

Monitor Jovem DX:

A DISPUTA PELO LEGISLATIVO NAS REDES SOCIAIS

#4 | Boletim

14 a 27 de setembro



Apresentação

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

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

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

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

Quem são as candidaturas jovens?

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

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

Como são nossos boletins?

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

1

Destaques

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

2

Disputa por visibilidade

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

3

Painel regional

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

4

Temas, atores e ações comunicativas

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

5

Análises especiais

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

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

1. DESTAQUES DO PERÍODO

Entre 14 e 27 de setembro, 652 candidaturas jovens publicaram 18.109 posts e acumularam cerca de 21 milhões de interações. A partir desse universo, destacamos os movimentos que mais chamaram atenção na disputa por visibilidade e nas estratégias de campanha nas redes.

Visibilidade segue concentrada em poucos perfis e em conflitos nacionais

As dez candidaturas mais repercutidas reuniram 47% de todas as interações. Lucas Pavanato (PL-SP) liderou o período, impulsionado por ataques ao STF e por uma publicação de conteúdo transfóbico em colaboração com Eduarda Campopiano (PL-SP), que somou mais de 577 mil interações nos dois perfis. O resultado também reforça a vantagem das candidaturas federais, responsáveis por 61% das interações apesar de terem publicado menos posts que as estaduais e distritais.

Na segurança pública, cenas de crime e respostas punitivas alcançam mais que prevenção e proteção

Identificamos 412 posts de 158 candidaturas, com 766,5 mil interações que trataram de temas relacionados à segurança pública. As narrativas de exposição do crime concentraram 59,4% da repercussão do tema, enquanto publicações sobre proteção de mulheres e enfrentamento ao feminicídio, embora mais numerosas, reuniram apenas 3,7%. Emerson Freitas (MDB-PE), Guto Zacarias (MISSÃO-SP) e conteúdos de reação a agressões policiais exemplificam uma linguagem em que o crime aparece como cena, comentário e justificativa para o endurecimento da punição.

Os partidos incorporam acontecimentos nacionais sem abandonar seus repertórios próprios

Entre os seis partidos com mais jovens, o confronto com adversários e instituições organiza a comunicação do MISSÃO, NOVO e PL; UP e PSOL recorrem mais a colaborações, divulgação de chapas e endossos; e o PT combina alianças, mobilização de Lula com ataques e disputas políticas nacionais. Os acontecimentos alteram os conteúdos, mas não substituem as linguagens partidárias já estabelecidas.

Identificações religiosas se concentram nas direitas

Entre as 642 bios de Instagram analisadas no início da campanha, 64 apresentavam referências religiosas. Dessas, 33 pertenciam a candidaturas da extrema-direita e 27 à direita — juntas, 60 das bios sinalizadas. Na esquerda, foram encontradas apenas quatro. As referências incluem identidades como “católico”, “evangélica” e “cristão”, atividades como “pregadora”, além do polêmico lema bolsonarista “Deus, pátria, família e liberdade”.

Pertencimento religioso vira critério de representação e fronteira política

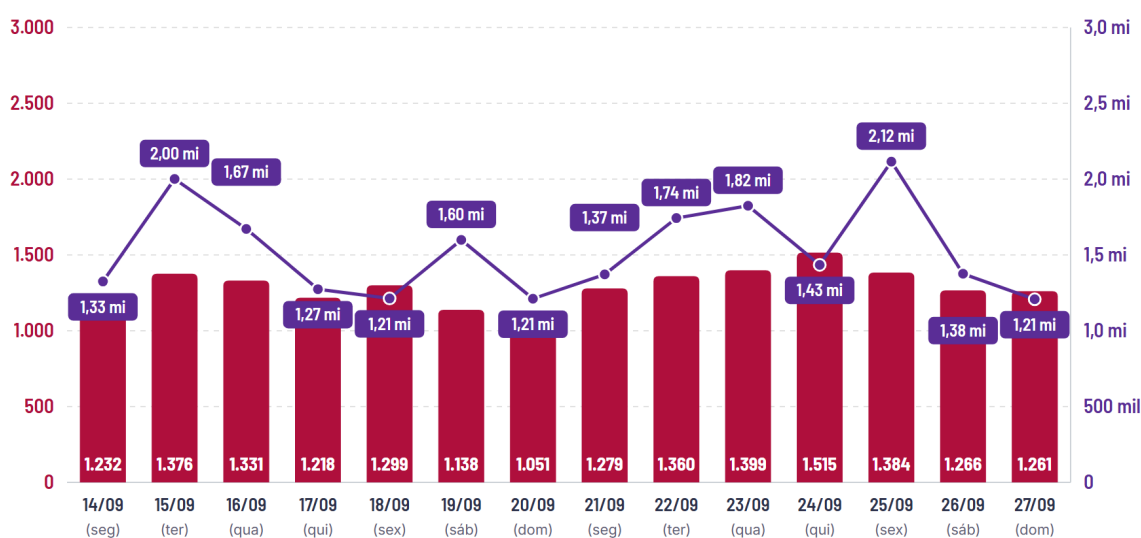
Candidaturas questionam a legitimidade religiosa de adversários; convocam o voto em representantes cristãos; associam essa identidade a pautas morais como família, aborto, sexualidade, educação, cultura e segurança. No especial, mostramos que a religião não aparece apenas como identidade declarada entre os jovens, mas como uma disputa sobre quem pode falar em nome dos cristãos e quais posições políticas devem ser reconhecidas como compatíveis com esse pertencimento.

