

Hubs regionais



Relatório #08

07 de outubro de 2026

Apoio:

 **HEINRICH BÖLL STIFTUNG**
25 ANOS no BRASIL

Expediente

Hubs Regionais nº 08

07 de outubro de 2026

Como citar este documento: HUBS REGIONAIS 2026. Hubs Regionais nº 08. Brasil: Rede Hubs Regionais 2026. Coordenação: Instituto Democracia em Xequê e PUC-Rio; parceria: CID/UFBA, Observa/UFABC, Midiaticus/UFMT e NUPESAL/UFRGS, 2026.

Instituições coordenadoras

COORDENAÇÃO GERAL

- Instituto Democracia em Xequê
- ICT Democracia em Xequê – PUC-Rio

REDE HUBS REGIONAIS 2026

Hub Norte-Nordeste:

- Comunicação, Internet e Democracia (CID/UFBA)

Hub Sudeste:

- Observatório de Conflitos na Internet (OBSERVA/UFABC)

Hub Rio de Janeiro:

- Núcleo de Tecnologia do Departamento de Comunicação (NuTec/PUC-Rio)

Hub Centro-Oeste:

- Grupo de Pesquisa em Mídia, Política e Democracia (Midiaticus/UFMT)

Hub Sul:

- Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina (NUPESAL/UFRGS)



2026



COM
Departamento
de Comunicação

Equipe central do projeto

Tatiana Dourado
Coordenação Geral

Fabiano Garrido
Coordenação Institucional

Marcelo Alves
Coordenação de
Metodologia e Dados

Paulo Roberto Souza
Coordenação de Parcerias

Sabrina Almeida
Pesquisa

Moara Juliana
Coordenação de
Comunicação

Patrícia Hernandez
Coordenação de
Operações/Finanças

Índira Bastidas
Estratégia de Comunicação

**Júlia Brancaglione
Cristofi**
Design e Projeto Gráfico

Julia Garim
Gestão de Pessoas

Grupos de pesquisa parceiros



João Senna
Franciele Gabriela Wenzel
(CID/UFBA)

Arthur Ituassu
Caroline Pecoraro
Luiz Léo
Lorrana Melo
(NuTec/PUC-Rio)

Cláudio Penteado
Maria Eduarda Carita
Lucas da Silva
(Observatório de Conflitos na Internet/UFABC)

Bruno Araújo
Thiago Crepaldi
(Midiaticus/UFMT)

Jennifer de Moraes
Patrícia Rocha
(NUPESAL/UFRGS)

PIBICS e assistentes
Helena Curvello
Yasmin Bruzzi
Mariana Rodrigues

Pedro Guedes
Marcelle Macedo
Matheus Fagundes

Este relatório está licenciado sob a Licença Creative Commons. Atribuição-Compartilhado 4.0 Internacional. (CC BY-SA 4.0). É permitido copiar, distribuir, remixar, adaptar e criar obras derivadas, inclusive para fins comerciais, desde que seja atribuído o devido crédito aos autores e que as novas criações sejam licenciadas sob os mesmos termos. TEXTO DA LICENÇA: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Apoio:



Um país, quatro hubs.

Os Hubs Regionais organizam o monitoramento das eleições de 2026 por meio de uma rede nacional de grupos de pesquisa distribuídos pelo país. Cada hub acompanha as principais candidaturas aos governos estaduais e ao Senado Federal em sua área de atuação, produzindo análises quantitativas e qualitativas que, integradas, oferecem um panorama nacional regionalizado do processo eleitoral.





O que são os Hubs Regionais?

Projeto de pesquisa e extensão desenvolvido em rede, que reúne grupos de pesquisa parceiros sediados em diferentes regiões do Brasil. Criado em 2024, teve sua primeira edição voltada ao monitoramento das eleições municipais. Em 2026, amplia seu escopo para acompanhar as disputas pelos governos estaduais e pelo Senado Federal.

O projeto Hubs Regionais 2026 irá mapear, analisar e monitorar os fluxos informacionais relacionados às eleições para os governos estaduais e o Senado Federal nas diferentes regiões do Brasil. O objetivo é identificar padrões e tendências regionais nas dinâmicas de uso das mídias sociais tendo como caso o Instagram, por candidaturas e grupos políticos, considerando a produção, circulação, amplificação e apropriação de conteúdos eleitorais.

A pesquisa acompanha as principais candidaturas aos governos estaduais e ao Senado Federal em cada região do país, analisando sua atuação no Instagram. O estudo seriado apresenta evidências comparativas de atividade e engajamento, sínteses dos temas predominantes e análises de ocorrências relevantes relacionadas à circulação de conteúdos enganosos, práticas de manipulação informacional e outros fenômenos que possam afetar o debate público e a integridade eleitoral, quando observados.

O projeto acompanha ainda fenômenos relevantes para a integridade do ambiente informacional durante o período eleitoral. Sempre que identificadas, serão destacadas evidências de estratégias de manipulação da informação, campanhas coordenadas de influência, uso de conteúdos sintéticos e outros conteúdos com potencial impacto sobre o debate público e o processo eleitoral.

A iniciativa é coordenada pelo Instituto Democracia em Xequê, em cooperação com a PUC-Rio, e desenvolvida em parceria com o CID/UFBA, o Observa/UFABC, o Midiaticus/UFMT e o NUPESAL/UFRGS.

ÍNDICE

<u>Comparação entre os Hubs</u>	05
<u>Destaques do último período</u>	07
<u>De olho nisso!</u>	11
<u>Tendências e alertas</u>	12
 <u>Panorama Geral dos Hubs</u>	 13
<u>Hub Norte e Nordeste</u>	13
Senado	13
Governo Estadual	17
 <u>Hub Centro-Oeste</u>	 20
Senado	20
Governo Estadual	25
 <u>Hub Sudeste</u>	 29
Senado	29
Governo Estadual	37
 <u>Hub Sul</u>	 43
Senado	43
Governo Estadual	51
 <u>Notas metodológicas</u>	 55

Comparação entre os Hubs



- **Interações, collabs e voto em bloco em muitos casos não se converteram em voto:** Parte dos perfis mais engajados não se elegeram: em Minas, as duas candidaturas ao Senado que somaram cerca de 68% das interações do cargo ficaram de fora; em Goiás, a promessa dos "dois senadores" elegeu apenas um. No campo progressista, voto em bloco e collabs também não se converteram; Benedita da Silva, Marina Silva, Simone Tebet, Gleisi Hoffmann e Manuela D'Ávila que em alguns momentos da disputa lideraram o engajamento da corrida no Sudeste e no Sul também não foram eleitas.
- **O Senado concentrou o engajamento muito acima do governo estadual:** Mesmo onde a disputa pelo governo foi acirrada, o Senado dominou engajamento e alcance, em Goiás concentrou quase 90% do engajamento, ainda que puxado quase em totalidade por uma única candidatura; no Distrito Federal candidaturas ao Senado concentraram mais de 80% das interações. O padrão reforça o que já indicava os levantamentos anteriores, sendo os candidatos ao Senado e a nacionalização das pautas as campanhas mais eficientes na arena digital no primeiro ciclo da eleição.
- **Campanha negativa e críticas ao Judiciário seguiram como o principal motor de interações:** Ataques aos adversários lideraram o engajamento no Sul e no Centro-Oeste. Críticas ao Judiciário também foram incorporadas de forma mais difusa nos campos políticos, com acusações de interferência na disputa. Com destaque para o caso envolvendo a disputa ao governo do Estado do Rio de Janeiro e do Ceará.
- **Com a apuração, a disputa se deslocou para o segundo turno presidencial:** Encerrada a votação, as candidaturas converteram o resultado em mobilização para o segundo turno. No campo progressista, a baixa no comparecimento e incentivos à mobilização "vira voto" entraram para sustentar o engajamento no ciclo seguinte, encabeçadas por perfis relevantes como Benedita da Silva, Gleisi Hoffmann e Manuela D'Ávila. No campo da oposição o apoio à Flávio no segundo turno aparece vinculado ao [enfrentamento ao Judiciário](#).

Tabela • Senado | Engajamento e desempenho digital

Estado	Candidaturas	Publicações	Interações totais
Pará	6	247	793.025
Ceará	5	162	744.246
Pernambuco	6	412	1.933.111
Goiás	9	270	2.973.547
Distrito Federal	10	298	2.442.344
Mato Grosso	10	410	276.778
Mato Grosso do Sul	8	139	165.663
Rio de Janeiro	13	466	2.846.220
São Paulo	13	302	6.928.100
Minas Gerais	13	457	3.437.389
Paraná	9	486	7.222.042
Santa Catarina	10	281	2.766.596
Rio Grande do Sul	10	379	2.826.147
Total:	122	4.309	35.355.208

Período da coleta de dados: 30/09 a 05/10 de 2026 | Fonte: Datalake DX

Tabela • Governo | Engajamento e desempenho digital

Estado	Candidaturas	Publicações	Interações totais
Pará	3	270	1.567.894
Ceará	3	244	2.013.185
Pernambuco	3	291	5.656.926
Distrito Federal	10	313	541.586
Goiás	4	231	336.133
Mato Grosso	6	199	141.738
Mato Grosso do Sul	5	149	125.746
Rio de Janeiro	10	329	1.781.211
São Paulo	6	171	8.593.991
Minas Gerais	10	335	3.086.375
Paraná	8	333	2.034.951
Santa Catarina	8	101	856.043
Rio Grande do Sul	6	243	665.473
Total:	82	3.209	27.401.252

Período da coleta de dados: 30/09 a 05/10 de 2026 | Fonte: Datalake DX

Destaques do último período



Hub Norte e Nordeste

- **Candidatos ao governo concentram 72% das interações no período.** Das 12.708.387 interações nas 1.626 postagens coletadas dentre as 26 contas acompanhadas, 9.238.005 foram angariadas pelos candidatos aos governos estaduais, um crescimento de 11% apesar do período acompanhado ser bem menor. Já na disputa pelo senado as interações caíram 52% para 3.470.382, algo comparável com a diminuição do período de monitoramento. Houve um claro acirramento das campanhas estaduais tendo em vista que todas as três acompanhadas se encerraram no primeiro turno e com margens apertadas de 1,2 a 3,5%.
- **Candidatos a senadores funcionam mais como cabos eleitorais do que candidatos.** Em todos os estados, para além dos pedidos de votos e comemorações ou agradecimentos pelos votos recebidos após a eleição, uma constante na campanha foi o apoio direto à chapa para governo estadual e presidência. Isso se potencializou no final da campanha, trazendo além de ataques aos candidatos a governador adversários, maiores tentativas de nacionalização da campanha do que vista nas campanhas para governadores.
- **A reta final da campanha para governadores aumenta ataques e acusações.** Nos três estados acompanhados até aqui, para além dos atos de campanha, as postagens sobre propostas eram sempre maioria nos destaques. Apenas o Ceará teve uma campanha mais combativa e negativa dentro do Hub Norte e Nordeste, com constantes acusações, denúncias e correções realizadas pelos três candidatos acompanhados. Nessa reta final esse padrão se modificou, com todas as campanhas mirando pontos fracos dos adversários e falando diretamente sobre eles. Muitas dessas postagens vieram de cortes dos debates com os candidatos. O tom reflete as campanhas bastante acirradas e com pequenas vantagens que podiam ser decididas no primeiro turno.



Hub Centro-Oeste

- **Candidatos ao governo publicam mais por candidatura, mas geram cerca de quatro vezes menos interações por publicação que os do Senado.** No total, o levantamento monitorou 62 candidaturas no Centro-Oeste neste recorte, somando 2.009 publicações e 7.003.535 interações. O Senado concentrou 83,6% de todo esse engajamento (5.858.332 interações) contra 16,4% do Governo (1.145.203 interações), mesmo com o período coincidindo com o dia da eleição e a divulgação dos primeiros resultados, que poderia ter equilibrado as duas disputas. Essa diferença não vem de menos esforço de publicação por parte dos candidatos ao Governo: eles produziram, em média, mais postagens por

candidatura (35,7) do que os candidatos ao Senado (30,2). O que explica o descompasso é o retorno por publicação – uma publicação ao Senado rendeu, em média, 5.245 interações, contra 1.284 de uma publicação ao Governo, uma razão de pouco mais de 4 para 1. Ou seja: os candidatos ao Governo publicaram mais, mas com muito menos repercussão por publicação. A desigualdade entre as duas disputas, porém, não foi uniforme entre os quatro estados. Em Goiás, o Senado respondeu por 89,8% do engajamento estadual (2.973.547 contra 336.133 do Governo), uma razão de quase 9 para 1, puxada pela campanha de Gustavo Gayer. No Distrito Federal, a proporção foi de 81,9% para o Senado (2.442.344 contra 541.586), uma razão de 4,5 para 1 – menor que em Goiás, mas ainda assim favorecendo claramente o Senado, mesmo com toda a disputa acirrada pelo Governo distrital, que foi decidida por menos de um ponto percentual da maioria absoluta. Em Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, a disputa pelo Executivo estadual voltou a competir de perto com o Senado pela atenção do eleitor nas redes sociais. Em MT, o Senado teve 66,1% das interações (276.778 contra 141.738 do Governo). Em MS, a diferença quase desaparece: 56,9% para o Senado (165.663) contra 43,1% para o Governo (125.746), a disputa mais equilibrada entre as duas corridas em todo o levantamento – resultado, em parte, da intensidade do embate entre Riedel e Catan. Quanto maior e mais nacionalizada a candidatura ao Senado de um estado (Gayer em GO, a chapa Michelle Bolsonaro–Bia Kicis no DF), maior a distância em relação ao Governo local; nos dois estados onde a disputa ao Senado foi mais pulverizada (MT e MS), o Governo conseguiu se aproximar em atenção digital.

- **Celina Leão lidera engajamento e votação, mas fica a 0,07 ponto percentual de vencer já no primeiro turno.** A governadora do DF foi a candidata ao Governo mais engajada de todo o Centro-Oeste no período (227.870 interações) e também a mais votada, com 825.530 votos (49,93%). Vai ao segundo turno contra Leandro Grass (PT), que teve 569.930 votos (34,47%).



