão e ao caso das “rachadinhas” também são retomadas ([Fernando Haddad](#); [Glauber Braga](#); [Guilherme Boulos](#), [1](#); [Jones Manoel](#)). [Influenciador](#) acusa o ministro André Mendonça de adotar tratamentos distintos em investigações que repercutem nas duas principais candidaturas: de um lado, o caso envolvendo Lulinha; de outro, o inquérito do *Dark Horse*.

Debate na Band

A decisão de Lula de não participar do primeiro debate presidencial, na Band, em 23/8 ganhou repercussão nas redes ([1](#)). A esquerda justificou a estratégia da ausência: Lula não deveria se submeter a um debate em condições consideradas desequilibradas, com vários candidatos de direita e sem equivalência na representação política ([Análise Política](#)). Postagem de [candidato a deputado estadual](#) de São Paulo elogiou a decisão, dizendo que Lula teria “encurralado” as emissoras ao exigir critérios mais equilibrados para os convites.



Direita

Críticas ao governo Lula

Assim como nas semanas anteriores, as críticas ao governo Lula estiveram centradas no eixo da economia. O jornalista [Caio Coppolla](#) promoveu um vídeo de Nikolas Ferreira criticando os preços de produtos nos supermercados e ironizando a promessa sobre [picanha](#), como um “estrago” para a campanha de Lula. [Gustavo Gayer](#) apontou um colapso econômico durante o governo, mencionando recuo no consumo das famílias e o pedido de recuperação judicial de diversas empresas, com especial destaque para as Casas Bahia, citada também em outras [publicações](#). Os posts buscam apontar

[precariedade](#) de vida da população devido ao governo, que aparece contrastada a críticas por supostos gastos excessivos, evidenciados no conteúdo pela alta [dívida pública](#), e a alegações de [corrupção](#). [Eduardo Bolsonaro](#) comparou a taxa de impostos sobre diversos bens e serviços entre Brasil, EUA e Paraguai, destacando que a tributação brasileira seria maior, sendo o suposto “excesso de impostos” também criticado por [Marcel van Hattem](#).

Além disso, o [recuo](#) do governo na chamada “[taxa das blusinhas](#)” foi apontado como [hipocrisia](#) e “[enganação do povo](#)” ao [defender](#) o fim da medida, ação enquadrada como possuindo [objetivo unicamente eleitoral](#). Similarmente, perfis como de [Marcel van Hattem](#) apontaram hipocrisia de Lula ao [antecipar](#) parte da herança dos filhos antes da mudança na tributação sobre heranças e doações.

Novos desdobramentos do caso Lulinha

Em relação às investigações envolvendo o filho do presidente Lula, referido como “Lulinha”, perfis do segmento, como de [Carlos Jordy](#), [repercutiram](#) as [mensagens](#) obtidas pela Polícia Federal do celular de Roberta Luchsinger, mencionada como “[lobista do Careca do INSS](#)”, trocadas com Lulinha e sobre negócios, como “prova” de seu envolvimento com corrupção. [Gustavo Gayer](#) apontou Roberta como a “porta voz” de Lulinha, ressaltou que Lula teria a oferecido cargo no governo, e que a lobista mencionou que “teria que tirar Lulinha do Brasil” e organizou a sua saída do país. Em outros vídeos, Gayer se referiu a [Cleber Ribas](#) como “outro amigo de Lulinha”, comentando que teria usado essa conexão para entrar no esquema de desvios do INSS com intermédio de Luchsinger, e que ela e Lulinha teriam cobrado acesso à [Petrobras](#). Diversas publicações adicionam a [relação](#) das duas figuras com o ex-chefe de gabinete da Presidência Marco Aurélio Santana Ribeiro, conhecido como [Marcola](#) e referido como “[assessor pessoal do Lula](#)”, para aproximar o caso do governo federal.

O [PL](#) nacional reafirmou as alegações de envolvimento do governo Lula com o caso do INSS, enquanto o perfil do [Pleno News](#) circulou a fala de Alfredo Gaspar, candidato a vice-presidente na chapa de Flávio Bolsonaro, de que a corrupção teria chegado ao gabinete presidencial. Já [Alexandre Ramagem](#) publicou um vídeo comentando a trajetória profissional de Lulinha desde a primeira eleição de Lula, sua atuação como empresário e investigações que já tiveram seu nome envolvido.