2. DISPUTA POR VISIBILIDADE

Entre 14 e 27 de setembro, o monitoramento identificou publicações de 652 candidaturas jovens. Juntas, elas produziram 18.109 posts e acumularam 21.368.589 interações. **Em relação à quinzena anterior**, houve aumento no volume de publicações, que passou de 15.960 para 18.109, enquanto o total de interações caiu de aproximadamente 24,1 milhões para 21,4 milhões. Isso representa um crescimento de cerca de 13,5% na produção de conteúdo, acompanhado de uma redução de 11,3% nas interações.

O movimento indica uma intensificação da atividade das campanhas nas redes à medida que a eleição se aproxima, mas sem crescimento proporcional da repercussão. O aumento do número de conteúdos, portanto, não se traduziu em maior volume agregado de engajamento.

Gráfico • Atividade nas redes ao longo do período



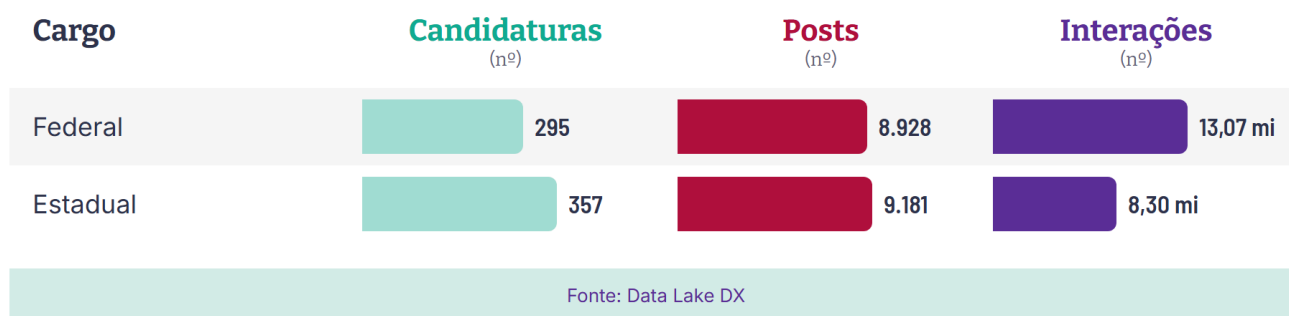
Fonte: Data Lake DX

A série diária mostra oscilações importantes no volume de interações ao longo da quinzena. **O primeiro pico ocorre em 15 de setembro, quando o engajamento chega a cerca de 2 milhões de interações.** O movimento coincide com a sessão extraordinária do STF sobre os desdobramentos do caso Banco Master e aparece refletido entre os conteúdos de maior repercussão do dia. Entre eles, estiveram uma publicação de [Lucas Pavanato \(PL-SP\)](#), com mais de 620 mil interações, além de posts de [Guto Zacarias \(MISSÃO-SP\)](#) e [Guilherme Kilter \(NOVO-PR\)](#) relacionados ao STF, ao julgamento e a pedidos de impeachment.