Hub Sudeste

- Na disputa pelo Senado no **Rio de Janeiro**, a reta final foi marcada por publicações com nacionalização do debate, pela associação das candidaturas a lideranças presidenciais e pelo confronto político. Benedita da Silva (PT) concentrou boa parte das publicações de maior engajamento, enquanto Carlos Portinho (PL) e Carlos Jordy (PL) reforçaram a proximidade com Flávio Bolsonaro e as críticas ao Judiciário. Após a apuração, o foco rapidamente se deslocou para o segundo turno, com os candidatos convocando suas bases à continuidade da mobilização. No Governo do Estado, o confronto entre Eduardo Paes (PSD) e Douglas Ruas (PL) esteve no centro, com ataques sobre gestão, alianças políticas e trajetória dos adversários, além da judicialização da candidatura de Anthony Garotinho. A segurança pública permaneceu como tema recorrente e Ruas reforçou sua associação com Flávio Bolsonaro e a identidade bolsonarista. Encerrada a apuração, Ruas e aliados celebraram o resultado, enquanto Paes intensificou os ataques ao adversário e incorporou a desistência de Garotinho do recurso ao TSE à narrativa de uma suposta

articulação política para interferir no processo eleitoral. Essas publicações de Paes registraram expressivo engajamento e ocupam o topo do ranking do estado.

- **Na disputa pelo Governo de Minas Gerais**, a reta final foi marcada pela nacionalização do debate e pela concentração do engajamento em poucos perfis. Cleitinho Azevedo venceu no primeiro turno e somou 63% das interações do cargo com apenas 17 publicações. Só os dois posts de vitória reuniram 1,27 milhão de interações, ancorados na fé e no discurso de uma campanha sem dinheiro público. Patrus Ananias (PT) ficou com 25,7% das interações, puxadas quase sempre pelas colaborações com Lula. Flávio Roscoe (PL) apostou até o fim no apoio de Flávio Bolsonaro e Nikolas Ferreira e num segundo turno que não aconteceu. Encerrada a apuração, os derrotados reconheceram o resultado em tom conciliatório e religioso. [Alexandre Kalil pediu a Deus sabedoria para Cleitinho cuidar do povo mineiro](#). Ben Mendes tratou os mais de 80 mil votos como vitória e [voltou a acusar emissoras e concorrentes de silenciarem sua campanha](#). [Roscoe deixou a campanha de lado e retomou a agenda como presidente da FIEMG](#). Com o pico de engajamento da vitória, o governo (3,09 milhões de interações) praticamente se igualou ao Senado (3,44 milhões), que no período anterior havia registrado três vezes mais interações. **Na disputa pelo Senado em Minas Gerais**, a reta final foi marcada pela organização do voto duplo em chapas alinhadas aos presidenciáveis e pelos ataques ao STF, mas o engajamento digital não se converteu em votos. Marco Antonio (Novo) e Carlos Viana (PSD) concentraram juntos 67,7% das interações do cargo, e nenhum dos dois foi eleito. As vagas ficaram com Marília Campos (PT), eleita com 3,9 milhões de votos e apenas 7,2% das interações, e com Domingos Sávio (PL), que somou 2,5%. Na esquerda, Marília e Áurea Carolina (PSOL) dependeram das colaborações com Lula para ampliar a visibilidade. Encerrada a apuração, Sávio apareceu ao lado do governador eleito Cleitinho Azevedo, comemorou a maior bancada da direita no Senado, [afirmou que Alexandre de Moraes não é intocável e declarou apoio a Flávio Bolsonaro no segundo turno](#). Derrotado, [Marco Antonio \(Superman\) prometeu seguir enfrentando o centrão e a extrema esquerda](#) e manter a luta contra Moraes e pela libertação dos presos do 8 de janeiro. Aécio Neves (PSDB) e Marcelo Aro (PP) agradeceram sem declarar apoio a presidenciáveis: [Aécio disse acreditar no fim da polarização extrema](#), e [Aro dedicou os mais de 2 milhões de votos à vontade de Deus](#). Em relação ao desempenho nas redes, o candidato ao governo o líder de engajamento venceu no primeiro turno, já no Senado, os mais engajados ficaram de fora.
- **Na disputa pelo Governo de São Paulo**, a reta final foi marcada pela nacionalização da campanha de Fernando Haddad e pela tentativa de Tarcísio de transformar os resultados de sua gestão em argumento de continuidade. Mesmo com apenas 171 publicações, as seis candidaturas paulistas somaram 8,59 milhões de interações, o maior volume entre os estados do Sudeste e mais de 63% das interações do cargo na região. Haddad concentrou 4,83 milhões de interações, cerca de 56% do total paulista, enquanto Tarcísio reuniu 3,72 milhões, aproximadamente 43%; juntos, os dois responderam por mais de 99% do engajamento do estado. Haddad encerrou a campanha fortemente associado a Lula, utilizando caminhadas, multidões, referências à trajetória do presidente e conteúdos colaborativos para apresentar as candidaturas como parte de um projeto político conjunto. Tarcísio, por sua vez, contrapôs sua administração a Haddad por meio de resultados na saúde, educação e economia. Encerrada a apuração, Tarcísio apresentou sua reeleição

como reconhecimento do trabalho realizado e incorporou as vitórias de André do Prado e Guilherme Derrite ao Senado ao argumento de fortalecimento do “Time São Paulo”. **Na disputa pelo Senado em São Paulo**, a reta final foi marcada pela organização do voto combinado em chapas vinculadas às disputas estadual e presidencial. Marina Silva liderou o engajamento paulista no período, com 2,28 milhões de interações, praticamente empatada com Guilherme Derrite, que reuniu 2,27 milhões; Simone Tebet somou 1,41 milhão e André do Prado, 774 mil. Na direita, Derrite e André foram apresentados ao lado de Tarcísio e Flávio Bolsonaro como integrantes de uma mesma composição, com pedidos explícitos de voto conjunto. Marina e Simone também buscaram organizar o voto em bloco com Lula e Haddad, recorrendo a atos conjuntos e conteúdos colaborativos. Após a apuração, os eleitos celebraram o resultado como vitória coletiva do grupo ligado a Tarcísio, e Derrite utilizou sua votação para reafirmar o endurecimento das leis e o combate à impunidade. Simone Tebet, por sua vez, reconheceu o resultado e deslocou sua mobilização para o segundo turno presidencial.



Hub Sul

- O quantitativo das publicações e os resultados do primeiro turno.** Quantitativamente, neste período de vésperas de primeiro turno, dia da votação e um dia após, a base do Hub Sul reuniu 1.799 registros de publicações de 51 perfis e 16.371.252 interações. O Senado, como nos relatórios anteriores, respondeu por 1.146 publicações e 12.814.785 interações, concentrando 78,3% do engajamento do período. Enquanto as candidaturas aos governos estaduais somaram 677 publicações e 3.556.467 interações. O Paraná concentrou 56,5% das interações do Hub, seguido por Santa Catarina com 22,1% e Rio Grande do Sul com 21,3%. O dia 4 de outubro reuniu apenas 145 registros, representando apenas 8,1% das publicações, mas concentrou 4.714.130 interações, o que representa 28,8% do total de interações. Esta concentração nos mostra a transformação da reta final em um ciclo de mobilização, controvérsia jurídica, pedidos diretos de voto e reação aos resultados do primeiro turno. Em relação aos resultados nas urnas, nos três estados do Sul o futuro governador foi eleito no primeiro turno, com 50,1% Sérgio Moro pelo Paraná (PL), com 69,98% Jorginho Mello por Santa Catarina (PL) e com 58,05% Zucco pelo Rio Grande do Sul (PL). Para o Senado os eleitos foram Filipe Barros (PL-PR), Deltan Dallagnol (Novo-PR), Carol de Toni (PL-SC), Carlos Bolsonaro (PL-SC), Ubiratan Sanderson (PL-RS) e Marcel Van Hattem (Novo-RS).
- Judicialização da campanha.** No Paraná percebemos que as postagens giraram em torno da judicialização da campanha. A situação jurídica da candidatura ao Senado de Deltan Dallagnol passou a dominar parte significativa da comunicação da direita no estado e extrapolou a própria disputa ao Senado. A narrativa do candidato foi construída em torno da ideia de perseguição política e interferência de Brasília, nas palavras dele, e do sistema judicial. E Sergio Moro incorporou para sua campanha ao governo do Estado a defesa de Deltan em elemento de mobilização contra o STF, o TSE e o PT.

- **Voto em bloco.** Em Santa Catarina ficou mais evidente o voto em bloco. Pois os candidatos ao Senado Caroline de Toni e Carlos Bolsonaro, junto ao candidato à reeleição para o governo do Estado Jorginho Mello foram apresentados de maneira recorrente como integrantes do mesmo projeto estadual e nacional, articulando com a candidatura presidencial de Flávio Bolsonaro. No Rio Grande do Sul, também destacamos este voto em bloco, pois o candidato ao Senado Marcel van Hattem anunciou publicamente a mudança de seu voto presidencial para Flávio Bolsonaro e passou a apresentar sua candidatura ao Senado conjuntamente com o candidato ao Senado Sanderson, o candidato ao governo do Estado Zucco e o presidenciável Flávio Bolsonaro.



De olho nisso!



Na reta final, campanhas passaram a converter ataques e desinformação em peças de campanha

A campanha de Juliana Brizola, que afirmou ter sido alvo de uma ação coordenada de desinformação às vésperas do pleito, citando pesquisas adulteradas, ligações automáticas e material anônimo (1, 2), transformou a integridade informacional em bandeira eleitoral. Em Santa Catarina, Carlos Bolsonaro proferiu acusações de fake news da oposição e tentativas em que “o sistema insiste em fazer” para interferir no pleito.



Judicialização organiza o voto

No Paraná, o candidato ao Senado Deltan Dallagnol passou a apresentar sua disputa como um conflito entre o eleitor paranaense e estruturas nacionais de poder, utilizando expressões como “o sistema”, “os poderosos de Brasília” e “perseguição”. A publicação que reproduziu o parecer favorável da Procuradoria-Geral Eleitoral funcionou como argumento de legitimação da sua candidatura. O candidato ao governo do Estado Sergio Moro ampliou esse enquadramento e inseriu o caso diretamente na eleição estadual, afirmando que a decisão contra Deltan seria “ilegal” e “arbitrária”, convocando o eleitor a votar “contra esse sistema”. O episódio mostra como críticas às instituições funcionaram como mecanismo de nacionalização e mobilização eleitoral, integrando o regional à esfera nacional.



Decisões judiciais como “interferência” no pleito

A publicação de maior alcance entre os candidatos ao Senado no Centro-Oeste no período não tratou de propostas, mas de uma manifestação de Michelle Bolsonaro (PL) em solidariedade a Deltan Dallagnol após o TSE barrar sua candidatura, classificada por ela como “perseguição”. No Rio de Janeiro, Eduardo Paes tratou a desistência de Garotinho e o recurso ao TSE como parte de uma suposta articulação política para interferir no processo eleitoral. Publicações de Paes sobre o assunto ocuparam o topo de engajamento do estado.

Tendências e alertas

Campanha negativa como tônica que encerra o primeiro ciclo e segue para o segundo

Na reta final, as campanhas apostaram em ataques aos adversários, muitas vezes a partir de cortes de debate, num tom acirrado próprio de disputas decididas por margem estreita. O confronto se mostrou eficiente como motor de engajamento ao longo do acompanhamento do primeiro ciclo, e a disputa presidencial, que também trata de uma corrida apertada, pode mobilizar a mesma lógica de visibilidade.

O Senado passa a ser representado como arena de disputa institucional

Após o resultado, e mesmo durante a disputa eleitoral, discursos de que a eleição para o Senado poderia “equilibrar” ou “confrontar” o STF se intensificam e ampliam espaço na institucionalidade. A vitória massiva de atores que defendem essa linha, com destaque para o Sul do país, onde todos os candidatos ao Senado foram eleitos Deltan, Filipe Barros, Caroline De Toni, Carlos Bolsonaro, Marcel van Hattem e Sanderson coadunam para enfatizar a nova correlação de forças no Congresso frente ao Supremo.

A oposição pode reativar o questionamento ao processo eleitoral e as pautas morais e religiosas

Críticas ao Judiciário seguiram rendendo picos de engajamento e tendem a ganhar força em circunstâncias de derrota, como se observa na eleição do Rio de Janeiro. Por outro lado, a mobilização dos valores morais e religiosos, às vezes associadas aos próprios ministros como observado em levantamentos anteriores, também pode ser acionada no segundo turno.

PANORAMA GERAL dos Hubs



Hub Norte e Nordeste

Senado



Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Senado

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
PA	6	247	793.025
CE	5	162	744.246
PE	6	412	1.933.111
Total	17	821	3.470.382

Foram analisadas 17 candidaturas ao Senado nos estados do Pará, Ceará e Pernambuco, totalizando 821 publicações e 3.470.382 interações totais (diminuição de 52% em relação ao período anterior). Pernambuco concentrou o maior volume de publicações (412) e interações (1.933.111), destacando-se novamente como o estado de maior volume de publicações e interações. O Pará, em segundo lugar, registrou 247 publicações, e alcançou 793.025 interações totais. O Ceará reuniu apenas 162 postagens, mas com alcance de 744.246 interações totais.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas ao Senado

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
PE	Humberto Costa (PT)	68	944.065	https://www.instagram.com/p/DeB53gFxfyZ
PA	Helder Barbalho (MDB)	51	329.310	https://www.instagram.com/p/Dd_1gCwxSs7
PE	Túlio Gadelha (REDE)	67	321.493	https://www.instagram.com/p/DeFQ4N0GYqE
PE	Marília Arraes (PDT)	71	289.352	https://www.instagram.com/p/Dd-DISutkCf
CE	Pr Alcides Fernandes (PL)	25	284.384	https://www.instagram.com/p/DeCVN0PB6vj
CE	Capitão Wagner (UNIÃO)	32	211.920	https://www.instagram.com/p/DeCVN0PB6vj
PA	Delegado Éder Mauro (PL)	45	201.513	https://www.instagram.com/p/DeAlaTzGk9-
PE	Mendonça Filho (PL)	69	193.861	https://www.instagram.com/p/Dd6o_b6RcJR
PE	Eduardo da Fonte (PP)	117	156.285	https://www.instagram.com/p/DeFhGZvldPx
CE	Luizianne Lins (REDE)	48	136.503	https://www.instagram.com/p/DeF1UsBRFO5
PA	Chicão Melo (UNIÃO)	56	114.705	https://www.instagram.com/p/DeGFxV7xCzZ
CE	Cid Gomes (PSB)	31	109.251	https://www.instagram.com/p/DeDA35bBoeP
PA	Celso Sabino (PDT)	46	90.913	https://www.instagram.com/p/Dd9KsrZpkiD
PA	Zequinha Marinho (PODEMOS)	29	45.819	https://www.instagram.com/p/DeABfh-tIGk
PE	Carlos Sant'Anna (Novo)	20	28.055	https://www.instagram.com/p/Dd6NPhnRBmu
PA	Gizelle Freitas (PSOL)	20	9.765	https://www.instagram.com/p/DeFMW9-JYhl
CE	General Theofilo (NOVO)	26	2.088	https://www.instagram.com/p/DeDZ4K6MUNN

Destacam-se entre as publicações de maior alcance (acima de 200 mil interações totais), três em Pernambuco, com Humberto Costa (PT), Túlio Gadelha (REDE) e Marília Arraes (PDT); duas no Pará, com Helder Barbalho (MDB) e Delegado Éder Mauro (PL); e duas no Ceará com Pr. Alcides Fernandes (PL) e Capitão Wagner (UNIÃO).

