

Monitor Jovem DX:

A DISPUTA PELO LEGISLATIVO NAS REDES SOCIAIS

#2 | Boletim | 16 a 30 de agosto



Apresentação

O **Monitor Jovem DX** é uma iniciativa dedicada ao monitoramento das campanhas digitais de candidaturas jovens aos cargos de deputado federal, deputado estadual e deputado distrital nas eleições de 2026. Desenvolvido pelo **Instituto Democracia em Xequê (DX)** em parceria com o **Núcleo de Pesquisas em Psicologia Política e Movimentos Sociais (NUPMOS – PUCSP)** e apoio da **Fundação Heinrich Böll Brasil**, o projeto articula as pesquisas do NUPMOS sobre juventude e participação política às metodologias de monitoramento digital e análise de redes do DX para produzir evidências sobre representação política, comunicação digital e democracia.

O projeto parte do reconhecimento de que a participação política da juventude é frequentemente associada à renovação democrática. No entanto, pessoas jovens seguem estruturalmente sub-representadas tanto entre as candidaturas quanto nas instituições legislativas brasileiras. Ao mesmo tempo, as campanhas eleitorais são cada vez mais estruturadas em torno das plataformas digitais, que concentram estratégias de comunicação, mobilização e disputa por visibilidade, podendo também favorecer a circulação de discursos de ódio e desinformação.

Nesse contexto, o **Monitor Jovem DX** acompanha a comunicação digital das candidaturas jovens ao Legislativo ao longo do processo eleitoral, buscando compreender o perfil dessas candidaturas, quais temas e vocabulários mobilizam nas redes, como esses temas variam entre diferentes grupos políticos e quais conteúdos e atores alcançam maior engajamento. O monitoramento também busca identificar conteúdos que representam ameaças à integridade democrática. Dessa forma, o projeto busca contribuir para uma compreensão mais ampla da representação política da juventude e de seus impactos sobre a democracia brasileira.

Ao longo das eleições de 2026, serão produzidos um relatório inicial, que combina um panorama histórico das candidaturas jovens com uma análise do cenário de 2026, boletins quinzenais e um relatório final consolidado, reunindo análises quantitativas e qualitativas complementadas por gráficos, tabelas e infográficos. Os produtos têm como objetivo subsidiar o debate público e ampliar o acesso a informações qualificadas sobre a corrida eleitoral jovem em 2026.

Quem são as candidaturas jovens?

No **Monitor Jovem DX**, o recorte de juventude considera o limite de 29 anos estabelecido pelo Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852/2013). Para 2014, 2018 e 2022, foram incluídas as candidaturas que teriam entre 21 e 29 anos na data da posse. Em 2026, diante da nova regra de elegibilidade, que torna variável a data de aferição da idade mínima para os cargos legislativos, adotou-se como critério o teto de 29 anos na data da posse, sem estabelecer previamente uma idade mínima para os registros analisados. Nas análises por nível do cargo, as candidaturas a deputado estadual e deputado distrital são reunidas na categoria “Estadual”, enquanto as candidaturas a deputado federal compõem a categoria “Federal”.

Para simplificar a apresentação dos dados, ao longo do relatório utilizamos o termo “candidaturas jovens” para nos referirmos às candidaturas apresentadas por pessoas que se enquadram nesse recorte.

Como são nossos boletins?

Cada edição segue uma estrutura fixa e integrada, que combina visão geral, análise nacional, aprofundamento regional, foco temático e olhares especiais para entender o que movimenta as campanhas das juventudes nas redes.

1

Destaques

Abrimos o boletim com uma síntese do período, pontuando os principais fatos, tendências e movimentos que se destacaram no cenário geral das campanhas monitoradas.

2

Disputa por visibilidade

Trazemos rankings e análises sobre interações, mostrando quem está ganhando visibilidade nas redes e como se dá a disputa por atenção no nível nacional.

3

Painel regional

Analizamos o desempenho das candidaturas jovens nas cinco regiões do país, revelando diferenças, destaques locais e padrões de engajamento nos estados.

4

Temas, atores e ações comunicativas

Foco analítico nos seis partidos com maior número de candidaturas jovens. Exploramos os temas mais mobilizados, os principais atores envolvidos e as estratégias e formatos de comunicação utilizados.

5

Análises especiais

A cada edição, aprofundamos um ou mais temas ou fenômenos relevantes e atuais, oferecendo olhares específicos para compreender melhor o cenário em movimento.

Nosso objetivo é oferecer uma leitura clara, consistente e comparável a cada quinzena, acompanhando como candidaturas jovens estão fazendo política e disputando espaço nas redes.

1. DESTAQUES DO PERÍODO

Entre **16 e 30 de agosto**, **607 candidaturas jovens** publicaram **17.107 posts** e acumularam cerca de **24 milhões de interações**. A partir desse universo, destacamos os movimentos que mais chamaram atenção na disputa por visibilidade e nas estratégias de campanha nas redes.

A circulação multiplataforma amplia a repercussão

Conteúdos presentes em mais de uma plataforma representam 15,1% dos posts, mas concentram 23,2% das interações. Entre as cinco candidaturas de maior repercussão, todas atuam em pelo menos três plataformas.

Polêmicas com celebridades também entram na campanha

A foto de Ana Castela com Nikolas Ferreira (PL-MG) foi apropriada por candidaturas de diferentes campos. Nas direitas, a repercussão negativa virou exemplo de “cancelamento”; à esquerda, o episódio foi alvo de críticas, destacando a incoerência com posições políticas de Nikolas e o uso de recursos públicos em shows da cantora.

A visibilidade se concentra de Norte a Sul

O Sudeste reúne o maior volume de interações, mas a concentração em poucos perfis aparece em todas as regiões. As cinco candidaturas de maior repercussão respondem por 53,4% das interações no Nordeste e 56% no Sudeste, chegando a 72% no Centro-Oeste.

As direitas dominam os destaques estaduais

O recorte por UF revela protagonistas que não aparecem no topo do ranking nacional, sem alterar a forte assimetria política observada: dos 54 destaques por UF e cargo, 46 (85,2%) são de direita ou extrema-direita.

A política nacional ganha sotaques regionais

Lula, PT e bolsonarismo atravessam os conteúdos de maior repercussão em todo o país, mas são incorporados de maneiras diferentes. No Norte e Nordeste, aparecem mais articulados a questões locais; no Sul e Sudeste, a disputa nacional ganha maior centralidade.

Lula estrutura a comunicação de campos opostos

Lula aparece como uma referência central nos conteúdos de maior repercussão, cumprindo funções opostas nas campanhas. No PT, conecta candidaturas jovens à campanha presidencial por meio de eventos, materiais conjuntos e collabs. No PL e no Missão, sua imagem organiza críticas e ataques, funcionando como um dos principais adversários mobilizados pelas candidaturas.

Collabs revelam diferentes redes políticas

Entre os conteúdos de maior repercussão, as collabs mostram formas distintas de inserção das candidaturas jovens: na UP, destacam-se a promoção cruzada e a mobilização coletiva; no PT, conexões partidárias e territoriais; no Missão, candidaturas e lideranças do próprio partido.

Jovem no documento, nem sempre na campanha

Todas as candidaturas monitoradas são jovens, mas poucas fazem dessa condição uma marca explícita de apresentação: “jovem” aparece em 9,5% das bios e “juventude”, em 6,7%. Quando aparece, porém, a idade pode virar credencial política — como marca de renovação, experiência de atuação ou reivindicação de representar uma geração.

Desinformação sobre a pandemia segue circulando

Publicados no período pré-campanha, conteúdos que retomam narrativas desinformativas sobre a pandemia seguem acumulando interações. As duas publicações de maior repercussão, de Lucas Pavanato (PL-SP) e Breno Fonseca (PL-MG), já ultrapassam, juntas, 500 mil interações.

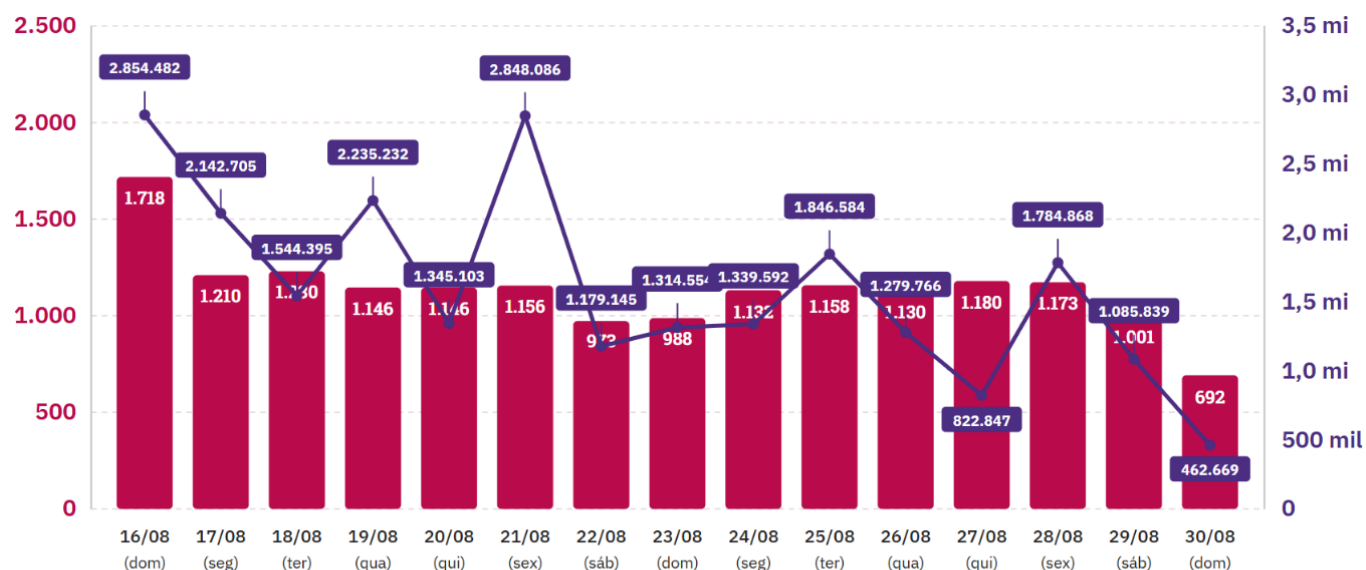
2. DISPUTA POR VISIBILIDADE

Entre 16 e 30 de agosto, primeira quinzena da campanha eleitoral oficial, 607 candidaturas jovens publicaram 17.107 posts, somando cerca de 24 milhões de interações. Neste relatório, monitoramos 65,9% do universo de 912 candidaturas jovens registradas para as eleições de 2026. Esse conjunto reúne os perfis em que foram identificadas publicações no período e constitui a base das análises apresentadas a seguir. **Entre os perfis monitorados, 63,1% são de homens e 36,9% de mulheres; 51,2% são de pessoas brancas, 47% de pessoas negras e 1,8% de outros grupos raciais.**

O número de interações indica quantas ações dos usuários uma publicação recebeu nas redes sociais. A métrica reúne, de acordo com os dados disponíveis em cada plataforma, ações como curtidas e comentários. O volume de interações será a principal métrica utilizada para analisar o desempenho das publicações no período. A métrica permite observar quais conteúdos mobilizaram maior resposta dos usuários e funciona como um indicador de sua circulação e repercussão nas redes.