Após uma redução nos dias seguintes, o volume voltou a crescer entre 22 e 23 de setembro e **atingiu seu ponto mais alto no dia 25, com cerca de 2,1 milhões de interações.** Nesse caso, a repercussão esteve associada a um conjunto mais diverso de temas. Entre os conteúdos de maior alcance aparecem uma publicação em colaboração de [Eduarda Campopiano \(PL-SP\)](#) e [Lucas Pavanato \(PL-SP\)](#) sobre identidade de gênero, além de posts relacionados à controvérsia envolvendo Nossa Senhora Aparecida, como os de [Thálitha Barboza \(PT-SP\)](#) e [Pedro Rousseff \(PT-MG\)](#).

O movimento não acompanha diretamente o volume de publicações: o maior número de posts ocorre no dia 24, enquanto o maior volume de interações aparece no dia seguinte. Isso mostra que os picos de visibilidade estiveram mais relacionados à repercussão de conteúdos específicos do que simplesmente à quantidade de publicações.

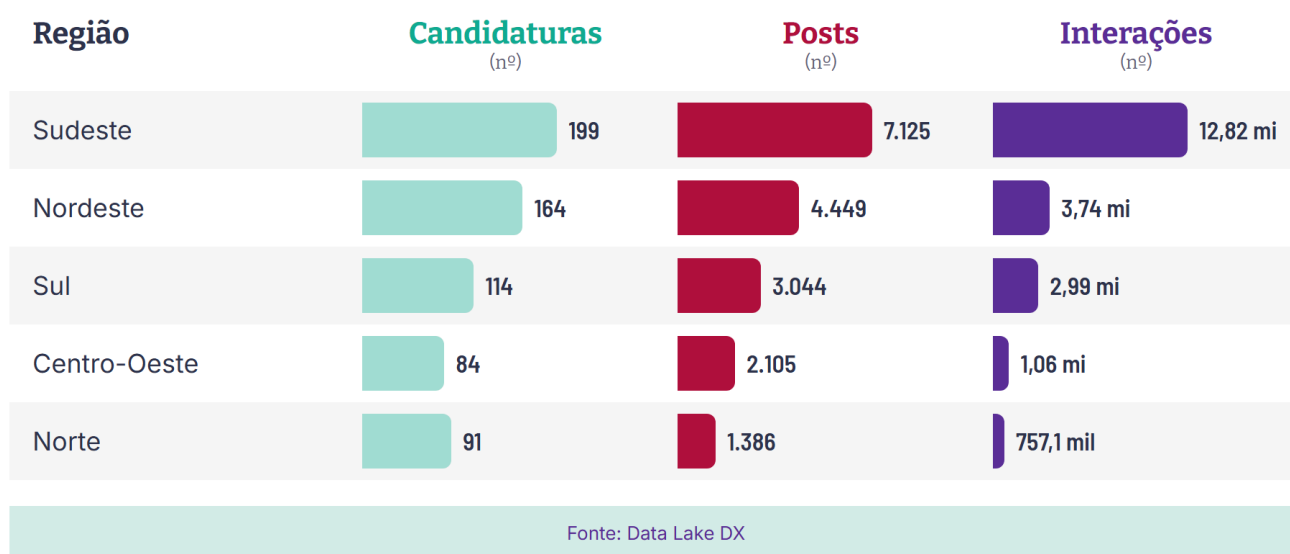
Gráfico • Atividade nas redes por cargo



As candidaturas a deputado federal e estadual ou distrital apresentaram novamente volumes bastante próximos de publicação. **As 295 candidaturas federais produziram 8.928 posts,** enquanto as **357 candidaturas estaduais e distritais publicaram 9.181 conteúdos.** A diferença aparece com maior força no volume de interações: as candidaturas federais acumularam 13.067.632 interações, contra 8.300.957 das estaduais e distritais.

Embora tenham publicado em volumes muito semelhantes, e as candidaturas federais tenham feito ligeiramente menos posts, houve uma diferença relevante na repercussão. **Os candidatos a deputado federal concentraram cerca de 61% das interações do período, contra 39% das candidaturas estaduais e distritais.** A diferença também aparece no desempenho médio dos conteúdos: os posts de candidaturas federais tiveram, em média, cerca de 62% mais interações.

Gráfico • Atividade nas redes por região



O **Sudeste** concentrou o maior volume de atividade no período, com **199 candidaturas**, **7.125 posts** e **12.817.570 interações**. A região respondeu por cerca de **39% das publicações**, mas reuniu aproximadamente **60% de todas as interações**, mostrando que sua participação no engajamento foi proporcionalmente superior ao seu peso na produção de conteúdo.