Entre os conteúdos de maior destaque por candidato, aparecem chamadas de ação como "o povo brasileiro vai derrotar a família Bolsonaro mais uma vez" (Humberto Costa (PT), "Chegou a hora de transformar a esperança em vitória!" (Pr. Alcides Fernandes (PL) e Capitão Wagner (UNIÃO), "É amanhã, tropa! 🇧🇷 Poucas horas para você ir às urnas." (General Theophilo (NOVO)), além de agradecimentos por candidaturas eleitas, em publicações após resultado (Helder Barbalho (MDB) e Luizianne Lins (REDE)). De acusações ou enfrentamento direto a outras candidaturas, temos Helder Barbalho em tom alarmista falando sobre a suposta indicação ao cargo de secretário de segurança na cidade de Ananindeua. Em um dos trechos do vídeo, o candidato questiona: "A prefeitura de Ananindeua colocando gente que tem miliciano próximo pra ser secretário de segurança? O Pará não pode tolerar isso". Outro vídeo repercutiu em colaboração entre as contas de Pr. Alcides Fernandes (PL) e Capitão Wagner (UNIÃO), mostram Ciro Gomes, candidato a governador no estado do Ceará, acusando a oposição de uma tentativa de golpe e boicote contra a sua candidatura. Segundo Ciro, "a tentativa de golpe tem contado até com o apoio de certos setores da Justiça", e cita Dias Toffoli como o responsável por permitir que o adversário Elmano (PT) continuasse com campanha nas emissoras após o encerramento do horário eleitoral.

Narrativas por estado

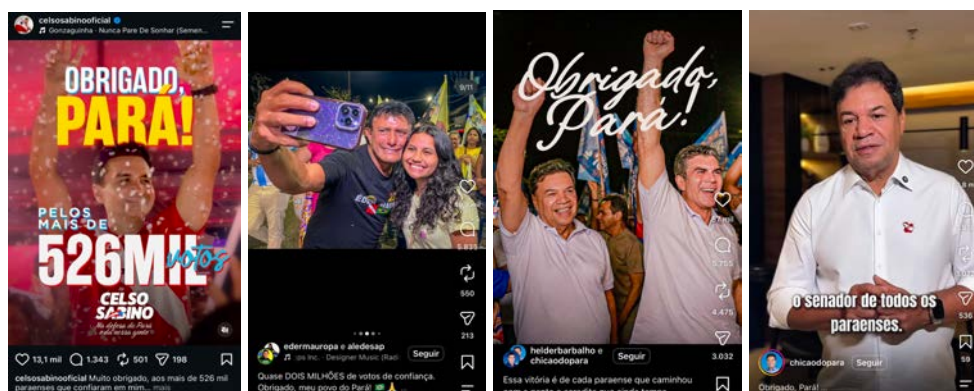


Pará

Encerramento de campanha e agradecimentos

• Candidatos celebram resultados das eleições e agradecem votos

Entre as publicações de maior alcance, os chamamentos para a reta final e os agradecimentos de campanha dominaram entre os assuntos pós resultado. [Helder Barbalho e Chicão](#), eleitos, compartilharam uma publicação em colaboração entre os perfis. [Eder Mauro agradece](#) os "quase dois milhões de votos" em uma publicação em carrossel em que aparece cumprimentando e abraçando o povo. [Celso Sabino também](#) agradece os votos e segue no apoio a Lula.



Campanha negativa e denúncias contra adversários

• Enfrentamento direto na reta final

A reta final da campanha no Pará também foi marcada pelos ataques e acusações contra adversários. Eder Mauro possui o maior número de vídeos com esse teor acusatório. Em um dos vídeos, o candidato do PL fala sobre a nomeação de Valber Luiz Barbosa como Diretor de Unidade Prisional, acusado de envolvimento com o Comando Vermelho e de responsabilidade pela chegada da "taxa do crime" no estado. Segundo Eder Mauro, Valber seria um ["faccionado, empregado pelo Barbalho e pago pelo povo paraense"](#). Em outro vídeo, ele acusa Hana Ghassan de divulgar material de campanha [vinculando-se a Flávio Bolsonaro](#).

Eleito com 26,1% dos votos, Helder Barbalho (MDB) é o responsável pelo [conteúdo de maior alcance da coleta](#) entre a disputa para o Senado, com 41.385 interações totais. No vídeo, ele aparece em tom alarmista falando sobre a nomeação do Secretário de Segurança de Ananindeua, que, segundo Barbalho, teria passado como detento e pessoas próximas ligadas à milícia. O vídeo de Eder Mauro foi publicado um dia após a denúncia do candidato eleito do MDB.



Ceará

Encerramento de campanha e agradecimentos

• Chamadas de ação antes da votação, convocações e agradecimentos

Nas candidaturas de Pr. Alcides Fernandes e Capitão Wagner, a mobilização aparece fortemente vinculada à candidatura de Ciro Gomes. O conteúdo compartilhado pelos dois, ["Chegou a hora de transformar a esperança em vitória!"](#), é o exemplo de maior alcance desse eixo. O texto convoca o eleitor a "ocupar as ruas", compartilhar a mensagem e mobilizar familiares e amigos, encerrando com "TODO MUNDO TÁ COM CIRO 45". Um vídeo de Pr. Alcides Fernandes convoca para uma ["Oração pelo nosso estado"](#), e foi o quinto com maior número de interações totais entre todos os candidatos ao Senado.

Já no campo de Cid Gomes e Luizianne Lins, a mobilização final está diretamente organizada em torno do "time" formado por Lula, Elmano, Cid e Luizianne. A mobilização também é registrada no

pós primeiro turno, quando os conteúdos passam da convocação para o agradecimento. Cid registra 21.712 interações no [agradecimento pela reeleição](#), enquanto Luizianne alcança 27.747 em sua publicação ["ELEITA SENADORA DO POVO DO CEARÁ!"](#), agradecendo pelos votos e pela confiança.



Campanha negativa e denúncias contra adversários

• Enfrentamento direto na reta final

Os conteúdos de denúncias ou enfrentamento direto a adversários aparecem em maior número na campanha de Pr. Alcides, onde as acusações organizam em torno de quatro temas: [ausência ou fuga de debates](#), suspeitas envolvendo adversários e emendas parlamentares, [crítica à gestão pública e denúncia](#) do "sistema" político caracterizado pelo governo atual. Nos conteúdos do candidato Capitão Wagner essa tática também aparece em vídeos com chamadas como ["SISTEMA SUJO E CRUEL!"](#), com 13.017 interações, e outros que associam a conjuntura à ["corrupção"](#) e à ["impunidade"](#). No campo adversário, Luizianne Lins é menos centrada em denúncias específicas contra um candidato e mais em uma oposição ideológica nacionalizada. O exemplo mais claro é ["NO CEARÁ, BOLSONARISMO NÃO SE CRIA!"](#), com 6.891 interações.





Pernambuco

Chamadas de ação na reta final da campanha

- Nacionalização das pautas ganha destaque entre os conteúdos com maior alcance

Na disputa em Pernambuco, os [conteúdos de apelo nacional](#), conectando a campanha regional ao "time de Lula" estão entre os materiais de maior alcance na coleta. Trechos de [Lula participando do Flow Podcast](#), [card com chamada de ação contra o bolsonarismo](#), outros conteúdos [mostrando promessas de governo](#) cumpridas e novas propostas. No outro campo, Mendonça Filho compartilha vídeos em apoio aos candidatos do PL, como no conteúdo em que [Jair Bolsonaro aparece falando sobre as vagas para o Senado](#) e pedindo voto para a sigla.



Governo-Estadual



Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Governo Estadual

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
PA	3	270	1.567.894
CE	3	244	2.013.185
PE	3	291	5.656.926
Total	9	805	9.238.005

Em relação à disputa pelos governos dos estados nas regiões Norte e Nordeste, foram analisadas nove campanhas no total, três de cada Estado. Ao todo, foram coletadas 805 publicações e 9.238.005 interações totais. Pernambuco concentrou o maior volume de interações, com 5.656.926 no período, e também de publicações com 291. Em segundo lugar, aparece o Ceará, com 244 publicações e 2.013.185 interações; seguido pelo Pará, com 270 publicações e 1.567.894 interações. Importante notar que apenas Pernambuco conseguiu aumentar o número de interações comparado com o período anterior, apesar da queda de publicações e do período ser bem mais curto.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas aos governos estaduais

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
PE	Raquel Lyra (PSD)	192	4.462.867	https://www.instagram.com/p/DeDizjKojih
CE	Ciro Gomes (PSDB)	126	1.405.066	https://www.instagram.com/p/Dd5fa4UBoyi
PE	João Campos (PSB)	61	1.137.649	https://www.instagram.com/p/DeFWlgsrYO
PA	Dr. Daniel Santos (PODEMOS)	83	1.126.166	https://www.instagram.com/p/DeF8FFMjemK
CE	Elmano de Freitas (PT)	87	566.726	https://www.instagram.com/p/DeF4Oe3ORqT
PA	Hana Ghassan Tuma (MDB)	133	394.053	https://www.instagram.com/p/Dd6rlANzfYP
PE	Ivan Moraes (PSOL)	38	56.410	https://www.instagram.com/p/Dd5U8fzqlz8
PA	Araceli Lemos (PSOL)	54	47.675	https://www.instagram.com/p/DeF7WAwudkt
CE	Delegado Huggo (Missão)	31	41.393	https://www.instagram.com/p/DeF6SVelTDG

Raquel Lyra (PSD), Ciro Gomes (PSDB), João Campos (PSB) e Dr Daniel Santos (PODEMOS), individualmente, registram as maiores interações entre todos os estados (acima de 1.000.000). Interessante notar que Ciro Gomes teve 1,45 vez o número de publicações e quase 2,5 vezes o número de interações que Elmano (PT), que o derrotou no Ceará. Já Raquel Lyra e Dr Daniel Santos, ambos vitoriosos, alcançaram múltiplas vezes as interações que seus adversários derrotados conseguiram. O grande destaque, novamente, é Raquel Lyra que conseguiu 48% das interações totais do nosso monitoramento com menos de 20% das postagens/. Em relação aos macrotemas das postagens de maior desempenho, temos três grandes grupos, aqueles com pedidos de votos logo antes da eleição, caso de Raquel Lyra e Ciro Gomes, ambos relembrando sua trajetória e reforçando promessas; Ataques a adversários, caso de João Campos, Hana Ghassan e Ivan Moraes; e agradecimentos, seja pela vitória como no caso de Elmano e Dr Daniel, seja aos votos recebidos pelos candidatos que ficaram em terceiro nos casos de Araceli Lemos e Delegado Huggo.

Narrativas por estado



Pará

Reta final de campanha

• Entre ataques a adversários e pedidos de votos

A reta final da campanha apresentou menos temas gerais e mais candidatos exaltando sua campanha e pedindo votos na confiança que seriam eleitos. Misturados a isso também temos ataques e críticas voltadas ao adversário, em especial denúncias de ataques políticos coordenados por Hana Ghassan contra um prefeito apoiador de Dr Daniel Santos.



Ceará

Criticas ataques a adversários

• Troca de acusações entre Ciro e Elmano

Os dois principais candidatos do pleito trocam acusações e ataques pouco antes do primeiro turno, fechando a campanha na mesma temperatura das últimas semanas. Enquanto Ciro ataca Elmano especialmente sobre segurança pública, o chamando de conivente com o crime organizado, Elmano rebate Ciro o acusando de mentiroso ou de alguém que só sabe falar e não fazer.



Pernambuco

Reta final de campanha

• Ataques a adversários aumentam ao final do primeiro turno

Em Pernambuco, os dois candidatos principais passaram a realizar um maior número de ataques entre si, uma dinâmica diferente da campanha mais propositiva vista até aqui. Muitos cortes dos dois últimos debates são utilizados para isso, com Raquel Lyra atacando João Campos sobre sua gestão na prefeitura do Recife e este perguntando a governadora sobre o aumento da conta de

água que está marcada para logo após as eleições. Outro elemento recorrente foi o pedido por votos na reta final, com João Campos fazendo sua ligação a Lula mais vista, enquanto Raquel Lyra basicamente não menciona a política nacional.