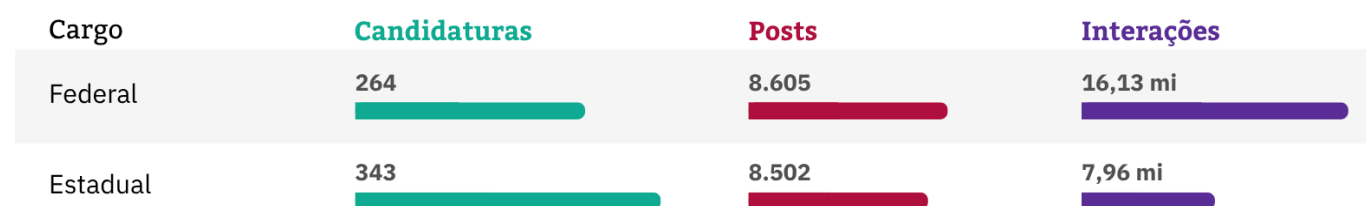
Como ponto de partida para o acompanhamento da campanha, as interações também são apresentadas a seguir distribuídas no período, pelos cargos e pelas regiões. Essas segmentações permitem observar como o engajamento se distribui entre diferentes grupos e, sobretudo, estabelecem uma referência para acompanhar mudanças ao longo da campanha. Nos próximos boletins, os mesmos recortes permitirão identificar aproximações, diferenças e variações na distribuição das interações ao longo do tempo.

Gráfico • Atividade nas redes ao longo do período



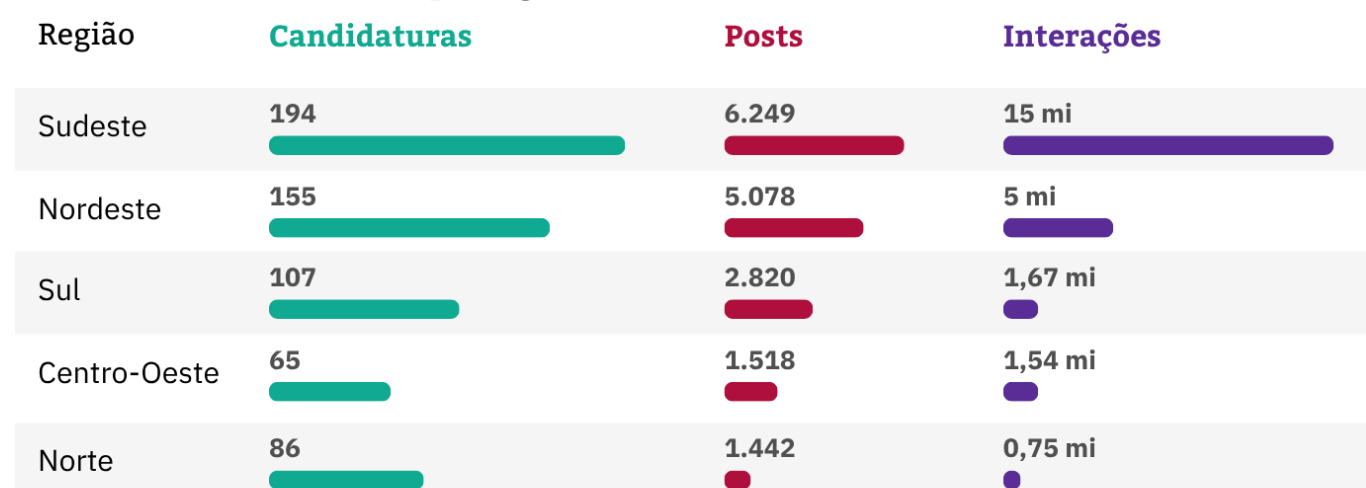
Fonte: Data Lake DX

Gráfico • Atividade nas redes por cargo



Fonte: Data Lake DX

Gráfico • Atividade nas redes por região



Fonte: Data Lake DX

As candidaturas federais e estaduais publicaram praticamente o mesmo número de posts no período (8.605 e 8.502, respectivamente), mas **as candidaturas à Câmara Federal acumularam 16,1 milhões de interações, ante 8 milhões das estaduais ou distritais.**

A diferença está associada à presença, entre as candidaturas federais, de alguns dos perfis de maior engajamento do monitoramento.

São Paulo concentra parte expressiva dessa visibilidade. As 29 candidaturas federais monitoradas no estado representam apenas 11% das candidaturas do cargo e produziram 19,6% dos posts, **mas acumularam 9,1 milhões de interações – 56,2% do total das candidaturas federais**. As outras 235 candidaturas, responsáveis por 80,4% das publicações, somaram 7,1 milhões de interações.

A concentração também aparece no recorte regional. O Sudeste reúne 194 das 607 candidaturas monitoradas (32%), mas concentra 15,1 milhões de interações, o equivalente a 62,8% do total registrado no período. Mais do que refletir apenas diferenças no número de candidaturas ou no volume de publicações, esses resultados mostram uma disputa por visibilidade bastante desigual, marcada pela presença de perfis capazes de concentrar volumes de interação muito superiores aos observados entre a maior parte das candidaturas.

Quem mais se destacou no período

Ranking da candidaturas jovens com maior volume de interações nas redes sociais

Ranking	Nome	Cargo	Partido	Posts	Interações
1	Lucas Pavanato	Deputado Federal	PL	86	3.66.1487
2	Vitoria Souza	Deputada Federal	PP	66	1.272.077
3	Pedro Rousseff	Deputado Federal	PT	125	1.244.638
4	Guto Zacarias	Deputado Federal	MISSÃO	285	1.214.822
5	Guilherme Cortez	Deputado Federal	PSOL	623	1.080.078
6	Levy Teixeira	Deputado Estadual	PL	17	737.496
7	Emerson Freitas	Deputado Estadual	MDB	79	709.818
8	Eduarda Campopiano	Deputada Estadual	PL	8	676.959
9	Quécia Reis	Deputada Federal	MISSÃO	51	647.303
10	Camila Cardoso	Deputada Federal	UNIÃO	67	577.519

Pavanato e Campopiano: ataque a Erika Hilton é convertido em narrativa de censura

Lucas Pavanato (PL-SP) aparece de forma recorrente entre os conteúdos de maior interação do período, reeditando na disputa para deputado federal linguagens e estratégias já presentes em sua campanha para vereador de 2024. Entre os episódios de maior repercussão, estava o vídeo em que atacava a deputada federal Erika Hilton (PSOL-SP), referindo-se a ela como “deputada travesti do Lula” e mobilizando sua identidade de gênero como parte do confronto político. [A Justiça Eleitoral](#)

[de São Paulo determinou a retirada da publicação](#). Na decisão liminar, a juíza Domitila Manssur considerou que o uso do termo “travesti”, naquele contexto, assumia conotação pejorativa e apontou possível violência de gênero. Pavanato reagiu à decisão apresentando-a como “censura” e transformou a própria controvérsia em [novo conteúdo de campanha](#).

Imagem: Post no Instagram de Lucas Pavanato (PL-SP), publicado em 17 de agosto de 2026.



A controvérsia também circulou [na campanha de Eduarda Campopiano \(PL-SP\)](#). Entre os dez perfis com maior volume de interações no período, Campopiano se destaca pela repercussão alcançada com apenas oito publicações. Eleita vereadora do município de Praia Grande (SP) em 2024, disputa agora uma vaga na Assembleia Legislativa de São Paulo. Sua projeção digital já ultrapassava a política local: [um levantamento da Zeeng divulgado pela Folha de S.Paulo em julho](#) colocou Campopiano na 7ª posição entre os políticos brasileiros mais influentes no Instagram e Pavanato na terceira.

A proximidade entre as duas candidaturas aparece também na circulação desse episódio. Em um de seus conteúdos de maior interação, Campopiano adere ao enquadramento de Pavanato e apresenta a decisão judicial como censura. O caso mostra como uma controvérsia originada no conteúdo de um candidato pode ser retomada por outra candidatura do mesmo campo político, ampliando sua circulação e convertendo a reação à intervenção da Justiça Eleitoral em novo material de mobilização. As duas figuras também mobilizam engajamento no período por meio de conteúdos produzidos junto a Flávio Bolsonaro e Nikolas Ferreira.

Vitória Souza: da influência digital à representação das mães

Imagem: Reel no Instagram de Vitória Souza (PP-SP), publicado em 25 de agosto de 2026.