O **Nordeste** aparece em seguida, com **164 candidaturas**, **4.449 publicações** e **3.741.151 interações**. O **Sul** reuniu **114 candidaturas**, produziu **3.044 posts** e alcançou **2.993.669 interações**. Já o **Centro-Oeste** registrou **84 candidaturas**, **2.105 publicações** e **1.059.076 interações**, enquanto o **Norte** reuniu **91 candidaturas**, com **1.386 posts** e **757.123 interações**.

A distribuição mostra que o **Sudeste** não apenas liderou em volume de publicações, como também apresentou um peso ainda maior no total de interações. Nas demais regiões, a participação no engajamento ficou mais próxima, ou abaixo, de sua participação na produção de conteúdo.

Quem mais se destacou no período

A concentração da atenção também aparece no ranking individual. **Lucas Pavanato (PL)** liderou a quinzena com **2.242.759 interações**, seguido por **Pedro Rousseff (PT)**, com **1.333.650**, e **Vitória Souza (PP)**, com **1.046.895**. **Eduarda Campopiano (PL)** e **Guilherme Kilter (Novo)** completam as cinco primeiras posições. **Guto Zacarias (Missão)**, **Henrico Barboza (PT)** e **Guilherme Cortez (PSOL)** também aparecem entre os dez perfis de maior repercussão no período.

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

Ranking	Nome	Cargo	Partido	Posts	Interações
1	Lucas Pavanato	Deputado Federal	PL	142	2.242.759
2	Pedro Rousseff	Deputado Federal	PT	146	1.333.650
3	Vitória Souza	Deputada Federal	PP	40	1.046.895
4	Eduarda Campopiano	Deputada Estadual	PL	11	929.213
5	Guilherme Kilter	Deputado Federal	NOVO	47	922.190
6	Guto Zacarias	Deputado Federal	MISSÃO	206	879.373
7	Henrico Barboza	Deputado Estadual	PT	47	786.068
8	Guilherme Cortez	Deputado Federal	PSOL	647	735.877
9	Emerson Freitas	Deputado Estadual	MDB	118	565.259
10	Julia de Castro	Deputada Federal	PL	90	559.235

Destaques da disputa por atenção

O ranking de interações mostra que a visibilidade segue concentrada em poucos perfis, embora em intensidade menor do que na quinzena anterior. As dez candidaturas com maior engajamento somaram cerca de **10 milhões de interações**, o equivalente a aproximadamente **47% de todas as interações registradas no período**. O grupo reúne candidaturas de diferentes partidos e campos políticos, com destaque para o **PL, que ocupa três das dez posições**.

Outro aspecto relevante continua sendo a diferença entre **volume de publicação e capacidade de gerar repercussão**. **Guilherme Cortez (PSOL-SP)** publicou **647 posts**, o maior volume entre os dez primeiros, e alcançou 735,9 mil interações. Já **Eduarda Campopiano (PL-SP)** chegou à quarta posição com apenas **11 publicações** e **929,2 mil interações**. **Vitória Souza (PP-SP)** também aparece em terceiro lugar com **40 posts e pouco mais de 1 milhão de interações**. Os dados reforçam que maior frequência de publicação não se traduz necessariamente em maior engajamento.

A composição do topo também mudou em relação à quinzena anterior. **Lucas Pavanato (PL-SP)** assumiu a liderança, com 2,24 milhões de interações, enquanto **Pedro Rousseff (PT-MG)** avançou para a segunda posição e **Vitória Souza (PP-SP)**, que havia liderado o período anterior, passou para o terceiro lugar. A maior mudança dentro do grupo foi a de **Eduarda Campopiano (PL-SP)**, que saiu da nona para a quarta posição. **Julia de Castro (PL)** entrou no top 10, enquanto **Camila Cardoso (UNIÃO)** deixou o ranking.

Os conteúdos de maior repercussão também ajudam a mostrar estratégias distintas de construção de visibilidade. **Lucas Pavanato (PL-SP) teve o post mais engajado da quinzena**, publicado em 15 de setembro, alcançou [620,4 mil interações](#). No post, Pavanato comenta um vídeo da sessão extraordinária do STF, e chama Dino de “vagabundo” e “comunista” por ter feito [o pedido de vista](#) na sessão extraordinária do STF, alegando que ele estaria protegendo o “amigo” Alexandre de Moraes. Com cortes, Pavanato opõe as figuras à Mendonça posicionado como “o homem decente sendo perseguido”.