Hub Centro-Oeste

Senado



Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Senado

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
GO	9	270	2.973.547
DF	10	298	2.442.344
MT	10	410	276.778
MS	8	139	165.663
Total	37	1.117	5.858.332

No período de monitoramento, a corrida ao Senado no Centro-Oeste ficou, mais uma vez, concentrada em dois estados: Goiás e Distrito Federal respondem por 92,4% de todo o engajamento do período (5.415.891 das 5.858.332 interações), com apenas 51,4% das candidaturas monitoradas (19 das 37). Esse volume pode ser parcialmente associado ao calendário – o dia da eleição e a proclamação dos resultados caem dentro do próprio período analisado, então boa parte do pico de interações é reação imediata ao resultado das urnas, não debate de campanha. Goiás teve a maior média de engajamento por publicação da região (11.013 interações/post), cerca de 16 vezes a média de Mato Grosso (675), o estado com a menor média. Gustavo Gayer concentra, sozinho, 88,5% de todo o engajamento do Senado goiano. Mato Grosso, por outro lado, é o estado com mais publicações (410) – embora empate com o Distrito Federal no número de candidaturas monitoradas (10 cada) – para o menor volume de interações proporcionais.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas ao Senado

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
GO	Gustavo Gayer (PL)	48	2.630.041	https://www.instagram.com/p/DeF2QqlsZzH
DF	Michelle Bolsonaro (PL)	22	1.461.798	https://www.instagram.com/p/DeD74_kBGSf
DF	Bia Kicis (PL)	48	555.989	https://www.instagram.com/p/DeCwqoJynWw
DF	Sebastião Coelho (Novo)	34	228.931	https://www.instagram.com/p/DeF4xALM5da
GO	Gracinha Caiado (União)	61	144.990	https://www.instagram.com/p/DeF7Z3MuT_S
MS	Soraya Thronicke (PSB)	39	103.960	https://www.instagram.com/p/DeCVr4zpkzC
MT	José Medeiros (PL)	57	101.288	https://www.instagram.com/p/DeF-Sbouvny
GO	Oséias Varão (PL)	21	95.259	https://www.instagram.com/p/DeCAu48xo8K
DF	Leila Barros (PDT)	68	77.681	https://www.instagram.com/p/DeA_YIGSt-g
GO	Gustavo Mendanha (PRD)	40	71.441	https://www.instagram.com/p/Dd9wc5lmHQT
MT	Janaína Riva (MDB)	62	68.955	https://www.instagram.com/p/DeF6_vVtrvM
DF	Erika Kokay (PT)	52	68.416	https://www.instagram.com/p/DeA9JWtEPX
MT	Mauro Mendes (União)	55	66.586	https://www.instagram.com/p/DeA9JWtEPX
DF	Ronaldo Fonseca (PSD)	21	47.645	https://www.instagram.com/p/DeDWU53ls76
MS	Capitão Contar (PL)	22	25.531	https://www.instagram.com/p/DeDIO4AJHTJ
MS	Reinaldo Azambuja (PL)	16	16.634	https://www.instagram.com/p/DeFxeNMR-z
GO	Dr. Zacharias Calil (MDB)	23	16.338	https://www.instagram.com/p/Dd6XDm8RFUO
MT	Carlos Fávaro (PSD)	118	15.999	https://www.instagram.com/p/DeF-lp2x4K1
MT	Antônio Galvan (Avante)	38	13.106	https://www.instagram.com/p/DeF72UbhZJx
MS	Roberto Oshiro (Novo)	16	12.387	https://www.instagram.com/p/DeA5CTDlrUE
MT	Pedro Taques (PSB)	28	6.886	https://www.instagram.com/p/Dd6VTOxxini
GO	Vanderlan Cardoso (PSD)	36	6.329	https://www.instagram.com/p/DeCWPyGXA-X
GO	Cíntia Dias (PSOL)	15	5.435	https://www.instagram.com/p/Dd7lhHlxgVM
MS	Vander Loubet (PT)	13	5.271	https://www.instagram.com/p/DeF7neBR14X
MT	Margareth Buzetti (PP)	18	3.413	https://www.instagram.com/p/DeFbGuvnMqH
GO	Isaura Lemos (PSB)	19	2.945	https://www.instagram.com/p/DeAc8uQv4PF
MS	Valter da Comagran (PRD)	28	1.778	https://www.instagram.com/p/DeFzBYctqui
GO	Guilherme Darques (UP)	7	769	https://www.instagram.com/p/Dd-LV7xiYZH
DF	Professor Guilherme Amorim (UP)	9	689	https://www.instagram.com/p/Dd6PSc1nPAK
DF	Tiago (Agir)	25	597	https://www.instagram.com/p/DeGAl2XDpmF
DF	Marley (Avante)	7	299	https://www.instagram.com/p/Dd_0GC2uYkb
DF	Guto Felício dos Santos (PSDB)	12	299	https://www.instagram.com/p/DeCWBRIWlg
MT	Coronel Darwin (Democrata)	10	250	https://www.instagram.com/p/DeB6lrrzKSJ
MT	Beny Godoy (Agir)	19	174	https://www.instagram.com/p/Dd5NKeEuP-a
MT	Professor Nelson Ferreira (Agir)	5	121	https://www.instagram.com/p/Dd6afX1xwK
MS	Luiz Lemes (DC)	3	91	https://www.instagram.com/p/DeA5u0bs8jX
MS	Daniel Junior (Agir)	2	11	https://www.instagram.com/p/DeAurdFowq_

Neste período, seis das dez maiores candidaturas (Gayer, Sebastião Coelho, Gracinha Caiado, Soraya Thronicke, José Medeiros e Gustavo Mendanha) têm como publicação de maior alcance uma mensagem de mobilização final, agradecimento ou celebração de vitória. A publicação de maior impacto do levantamento, porém, foge a essa regra: o post de solidariedade de Michelle Bolsonaro ao ex-deputado Deltan Dallagnol (624.571 interações) mostra que, mesmo no fim de campanha, pautas nacionais do campo bolsonarista continuaram puxando picos de engajamento maiores que qualquer conteúdo local. Cabe ressaltar que o engajamento alto nas redes não se converteu em eleitores suficientes em pelo menos três casos. Oséias Varão (95.259 interações,

8º lugar) ficou em quarto lugar na apuração, atrás inclusive de Gracinha Caiado, que teve menos engajamento que ele. Janaína Riva (68.955 interações) e Antônio Galvan (13.106 interações) reconheceram a derrota nos próprios posts. Isso reforça que, neste recorte, o volume de interações mede atenção digital na reta final, não necessariamente desempenho na urna.

Narrativas por estado



Goiás

Resultado eleitoral

- **Gayer é eleito o senador mais votado da história de Goiás, mas a chapa "dois senadores do Bolsonaro" só elege um**

Gustavo Gayer (PL) venceu a disputa ao Senado em Goiás com 1.639.105 votos – o maior volume já registrado no estado, segundo publicação do dia 5/10 de seu companheiro de chapa, Oséias Varão. A campanha, no entanto, havia sido construída sobre a promessa de eleger "[os dois senadores do Bolsonaro](#)": Gayer e Varão fizeram, ao longo do período, diversas publicações pedindo voto nos dois números (222 e 227), com apoio explícito de Flávio Bolsonaro. O resultado frustrou parte dessa estratégia: Varão ficou em quarto lugar, com 676.930 votos, muito atrás de Gayer e também de Gracinha Caiado, que garantiu a outra vaga com 1.458.296. A publicação de maior engajamento de Gracinha nesse período (144.990 interações) não foi escrita por ela, mas pelo marido e ex-governador Ronaldo Caiado: "[Hoje, Goiás não entregou apenas um mandato a Gracinha. Entregou a ela a confiança de representar nossa gente no Senado.](#)" A própria candidata reforçou o resultado ("[Vai ter Mulher no Senado](#)", "[Dever cumprido](#) ✓!"). Entre os posts de maior engajamento de Gayer no período está um vídeo de 4/10 com a legenda "O LADRÃO jogou a bandeira do Brasil no chão no dia da eleição" (32.760 interações).





Distrito Federal

Nacionalização de temas

- Post sobre Dallagnol gera maior pico de engajamento; chapa Michelle–Bia é eleita no DF

A publicação de maior alcance entre os candidatos ao Senado no Centro-Oeste no período não tratou de propostas específicas para o Distrito Federal, mas de uma manifestação de Michelle Bolsonaro (PL) em apoio ao ex-deputado Deltan Dallagnol, após o TSE barrar sua candidatura ao Senado pelo Paraná. No vídeo, publicado em 4 de outubro, Michelle prestou solidariedade a Dallagnol diante do que chamou de “[momento tão difícil](#)” e de “[perseguição desenfreada](#)”. A publicação somou 624.571 interações no levantamento. O episódio integra um conjunto de conteúdos que aproximaram a disputa local ao Senado no DF de temas e atores da política nacional ligados ao campo bolsonarista. O resultado das urnas confirmou a eleição das duas candidatas que formaram a chapa conjunta do PL: Michelle Bolsonaro, com 938.496 votos, e Bia Kicis, com 886.616 (“[Vencemos, SEM MEDO!](#)”). As duas fizeram campanha conjunta até o fim, com diversas publicações de apoio mútuo e pedidos de voto casado. A eleição de ambas garantiu ao PL as duas vagas ao Senado em disputa no Distrito Federal.



Mato Grosso

Resultado eleitoral

- Ex-governador Mauro Mendes e senador José Medeiros são eleitos ao Senado

O ex-governador Mauro Mendes (União) confirmou a eleição ao Senado por Mato Grosso, com 1.187.352 votos. A segunda vaga ficou com José Medeiros (PL), que recebeu 977.777 votos. Em publicação de 5 de outubro, Medeiros agradeceu “[aos 977.777 mato-grossenses que acordaram hoje \[e\] foram até as urnas](#)”. No mesmo dia, Mauro Mendes afirmou que agora é “[honrar cada voto \[...\] para defender Mato Grosso e o Brasil em Brasília](#)”. Janaína Riva (MDB), que registrou 68.955 interações e teve o segundo maior engajamento entre os candidatos ao Senado em Mato Grosso no período analisado, não foi eleita. Em publicação de 5 de outubro, agradeceu pelos “519.342” votos recebidos e reconheceu o resultado: “[Parabenizo os eleitos \[...\] Quanto a mim,](#)

[sigo de cabeça erguida \[...\] A onça segue de pé](#)". Pedro Taques (PSB), também derrotado na disputa, fez uma manifestação direta sobre o resultado: "[Não fui eleito porque tive menos votos. Simples assim.](#)"



Mato Grosso do Sul

Resultado eleitoral

- PL elege Azambuja e Capitão Contar ao Senado por MS; Soraya perde reeleição

Reinaldo Azambuja (PL) confirmou a eleição ao Senado por Mato Grosso do Sul em publicação feita em 4 de outubro, na qual afirmou receber "[com muita responsabilidade](#)" a missão de representar o estado. Capitão Contar (PL), seu parceiro de chapa durante a campanha, também foi eleito; os dois garantiram as duas vagas em disputa no estado. Ao longo da campanha, a dupla publicou conteúdos conjuntos pedindo votos para os dois candidatos, em defesa de uma "[bancada forte no Senado](#)". Soraya Thronicke (PSB), que buscava a reeleição, apesar de ter registrado 103.960 interações no levantamento, não conquistou um novo mandato. Em publicação de 5 de outubro, a senadora reconheceu o resultado e parabenizou os eleitos, afirmando: "[Parabenizo os eleitos porque respeito o resultado das urnas \[...\] Política não é profissão. Ela é \[...\] uma missão temporária](#)".



Governo Estadual



Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Governo

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
DF	10	313	541.586
GO	4	231	336.133
MT	6	199	141.738
MS	5	149	125.746
Total	25	892	1.145.203

No período analisado, o Distrito Federal, sozinho, respondeu por 47,3% do engajamento regional (541.586 interações), mais que Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul somados ao Governo. Isso pode ser um reflexo de uma disputa de Governo no DF que, na reta final, foi marcada por pesquisas que apontavam empate técnico entre candidatos e pelo indeferimento da candidatura de José Roberto Arruda pela Justiça Eleitoral, alterando o cenário eleitoral. Trata-se de uma sequência de fatos que naturalmente gerou mais conteúdo e mais reação do que a disputa em Goiás e Mato Grosso. Goiás e Mato Grosso do Sul tiveram, cada um, a metade das candidaturas monitoradas no DF (4 e 5, respectivamente, contra 10), mas ainda assim concentram volumes relevantes de engajamento, demonstrando disputas polarizadas entre poucos nomes fortes, e não fragmentadas.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas aos governos estaduais

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
DF	Celina Leão (PP)	38	227.870	https://www.instagram.com/p/Dd9ekVPpBBu
DF	Leandro Grass (PT)	82	212.860	https://www.instagram.com/p/Dd-aAqfs31H
GO	Daniel Vilela (MDB)	121	203.630	https://www.instagram.com/p/DeGGCzlllc-
GO	Wilder Moraes (PL)	50	91.793	https://www.instagram.com/p/DeCoxhdo1Fy
MT	Otaviano Pivetta (Republicanos)	54	79.352	https://www.instagram.com/p/DeGBK7lQl8Q
MS	João Henrique (Novo)	45	44.618	https://www.instagram.com/p/Dd5LPDwRDNv
MS	Eduardo Riedel (PP)	26	42.612	https://www.instagram.com/p/DeFrc8fxiDW
DF	Paula Belmonte (PSDB)	77	40.533	https://www.instagram.com/p/DeCYYSsTc5T
GO	Marconi Perillo (PSDB)	46	39.109	https://www.instagram.com/p/DeDPYV4N6U6
MT	Natasha Silhessarenko (PSD)	53	38.182	https://www.instagram.com/p/DeFXYHkU-
MS	Fábio Trad (PT)	43	32.808	https://www.instagram.com/p/DeAXi_WBOb0
DF	Ricardo Cappelli (PSB)	29	32.574	https://www.instagram.com/p/DeF535LpTtf
DF	Kiko Caputo (Novo)	41	17.756	https://www.instagram.com/p/DeBAewYNvdA

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
MT	Wellington Fagundes (PL)	47	17.453	https://www.instagram.com/p/DeF3Uvesvy9
DF	José Roberto Arruda (PSD)	6	7.706	https://www.instagram.com/p/Dd9QcgXxNts
MT	Rafaell Milas (Missão)	28	5.541	https://www.instagram.com/p/DeE-K1uR_ce
MS	Renato Gomes (DC)	23	3.548	https://www.instagram.com/p/Dd5HLNDNkA5
MS	Lucien Rezende (PSOL)	12	2.160	https://www.instagram.com/p/Dd6g_X3FIPx
GO	Luciana Amorim (UP)	14	1.601	https://www.instagram.com/p/DeFCqY3A3Hw
DF	Professora Samara Mineiro (UP)	9	904	https://www.instagram.com/p/Dd7YO5YJR7x
MT	Sargento Laudicerio (Agir)	11	679	https://www.instagram.com/p/DeGHm1fxndG
DF	Elisson (Agir)	17	643	https://www.instagram.com/p/DeFeAKNPq7K
DF	Professor Robson (PSTU)	9	550	https://www.instagram.com/p/Dd_pmu4RdfQ
MT	Mauricio Coelho (Mobiliza)	6	531	https://www.instagram.com/p/DeGAnWTxCq_
DF	Rico Pinheiro (PRTB)	5	190	https://www.instagram.com/p/DeC3QvnKLdC

Metade das dez maiores candidaturas (Celina Leão, Vilela, Pivetta, Catan, Riedel) tiveram como postagens de referência conteúdo diretamente ligado ao resultado da urna, seja vitória ou derrota. O levantamento mostra ainda pelo menos quatro candidaturas de Governo que usaram o período para expor crises institucionais ou jurídicas, não para fazer propaganda tradicional: Catan (exclusão de debate na TV Morena), Arruda (aviso sobre a própria candidatura anulada pelo TSE), Renato Gomes (crítica à postura de Riedel em debate) e, de forma mais indireta, Kiko Caputo (ataque à adversária por suposta proximidade com o PT). São candidaturas de engajamento baixo a médio, mas que registram o lado mais conflituoso da campanha de Governo no período. No fim da lista, chama atenção o post de Fábio Trad (32.808 interações, 11º lugar): o conteúdo de maior alcance de sua campanha no período não é político, e sim uma atualização sobre uma emergência de saúde da esposa.