Vitória Souza (PP-SP), já chega à disputa eleitoral com um amplo capital digital construído anteriormente à campanha. Influenciadora gospel, cantora e pregadora, Vitória acumulava milhões de seguidores nas redes sociais ainda na adolescência, tornando-se conhecida por vídeos de pregação e conteúdos religiosos. Em 2023, aos 17 anos, [já reunia 2,5 milhões de seguidores no Instagram e quase 1 milhão de inscritos no YouTube](#). Hoje, já alcança mais de 6 milhões de seguidores.

Nos conteúdos de maior repercussão no período analisado, porém, a maternidade ocupa posição central. As publicações com maior interação acompanham a internação de seu filho recém-nascido, Isaque, [e as evoluções de seu tratamento](#). Essa experiência também é incorporada à construção da candidatura. Em um dos vídeos analisados, Vitória contrapõe explicitamente suas identidades anteriores de “influencer” e “pregadora” àquela que apresenta como fundamento de sua entrada na disputa eleitoral: “Quem tá falando aqui agora é a Vitória Mãe”. A experiência pessoal é então ampliada para uma reivindicação de representação coletiva. Ao relatar demandas que afirma ter recebido de outras mães durante a internação do filho, Vitória apresenta sua candidatura como possibilidade de transformar a visibilidade acumulada nas redes em capacidade de atuação institucional. A passagem é explicitada no próprio vídeo quando afirma que sua “voz na internet” não seria suficiente e pede às mães: “Me deixa te representar”.

Pedro Rousseff e Guilherme Cortez: a esquerda de olho na visibilidade e na juventude

Entre os perfis de esquerda com maior interação no período, Pedro Rousseff (PT-MG) e Guilherme Cortez (PSOL-SP) se destacam não apenas pelo alcance nas redes, mas pela centralidade que atribuem à comunicação digital em suas estratégias políticas. Pedro Rousseff, sobrinho-neto da ex-presidente Dilma, chega à disputa para deputado federal depois de uma primeira experiência eleitoral bem-sucedida: em 2024, [foi eleito vereador de Belo Horizonte com 17.595 votos, a sexta maior votação da cidade e a maior entre as candidaturas do PT. Sua atuação digital já era expressiva naquele momento](#) e ganhou ainda mais centralidade desde então. Em 2026, ele foi escolhido para participar da coordenação da estratégia digital do PT e tem defendido uma comunicação mais simples, direta e combativa nas redes.

Imagem: [Reel no Instagram](#) de Pedro Rousseff (PT-MG), publicado em 29 de agosto de 2026.



Guilherme Cortez, por sua vez, chega à disputa federal após um mandato como deputado estadual em São Paulo e também aposta nas redes como espaço privilegiado de comunicação com os jovens. [Ao anunciar sua pré-candidatura, afirmou que a extrema direita conseguiu dialogar com a frustração desse público pelas redes sociais e que “a esquerda precisa saber fazer o mesmo”](#). A estratégia está associada à tentativa de se apresentar como uma liderança geracional, articulando temas como trabalho, inteligência artificial e mudanças climáticas a formatos de comunicação voltados ao público jovem.

No corpus analisado, essa preocupação aparece também na forma dos conteúdos. Rousseff e Cortez incorporam recursos que se tornaram recorrentes na comunicação digital das direitas,

como vídeos curtos, reação rápida a acontecimentos do noticiário, linguagem direta, títulos e aberturas destinados a capturar imediatamente a atenção e conteúdos de confronto com adversários. Isso não significa uma aproximação das agendas políticas dos dois campos, mas aponta para uma circulação dos formatos e das estratégias de disputa por atenção entre diferentes posições do espectro político.

Guto Zacarias e Quécia Reis: a presença do MBL entre os perfis de maior interação

Guto Zacarias (Missão-SP) e Quécia Reis (Missão-BA) estão entre as dez candidaturas jovens com maior volume de interações no período analisado. Guto ocupa a quarta posição, com 1,2 milhão de interações em 285 posts, enquanto Quécia aparece em nono, com 647,3 mil interações em 51 publicações. Os dois chegam à disputa pelo Missão a partir de trajetórias vinculadas ao Movimento Brasil Livre (MBL), mas em momentos distintos de institucionalização política.

Guto construiu sua trajetória política no MBL ainda na adolescência. Aos 17 anos, tornou-se coordenador do movimento na capital paulista e, em 2018, participou das campanhas de Kim Katagiri (Missão-SP) e Arthur do Val, de quem posteriormente foi assessor parlamentar. Sua projeção esteve fortemente associada às redes sociais e à produção de vídeos de confronto e debate político em manifestações e espaços públicos. Às vésperas da eleição de 2022, quando já reunia mais de 643 mil seguidores apenas no TikTok, [apresentava-se como uma figura de enfrentamento à polarização entre bolsonarismo e petismo](#).

Em 2022, foi eleito deputado estadual por São Paulo, aos 23 anos, com 152.481 votos. Durante o mandato, [assumiu a vice-liderança do governo Tarcísio de Freitas \(Republicanos-SP\) na Alesp](#) e coordenou a Frente Parlamentar em Apoio à Privatização da Sabesp. Em 2026, deixou o União Brasil e passou a disputar uma vaga de deputado federal pelo Missão, partido criado a partir do MBL. No período monitorado, seus conteúdos de maior repercussão mantêm a presença do confronto e do ataque político que marcou sua atuação digital anterior.

Imagem: [Post no Instagram](#) de Quécia Reis (Missão-SP), publicado em 28 de agosto de 2026.



Quécia Reis, por sua vez, disputa sua primeira eleição para deputada federal pela Bahia. Nascida em Salvador, tem 28 anos e integra o MBL Bahia há quatro anos. Em sua apresentação de campanha, afirma ser uma das fundadoras do Partido Missão. [Sua página de financiamento eleitoral](#) associa a candidatura a uma reação contra os grupos que governam a Bahia e apresenta como prioridades segurança, oportunidades e o fortalecimento do Nordeste.

Camila Cardoso: a profissão como bandeira política

Técnica de enfermagem, Camila Cardoso (União-SP) construiu sua projeção pública a partir da própria categoria profissional. No perfil *A Tec de Enfermagem*, produz conteúdos sobre o cotidiano da profissão, sobretudo por meio do humor, e também realiza shows de stand-up relacionados ao universo da enfermagem. Antes da candidatura, já participava de eventos e mobilizações da categoria, incluindo atividades em Brasília ao lado de representantes políticos ligados ao setor. Sua trajetória combina, assim, grande visibilidade nas redes com uma atuação pública construída em torno da identidade e das pautas de seu segmento profissional.

Levy Teixeira: política regional e ativismo digital

Levy Teixeira (PL-CE), de 26 anos, disputa pela primeira vez uma eleição, como candidato a deputado estadual pelo PL no Ceará. Em 2026, Levy aparece como candidato pelo PL, mantendo uma comunicação fortemente orientada pela oposição ao PT e ao governo estadual. Nas redes, parte de sua visibilidade se apoia em abordagens e confrontos políticos transformados em conteúdo. [Entre as publicações de maior circulação no período monitorado está uma entrevista com um catador que declara apoio ao PT](#). Levy expõe a situação socioeconômica do entrevistado e a utiliza para questionar a ideia de melhora das condições de vida associada aos governos petistas. O episódio sintetiza uma forma de comunicação em que encontros com apoiadores de adversários são convertidos em argumento político e conteúdo de campanha. Também aparecem postagens com Ciro Gomes durante a campanha estadual, e posts de críticas a Helder Barbalho, governador.

Imagem: Post no Instagram de Levy Teixeira (PL-CE), publicado em 23 de agosto de 2026.



Emerson Freitas: segurança pública, exposição e visibilidade digital

Emerson Freitas (MDB-PE), de 26 anos, chega à disputa por uma vaga na Assembleia Legislativa de Pernambuco pelo MDB com uma audiência digital construída antes da candidatura. Em suas redes, apresenta-se como “Jornalista Investigativo” por meio do “Notícias sem ‘Papas na Língua’”. Sua atuação se concentra em conteúdos sobre segurança pública e ocorrências policiais, frequentemente apresentados por meio da exposição de casos e pessoas envolvidas. Essa forma de atuação já produziu controvérsias: em março de 2026, [o Ministério Público de Pernambuco solicitou a apuração da divulgação, em seu perfil, de imagens e nomes de dois adolescentes apreendidos.](#)

Com cerca de um milhão de seguidores no Instagram, chega à campanha com uma audiência previamente consolidada. Sua trajetória põe em questão como a visibilidade acumulada por meio de conteúdos policiais, denúncias e exposição de casos nas redes será convertida em recurso para a entrada na competição eleitoral.

Apesar de constar na lista de maior engajamento, o candidato não figura entre os posts de maior interação, sugerindo que a interação fica dispersa entre seus posts.

A circulação multiplataforma ganha peso entre os conteúdos de maior repercussão

A publicação do mesmo conteúdo em diferentes redes não é predominante entre as candidaturas jovens, mas aparece de forma desproporcional no volume de repercussão. Os conteúdos identificados em mais de uma plataforma representam 15,1% dos posts analisados, mas concentram 23,2% das interações. O dado indica que a circulação multiplataforma está mais presente entre os conteúdos que acumulam grandes volumes de interação, embora não signifique que a replicação, por si só, produza maior engajamento.

Esse padrão também aparece entre as candidaturas que lideram o ranking de interações. As cinco primeiras colocadas atuam em pelo menos três plataformas, e quatro delas fazem circular uma parcela relevante de seus conteúdos entre diferentes redes: Guto Zacarias (45,6%), Pedro Rousseff (32,8%), Vitória Souza (31,2%) e Lucas Pavanato (17,4%). Guilherme Cortez também está presente em quatro plataformas, embora a replicação identificada seja menor (10,4%).

A circulação, porém, não é condição para alcançar grande repercussão. Entre a sexta e a nona posições do ranking, não foram identificados conteúdos replicados entre plataformas. Levy Teixeira, Eduarda Campopiano e Quécia Reis concentram sua atividade monitorada no Instagram e, ainda assim, figuram entre as dez candidaturas com maior número de interações no período.