Ainda, circulou a narrativa de que o governo Lula estaria em “[pânico](#)” com o caso, o que teria levado ao pedido da PGR de que o caso deixasse o STF e fosse julgado em primeira instância, apresentado pelo segmento como tentativa de [afastar Mendonça](#) do caso e “[blindar](#)” Lulinha.

Campanhas e Apoios

Conteúdo relacionado às campanhas eleitorais, tanto nacionais quanto regionais, ganharam destaque entre as publicações. O segmento buscou promover um cenário de vantagem para Flávio Bolsonaro na corrida eleitoral. [Eduardo Bolsonaro](#) mirou nos outros presidenciáveis de direita, Romeu Zema, Ronaldo Caiado e, especialmente, Renan Santos, como candidaturas “insignificantes” e estratégicas apenas para

construir alianças no segundo turno, afirmando que somadas suas intenções de voto com as para Flávio Bolsonaro, ele ganharia em primeiro turno. [Gustavo Gayer](#) divulgou os resultados da pesquisa Veritá, que apontou Flávio Bolsonaro à frente de Lula num cenário de segundo turno. [Nikolas Ferreira](#) publicou vídeo de passeata com Flávio como sinal de apoio popular, indagando que Lula não encontraria o mesmo cenário nas ruas. No mesmo sentido, publicações buscaram demonstrar falta de apoio a Lula na [Festa de Peão](#) de Barretos e [alegaram](#) que o público presente no primeiro ato de campanha não teria comparecido de forma espontânea e que a mobilização teria sido orquestrada. Ainda, após a primeira-dama cantar uma música gospel junto a um pastor em ato de Lula, circularam [posts](#) apontando falsidade do apoio para arrecadar votos e ligação de Janja com religiões de matriz africana.

[Romeu Zema](#) divulgou que a notícia-crime que protocolou contra a homenagem a Lula realizada no carnaval e questionando repasses públicos à escola de samba teria avançado no TSE e poderia tornar o presidente inelegível, também comentada por perfis como de [Deltan Dallagnol](#).

A produtora Brasil Paralelo realizou uma sabatina com Pablo Marçal, destacando sua [defesa](#) à candidatura de Flávio, [projeção](#) de baixo desempenho para Renan Santos e seu [choro](#) ao falar que o Judiciário estaria cometendo uma “injustiça” contra sua candidatura ao mantê-lo inelegível. Já a [Jovem Pan](#) noticiou o elogio de Flávio Bolsonaro a Marçal e sua declaração de que “a guerra é entre o Brasil e o PT”.

Trump e EUA contra Moraes e Lula

Houve comemoração do segmento sobre especulações de [avaliação](#) do governo dos EUA em relação à retomada de [sanções](#) contra Alexandre de Moraes, após a autorização de buscas contra um jornalista do Maranhão. Publicações mencionaram que os fatos teriam gerado “[pânico](#)” em Lula e que o atual presidente pode vir a ser [preso](#) pelos EUA. Foi mencionado que uma deputada americana, [aliada](#) de Donald Trump, teria afirmado que “Lula perderá nas urnas”. Repercutiu também a [classificação](#) da Justiça dos EUA de que o documento utilizado para decretar a prisão de Filipe Martins seria falso, sendo promovida uma narrativa de [perseguição](#) política do STF.

Além disso, o pedido de diálogo do governo Lula, na [OEA](#), para lidar com a situação da Nicarágua foi enquadrado como “[recusa a condenar o autoritarismo](#)” no país, representando, de acordo com as publicações, defesa e [alinhamento](#) do presidente brasileiro e da [esquerda](#) com ditadores.



6. Presidenciáveis - TOP REELS

Análise de narrativas dos presidenciáveis e parlamentares segundo campo ideológico e com maior relevância no Instagram ao longo da semana.

A base de dados desta seção foi extraída em 24/08 às 18h.