Narrativas por estado



Goiás

Resultado eleitoral

• Vilella é reeleito em primeiro turno; Perillo faz concessão elogiosa após campanha de ataques

Daniel Vilela (MDB) venceu a reeleição ao Governo de Goiás já no primeiro turno. Em publicação de 5/10, afirmou: "[O melhor governo do Brasil vai continuar. Eu vou trabalhar incansavelmente por cada um dos 7 milhões de goianos.](#)" Marconi Perillo (PSDB), que ao longo da campanha intensificou ataques, reconheceu o resultado com uma concessão de tom conciliador: "[Combateamos o bom combate de cabeça erguida! \[...\] Não tivemos padrinhos políticos; nossa força veio do amor, da fé e da esperança.](#)"



Distrito Federal

Resultado eleitoral

• DF terá 2º turno entre Celina e Grass; governadora lidera engajamento

A disputa pelo Governo do Distrito Federal terá segundo turno entre Celina Leão (PP), que liderou com 825.530 votos (49,93%), e Leandro Grass (PT), com 569.930 (34,47%). Grass comemorou: [“Estamos no segundo turno, meu pooooooooovooo!!!”](#). Celina, que busca a reeleição, foi a candidata com maior engajamento do levantamento, somando 227.870 interações. Em 5 de outubro, comentou o resultado: [“Meu coração está cheio de gratidão! \[...\] Parabênz os eleitos... \[que caminham ao nosso lado\]”](#). A direita e a centro-direita chegaram divididas, com Kiko Caputo (NOVO), Paula Belmonte (PSDB) e José Roberto Arruda (PSD) também na disputa. Kiko, que se apresentava como [“o único que pode vencer Celina Leão no segundo turno”](#), obteve 140.765 votos e afirmou: [“Não foi dessa vez, mas sigo confiante”](#). Arruda teve a candidatura indeferida pelo TSE durante a campanha e alertou: [“Se você votar em mim, seu voto será anulado e transferido”](#). Ricardo Cappelli (PSB), que também disputou o cargo, declarou apoio a Grass no segundo turno: [“Agradeço a cada pessoa que caminhou com a gente nessa jornada. No segundo turno, estarei com Leandro Grass.”](#)



MUITO OBRIGADO!

 RICARDO CAPPELLI
@cappelli.ricardo

Lutamos o bom combate. Agradeço aos que nos receberam sempre com carinho e palavras de apoio ao longo dessa jornada extraordinária. Compartilhamos sonhos, sorrisos e abraços. Muito obrigado! Deus sabe de tudo. Celina e Ibaneis de novo, não. No 2º turno, votarei em Leandro Grass.



Mato Grosso

Resultado eleitoral

- Pivetta vence em primeiro turno com 60,77% dos votos; Fagundes reconhece a derrota

Otaviano Pivetta (Republicanos) venceu a disputa ao Governo de Mato Grosso já no primeiro turno, com 60,77% dos votos válidos, segundo postagem do próprio candidato em 5/10: "[Mato Grosso falou! \[...\] Receber 60,77% dos votos \[...\] é uma honra enorme.](#)" Wellington Fagundes (PL) – o então senador que migrou para a disputa ao Governo reconheceu a derrota em post de 4/10: "[Respeito a vontade das urnas e expresse minha gratidão a cada mato-grossense que caminhou conosco.](#)"



Mato Grosso do Sul

Resultado eleitoral

- Riedel comemora reeleição em MS; Catan reconhece derrota

Eduardo Riedel (PP) comemorou a reeleição ao Governo de Mato Grosso do Sul com 914.323 votos (67,07%): "[Obrigado, Mato Grosso do Sul! Juntos, nós fizemos história](#)" e "[Recebo cada voto com muita responsabilidade](#)". João Henrique Catan (NOVO), que ao longo da campanha protagonizou confrontos com o governo Riedel – incluindo a denúncia envolvendo um secretário estadual e a tentativa de impugnação de sua candidatura –, reconheceu a derrota: "[Hoje, 98.677 sul-mato-grossenses disseram SIM a um novo tempo \[...\] Isso não é uma derrota, é apenas o começo!](#)".





Senado



Tabela 1 • Comparativo entre estados - Senado

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
SP	13	302	6.928.100
RJ	13	466	2.846.220
MG	13	457	3.437.389
Total	39	1.225	13.211.709

Os dados comparativos da tabela 1 acima permitem observar que as campanhas ao senado de São Paulo tiveram uma grande concentração de interações totais do Hub Sudeste, com aproximadamente 52% do engajamento, mesmo com o menor número de publicações. As campanhas mineiras aparecem em segundo lugar em número de interações e o Rio de Janeiro registrou o menor número de interações da região.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas ao Senado

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
SP	Marina Silva (Rede)	63	2.279.493	https://www.instagram.com/p/DeCiaRCN0Mw
SP	Capitão Derrite (PP)	35	2.272.152	https://www.instagram.com/p/DeF0fM3R8gf
RJ	Benedita da Silva (PT)	126	1.601.510	https://www.instagram.com/p/Dd_9LRllaLQ
SP	Simone Tebet (PSB)	30	1.412.246	https://www.instagram.com/p/DeCenlaFcSG
MG	Marco Antonio Costa - Superman (Novo)	66	1.249.170	https://www.instagram.com/p/DeDN3YsJJYK
MG	Carlos Viana (PSD)	114	1.080.385	https://www.instagram.com/p/DeDV-ZEuQZq
SP	André do Prado (PL)	51	774.350	https://www.instagram.com/p/DeF0fM3R8gf
RJ	Carlos Jordy (PL)	45	572.531	https://www.instagram.com/p/DeF_6kXsfDc
RJ	Mônica Benício (PSOL)	70	363.254	https://www.instagram.com/p/Dd-HLuOthZH
MG	Marília Campos (PT)	50	246.454	https://www.instagram.com/p/Dd-NqIGtbZh
MG	Domingos Sávio (PL)	36	85.026	https://www.instagram.com/p/DeAu5KCMNOj

A campanha de Marina Silva apareceu pela primeira vez como o perfil com maior interações totais desde o começo do levantamento, contudo suas publicações com maior engajamento são conteúdos publicados em collabs com o perfil de Lula e PTBrasil, que impulsiona suas métricas. Capitão Derrite, candidato eleito por São Paulo, aparece em segundo lugar, com métricas de

interação próximas às de Marina Silva. Seus conteúdos destacam a parceria com Tarcísio Freitas, a dobradinha com André do Prado e um voto identificado com conservador de direita. Benedita da Silva (PT/RJ), Simone Tebet (PSB/SP), Marco Antonio Costas (Novo/MG) e Carlos Viana (PSD/MG), aparecem na sequência, com mais de um milhão de interações.

Em Minas Gerais, Carlos Viana, que vinha aparecendo como um dos perfis mais ativos e com maior interação durante todo o estudo, com ataques constantes ao STF (focado em Alexandre de Moraes) acabou não sendo eleito. Por outro lado, Domingos Sávio, com engajamento muito inferior, acabou sendo eleito, com os votos alinhados com Flávio Bolsonaro.

Em São Paulo, um destaque fica para o alinhamento de um voto combinado, em uma chapa de direita, alinhada com Flávio Bolsonaro e principalmente com Tarcísio de Freitas, como principal puxador de voto em Derrite e André do Prado, derrotando ex ministras do governo Lula (Marina Silva e Simone Tebet).

No Rio de Janeiro, Benedita da Silva (PT) ocupa oito das dez posições do ranking estadual, incluindo a liderança, com uma publicação em colaboração com o presidente Lula. Mônica Benício aparece pela segunda vez no top 10, com a quinta publicação de maior interação no estado, feito em colaboração com perfis do setor artístico e que mostra candidatas progressistas ao Senado de outras regiões do país.

Narrativas por estado

São Paulo

Voto combinado e disputa entre chapas

Na reta final, a comunicação das candidaturas ao Senado se organiza fortemente em torno da ideia de chapa. André do Prado e Guilherme Derrite aparecem associados a Tarcísio e Flávio Bolsonaro, com pedidos de [voto conjunto](#) e uma tentativa de consolidar o eleitorado da direita em torno de uma mesma composição. Do outro lado, Marina Silva e Simone Tebet são apresentadas junto de Lula e Haddad, especialmente em atos de rua e conteúdos [colaborativos](#) que transformam a mobilização popular em demonstração de força política. A disputa, portanto, passa a ser menos individualizada e mais orientada pela ideia de dois blocos políticos concorrentes, com o voto para o Senado integrado às escolhas para governo estadual e Presidência.



Segurança e identidade política de Derrite

Guilherme Derrite concentra sua comunicação em torno da segurança pública e do endurecimento penal, utilizando sua passagem pela Secretaria de Segurança como principal credencial política. O [apoio](#) de Danilo Gentili reforça essa imagem ao associar sua candidatura à redução da criminalidade e ao combate à impunidade. Após o resultado eleitoral, Derrite transforma a votação recebida em [legitimação](#) dessa agenda, reafirmando o compromisso de endurecer as leis e manter o combate à impunidade como eixo de atuação no Senado. A segurança, nesse caso, não aparece apenas como tema de campanha, mas como elemento central de identidade política do candidato.



Representação feminina e construção de legitimidade

Marina Silva e Simone Tebet procuram diferenciar suas candidaturas pela combinação entre experiência política, representação feminina e defesa de direitos. Simone utiliza o [apoio](#) de Tabata Amaral para apresentar a possibilidade de eleger duas mulheres ao Senado como um marco de ampliação da representação feminina em São Paulo. Marina também recorre ao apoio de figuras públicas, como [Paulo Vieira](#) e [Fábio Porchat](#), para reforçar sua trajetória e ampliar sua legitimidade eleitoral. Nas duas campanhas, a construção de imagem combina reconhecimento público, experiência e pautas de direitos como forma de disputar espaço em um cenário fortemente polarizado.





Minas Gerais

A direita entre a coordenação do voto e o ataque ao STF

Na reta final, a direita tentou organizar os dois votos ao Senado em torno das indicações de Nikolas Ferreira e Flávio Bolsonaro. O post de maior alcance de Marco Antonio (Novo) é um vídeo de Caio Coppolla, publicado em colaboração com candidatos de vários estados. Nele, Coppolla recomenda votar em Domingos Sávio e completar com Marco Antonio, a pedido de Nikolas, para não desperdiçar votos no centro. [O post soma 28% das interações do candidato. Sávio \(PL\) reforçou a mesma aliança com um vídeo do comício em Montes Claros](#) ao lado de Flávio Bolsonaro, sob a frase "vai ser no primeiro turno!", que concentra 38% do seu engajamento. [Carlos Viana \(PSD\), deixado de fora dessa indicação, manteve o STF como alvo](#). Ele defendeu Deltan Dallagnol, barrado por um ministro do Supremo a pedido da federação do PT, segundo ele, e chamou o caso de "perseguição política" e retrato do "ativismo judicial". [Depois da apuração, Viana parabenizou Sávio, afirmando que a "direita mineira tem voz no Senado"](#), e previu a vitória de Flávio no segundo turno. Com isso, o candidato preterido pela aliança acabou reconhecendo o resultado que ela produziu.



O time do Lula e a vitória de Marília

[Na esquerda, a campanha ao Senado continuou ligada a Lula e à chapa de Patrus](#). Marília Campos (PT) e Áurea Carolina (PSOL) publicaram em colaboração o vídeo em que Lula convoca o eleitorado para o comício em BH. [A foto aérea do mesmo ato, compartilhada com Patrus, responde por 39% das interações de Áurea](#). Depois do resultado, as duas mantiveram o enquadramento nacional. Eleita, [Marília afirmou que "Minas ganhou uma voz no Senado para defender a democracia"](#) contra "a barbárie" e reforçou o apoio a Lula no segundo turno. Áurea agradeceu os 2,6 milhões de votos, [relatou "sabotagem e humilhação" durante a campanha](#) e comemorou ter ajudado a eleger a aliada: "É menos um bolsonarista no Senado".



Candidaturas de imagem fora da polarização

Marcelo Aro (PP) e Aécio Neves (PSDB) apostaram na própria imagem, sem colar em presidenciáveis. [O vídeo mais engajado de Aro, com 33% das suas interações](#), foi gravado em casa com a família à mesa: a esposa agradece a equipe e os filhos pedem voto para o pai. Aécio publicou uma montagem que ele mesmo declara ter sido editada com inteligência artificial, com a frase ["Aécio lidera, para uma das duas vagas no Senado, empatado na margem de erro"](#). É um dos poucos casos de uso de IA declarado de forma voluntária na legenda.