Circulação multiplataforma		
Perfil	Plataformas	Conteúdo replicado
Lucas Pavanato	5	17,4%
Vitória Souza	4	31,2%
Pedro Rousseff	3	32,8%
Guto Zacarias	5	45,6%
Guilherme Cortez	4	10,4%

Polêmicas com celebridades também entram na campanha

A repercussão envolvendo Ana Castela também chegou às publicações das candidaturas jovens. No período analisado, foram identificadas 14 publicações de nove candidaturas que mencionavam a cantora, seu perfil ou a hashtag associada a seu nome. Juntas, essas publicações somaram 239,3 mil interações, com forte concentração em dois conteúdos: uma publicação de Lucas Pavanato (PL-SP), com 164,8 mil interações, e outra de Guilherme Kilter (NOVO-PR), com 60,4 mil. Os dois posts responderam por cerca de 94% das interações identificadas no conjunto.

Apesar da circulação restrita entre candidaturas, o episódio recebeu enquadramentos distintos. Nas direitas, aparecem tanto formas de aproximação direta com a cantora quanto a narrativa de que ela teria sido atacada ou “cancelada” pela esquerda após a repercussão de sua foto com Nikolas Ferreira. À esquerda, a cantora e a controvérsia foram mobilizadas em críticas às posições políticas de Nikolas e em discussões sobre o uso de recursos públicos para a contratação de shows. O caso mostra como um acontecimento da cultura pop pode ser incorporado à campanha e convertido em disputas políticas diferentes.

Exemplos de publicações:

Lucas Pavanato (PL-SP) – Instagram – 164.803 interações

“Obrigado @anacastelacantora, gente fina demais! 🇧🇷👉”

[Ver publicação](#)

Guilherme Kilter (NOVO-PR) – Instagram – 60.433 interações

“Ana Castela cancelada por foto com Nikolas Ferreira e bate 25 milhões de seguidores! Chora petezada 😂”

[Ver publicação](#)

Guilherme Cortez (PSOL-SP) – Twitter – 1.805 interações

Repercutiu conteúdo segundo o qual Ana Castela receberia R\$ 850 mil por um show pago com recursos de emenda parlamentar. Em outra publicação relacionada à controvérsia, Cortez associa a repercussão da foto às posições de Nikolas Ferreira sobre gravidez decorrente de estupro.

[Ver publicação](#)

Abidan Henrique (PSB-SP) – Instagram – 331 interações

“Ana Castela e Nicolas Ferreira: A dupla de ‘MILHOËS’...” O conteúdo discute o significado político da foto da cantora com Nikolas Ferreira.

Ver publicação

***Nota metodológica:** a busca foi ampliada para ocorrências de “castela”, o que permite recuperar menções como “Ana Castela”, #anacastela e @anacastelacantora. Ainda assim, conteúdos em que a referência à cantora aparece apenas na imagem ou no vídeo podem não ser identificados pelo campo textual.*

3. PAINEL REGIONAL

Interações e concentração regional

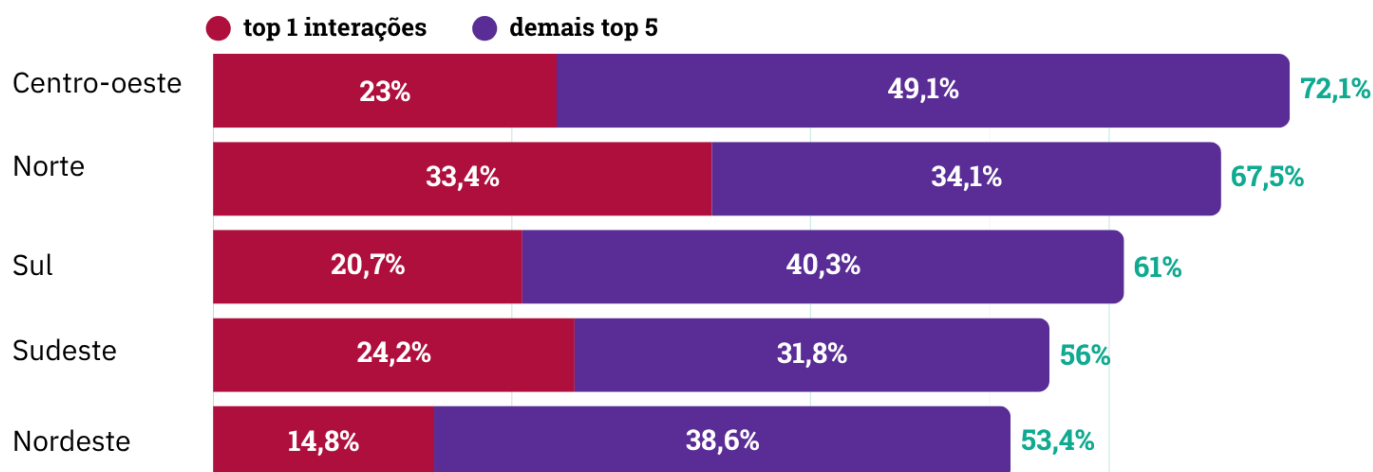
A distribuição regional das interações mostra diferenças expressivas no volume de repercussão das candidaturas jovens. O Sudeste concentrou cerca de 15,1 milhões de interações, o equivalente a 62,8% do total, embora reúna 32% das candidaturas monitoradas. O Nordeste aparece em seguida, com aproximadamente 5 milhões de interações, enquanto Sul e Centro-Oeste registraram 1,7 milhão e 1,5 milhão, respectivamente. O Norte apresentou o menor volume, com cerca de 748 mil interações.

Embora o Sudeste concentre a maior parcela das interações em termos absolutos, a concentração em poucas candidaturas ocorre em todas as regiões. Os cinco perfis com mais interações respondem por 53,4% das interações no Nordeste e 56% no Sudeste, chegando a 61% no Sul, 67,5% no Norte e 72% no Centro-Oeste. As diferenças aparecem também no peso exercido pela principal candidatura de cada região. No Norte, Allen pelo Pará concentra sozinho 33,4% das interações regionais, a maior proporção observada. No Centro-Oeste, Stephanie Alves (DEM-DF) responde por 23%, e, no Sul, Guilherme Kilter (NOVO-PR) por 20,7%. **O Nordeste apresenta a distribuição menos concentrada em uma única candidatura: Levy Teixeira (PL-CE), seu perfil de maior repercussão, reúne 14,8% das interações da região.**

A posição desses nomes no ranking nacional revela outra diferença importante. O principal perfil do Nordeste ocupa a 6ª posição nacional, enquanto os líderes do Centro-Oeste e do Sul aparecem na 14ª e na 15ª posições, e o do Norte na 22ª. O Sudeste, por sua vez, reúne os cinco primeiros colocados do ranking nacional. Os dados mostram, assim, configurações regionais distintas: Norte e Centro-Oeste apresentam forte concentração de suas interações em poucos atores, enquanto o Nordeste combina um volume expressivo de interações com uma distribuição menos dependente de uma única candidatura. O Sudeste se diferencia sobretudo pela quantidade de candidaturas capazes de alcançar as primeiras posições no cenário nacional. **O recorte regional permite ainda identificar candidaturas com forte repercussão em seus próprios contextos, mesmo quando elas aparecem distantes das primeiras posições do ranking nacional.**

Gráfico • Concentração de interações

Participação das cinco candidaturas com mais interações



Fonte: Data Lake DX

Para ampliar o olhar para além dos perfis de maior alcance nacional, selecionamos, em cada unidade da federação, as candidaturas jovens com maior número de interações no período, separando as disputas para deputado federal e estadual ou distrital. A seleção considera a soma das interações de todas as publicações de cada candidatura e apresenta, sempre que houver registros disponíveis, um destaque por cargo em cada UF. O painel permite observar protagonistas que ganham relevância em seus contextos regionais, mesmo quando seus números são menores na comparação nacional, e acompanhar, ao longo da campanha, se essa repercussão se traduz em sucesso eleitoral.

Destaques de interações pelo país

Candidaturas jovens com maior número de interações no período, por UF e cargo

Norte

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
AC	Virgílio Viana	PV	44	5.285	Eduardo Gomes	REPUBLICANOS	26	8.361
AM	Caila Carim	MDB	9	53.420	Isabelly Aurora	AVANTE	18	30.188
AP	Bia Da Zilma	PL	37	5.845	João Pedro	PDT	13	14.498
PA	Allen Pelo Pará	NOVO	35	249.826	Kaio Agro	PODE	40	44.764
RO	Isac Wayuru	MDB	20	4.619	Dra. Kamilly Phaiol	PP	16	607
RR	Athally Albuquerque	REPUBLICANOS	12	4.1115	Lucas Souza	UNIÃO	63	25.804
TO	Hangretty Hanssey	DC	39	17.097	Marcos Junior	PODEMOS	15	2.971

Nordeste

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
AL	Ronald Alves	MISSÃO	39	19.743	Cibele Moura	MDB	31	44.478
BA	Quécia Reis	MISSÃO	51	647.303	Matheus Cambuí	PL	26	70.481
CE	Angela Abuk	PSOL	47	13.859	Levy Teixeira	PL	17	737.496
MA	Andrey Monteiro	PP	45	42.899	Marcos Miranda Junior	PSB	53	83.124
PB	Daniel Conhece	PL	80	22.945	Lucas Caçula	PP	33	89.652
PE	Thiago Medina	PL	75	24.4818	Emerson Freitas	MDB	79	709.818
PI	Dara Neto	UP	10	873	Lytson Breno	PP	72	84.981
RN	Faustino	UNIÃO	89	118.733	Anne Lagartixa	PL	51	231.00
SE	Davi Valença	MISSÃO	62	12.452	Antônio Bala	MDB	30	22.202