@lulaoficial

(14,9 milhões de seguidores)

<https://www.instagram.com/reel/DcMuYXaOmml/>

1,8 milhão de visualizações

<https://www.instagram.com/reel/DcPgUIHONVi/>

1,6 milhão de visualizações

<https://www.instagram.com/reel/DcLJsSwOyeU/>

1,4 milhão de visualizações

Na última semana, **Lula** obteve seu maior alcance, com 1,8 milhão de visualizações, em um Reel sobre a medida provisória enviada ao Congresso para acabar com a taxação de compras de até U\$50, chamada popularmente de 'taxa das blusinhas'. O presidente diz estar esperançoso da aprovação e argumentou que a decisão beneficiaria segmentos da sociedade com menos recursos e que não viajam para fazer compras no exterior sem taxa. Lula afirmou que se trata de uma questão de justiça.

O segundo Reel de maior alcance, com 1,6 milhão de visualizações, é um vídeo com o jingle de sua campanha, inspirado no funk carioca 'Rap do Silva', com a letra veiculada nos cards. No texto que acompanha a publicação, a mensagem: "Aumenta o som e aprenda a cantar o Rap do Silva com a gente!".

Em terceiro, com 1,4 milhão de visualizações, é veiculado um trecho de propaganda eleitoral, com música relacionada ao povo e ao trabalhador e mote "é Lula de novo pra gente brilhar!".



[@flaviobolsonaro](#)

(11,3 milhões de seguidores)

<https://www.instagram.com/reel/DcSAzQ4xDt-/>
[19 milhões de visualizações](#)

<https://www.instagram.com/reel/DcZvv7oOdRW/>
[5,9 milhão de visualizações](#)

<https://www.instagram.com/reel/DcWjgpZJ1TS/>
[5,3 milhões de visualizações](#)

No *Reel* de maior alcance publicado por **Flávio Bolsonaro** na última semana, com 19 milhões de visualizações, o senador publica um vídeo curto, em tom de brincadeira, no qual aparece em um carro ao lado do vereador e pré-candidato a Deputado Federal por São Paulo, Lucas Pavanato. Ao fundo, toca a música “três batidas no meu vidro, quando vi era um bandido”, sincronizada com uma imagem de Lula do lado de fora de um automóvel.

No segundo *Reel* de maior destaque, com 5,9 milhões de visualizações, o pré-candidato grava vídeo para justificar sua ausência no debate presidencial da Band, salientando que quer debater com ‘quem está destruindo o Brasil’, acusando Lula de ‘acabar com o poder de compra das famílias’ e com o empresariado, além de associar o presidente aos recentes desdobramentos envolvendo seu filho Lulinha. Flávio Bolsonaro também aborda suas propostas, entre elas, a de cobrar menos impostos para quem produz e emprega; promessa de cortes na burocracia; medidas para a segurança pública; e reforço do slogan “Deus, Pátria, Família”. O senador diz, ainda, que os que compareceram ao debate não são seus adversários.

Em outro *Reel*, com 5,3 milhões de visualizações, Flávio Bolsonaro filma sua chegada em Barretos, ao se deparar com a imagem, em um inflável, de Jair Bolsonaro em cima de um cavalo. O pré-candidato diz que seu pai irá voltar.



[@ronaldocaiado](#)

(2,2 milhões de seguidores)

<https://www.instagram.com/reel/DcSJ3VtwsM/>
[2,8 milhões de visualizações](#)

<https://www.instagram.com/reel/DcT-5Q4EWfJ/>
[989 mil visualizações](#)

<https://www.instagram.com/reel/DcUSUPZjasx/>
[896 mil visualizações](#)

O *Reel* de **Ronaldo Caiado** com maior alcance da semana, somando mais de 2,8 milhões de visualizações, é um *react* à notícia sobre jovens aguardando curso de manejo de drones, ministrado por criminosos no Complexo da Penha. De acordo com a reportagem, os equipamentos vêm sendo usados para disparar granadas. Caiado diz que o crime recruta jovens e atribui responsabilidade ao PT.