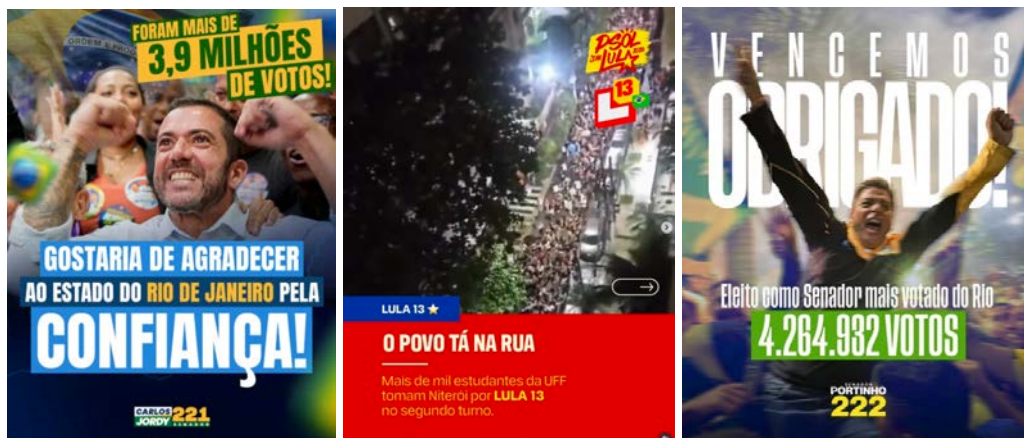
Rio de Janeiro

• Balanço eleitoral, agradecimentos e mobilização para o segundo turno

Após o primeiro turno, as publicações dos candidatos foram de balanços sobre o resultado eleitoral, agradecimentos aos eleitores e reposicionamento para a etapa seguinte da disputa. Entre as candidaturas não eleitas, Benedita da Silva (PT) e Mônica Benício (PSOL) buscaram enquadrar o resultado como parte de uma trajetória política mais ampla, evitando tratar a derrota como encerramento da mobilização. Benedita [afirmou que ganhar e perder faz parte do jogo democrático](#), lembrou seus 42 anos de luta por direitos e associou a continuidade de sua trajetória à mobilização no segundo turno das disputas presidencial e estadual. Mônica Benício seguiu linha semelhante ao [agradecer os votos recebidos](#) e definir como vitória a coragem e a

esperança daqueles que apoiaram sua candidatura. Benício também direcionou sua atuação para a disputa nacional ao compartilhar uma [manifestação em apoio ao presidente Lula](#) e defender a organização política para virar votos no segundo turno.

Entre os candidatos eleitos, Carlos Portinho (PL) [agradeceu pelos votos](#) e afirmou que seguirá trabalhando com “coragem, dedicação e transparência”. [Em outra publicação](#), comentou a campanha ao lado da esposa, que reforçou referências a Deus, Pátria e Família, elementos presentes na identidade política construída pelo candidato. Carlos Jordy (PL) [agradeceu os votos](#), comemorou [nas ruas ao lado de eleitores](#), intensificou [ataques a Eduardo Paes](#) e a [Lula](#) e passou a mobilizar sua base em [apoio à candidatura de Douglas Ruas](#) ao Governo do Estado.



• Alinhamento ao discurso nacional e confronto institucional

Entre os candidatos do PL, a nacionalização da disputa ocorreu principalmente a partir da repercussão do cancelamento do debate presidencial na TV Globo. Carlos Portinho (PL) e Carlos Jordy (PL) apareceram em conteúdos em colaboração com Flávio Bolsonaro, especialmente em trechos de uma [live realizada após a desistência do presidencial](#) e o cancelamento do evento. Nessas publicações, o episódio foi associado a críticas ao Judiciário e à defesa de um Senado capaz de conter o que os candidatos classificaram como “interferência” dos ministros. Jordy explorou esse enquadramento com maior frequência, publicando [trechos da transmissão](#) e [vídeos ao lado de Flávio Bolsonaro](#), nos quais sua candidatura e a de Portinho são apresentadas como parte de uma estratégia nacional de enfrentamento ao STF. O mesmo movimento aparece na defesa do [impeachment do ministro Alexandre de Moraes](#). A associação da disputa estadual à agenda nacional [também ocorreu por meio de ataques a Lula](#). O então candidato publicou a alegação falsa, posteriormente desmentida pela imprensa, de que Lula teria [jogado a bandeira do Brasil no chão](#) ao votar, conteúdo que ganhou repercussão entre atores políticos e influenciadores bolsonaristas. No campo progressista, a nacionalização apareceu de forma distinta: [Mônica Benício \(PSOL\)](#) e [Benedita da Silva \(PT\)](#) mobilizaram seus seguidores em torno da participação de Lula no Flow Podcast, reforçando a associação de suas candidaturas à campanha presidencial.



• Polarização e ataques na reta final de campanha

A disputa eleitoral na reta final assumiu forte apelo ao confronto político, sobretudo por meio das publicações de Carlos Portinho (PL), que procurou [associar adversários a campos políticos nacionais](#) e desqualificá-los como alternativa para o Senado. Em postagem, o candidato afirma que ["vão tentar nos atacar de todas as formas"](#) e contrapõe essa ofensiva à unidade da direita em torno de sua candidatura e de Carlos Jordy (PL). A estratégia de ataque procurou enquadrar a eleição como uma disputa entre blocos políticos. Marcelo Crivella (Republicanos), por sua vez, adotou uma comunicação mais [voltada à afirmação de sua identidade política](#), deslocando a diferenciação eleitoral para o campo da identidade ideológica. Do outro lado, Mônica Benício (PSOL) impulsionou a votação [nela mesma e em Benedita da Silva \(PT\)](#), [associou Pedro Paulo](#) ao voto pelo impeachment de Dilma, à PEC da Blindagem e a denúncias de agressão à ex-mulher, e apontou que os eleitores de Flávio Bolsonaro [não sabem responder sobre os projetos](#) do próprio candidato. A candidata também acusou Flávio Bolsonaro de manter relação direta com milícias, empregar parentes de um matador de aluguel e destinar emenda a um condenado pelo assassinato de Marielle Franco. A memória de Marielle, nesse contexto, seguiu como elemento central da campanha de Benício.



• Críticas institucionais e questionamentos ao processo eleitoral

As críticas institucionais concentraram-se, novamente, no Poder Judiciário, mas apareceram de maneira mais direta e contundente na reta final da campanha. Carlos Portinho (PL) afirmou que [“o Judiciário segue interferindo nas eleições”](#), transformando a atuação judicial em elemento eleitoral. O mesmo enquadramento aparece em publicação que afirma que a [“censura não tem limite”](#). Em outra postagem, o candidato afirma que, no Brasil de Lula e Alexandre de Moraes, [“os juízes fazem, investigam e julgam a Lei”](#), apresentando a concentração de funções no sistema de Justiça como problema político. Portinho também recorre a uma linguagem mais incisiva ao defender a necessidade de “acabar com a ditadura do Judiciário”. Publicações também envolveram a legitimidade de outros atores do processo eleitoral e a mobilização de valores políticos e religiosos. Marcelo Crivella (Republicanos) questiona a [confiabilidade das pesquisas](#). Convocando o aspecto religioso de sua candidatura, ele divulga [o apoio de igrejas à sua campanha no Rio de Janeiro](#) e associa a força religiosa à segurança e à família.



Governo-Estadual



Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Governo Estadual

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
SP	6	171	8.593.991
MG	10	335	3.086.375
RJ	10	329	1.781.211
Total	26	835	13.461.577

A campanha ao governo paulista, concentrada nas candidaturas de Haddad (PT) e Tarcísio (Republicanos), representa mais de 63% das interações total, apesar de ter o menor número de publicações. Minas Gerais aparece em segundo lugar, como pouco mais de três milhões de interações (quase 23% do engajamento), seguido das campanhas cariocas, responsáveis por 13% das interações totais.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas ao Governo

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
SP	Fernando Haddad (PT)	66	4.833.165	https://www.instagram.com/p/DeCb5v5Ndsz
SP	Tarcísio Freitas (Republicanos)	37	3.719.106	https://www.instagram.com/p/DeF0fM3R8gf
MG	Cleitinho (Republicanos)	17	1.941.418	https://www.instagram.com/p/DeFzeWiEVRe
RJ	Eduardo Paes (PSD)	26	781.241	https://www.instagram.com/reels/DeISe_cpzK1/
MG	Patrus Ananias (PT)	77	792.036	https://www.instagram.com/p/DeAfmAGIXvM
RJ	Douglas Ruas (PL)	74	537.944	https://www.instagram.com/p/Dd5L_HAEfr
RJ	Anthony Garotinho (REPUBLICANOS)	94	232.713	https://www.instagram.com/p/Dd5fUeTuEUh
MG	Flávio Roscoe (PL)	22	139.748	https://www.instagram.com/p/Dd7rHKsROD1

Os perfis de Haddad (PT/SP) e Tarcísio Freitas (Republicanos/SP) se destacam dos demais candidatos em relação ao volume de interações. Ambos candidatos se alinham à nacionalização das campanhas. Haddad apresenta maior alinhamento com Lula, enquanto Tarcísio assume o papel de mobilizar votos para os candidatos ao Senado de uma chapa da direita.

No Rio de Janeiro, Eduardo Paes (PSD) lidera o acumulado de interações entre os candidatos. O resultado é impulsionado pelas publicações feitas após a apuração, nas quais faz um balanço da campanha e mobiliza apoio para o segundo turno contra Douglas Ruas (PL). Os dois conteúdos ocupam as primeiras posições do ranking, indicando forte repercussão da entrada da disputa em uma nova etapa.

Em Minas Gerais, o perfil de Cleitinho se destacou dos demais candidatos, alcançando uma liderança no estado mineiro. Diferentemente de seus adversários, Patrus Ananias (PT) e Roscoe (PL), que tiveram seus conteúdos impulsionados por publicações em colaboração com as campanhas presidenciais de seus partidos, Cleitinho manteve sua campanha associada a sua agenda eleitoral.



Narrativas por estado



São Paulo

Lula como eixo de mobilização da reta final

Fernando Haddad encerra o primeiro turno fortemente integrado à campanha presidencial de Lula. Caminhadas, [atos de rua](#) e conteúdos colaborativos apresentam a presença de apoiadores como demonstração de força popular e colocam Haddad, Lula, Marina Silva e Simone Tebet como partes de um mesmo projeto político. Além da mobilização presencial, a campanha recorre à

[trajetória de Lula](#) e à memória afetiva de eleições anteriores, com imagens históricas, jingles e referências ao vínculo com os trabalhadores para estimular o voto 13. O [confronto](#) com a família Bolsonaro também participa desse enquadramento, fazendo da rejeição ao adversário um elemento de mobilização. Haddad termina o período, portanto, menos associado a uma narrativa exclusivamente estadual e mais inserido na continuidade do projeto político nacional liderado por Lula.



Vitória e consolidação do “Time São Paulo”

Tarcísio constrói o resultado eleitoral como reconhecimento de sua gestão e, ao mesmo tempo, como vitória de um grupo político mais amplo. Após a votação, a reeleição é apresentada em tom de [continuidade, agradecimento e legitimação do trabalho](#) realizado nos quatro anos anteriores. A vitória de André do Prado e Guilherme Derrite para o Senado reforça essa narrativa: os três aparecem como [integrantes](#) do “Time São Paulo”, e o resultado nas urnas é interpretado como fortalecimento da base política do governador tanto no estado quanto em Brasília. Essa articulação já vinha sendo utilizada por Tarcísio para atuar como puxador de votos da chapa de direita.



Resultados da gestão como contraste com Haddad

A prestação de contas também permanece como elemento importante da comunicação de Tarcísio. Saúde e educação são utilizadas para demonstrar eficiência administrativa e, simultaneamente, questionar a competência de Haddad. Na [saúde](#), a Tabela SUS Paulista, a ampliação de leitos, cirurgias e equipamentos aparecem como resultados concretos da administração estadual; na [educação](#), o Selo Ouro do MEC é transformado em oportunidade para ironizar o adversário por sua passagem pelo Ministério da Educação. O mesmo contraste aparece na [economia](#), com Tarcísio relacionando a passagem de Haddad pelo Ministério da Fazenda aos problemas econômicos nacionais. Assim, entregas administrativas deixam de funcionar apenas como prestação de contas e passam a sustentar uma narrativa de superioridade de gestão diante do principal adversário.



Minas Gerais

Nacionalização até o fim e engajamento emprestado

Na reta final, os candidatos do PT e do PL mantiveram a estratégia de colar a própria imagem à dos presidenciáveis. O post de maior alcance de [Patrus Ananias \(PT\)](#) é [uma foto aérea do comício em BH ao lado de Lula](#), publicada em colaboração com perfis do PT e da chapa, e concentra cerca de um terço das interações do candidato. O contraste aparece depois da apuração: [o agradecimento pelos 3 milhões de votos](#), publicado só no perfil próprio, mal chega a 1,5% do engajamento dele. [Flávio Roscoe \(PL\)](#) seguiu o mesmo caminho com [uma montagem do comício do PL embalada pelo jingle "é 22 Flávio lá, é 22 Flávio cá"](#), que soma 20% das suas interações. [Mateus Simões \(PSD\)](#), [num corte de debate, diz torcer por Flávio Bolsonaro](#) e afirma não ser possível continuar convivendo com Lula no poder, em oposição à neutralidade de Cleitinho, que disse não importar quem vencesse. O resultado sugere um paradoxo: quem mais nacionalizou ficou pelo caminho, e o vencedor foi justamente quem evitou escolher um lado na disputa presidencial.



Antipolítica e fé na vitória

[Cleitinho Azevedo](#) celebrou o resultado combinando o discurso de outsider com a identidade cristã. No vídeo de maior engajamento do período, ele agradece ao lado da família e de apoiadores, o grupo começa a cantar uma música gospel e a vitória é dedicada a Jesus Cristo, com a promessa de fazer de Minas uma referência no país. Em seguida, [uma montagem o mostra com uma caixa de legumes, envolto na bandeira de Minas](#), sob as frases "o verdureiro que se tornou governador de Minas Gerais" e "sem gastar um real de dinheiro público". A religiosidade atravessa também outras candidaturas: [Ben Mendes \(Missão\) registrou o próprio voto ajoelhado, orando com a esposa e o filho antes de ir à urna](#), sob a frase "Tudo a ti, Jesus, consagro".