Centro-oeste

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
DF	Stephanie Alves	DEMOCRATA	31	354.725	Victor Jansen	PL	24	269.729
GO	João Noleto	MISSÃO	22	14.427	Kesia de Jesus	PSDB	20	53.837
MS	Cassy Monteiro	PL	124	87.901	Barbara Resende	UNIÃO	58	4.204
MT	Léo Rondon	PT	75	11.955	Gustavo Bang	PODEMOS	21	5.443

Sudeste

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
ES	Bruna Soares	REPUBLICANOS	7	7.876	Endrick Fernandes	SOLIDARIEDADE	120	159.805
MG	Pedro Rousseff	PT	125	1.244.638	Henrico Barboza	PT	25	409.139
RJ	Julia De Castro	PL	83	300.391	João Pires	PSD	59	136.924
SP	Lucas Pavanato	PL	86	3.661.487	Eduarda Campopiano	PL	8	676.959

Sul

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
PR	Guilherme Kilter	NOVO	49	344.700	Beatriz Oliveira	MISSÃO	48	34.251
RS	Lara Prade	NOVO	9	4.576	Pedro Monteiro	MISSÃO	27	113.522
SC	Jair Bolsonaro	PL	21	281.610	Isadora Piana	NOVO	19	14.758

Apesar de vermos emergir novos nomes, o recorte por UF e cargo ainda revela uma presença expressiva das direitas entre as candidaturas jovens de maior repercussão. Dos 54 destaques regionais identificados, 46 (85,2%) estão classificados à direita ou à extrema-direita, enquanto a esquerda reúne oito (14,8%). A distribuição também varia conforme o cargo: entre os destaques federais, 81,5% pertencem às direitas; entre os estaduais ou distritais, essa proporção chega a 88,9%.

A composição partidária permite observar com maior precisão como esse quadro se configura neste momento da campanha. Entre os destaques para deputado federal, o PL lidera em sete UFs

(25,9%), seguido por Missão, em quatro (14,8%), e NOVO, em três (11,1%). Entre os estaduais ou distritais, o PL também aparece na primeira posição, com cinco UFs (18,5%), mas a distribuição é mais pulverizada: MDB, Podemos e PP lideram em três UFs cada (11,1%).

Considerando os dois cargos conjuntamente, o PL é o partido mais recorrente entre os destaques do período, ocupando 12 das 54 posições (22,2%). O Missão aparece em seis e, o NOVO, em quatro. Entre os federais, as lideranças se concentram mais em PL, Missão e NOVO; entre os estaduais, observa-se maior dispersão partidária.

A análise das ocupações mostra ainda que parte das candidaturas de maior repercussão já possui experiência em cargos eletivos. Ao menos 10 dos 54 destaques (18,5%) exercem atualmente algum mandato, entre vereadores e deputados estaduais. Entre os destaques para deputado federal, seis dos 27 (22,2%) são vereadores que disputam uma vaga na Câmara dos Deputados. **O dado mostra que, mesmo entre candidaturas jovens, uma parcela dos perfis que alcançam maior repercussão nas redes já possui trajetória na política institucional.**

Regionalidade e escalas da disputa política

A leitura dos conteúdos de maior interação sugere diferenças regionais na maneira como as candidaturas jovens articulam território e polarização política. No Norte e no Nordeste, referências aos estados, municípios, comunidades e redes políticas locais aparecem com frequência na própria construção das mensagens, inclusive quando os conteúdos mobilizam conflitos nacionais. O Centro-Oeste apresenta uma configuração intermediária, combinando narrativas de representação regional com referências a Lula, Bolsonaro e outras lideranças nacionais. No Sul e no Sudeste, por sua vez, a polarização nacional assume maior centralidade entre os posts analisados, com ataques diretos a Lula, ao PT e à esquerda e referências ao bolsonarismo.

Isso não significa que as campanhas do Norte e Nordeste estejam apartadas da polarização nacional, nem que referências regionais estejam ausentes no Sul e Sudeste. **A diferença observada está no peso que o território assume na construção das candidaturas.** No Acre, por exemplo, [Virgílio Viana \(PV-AC\)](#) associa sua candidatura à possibilidade de os jovens permanecerem e construírem seu futuro no estado; no Tocantins, [Marcos Junior \(Pode-TO\)](#) apresenta a renovação política como parte do desenvolvimento estadual; e, em Rondônia, [Isac Wayuru \(MDB-RO\)](#) articula identidade indígena, trajetória pessoal e representação do estado. No Nordeste, [Andrey Monteiro \(PP-MA\)](#) parte de sua atuação em São Luís para projetar a candidatura federal para o Maranhão, enquanto [Marcos Miranda Junior \(PSB-MA\)](#) mobiliza comícios em municípios maranhenses. [Antônio Bala \(MDB-SE\)](#) também ancora sua campanha em eventos locais e na ideia de construir um Sergipe com mais oportunidades.

Imagem: Post no Instagram de Isac Wayuru (MDB-RO), publicado em 26 de agosto de 2026.



A política nacional também é territorializada nesses conteúdos. Na Bahia, [Quécia Reis \(Missão-BA\)](#) mobiliza a situação da segurança pública no estado para atacar Lula; no Ceará, [Levy Teixeira \(PL-CE\)](#) associa críticas ao presidente e ao PT a situações locais. No Pará, [Allen pelo Pará \(NOVO-PA\)](#) combina ataques a Helder Barbalho e oposição ao apoio a Lula, enquanto, em Roraima, [Athally Albuquerque \(Republicanos-RR\)](#) apresenta o apoio de Nikolas Ferreira como chancela para representar uma “nova geração da direita” no estado. Assim, atores e antagonismos nacionais são incorporados às disputas regionais, em vez de simplesmente substituí-las.

No Centro-Oeste, as duas dinâmicas aparecem lado a lado. Em Goiás, [Kesia de Jesus \(PSDB-GO\)](#) constrói sua candidatura em torno da juventude e da representação de uma nova geração do estado; em Mato Grosso, [Gustavo Bang \(Pode-MT\)](#) reivindica representação para o Vale do Araguaia; e, em Mato Grosso do Sul, [Barbara Resende \(União-MS\)](#) mobiliza a ideia de renovação estadual. Outros conteúdos deslocam o foco para a polarização nacional: no Distrito Federal, [Victor Jansen \(PL-DF\)](#) transforma abordagens de apoiadores de Lula em vídeos de confronto político, enquanto [Cassy Monteiro \(PL-MS\)](#) associa sua candidatura a Nikolas Ferreira e ao bolsonarismo. Nesse recorte, portanto, referências territoriais permanecem visíveis, mas dividem espaço com antagonismos da política nacional.

No Sul, a configuração se aproxima mais da observada no Sudeste. [Guilherme Kilter \(NOVO-PR\)](#) associa sua candidatura ao confronto com o PT e ao apoio a Nikolas Ferreira; [Pedro Monteiro \(Missão-RS\)](#) tem entre seus principais destaques ataques a Lula e apoio a Renan Santos; e, em Santa Catarina, [Jair Bolsonaro \(PL-SC\)](#) conecta explicitamente as disputas estadual e federal às candidaturas da família Bolsonaro. [Isadora Piana \(NOVO-SC\)](#) também mobiliza Lula em chave negativa. Há referências territoriais — [Lara Prade \(NOVO-RS\)](#) fala de Santa Maria e do Rio Grande do Sul, e Isadora Piana (NOVO-SC) apresenta sua candidatura como defesa de Santa Catarina —, mas elas convivem com uma presença mais forte da disputa política nacional do que a observada nos exemplos do Norte e Nordeste.

No Sudeste, o antagonismo nacional aparece de maneira particularmente direta como núcleo da mensagem. [Bruna Soares \(Republicanos-ES\)](#) publica explicitamente um chamado para não votar em Lula. [Julia de Castro \(PL-RJ\)](#) elabora sua narrativa em torno do combate à esquerda e da denúncia de uma suposta “doutrinação ideológica” nas instituições. Em São Paulo, [Lucas Pavanato \(PL-SP\)](#) mobiliza humor e encenação para atacar Lula e a esquerda, enquanto [Eduarda Campopiano \(PL-SP\)](#) dirige ataques a figuras nacionais da esquerda, com um foco em Erika Hilton (PSOL-SP). A polarização também aparece entre os destaques de esquerda: [Pedro Rousseff \(PT-MG\)](#) associa diretamente sua candidatura à campanha presidencial de Lula, e [Henrico Barboza \(PT-MG\)](#) combina a mobilização em torno do presidente com ataques a Flávio Bolsonaro.

Os posts analisados apontam, assim, para diferentes formas de conexão entre as escalas regional e nacional da campanha. **Norte e Nordeste se destacam pela recorrência com que o território entra na linguagem e na apresentação das candidaturas; no Centro-Oeste, essa dimensão convive de maneira mais equilibrada com a polarização nacional; e, no Sul e Sudeste, os conflitos e personagens da disputa nacional ganham maior protagonismo entre os conteúdos de maior interação.** O padrão é exploratório e se refere aos posts selecionados no período, mas indica uma dimensão relevante para acompanhar nos próximos relatórios.