No segundo *Reel* de maior destaque, com 989 mil visualizações, o ex-governador de Goiás publica trecho de uma entrevista, na qual diz que não aceita corrupção e que “tanto faz roubar com a mão esquerda e com a mão direita”, pois “quem mete a mão em dinheiro público é ladrão”.

Em seu terceiro *Reel* de maior alcance da semana, com 896 mil visualizações, Caiado responde a crítica de Flávio Bolsonaro sobre etanol na gasolina. O ex-governador de Goiás salienta que o etanol é solução brasileira e promete ampliar a produção nacional de biocombustíveis.



@renansantosmbi

(2,4 milhões de seguidores)

<https://www.instagram.com/reel/DcWBGthtRGX/>

3,7 milhões de visualizações

<https://www.instagram.com/reel/DcZrYBKtHTe/>

3 milhões de visualizações

<https://www.instagram.com/reel/DcZ0iBhtrWP/>

3 milhões de visualizações

No *Reel* de maior alcance publicado por **Renan Santos** na última semana, com 3,7 milhões de visualizações, o pré-candidato diz que o TSE teria acabado com sua campanha, argumentando que conteúdos de candidatos sofrem restrições de recomendações nas redes sociais, em decorrência das resoluções do tribunal eleitoral. Para Santos, isto impede que novos nomes se tornem conhecidos, já que a propaganda eleitoral é dominada pelos que possuem recursos e tempo de TV. O candidato pede ajuda de seus seguidores para compartilhamento de seus conteúdos.

No outro *Reel* de maior alcance, com 3 milhões de visualizações, Santos veicula um corte curto do debate da Band, quando aponta para o púlpito de Lula dizendo que o presidente não tem coragem de vir à público para explicar as más condições sociais e de segurança. O político deixa uma parte da fala de seu oponente Augusto Cury o chamando de agressivo, enquanto faz um 'joinha' com as mãos.

Em terceiro, com 3 milhões de visualizações, Renan Santos também repercute com imagens do debate da Band, dizendo que "Lula não é homem de verdade" e colocando um cartaz escrito 'ladrão' em seu púlpito.



7. Imprensa

Acompanhamento da cobertura dos principais veículos de imprensa, mídias alternativas (reframe) e influenciadores por campo ideológico.

📌 Os temas que geraram mais interações no segmento da imprensa foram escândalos políticos: i) os desdobramentos do “caso Lulinha”; e, ii) a declaração de Flávio Bolsonaro sobre o “caso Dark Horse”.

Escândalo sobre Lulinha montado

O “caso Lulinha” voltou com grande intensidade na primeira semana oficial de campanha eleitoral e foi o que deu mais engajamento nas publicações da imprensa. Este foi o assunto com mais interações significativas no segmento, muito em decorrência da apropriação por parte da direita do *storytelling* produzido por veículos da mídia de referência.

Ao articular as principais publicações sobre o caso é possível identificar os principais elementos mobilizados pelo setor. A saber:

- Roberta Luchsinger, a lobista:
 - As publicações da [CNN Política](#) e [Jornal O Globo](#) mantiveram a lobista Roberta Luchsinger como a figura central da trama de acusação de tráfico de influência. De acordo com as publicações, Luchsinger é narrada como sócia e há suposições de relação íntima com Lulinha, e teria utilizado um laranja, que já aparecera como testemunha no caso do sítio de Atibaia de Lula na Lava-Jato. Teria, ainda, alugado o “QG”: uma casa que a lobista e o filho do presidente utilizariam para fazer “reuniões discretas”. O caso também foi abordado por [Malu Gaspar](#);
 - A publicação do [Jornal Nacional](#) manteve em alta uma mensagem de Luchsinger para o ex-chefe de gabinete de Lula, Marcola, com um modelo de documento para compra de canabidiol sem licitação;
 - Por outro lado, Carlos Andreazza (Rádio [BandNews](#)), ao relembrar o caso do sítio Atibaia, pondera que seria precipitado responsabilizar Lulinha por mau uso de seu nome por terceiros.

O bate-bola defesa-PGR:

[CNN Política](#) e [Canal UOL](#) tiveram destaque com a informação de que a defesa de Lulinha solicitou o encaminhamento do processo do STF para a primeira instância pelo fato de o investigado não ter foro privilegiado;

O parecer positivo da PGR também gerou repercussão ([g1](#), [GloboNews](#), [Folha](#)).