Disputa pelo segundo lugar e o tom do pós-apuração

Antes da votação, os candidatos que disputavam a vaga no segundo turno trocaram ataques. [Alexandre Kalil ironizou Mateus Simões em debate](#), lembrando que foi reeleito em BH com 63% dos votos, enquanto Mateus, depois de oito anos no governo, aparecia em quinto ou sexto lugar nas pesquisas, o que ele chamou de "prêmio do povo". Depois do resultado, o confronto deu lugar ao reconhecimento. [Mateus publicou prints de uma thread no X em que aceita a vitória de Cleitinho](#) e pede que Deus o "ilumine". Gabriel Azevedo (MDB), que encerrou a campanha pedindo votos e compartilhamentos, agradeceu os mais de 237 mil votos, a maior votação da sua carreira, [e disse sair da campanha "mais mineiro"](#).



Rio de Janeiro

• Judicialização, ataques e disputa pelo segundo turno

Na reta final da campanha de primeiro turno, a situação jurídica de Anthony Garotinho (Republicanos) ganhou centralidade em sua comunicação. O candidato construiu uma [narrativa de perseguição](#) e enfrentamento ao "sistema", afirmando ter [o Judiciário contra ele](#). Também citou o [caso de Deltan Dallagnol como precedente](#) e, no dia da eleição, orientou seus eleitores a votarem nele sob o argumento de que poderia [haver eleição suplementar caso seus votos fossem posteriormente anulados](#). Após o resultado eleitoral, Douglas Ruas (PL) publicou vídeo ao lado de Flávio Bolsonaro em [tom de comemoração e vitória](#) após Anthony Garotinho (Republicanos) desistir do recurso no TSE, o que poderia garantir a eleição de Ruas ainda no primeiro turno. [Eduardo Paes \(PSD\)](#), após [avançar ao segundo turno](#), reforçou atributos de sua candidatura e manteve o padrão de críticas ao adversário. Em seguida, publicou [sobre Anthony Garotinho](#), classificando a candidatura do político como "laranja" e alegando que Garotinho e Ruas teriam um acordo para interferir no processo eleitoral e impedir o segundo turno das eleições. Paes também destacou a filiação do filho de Garotinho ao PL e classificou o episódio como uma "manobra". Na reta final, Paes já vinha construindo sua candidatura em torno das ideias de ["libertação"](#) e ["reconstrução"](#) do Rio de Janeiro, destacando realizações de sua gestão na capital e concentrando parte significativa de suas publicações em críticas a Douglas Ruas. O adversário é chamado de ["jovem político milionário"](#), com Paes recorrendo a [matérias jornalísticas](#) e a [trechos do debate televisivo](#) para abordar o suposto crescimento patrimonial de Ruas. Paes também associou [o adversário às administrações anteriores](#), explorando a [ineficiência das gestões Witzel e Castro em políticas](#) no estado e classificando esse grupo como ["a máfia que destruiu o RJ"](#). William Siri (PSOL) adotou direção semelhante ao caracterizar Ruas como ["o mesmo golpe com nomes diferentes"](#), alguém ["preocupado em defender o miliciano bandido"](#), ["defensor de bandido"](#) e [pupilo de Cláudio Castro, Rodrigo Bacellar e Flávio Bolsonaro](#).

Do outro lado, Douglas Ruas (PL) [concentrou seus ataques em Eduardo Paes](#), sobretudo a partir de cortes e repercussões do debate eleitoral da Globo. O candidato questiona as [mudanças de prioridades e de posicionamento](#) de Paes e sua associação com [Pedro Paulo](#). Também aparecem ataques que associam Paes a Lula e ao PT e a acusação de uma [tentativa de interferência no processo eleitoral para beneficiar os dois candidatos](#).



• Alinhamentos nacionais e identidade política

A associação com Flávio Bolsonaro (PL) foi frequente e central na construção da campanha de Douglas Ruas (PL), especialmente na reta final. Os dois aparecem juntos em diversas publicações; nelas, Flávio [chama Ruas de "irmão"](#) e declara [apoio à sua candidatura](#). A parceria também é utilizada para reforçar pautas como combate ao [crime organizado](#), valorização das forças de segurança, defesa da família e oposição ao PT e a Lula. O candidato ao governo do Estado também compartilha, [em postagens em colaboração](#), conteúdos de Jair e Flávio Bolsonaro e de enfrentamento a Lula e ao PT, reforçando sua identificação com o bolsonarismo. Conteúdos religiosos e referências à defesa da família também acompanham essa construção política. Na reta final da campanha de William Siri (PSOL), a nacionalização apareceu principalmente na repercussão do debate da TV Globo e na abordagem de pautas de alcance nacional, como a [proposta de fim da escala 6x1](#), o ["pânico moral" em torno da legalização das drogas](#) e, principalmente, [o escândalo do Banco Master](#). Siri também demarca uma [posição antagônica ao grupo político de Flávio Bolsonaro](#) e declara [voto no presidente Lula](#).





Senado

Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Senado

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
PR	9	486	7.222.042
SC	10	281	2.766.596
RS	10	379	2.826.147
Total	29	1.146	12.814.785

Os dados analisados no período que monitorou 29 candidatos ao Senado na região Sul registram destaque do Paraná, que concentrou a maior fatia do engajamento regional ao somar 7.222.042 de interações distribuídas em 486 posts. O Rio Grande do Sul ocupou a segunda posição em volume total, somando 2.826.147 interações em 379 publicações. Já Santa Catarina alcançou 2.766.596 interações em 281 conteúdos, registrando a segunda maior desempenho por publicação da região.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas - Senado

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
PR	Deltan Dallagnol (Novo)	36	4.039.268	https://www.instagram.com/p/DeFq3h3RpiR
PR	Gleisi (PT)	182	2.523.421	https://www.instagram.com/p/DeDWkziJeLQ
SC	Carol de Toni (PL)	42	1.405.139	https://www.instagram.com/p/DeDN3YsJJYK
RS	Marcel van Hattem (Novo)	37	989.346	https://www.instagram.com/p/Dd-ZbOsMOOQ
RS	Manuela d'Ávila (PSol)	89	866.384	https://www.instagram.com/p/DeHfPLzxGyY
RS	Pimenta (PT)	70	815.148	https://www.instagram.com/p/DeAVdY6txWz
SC	Carlos Bolsonaro (PL)	29	787.840	https://www.instagram.com/p/DeFDeAYhteE
PR	Filipe Barros (PL)	37	394.595	https://www.instagram.com/p/DeDUkJCpGJt
SC	Décio Lima (PT)	30	347.218	https://www.instagram.com/p/Dd-UXHeMZht
PR	Cristina Graeml (PSD)	61	140.143	https://www.instagram.com/p/DeDVQjvABTH
RS	Sanderson (PL)	46	119.852	https://www.instagram.com/p/DeAAJjgJ9qZ
SC	Esperidião Amin (PP)	27	88.785	https://www.instagram.com/p/DeFuR_evGvr
PR	Alexandre Curi (Republicanos)	84	83.062	https://www.instagram.com/p/Dd-tGX7xl7Z
SC	Afrânio Bopp (PSol)	22	74.624	https://www.instagram.com/p/DeCR3dCx2KL
SC	Túlio de Amorim Pfoetzenreiter (Missão)	104	32.552	https://www.instagram.com/p/DeC_9WUS7DT
SC	Lunelli (MDB)	16	29.626	https://www.instagram.com/p/DeFs_JXucnC

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
PR	Dr. Rosinha (PT)	66	28.784	https://www.instagram.com/p/DeCcNiBxoF3
RS	Rigotto (MDB)	41	15.939	https://www.instagram.com/p/Dd8s-pqgMA0
RS	Frederico Antunes (PSD)	52	13.728	https://www.instagram.com/p/Dd6dwN5hixD
PR	Alvaro Dias (MDB)	11	9.050	https://www.instagram.com/p/DeF4EiFoyLU
RS	Renato Jaguarão (Cidadania)	8	4.078	https://www.instagram.com/p/DeF3SIKxhCd
PR	Joaquim do MLB (UP)	3	2.110	https://www.instagram.com/p/DeHS4gakRvB
PR	Karen Guerreiro (MISSÃO)	6	1.609	https://www.instagram.com/p/DeHFrCuxObO
RS	Milton Cardoso (PSDB)	20	912	https://www.instagram.com/p/Dd9dXntxSF2
SC	Jeferson Rocha (PRD)	7	642	https://www.instagram.com/p/Dd7cmcOiUoe
RS	Luciano do MLB (UP)	15	609	https://www.instagram.com/p/DeAbvH2hIk4
SC	Ana Lúcia da Silveira Machado (UP)	3	156	https://www.instagram.com/p/DeDnPoHydE7
RS	Regis Ethur (PSTU)	1	151	https://www.instagram.com/p/Dd6xBZ6ptA2
SC	Marcos Dorval (PSTU)	1	14	https://www.instagram.com/p/DeC6rOouWYq

Entre 30 de setembro e 5 de outubro, Deltan Dallagnol (Novo-PR) consolidou a liderança em volume de engajamento ao atingir 4.039.268 interações em apenas 36 publicações. Gleisi Hoffmann (PT-PR) ocupou a segunda posição geral ao somar 2.523.421 interações distribuídas em 182 publicações. Em Santa Catarina, Carol de Toni (PL-SC) assumiu o destaque estadual ao alcançar 1.405.139 interações em 42 posts. No Paraná, a forte polarização entre Deltan Dallagnol e Gleisi Hoffmann concentrou a maior fatia das interações. Na sequência, Filipe Barros (PL) obteve 394.595 interações em 37 posts, seguido por Cristina Graeml (PSD), com 140.143 em 61 publicações, e Alexandre Curi (Republicanos), que registrou 83.062 interações em 84 conteúdos. Dr. Rosinha (PT) somou 28.784 interações em 66 posts, enquanto Alvaro Dias (MDB) acumulou 9.050 interações em 11 publicações.

No Rio Grande do Sul, a disputa foi liderada por Marcel van Hattem (Novo), que alcançou 989.346 interações com 37 posts. Manuela d'Ávila (PSOL) ficou na segunda posição estadual ao somar 866.384 interações em 89 publicações, seguida de perto por Pimenta (PT), com 815.148 interações em 70 posts. Sanderson (PL) atingiu 119.852 interações em 46 publicações, acompanhado por Rigotto (MDB), com 15.939 (41 posts), e Frederico Antunes (PSD), com 13.728 interações em 52 conteúdos.

Em Santa Catarina, atrás de Carol de Toni, Carlos Bolsonaro (PL) registrou 787.840 interações em 29 posts (média de 27.167 por publicação). Décio Lima (PT) acumulou 347.218 interações em 30 publicações, seguido por Esperidião Amin (PP), com 88.785 (27 posts), e Afrânio Boppré (PSOL), com 74.624 em 22 posts. Túlio de Amorim Pfuetzenreiter (Missão) somou 32.552 interações em 104 conteúdos, enquanto Lunelli (MDB) registrou 29.626 interações distribuídas em 16 publicações.

Narrativas por estado



Paraná

Nacionalização, ataques e conflito com a Justiça Eleitoral

- Disputa nacionalizada opõe Deltan Dallagnol e Gleisi Hoffmann em torno de Lula, PT, bolsonarismo e Justiça Eleitoral.

No período anterior à eleição, as publicações dos candidatos ao Senado no Paraná foram marcadas principalmente pela disputa nacionalizada e pelo confronto político, com Gleisi Hoffmann (PT) mobilizando a candidatura de Lula e criticando a família Bolsonaro, enquanto Deltan Dallagnol (Novo) concentrava a comunicação na própria candidatura, na disputa com o PT e nos questionamentos à Justiça Eleitoral sobre sua elegibilidade. Nas últimas publicações que antecederam a eleição, Deltan Dallagnol concentrou os ataques no PT, especialmente na atuação atribuída ao partido contra sua candidatura, e em Lula, a quem [acusa de fugir do debate](#) para não responder aos questionamentos durante a campanha. A disputa eleitoral aparece apresentada como um confronto entre Deltan e o PT, com a [associação entre o partido, Lula e as ações que teriam buscado impedir sua candidatura](#). A maior parte das publicações do período, no entanto, aborda diretamente decisões da Justiça Eleitoral sobre esse mesmo tema, apresentadas por Deltan como ilegais, perseguição ou tentativa de silenciamento. Ele [destaca a suspensão do direito de fazer campanha](#), a retirada de seu nome das urnas, a [reversão de decisões](#) e a autorização para que seus aliados voltassem a pedir votos. Também [questiona a atuação de ministros do TSE e associa determinadas decisões a relações políticas](#). Após a votação, o conteúdo passa a incorporar o resultado eleitoral, [com Filipe Barros \(PL\) e Deltan Dallagnol \(Novo\), eleitos para o Senado](#), agradecendo os votos recebidos. A vitória eleitoral é apresentada por eles como o início de uma atuação no Senado para colocar o Brasil nos caminhos da justiça.

Gleisi concentra as [críticas à família Bolsonaro](#) e a adversários associados ao campo bolsonarista. As publicações apresentam a disputa como um confronto eleitoral entre Lula e os Bolsonaro e incluem a crítica de Lula a Flávio Bolsonaro por ter [enviado o irmão aos Estados Unidos](#) para falar contra o Brasil. Também aparece a [resposta de Janja a Nikolas Ferreira](#), acusado de distorcer uma fala de Lula. A eleição presidencial ocupa grande parte do conteúdo, com mobilização em torno de Lula e da disputa pelo segundo turno. O [jingle associado à primeira eleição de Lula é recuperado](#) como elemento de campanha, enquanto outras publicações reforçam a identidade nacional da disputa e a continuidade do projeto político associado ao presidente. Além disso, Gleisi divulgou medida atribuída ao governo Lula que prevê [afastamento do trabalho e pagamento automático para mulheres vítimas de violência doméstica](#), incluindo trabalhadoras formais e informais, sem a perícia obrigatória do INSS. No balanço pós-eleitoral, Gleisi [destaca a campanha realizada no Paraná](#), as propostas apresentadas e o compromisso declarado com as mulheres, além de mencionar o desempenho da Federação Brasil da Esperança nas bancadas estadual e federal. A publicação também [desloca o foco para o segundo turno](#) e para a campanha de Lula.