4. TEMAS, ATORES E AÇÕES COMUNICATIVAS

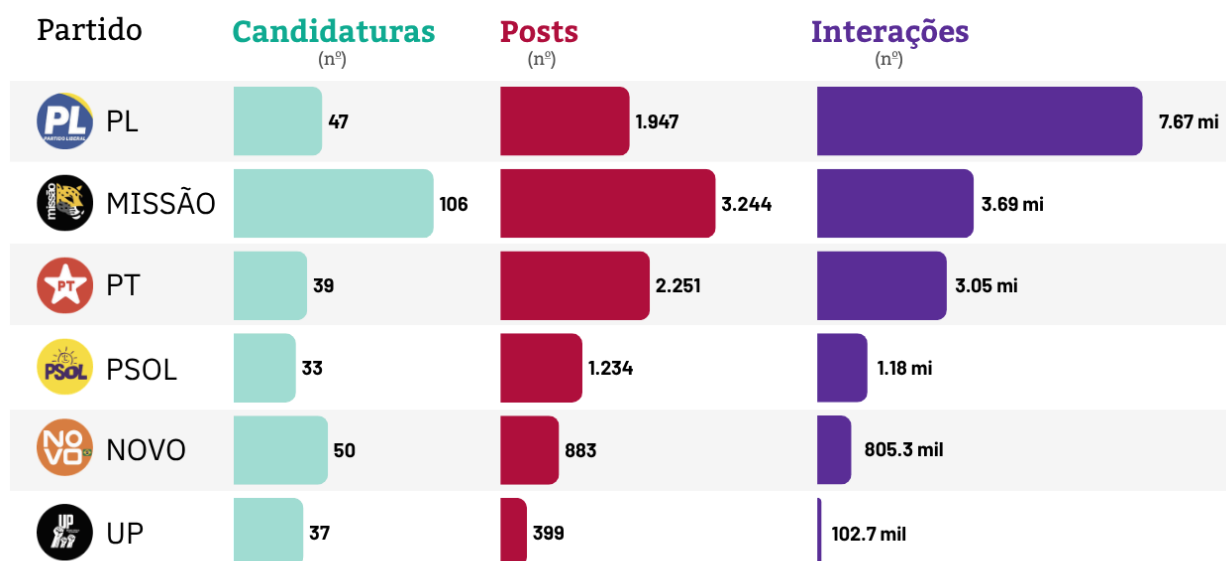
Para observar de forma comparativa os conteúdos que alcançam maior repercussão entre diferentes segmentos da disputa jovem, a análise considera os seis partidos com maior número de candidaturas jovens em 2026: Missão, NOVO, PL, UP, PSOL e PT. Além de concentrarem o maior número de jovens na disputa, esses partidos permitem observar candidaturas situadas em diferentes posições do espectro político.

A análise combina procedimentos quantitativos e qualitativos. No primeiro gráfico, registramos o número de candidaturas monitoradas, de posts e de interações no período para cada um dos seis partidos. Na análise qualitativa de temas, atores e ações comunicativas, examinamos 30 posts. Para cada partido, identificamos primeiro o post de maior interação de cada candidatura e, entre esses conteúdos, selecionamos os cinco com mais interações. Assim, cada candidatura aparece apenas uma vez no corpus. O procedimento resulta em 30 publicações, cinco por partido, produzidas por 30 candidaturas diferentes.

A seleção busca evitar que perfis com grande alcance concentrem o corpus e, ao mesmo tempo, preservar a interação como critério para identificar conteúdos que alcançaram maior repercussão no período.

Gráfico 05 • Seis partidos em foco

Totais acumulados no período monitorado (16 a 30 de agosto)



Fonte: Data Lake DX

O PL se destaca pela capacidade de gerar interações mesmo com um número relativamente reduzido de candidaturas: seus 47 perfis somaram 7,67 milhões de interações, mais que o dobro do Missão, que reúne 106 candidaturas e publicou 66,6% mais posts no período. O PT também apresenta forte repercussão: com 39 candidaturas, alcançou 3,05 milhões de interações, aproximando-se dos 3,69 milhões registrados pelo Missão. Os dados mostram que o volume de interações do período não acompanha diretamente nem o número de candidaturas nem a quantidade de posts publicados.

Partido	O que aparece nos conteúdos de destaque do período	Como as candidaturas se apresentam e se articulam
MISSÃO	Confronto com Lula e PT ganha destaque, sobretudo em conteúdos sobre corrupção e segurança pública; propostas econômicas também aparecem.	Ataques e denúncias convivem com promoção eleitoral e humor. Lideranças e perfis do partido ajudam a projetar candidaturas e reforçar a identidade partidária.
NOVO	Conteúdos variados, com peso de denúncias, críticas a adversários e disputas políticas.	Mobilização eleitoral e ataques se combinam a endossos de lideranças da direita, inclusive de fora do próprio partido.
PL	O confronto político domina, com Lula, PT e candidaturas de esquerda como adversários recorrentes.	Ataques, humor e cortes de confrontos aparecem ao lado de endossos e articulações entre candidaturas do campo bolsonarista.
UP	Campanha, direitos dos trabalhadores e bloqueio da participação nos debates eleitorais aparecem entre os principais assuntos.	Forte atuação em rede, com collabs, mobilizações coletivas e promoção cruzada de candidaturas.

PSOL	Confrontos políticos convivem com agendas ambientais e urbanas e conteúdos ligados a identidades e representação.	As candidaturas alternam o enfrentamento de adversários com formas de apresentação ancoradas em identidade, pertencimento e propostas.
PT	A campanha eleitoral predomina, fortemente conectada à disputa presidencial e às alianças políticas. Há, pontualmente, confrontos e críticas às lideranças do campo bolsonarista.	Lula funciona como principal referência articuladora, aparecendo em apoios, eventos, materiais conjuntos e collabs.

Diferentes estratégias nos conteúdos de maior repercussão

1. Lula como articulador e adversário

Entre as candidaturas do PT, Lula é a principal referência política nos conteúdos selecionados. Ele aparece diretamente em três dos cinco posts de maior interação: no [lançamento da campanha de Pedro Rouseff](#) (PT-MG), em um [ato de campanha divulgado por Henrico Barboza](#) (PT-MG) e em uma [collab de candidaturas jovens voltada à mobilização do voto em Lula](#). Nesses conteúdos, a candidatura presidencial conecta a disputa legislativa à campanha nacional, por meio de eventos, materiais conjuntos e ações coordenadas entre perfis.



Lula também ocupa posição central fora do PT, mas como adversário. No Missão, Quécia Reis (Missão-BA) entra em collab de post com foco em uma [fala do presidente sobre segurança pública](#), questionando a atuação petista na Bahia, enquanto Guto Zacarias (Missão-SP) [associa Lula e o PT à corrupção](#). No PL, Lucas Pavanato (PL-SP) recorre ao [humor para representar Lula como criminoso](#) e Levy Teixeira (PL-CE) utiliza o [depoimento de um trabalhador para atacar o presidente e seus eleitores](#). Lula aparece, assim, em posições opostas no material analisado: articula parte da campanha petista e funciona como um dos principais polos de antagonismo nos conteúdos das direitas.

2. Collabs e formas de construção coletiva da campanha

As collabs aparecem com força entre os conteúdos selecionados, mas cumprem funções distintas conforme o partido. Na UP, quatro dos cinco posts foram identificados como collabs. Dany Oliveira (UP-SP) e Julia Cachos (UP-SP) aparecem, inclusive, associadas à [mesma publicação em defesa da participação de Samara Martins \(UP\) nos debates](#). Outro conteúdo mostra [jovens nas ruas de Belo Horizonte em apoio à candidatura presidencial do partido](#), enquanto Juliane Mendes (UP-PR) [promove a candidatura de Tayná \(UP-PR\) a partir de seu desempenho nas pesquisas](#). A candidatura individual aparece, nesses casos, inserida em uma rede de campanha que conecta outros candidatos, partido e mobilização coletiva.

No PT, quatro dos cinco conteúdos selecionados também utilizam collabs, frequentemente articulando candidaturas legislativas à campanha presidencial. No Missão, o recurso aparece em três dos cinco posts e participa tanto da circulação de ataques ao PT quanto da apresentação de lideranças e propostas partidárias. Ana Clara Gurgel (Missão-RN), por exemplo, [associa a defesa da industrialização do Nordeste à candidatura presidencial de Renan Santos](#). O uso da collab, portanto, não indica por si só uma mesma estratégia: ela pode organizar redes de mobilização, promoção cruzada de candidaturas ou circulação de conteúdos de confronto.

No PSOL, a construção coletiva assume também uma dimensão ligada à identidade e à representação. Drag Urbana (PSOL-SC) [articula sua candidatura à identidade drag e a propostas para as cidades, educação e meio ambiente](#), enquanto Angela Abuk (PSOL-CE) [se apresenta explicitamente como travesti negra em disputa eleitoral](#). Esses conteúdos convivem com formas mais diretamente confrontativas, como a [denúncia de Guilherme Cortez \(PSOL-SP\) sobre as relações políticas e financeiras de Nikolas Ferreira \(PL-MG\)](#). Entre os destaques do partido, identidade, propostas e confronto político aparecem como caminhos distintos de construção das candidaturas.

3. Ataque, endosso e circulação de capital político

O confronto com adversários ocupa espaço especialmente importante no PL e no Missão. No PL, quatro dos cinco conteúdos selecionados foram codificados como crítica ou ataque. Além dos posts dirigidos a Lula, aparecem o [confronto de Eduarda Campopiano \(PL-SP\) sobre aborto com um candidato do PT](#) e o [corte de uma discussão de Thiago Medina \(PL-PE\) com a vereadora Jô Cavalcanti, \(PSOL-PE\)](#). No Missão, quatro dos cinco destaques também recorrem à crítica ou ao ataque, especialmente em conteúdos associados à corrupção, PT e Lula. Críticas e denúncias aparecem ainda entre os posts selecionados do NOVO.

Ao lado do confronto direto, alguns conteúdos mostram como as candidaturas se apoiam em figuras já conhecidas para se posicionar politicamente e ampliar sua própria visibilidade. No PL, Samuel Caires (PL-MG) aparece em um [vídeo de humor e endosso com Flávio Bolsonaro](#). No NOVO, Guilherme Kilter (PR-NOVO) [parte da repercussão da imagem de Ana Castela com figuras do campo bolsonarista, especialmente Nikolas Ferreira \(PL-MG\) e Lucas Pavanato \(PL-SP\)](#), incorporando à campanha uma controvérsia que conecta política, entretenimento e identificação

com a direita. Rian Pereira, por sua vez, [associa sua própria experiência política à defesa de Romeu Zema](#). No Missão, Renan Santos (MISSÃO) aparece como referência presidencial em um [conteúdo que vincula sua candidatura a uma agenda de industrialização](#).