Mídia de direita também teve alto engajamento:

Duas publicações do jornalista Luís Ernesto Lacombe ([1](#), [2](#)) e uma da [Gazeta do Povo](#) tiveram alto engajamento por acusar a mídia de referência de tentar esconder o caso e de nunca ter entrevistado Lulinha.

Parceria gabinete-mídia: [Octavio Guedes](#) teve alto engajamento em sua informação de que setores da PF desconfiaram de que haveria vazamentos seletivos por parte de um delegado da instituição que atua no gabinete do relator do caso, o ministro André Mendonça.

[Malu Gaspar](#) teve repercussão em sua notícia de que os casos de Lulinha e do “careca do INSS” (que a jornalista atribuiu o escândalo a Lula) já desafiariam estratégia de campanha de Lula.

Flávio Bolsonaro decreta caso Dark Horse resolvido

A declaração do candidato da extrema-direita de que o “caso Dark Horse” estaria encerrado, sem explicar onde foram parar os mais de R\$60 milhões doados por Daniel Vercaro, teve como consequência alto engajamento no segmento da imprensa em publicações que questionaram a versão do presidencialismo.

O [Estado de Minas](#) angariou alto número de interações com uma reportagem sobre o caso e os 100 dias completos no último dia 21/08. Intercept Brasil ([1](#), [2](#)), [Estadão](#) e [Daniela Lima](#) esclareceram que, ao contrário do que afirmou Flávio Bolsonaro, não houve explicação até o momento e que o caso continua sob investigação da Polícia Federal. [Carlos Andreazza](#) destacou que o candidato da extrema-direita prometera prestar conta do caso até o dia 19/06, mas que não o fez após mais de dois meses do prazo vencido. A promessa também teve destaque na publicação da [GloboNews](#).



8. Nota metodológica

Os dados apresentados neste relatório foram coletados por meio do Data Lake do Instituto Democracia em Xaque, que realiza acompanhamento contínuo do debate público digital em plataformas como Facebook, Instagram, X, YouTube e TikTok.

Clusterização:

A clusterização é um procedimento estatístico que organiza o conjunto de publicações coletadas na semana a partir dos termos que compõem os conteúdos. A técnica utilizada é a clusterização hierárquica descendente pelo método Reinert, que agrupa os textos pela ocorrência de palavras, em que termos que tendem a aparecer juntos nas mesmas publicações são reunidos em um mesmo grupo, ou cluster. Cada cluster corresponde a um vocabulário que circulou de forma articulada ao longo da semana, e é a leitura desses vocabulários que permite nomear os eixos de debate. Por se basear nos termos efetivamente mobilizados em cada período, a clusterização é refeita a cada edição. Os agrupamentos variam de uma semana para outra, de forma que um mesmo tema pode aparecer isolado em uma edição e, em outra, reunido a um conjunto maior de termos relacionados, conforme o que circulou no debate público naquele intervalo. Por isso, os percentuais de perfil político associados a cada eixo descrevem a composição do agrupamento daquela semana específica e não devem ser comparados diretamente entre edições, já que o conjunto de termos que define cada eixo muda a cada coleta. Do total de posts analisados, 14.713 **foram classificados nesses eixos narrativos, concentrando 145.635.492 interações**. A diferença entre o volume total e o subconjunto clusterizado decorre da aplicação de critérios de consistência semântica, que priorizam conteúdos com densidade temática suficiente para compor agrupamentos interpretáveis.

Sobre a seção de presidenciais:

A seção de presidenciais foi construída a partir do acompanhamento de conteúdos em formato *Reels* no Instagram. A base de dados foi extraída em 24/08/26 às 18h, e reúne os conteúdos com maior volume de interações publicados por presidenciais e parlamentares com projeção nacional, organizados por campo ideológico. A análise não busca representar a totalidade da atuação digital dos atores, mas capturar os conteúdos que alcançaram maior visibilidade e impacto no ecossistema do Instagram ao longo da semana.