Santa Catarina

Nacionalização, bolsonarismo e controvérsias eleitorais

• Nacionalização da disputa, bolsonarismo, influência eleitoral

Em Santa Catarina, antes da eleição, a comunicação combinou mobilização eleitoral, nacionalização da disputa e temas controversos, com Caroline De Toni (PL) apresentando o Senado como uma eleição estratégica para o estado e para o país, enquanto Carlos Bolsonaro (PL) articulava sua candidatura ao legado de Jair Bolsonaro e repercutia acusações de fake news e tentativa de influência sobre a apuração. Carlos relaciona a disputa em Santa Catarina ao cenário político nacional, [associando sua candidatura ao legado de Jair Bolsonaro e à candidatura presidencial de Flávio Bolsonaro](#). A publicação em apoio a Jair Bolsonaro apresenta acusações de prisão, tortura e censura e atribui essas ações ao “sistema”. Além disso, Carlos acusa o “sistema” de divulgar informações falsas sobre seu local de acompanhamento da apuração e [afirma que a divulgação teria como objetivo influenciar eleitores na reta final da votação](#). Carlos [agradece aos catarinenses pela confiança](#) recebida e associa o resultado ao compromisso de atuar com trabalho, lealdade e coragem.

Já Caroline de Toni (PL) associa sua candidatura ao Senado à representação de Santa Catarina e do Brasil, [destacando a importância da eleição para o cenário político nacional](#). Em outro post, questiona uma notícia sobre interferência dos Estados Unidos nas eleições e menciona uma investigação conduzida pela Polícia Federal, além de atribuir à AGU uma solicitação de apuração. [A publicação questiona a existência de uma suposta “narrativa pós-derrota” da esquerda](#), associando o tema à investigação mencionada no próprio post. As demais publicações são predominantemente de agradecimento pelo resultado eleitoral e de apresentação de compromissos políticos. Caroline [destaca os votos recebidos, a confiança dos catarinenses](#), a representação de mulheres e homens que trabalham e cuidam de suas famílias, além do compromisso de continuar atuando no Senado.





Rio Grande do Sul

Nacionalização e polarização marcam a disputa ao Senado

- Campanhas mobilizam eleitores em torno de Lula e Flávio Bolsonaro, com críticas ao STF e à Justiça Eleitoral.

No Rio Grande do Sul, o período anterior à eleição foi marcado pela disputa presidencial e pela polarização entre os campos de Lula e Bolsonaro, com Manuela d'Ávila (Psol) e Paulo Pimenta (PT) mobilizando votos para Lula e Marcel van Hattem (Novo) articulando as candidaturas ao Senado à eleição presidencial, além de críticas ao STF e à condução do debate eleitoral. A campanha de Marcel van Hattem (Novo) é diretamente vinculada à disputa presidencial, com [apoio explícito a Flávio Bolsonaro e defesa de uma composição política nacional](#) envolvendo Senado e Presidência. O conteúdo também articula candidaturas de diferentes estados, como Deltan no Paraná e [Flávio em âmbito nacional](#). Além disso, Marcel concentra os ataques em Lula e no campo político associado ao presidente, defendendo a eleição de Flávio Bolsonaro e apresentando a disputa como oposição ao governo federal. Em outro post, direciona críticas ao STF e à atuação da Justiça Eleitoral, [utilizando o discurso de censura para contestar decisões relacionadas à campanha e à realização de debates](#) na TV. A referência ao cancelamento do debate é apresentada como uma questão de liberdade de expressão. Em outro post, [comemora o resultado eleitoral junto com Sanderson \(PL\)](#) e o associa ao fim do que chama de “patifaria de Lula e do STF”.

Paulo Pimenta (PT) concentra as publicações anteriores à eleição na disputa presidencial e na mobilização eleitoral, defendendo a reeleição de Lula e a [formação de uma bancada parlamentar alinhada ao projeto político da campanha](#). Também reproduz fala de Lula em que o adversário é caracterizado de forma depreciativa e [acusado de enviar o irmão aos Estados Unidos para falar contra o Brasil](#). Às vésperas da votação, reforça a convocação ao voto e à participação eleitoral, com a [divulgação de resultado da pesquisa Datafolha](#) mostrando vantagem de Lula no segundo turno. Outro destaque anterior à eleição é a publicação em [defesa do voto em Lula, acompanhada de imagens do presidente](#) e da música Under Pressure, do Queen. Após a eleição, derrotado na disputa pelo Senado, Pimenta direciona a comunicação para o segundo turno presidencial, mantendo a mobilização pela reeleição de Lula.

A publicação de Manuela D'Ávila (Psol) com maior engajamento no dia da eleição foi a sua [exposição digital](#), projeto intitulado “Olhe de Novo”, com uma fotografia para cada dia da eleição. Após a votação, Manuela agradece os votos recebidos e parte para a mobilização para o segundo turno presidencial, [convocando os eleitores para a campanha de Lula nos 25 dias seguintes](#). Também aborda a abstenção eleitoral, [destacando os 33 milhões de eleitores que não compareceram às urnas](#) e defendendo a continuidade da mobilização.



Governo-Estadual



Engajamento e Desempenho Digitais

Tabela 1 • Comparativo entre estados - Governo Estadual

Estado	Candidaturas monitoradas	Publicações	Interações totais
PR	8	333	2.034.951
SC	8	101	856.043
RS	6	243	665.473
Total	22	677	3.556.467

Foram monitorados 22 perfis de candidaturas aos governos estaduais, com 677 publicações e 3.556.467 interações. O Paraná concentrou 57,2% das interações ao governo do Estado, com 2.034.951 interações em 333 registros. Enquanto Santa Catarina teve o total de 856.043 interações em 101 publicações e continuou apresentando a maior média de interação por registro entre os governos estaduais, aproximadamente 8.476. No Rio Grande do Sul contabilizamos 665.473 interações em 243 registros.

Tabela 2 • Desempenho das candidaturas - Governo Estadual

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
PR	Sergio Moro (PL)	83	1.107.681	https://www.instagram.com/p/DeDUDuhmPZ
SC	Jorginho Mello (PL)	15	521.129	https://www.instagram.com/p/DeFs8NTuYJh
PR	REQUIÃO FILHO (PDT)	37	497.460	https://www.instagram.com/p/Dd62hTpJ1MB
PR	Sandro Alex (PSD)	136	406.916	https://www.instagram.com/p/Dd5b0Rti6X
RS	Tenente Coronel Zucco (PL)	32	288.034	https://www.instagram.com/p/DeFsnC9OKmv
RS	Juliana Brizola (PDT)	49	189.839	https://www.instagram.com/p/Dd5RAB2zJl-
RS	Gabriel Souza (MDB)	104	172.481	https://www.instagram.com/p/DeCEXvWxhj
SC	JOÃO RODRIGUES (PSD)	16	150.359	https://www.instagram.com/p/Dd6tJUeR-QX
SC	Gelson Merisio (PSB)	37	130.930	https://www.instagram.com/p/DeCR3dCx2KL
SC	Marcelo Brigadeiro (MISSÃO)	12	48.365	https://www.instagram.com/p/Dd9FICvOYzT
PR	Luiz França (MISSÃO)	25	17.833	https://www.instagram.com/p/DeA0YXCt33N
RS	MARCELO MARANATA (PSDB)	18	13.094	https://www.instagram.com/p/DeDYyyxP57o
SC	Lais Chaud (UP)	15	4.665	https://www.instagram.com/p/DeDUik2MUje
PR	Tayná Miessa (UP)	8	2.813	https://www.instagram.com/p/Dd_yJY_zYoL
PR	Samuel Mattos (PSTU)	12	1.270	https://www.instagram.com/p/DeCTwGikaSq
RS	Rejane Oliveira (PSTU)	15	1.168	https://www.instagram.com/p/Dd9LT3txfxu
PR	Alexandre Salomão (MOBILIZA)	30	918	https://www.instagram.com/p/DeGAuJuvnal

Estado	Candidatura	Publicações	Interações	Publicações com maior desempenho
RS	Priscila Voigt (UP)	25	857	https://www.instagram.com/p/DeAbvH2hlk4
SC	Ralf Zimmer (PRD)	3	460	https://www.instagram.com/p/Dd9sHtbBhDj
SC	Bruno Dias (PCO)	1	78	https://www.instagram.com/p/DeDXantkkLy
PR	Adriano Teixeira (PCO)	2	60	https://www.instagram.com/p/DeFI8Lpx2Po
SC	Professor Marcus Sodré (PSTU)	2	57	https://www.instagram.com/p/Dd7O239BjaJ

O desempenho esteve concentrado nas candidaturas de Moro, Requião Filho e Sandro Alex, que representaram mais de 98% das interações do governo no Paraná; Jorginho Mello, João Rodrigues e Gelson Merisio, com mais de 93% em Santa Catarina; e Zucco, Juliana Brizola e Gabriel Souza, com mais de 97% no Rio Grande do Sul.

Narrativas por estado

Paraná

Nacionalização de temas

• Moro transforma a eleição estadual em parte do projeto nacional da extrema-direita

Sergio Moro encerra a campanha com uma estratégia fortemente nacionalizada. Sua chapa é [apresentada em conjunto](#) com [Flávio Bolsonaro, Deltan Dallagnol e Filipe Barros](#). O uso da [expressão "onda 22"](#) sintetiza a tentativa de transformar a candidatura estadual em extensão do campo presidencial. Ao mesmo tempo que Moro [recupera sua trajetória na Lava Jato e associa experiência pessoal](#), combate à corrupção e identidade paranaense.



Continuidade administrativa versus mudanças

• Sandro Alex se apresenta como continuidade e Moro como mudança

O candidato Sandro Alex procurou [apresentar sua candidatura](#) como continuidade de um ciclo positivo do governo estadual, frequentemente associado a [Ratinho Junior e Rafael Greca](#), utilizando ideias como avanço, trabalho e experiência administrativa além de críticas ao oponente Sérgio Moro. Já Moro procurou se apresentar como mudança política.



Santa Catarina

Críticas/ataques a oponentes

• Gestão de Jorginho se torna objeto central da ofensiva de Merisio

Merisio concentra parte importante da reta final em questionamentos sobre a administração estadual. [Um dos temas foi o caso do cão Orelha](#), utilizado para questionar a condução das investigações. Outra frente foi uma reportagem sobre contratos da empresa Qualidade Mineração, reproduzida como crítica ao governo.



Nacionalização de temas

• Jorginho e Merisio incorporam integralmente a disputa presidencial

Jorginho Mello encerra a campanha dentro do “[Time 22](#)”, ao lado de Carol de Toni, Carlos Bolsonaro e Flávio Bolsonaro. Enquanto Merisio assume posição equivalente no campo adversário, integrando Lula, Décio Lima e Afrânio Bopp. [A campanha estadual em Santa terminou muito mais nacionalizada do que começou.](#)

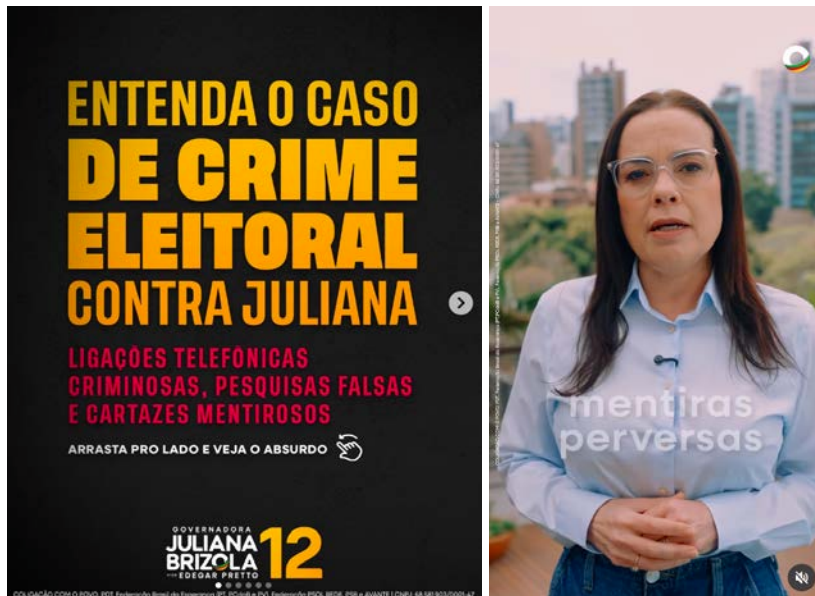


Rio Grande do Sul

Questões controversas e polêmicas

• Ataques coordenados tornam-se tema central na reta final de Juliana Brizola

A campanha de Juliana Brizola afirma ter sido alvo de uma estratégia organizada de desinformação nos dias anteriores ao pleito. A [candidata menciona pesquisas adulteradas, ligações automáticas e materiais anônimos](#). Este episódio é importante porque a campanha transforma a integridade informacional em argumento político, quando Juliana [contrapõe uma suposta “política do jogo sujo” à imagem de uma campanha baseada em diálogo e propostas](#).



Nacionalização de temas

- Zucco se consolida como candidatura estadual do campo bolsonarista

Zucco [reforça sua candidatura](#) em conjunto com os dois candidatos ao Senado e Flávio Bolsonaro. Também [recebe apoio explícito de Tarcísio de Freitas](#), utilizado para fortalecer a imagem de competência administrativa. A campanha finaliza combinando a identidade ideológica nacional com a promessa de eficiência de gestão.



Notas metodológicas

Os dados apresentados neste relatório foram obtidos por meio de um dashboard próprio de monitoramento do Instagram, desenvolvido pelo Instituto Democracia em Xequê para acompanhar a atividade de perfis pré-selecionados de pré-candidatos(as) ao Senado Federal e aos governos estaduais de todas as unidades da Federação. Embora o sistema contemple uma base nacional, esta edição concentra a análise em 13 estados e cinco regiões do país: Pará, Ceará, Pernambuco, Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.



ELEIÇÕES 2026:

Governos Estaduais e Senado



COM
Departamento
de Comunicação