Esses conteúdos indicam que o endosso não se limita ao pedido de voto. A presença de lideranças e candidaturas mais conhecidas ajuda a situar novos nomes em redes políticas reconhecíveis, transferindo visibilidade e oferecendo referências para a apresentação pública das candidaturas. Em alguns casos, essa associação ocorre por uma agenda compartilhada; em outros, pelo humor, pelo confronto com adversários ou pela circulação conjunta dos perfis.

5. ESPECIAIS

Como as candidaturas jovens se apresentam no Instagram?

Analizamos as bios do Instagram no início da campanha para entender como as candidaturas jovens escolhem se apresentar. Foram consultados 663 perfis e, em 642 deles (96,8%), havia informações no campo de biografia.

Embora curtas, as bios funcionam como uma espécie de cartão de apresentação eleitoral: nelas, as candidaturas selecionam quais aspectos de sua trajetória, identidade e atuação política querem colocar em primeiro plano. A análise dos termos mais recorrentes mostra que ser jovem é apenas uma das possibilidades dessa apresentação — e está longe de ser a mais frequente.

Jovem no documento, nem sempre na campanha

Quais credenciais aparecem nas bios das candidaturas jovens?

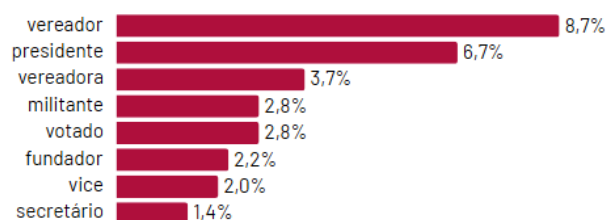
Percentual de bios que mencionam cada termo (podem conter mais de um).

Base: 642 bios de candidaturas jovens coletadas no início da campanha eleitoral)

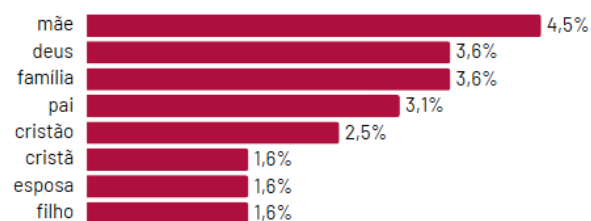
jovem
9,5%

juventude
6,7%

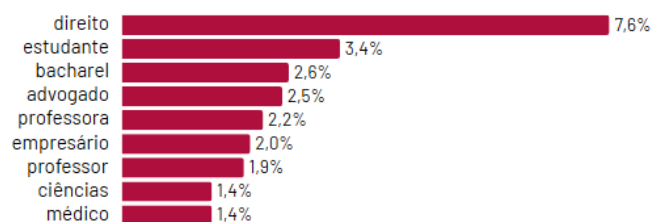
TRAJETÓRIA E CREDENCIAIS POLÍTICAS



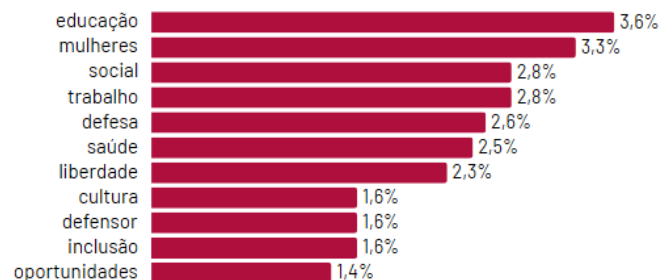
FAMÍLIA E RELIGIÃO



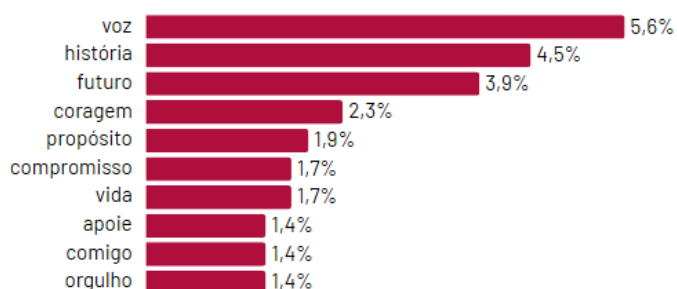
FORMAÇÃO E PROFISSÃO



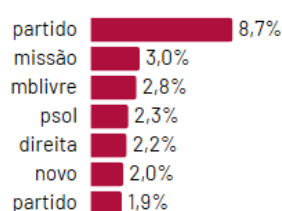
CAUSAS, AGENDAS E VALORES



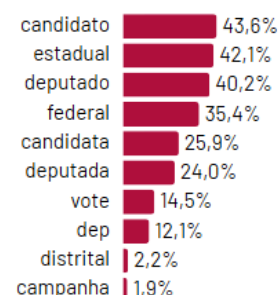
VOCABULÁRIO DE AUTOAPRESENTAÇÃO E MOBILIZAÇÃO



IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIA E POLÍTICA (bios)



IDENTIDADE ELEITORAL E CARGO (contexto)



O cargo vem primeiro

A dimensão eleitoral domina as bios. “Candidato” aparece em 280 bios (43,6%), “estadual” em 270 (42,1%), “deputado” em 258 (40,2%) e “federal” em 227 (35,4%). Também são frequentes “candidata”, presente em 166 bios (25,9%), “deputada”, em 154 (24,0%), e expressões diretamente voltadas à mobilização eleitoral, como “vote”, em 93 (14,5%).

Bios **280** (43,6%)

usam “**candidato**”

258 (40,2%)

usam “**deputado**”

93 (14,5%)

incluem “**vote**”

Outras credenciais entram em cena

Para além do cargo disputado, as bios recuperam elementos da **trajetória** que ajudam a construir uma apresentação política. Entre as experiências anteriores, “**vereador**” aparece em **56 bios (8,7%)**, “**presidente**” em **43 (6,7%)** e “**militante**” em **18 (2,8%)**.

Formação e profissão também funcionam como credenciais: “**direito**” está presente em **49 bios (7,6%)**, “**estudante**” em **22 (3,4%)**, “**advogado**” em **16 (2,5%)** e “**professora**” em **14 (2,2%)**.

Temas e causas aparecem com menor frequência e atravessam diferentes partidos. **Educação** está presente em **23 bios (3,6%)**, **mulheres** em **21 (3,3%)**, **trabalho** em **18 (2,8%)** e **saúde** em **17 (2,6%)**.

> “Liberdade” tem lado



canassalucaspr ...

Lucas Canassa 30.345

27 posts 1.236 seguidores 834 seguindo

Paranaense e defensor da liberdade!
Candidato a Deputado Estadual

@partidonovo30

📍 canassalucaspr

Entre os termos associados a valores políticos, “liberdade” se destaca pela concentração partidária. A palavra aparece em 15 das 642 bios (2,3%) e, nesse conjunto, todas pertencem a candidaturas de partidos das direitas. São 8 bios do NOVO, 4 do PL, 1 do Missão, 1 do Podemos e 1 do União.

Embora pouco frequente no conjunto das bios, “liberdade” é um dos termos analisados com demarcação partidária mais nítida.

> Família atravessa partidos



diegoquaqua ...

Diego Quaqué

2.890 posts 27,1 mil seguidores 2.043 seguindo

BORA MUDAR O RIO DE JANEIRO 1 3 1 3

• Presidente Estadual do PT - RJ

• Pai 🧑🏻🧑🏻 Vascaíno 🚩 Maricaense

Tenho em mim todos os sonhos do mundo 🌍

🔗 diegoquaqua.app 📍 [diegoquaqua](#)

Referências à família aparecem em diferentes partidos, embora envolvam um número relativamente pequeno de bios. No PL, 14 das 49 bios analisadas (28,6%) apresentam ao menos um termo familiar; no PDT, são 6 de 21 (28,6%). No PSOL, aparecem em 5 de 36 bios (13,9%) e, no PT, em 2 de 40 (5,0%).

Entre os termos, “mãe” aparece em 29 das 642 bios (4,5%), “família” em 23 (3,6%) e “pai” em 20 (3,1%). A presença desses termos em partidos distintos mostra que referências familiares não estão restritas a um único campo político.

> Religião marca diferenças entre os partidos



chiarabiondinit ✓ ...

Chiara Biondini

387 posts 124 mil seguidores 1.792 seguindo

CANDIDATA A DEPUTADA ESTADUAL POR MG, PELAS FAMÍLIAS, PELA IGREJA CATÓLICA, PELOS VALORES, PELA LUTA CONTRA O ABORTO E AS DROGAS. VOTE 22777 e 2277

linktr.ee/deputadachiarabiondini @chiarabiondinit



Seguido(a) por c_henrik10, brasilsemaborto e outras 5 pessoas

As referências religiosas também aparecem em um conjunto relativamente pequeno de perfis, mas apresentam uma concentração partidária mais marcada. No PL, 15 das 49 bios (30,6%) apresentam ao menos uma referência religiosa; no NOVO, são 11 de 53 (20,8%); e, no Missão, 11 de 105 (10,5%). No PSOL, a referência aparece em 1 de 36 bios (2,8%) e, no PT, em 1 de 40 (2,5%).

Considerando os termos separadamente, “Deus” aparece em 23 das 642 bios (3,6%) e “cristão” em 16 (2,5%). A religião, portanto, não é exclusiva das direitas, mas sua mobilização na autoapresentação é bem mais frequente em alguns partidos desse campo.

E a juventude?

Embora todas as candidaturas analisadas sejam jovens, essa condição não é automaticamente transformada em identidade política. A palavra “jovem” aparece em 61 das 642 bios (9,5%) e “juventude” em 43 (6,7%). Quando mobilizada, porém, a juventude assume sentidos bastante diferentes.

> Quatro maneiras de ser “jovem” na bio

1) Juventude como credencial



aamrios ...

Amanda Rios

15 posts 2.931 seguidores 2.969 seguindo

Candidato político

♥ A mais Jovem Candidata da Bahia!

✦ Deputada Estadual | Republicanos

🗳 A voz de uma nova geração!

VOTE 10200

www.amandariosoficial.com.br

“vereador **mais jovem**” “deputada **mais jovem**” “candidato **mais jovem**”

A pouca idade é apresentada como uma conquista em si e como sinal de renovação. Aparece em candidaturas de diferentes partidos e cargos, como Breno Fonseca, Chiara Biondini, Vitor e Vitor Gabriel.

2) Juventude como trajetória política



vinicius.venades ✓ ...

Vinicius Venades Monteiro

826 posts 26,6 mil seguidores 2.423 seguindo

Político

VOTE 13022 para Deputado Estadual!

⚖️ Direito | UFMG

👤 Conselheiro da Juventude BH - MG

✝️ Católico | 🇮🇧 PCD

🔗 queroapoar.com.br/viniciusvenades e mais 1

📧 vinicius.venades

“Presidente da Juventude do PSB MG”

“Presidente do MDB Jovem”

“Conselheiro da Juventude BH”

Aqui, ser jovem não significa ausência de experiência. Ao contrário: as bios apresentam trajetórias já construídas dentro de partidos, conselhos e organizações juvenis. É uma maneira particularmente interessante de combinar juventude e credencial política.

3) Juventude como identidade e representação



caiopetterson_ ...

Caio Petterson. 🧑🏽👉🏽

157 posts 4.896 seguidores 3.113 seguindo

Faz o ©

💡 Publicitário digital

💖🇧🇷 O próximo Dep.Estadual por RR aos 27 anos, 2026 é nosso ano!🇧🇷

histórias reais. 🇧🇷 A voz da JUVENTUDE em RR 🇧🇷

🔗 tiktok.com/@caiopetterson_

“a voz jovem”

“a voz da JUVENTUDE”

“Juventude no poder”

Nesses casos, a candidatura reivindica representar não apenas a si mesma, mas uma geração que deveria ocupar mais espaço na política. Expressões como “jovem na política”, “força jovem” e “política também é lugar da juventude” transformam a idade em identidade coletiva.

4) Juventude como pauta



*“juventude, **educação e cultura**”*

*“defesa da juventude **trabalhadora**”*

*“**oportunidades** para a juventude”*

Aqui ocorre uma mudança importante: juventude deixa de caracterizar prioritariamente quem é o candidato e passa a designar para quem ou sobre o que pretende atuar. Torna-se público, causa ou área de política pública.

Desinformação sobre a pandemia reaparece na pré-campanha

Ao analisarmos os debates nas redes no período pré-campanha, identificamos que seguem circulando publicações com desinformação sobre a pandemia. Após a audiência de Anthony Fauci no Congresso dos Estados Unidos, no final de julho, controvérsias relacionadas à pandemia voltaram a ganhar espaço nas redes brasileiras. A narrativa, amplificada por lideranças bolsonaristas, apresenta a audiência como evidência de que Jair Bolsonaro teria sido injustamente desacreditado durante a pandemia e de que o tempo teria demonstrado que ele “estava certo”.

Essa construção também aparece entre as candidaturas jovens monitoradas. Foram identificadas 21 publicações de 10 candidaturas diretamente relacionadas à retomada dessas controvérsias e às reações que provocaram. No PL, a publicação que [alcança mais de 400 mil interações é de Lucas Pavanato](#) (PL-SP). Nela, o candidato questiona se a Globo pediria desculpas a Bolsonaro e afirma que ele estava certo ao defender o uso da cloroquina e questionar a eficácia das máscaras. De maneira semelhante, [Breno Fonseca \(PL-MG\) publicou](#) que Bolsonaro “sempre esteve certo em diversos pontos sobre a pandemia” e pediu que Globo, esquerda e militantes se desculpassem pelas acusações feitas contra o ex-presidente. O post tem, em 2 de setembro, mais de 116 mil curtidas. Lucas Pavanato também retomou a narrativa no X, dizendo que estaria “provado” que a cloroquina funcionava e que Bolsonaro estava certo sobre a pandemia.

A circulação, porém, não ficou restrita ao PL. [Gilson Machado Filho \(PODE-PE\) afirmou](#) que “o tempo inocentou Jair Bolsonaro” e que tudo o que ele havia dito durante a pandemia estaria correto; a mesma mensagem apareceu em suas publicações no Instagram e no TikTok. No NOVO, [Bia Borba \(NOVO-SC\) publicou](#) “A verdade sobre a Covid-19: até quando vamos fingir que nada aconteceu?”, enquanto [Rafael Feltrin \(PL-SP\), em outro conteúdo analisado, sustentou](#) que “Bolsonaro sempre teve razão”.

Ao mesmo tempo, candidaturas da esquerda reagiram diretamente a essa retomada. [Ana Júlia \(PT-PR\) publicou um vídeo](#) classificando o movimento como uma tentativa de “ressuscitar o negacionismo da pandemia” a partir de distorções sobre o depoimento de Fauci e defendeu vacinas, máscaras e medidas de isolamento. [Pedro Rousseff \(PT-MG\) respondeu à narrativa em diferentes conteúdos](#), inclusive reagindo ao discurso anti-vacina de Eduardo Bolsonaro. Os posts chegaram próximos a 80 mil interações, sendo os de maior destaque do campo da esquerda. Guilherme Cortez (PSOL) [também reagiu ao discurso antivacina](#).

As alegações retomadas nessas publicações contrariam as evidências consolidadas por organismos internacionais de saúde. A Organização Mundial da Saúde (OMS) [mantém a recomendação contrária ao uso da hidroxicloroquina para prevenção ou tratamento da Covid-19](#), com base em ensaios clínicos que não identificaram benefício na redução da mortalidade. As diretrizes da organização também [mantêm o uso de máscaras como medida recomendada em situações de maior risco de transmissão](#). A retomada dessas alegações ocorre em um contexto no qual organizações de saúde continuam alertando para a [circulação de desinformação sobre a pandemia e a vacinação](#).

NOTAS METODOLÓGICAS

Percentuais: Os percentuais apresentados no relatório são arredondados para uma casa decimal. Em análises que envolvem taxas reduzidas, como as taxas de sucesso eleitoral, são mantidas duas casas decimais para permitir maior precisão na comparação. Em razão do arredondamento, a soma dos percentuais apresentados pode não corresponder exatamente a 100%.

Extrações de dados: As análises apresentadas utilizam os dados sobre as candidaturas disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Portal de Dados Abertos. Para a eleição de 2026, foram utilizados os arquivos nacionais de candidaturas e de redes sociais (“BRASIL”), a partir dos quais foram realizados os recortes e tratamentos necessários. A base de redes corresponde à extração realizada em 21 de agosto de 2026. O retrato é baseado em uma nova coleta, feita no dia 3 de setembro, com 12 novos registros jovens que serão incorporados no próximo monitoramento. As contas monitoradas correspondem a candidaturas desse universo, considerando os perfis abertos e que postaram no período coberto pelo boletim. Os dados de monitoramento das redes sociais têm como fonte o **Data Lake DX**.

Ranking de jovens em partidos: As análises por partido consideram os seis partidos com maior número de candidaturas jovens em 2026. PT e MDB apresentam o mesmo número de candidaturas jovens (47). Como critério de desempate, foi considerada a proporção de candidaturas jovens no conjunto de candidaturas ao Legislativo de cada partido, resultando na inclusão do PT no recorte.

Faixa-etária: Para as eleições de 2026, foram incluídas no universo de candidaturas jovens pessoas com idade entre 19 e 29 anos nos registros do TSE. A legislação estabelece idade mínima de 21 anos para os cargos de deputado federal, estadual e distrital, mas, a partir das eleições de 2026, essa condição passa a ser aferida na data da posse presumida, considerada dentro do prazo de até 90 dias após a eleição da Mesa Diretora da respectiva Casa Legislativa. Por essa razão, optou-se por manter na base as candidaturas de

pessoas com 19 e 20 anos registradas pela Justiça Eleitoral, sem antecipar a análise de sua elegibilidade. No caso do teto de 29 anos, mantivemos a aferição na data de posse.

Eixo político: As análises por eixo político consideram as eleições a partir de 2018. Os partidos são agrupados em dois grandes campos a partir da classificação ideológica de [Bolognesi et al.](#): extrema-esquerda, esquerda e centro-esquerda são reunidas em “Esquerda”, enquanto centro-direita, direita e extrema-direita são agregadas em “Direita”. Em análises qualitativas específicas de 2026, utilizamos também a categoria “extrema-direita”, a partir dos tipos de discursos mobilizados, programa e posicionamento político-partidário. Essas categorias são utilizadas apenas quando analiticamente pertinente e não pressupõem homogeneidade ideológica entre os partidos.

Uso de inteligência artificial: Ferramentas de inteligência artificial generativa foram utilizadas como apoio no resumo e geração de gráficos. As análises, no entanto, são geradas a partir de dados previamente tratados e analisados em R e de instruções elaboradas pelas autoras. A IA não foi utilizada para a produção ou validação dos dados e resultados, que foram posteriormente conferidos pela equipe responsável pelo relatório.

EXPEDIENTE

Monitor Jovem DX: A disputa pelo legislativo

#02 A disputa pelo legislativo nas redes sociais (16 a 30 de agosto)

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:

BESEN, Beatriz; BERNARDI, Ana Julia Bonzanini; LOPES, Aline; ALVES, Marcelo; SANTOS, João Guilherme B.. Relatório Monitor Jovem DX: A disputa pelo Legislativo – #01 Retrato das candidaturas jovens em 2026 e histórico (18/08/2026). Instituto Democracia em Xequê, 2026. Disponível em: <<https://institutodx.org/monitor-jovem/relatorio2/>>

EQUIPE DO RELATÓRIO:

Coordenação geral: Beatriz Besen

Coordenação institucional: Ana Julia Bonzanini Bernardi

Pesquisa: Aline Lopes

Metodologia e dados: Marcelo Alves e João Guilherme Bastos dos Santos

Projeto gráfico e diagramação: Moara Juliana, Júlia Brancaglione Cristofi e Fernanda Giulietti