Entre seus destaques também aparece a publicação em colaboração com Eduarda Campopiano (PL-SP), [“Chega de confusão: homem é homem e mulher é mulher”](#), que alcança **326,4 mil interações no perfil de Campopiano e 250,9 mil no de Pavanato**. O conteúdo tem caráter transfóbico, e coloca Pavanato de peruca para caricaturar uma pessoa trans, questionando o acesso aos banheiros femininos, assim como as cotas. A encenação termina com a frase ‘homem é homem, mulher é mulher’ e pedidos de voto para ambos.

Imagem: Post no Instagram de Lucas Pavanato (PL-SP) em collab com Eduarda Campopiano (PL-SP), publicado em 26 de setembro de 2026.



Pedro Rousseff (PT-MG) manteve uma comunicação fortemente ligada à disputa política nacional. Entre seus posts de maior repercussão estão [“O Brasil é dos brasileiros e de Nossa Senhora”](#), com **77,5 mil interações**. Na postagem, ele resgata uma fala do papa Francisco em que ele pede que Nossa Senhora Aparecida “*livre o povo brasileiro do ódio*”, e usa o trecho para fazer uma crítica direta ao bolsonarismo. O conteúdo foi publicado em meio à recente disputa política em torno da padroeira do Brasil. Em outra publicação de grande alcance, com [68,3 mil interações](#), Pedro

Rousseff publicou um vídeo em collab com **Henrico Barboza, candidato a deputado estadual pelo PT em Minas Gerais**. No conteúdo, é utilizado um trecho de vídeo de Alexandre de Moraes para sustentar críticas a André Mendonça, associando o ministro a um suposto “grupo golpista” e ao caso Master. A publicação adota tom fortemente confrontacional e transforma a repercussão do tema em mobilização política e eleitoral.

Imagem: Post no Instagram de Pedro Rousseff (PT-MG), publicado em 25 de setembro de 2026.



Vitória Souza (PP-SP) continua apresentando forte desempenho em conteúdos pessoais e familiares, que ainda concentram algumas de suas maiores interações. Os posts [“Acredita que esse menino já está quase chegando a 5Kg?”](#), com **329,4 mil interações**, e [“Ele tá treinando ficar sem oxigênio”](#), com **270,6 mil**, estão entre os destaques do período. Ambos mostram aspectos de sua rotina como mãe, com registros do desenvolvimento do filho e da experiência da maternidade, além de destacar o cotidiano no hospital e os cuidados durante a permanência da criança na unidade de saúde.

Na reta final da campanha, porém, a candidata passa a incorporar de forma mais explícita **conteúdos eleitorais**, movimento que aparecia de maneira pouco frequente nas quinzenas anteriores. Em 23 de setembro, publicou [“Tá chegando o dia, vamos juntos 1199”](#), e, no dia 25, reforçou diretamente sua candidatura com a mensagem [“Faltam apenas 10 dias, eu quero representar você – 1199 Deputada Federal”](#). A mudança indica uma maior presença da campanha eleitoral em um perfil cuja visibilidade vinha sendo construída principalmente a partir da maternidade, da família e da vida cotidiana.

Imagem: Post no Instagram de Vitória Souza (PP-SP), publicado em 24 de setembro de 2026.



Entre os demais nomes do ranking, **Guilherme Kilter (NOVO-PR)** teve forte repercussão em publicações ligadas ao Judiciário. O post em que comemora Luiz Fux ter sido sorteado relator de uma ação envolvendo Vorcaro e Viviane de Moraes [alcançou 176,4 mil interações](#). Na publicação, Kilter sugere que o sorteio poderia alterar os rumos do caso após Alexandre de Moraes se declarar impedido, reforçando um enquadramento de suspeita sobre a condução do processo. **O conteúdo combina comentário político, crítica ao Judiciário e repercussão de um episódio nacional de grande visibilidade.**

Imagem: Post no Instagram de Guilherme Kilter (NOVO-PR), publicado em 22 de setembro de 2026.



Guilherme Cortez (PSOL-SP), por sua vez, combinou um alto volume de publicações com conteúdos de identidade política e mobilização. Seu post [“Imagina essa dupla dinâmica em Brasília”](#) foi o de maior repercussão do perfil no período, com **132 mil interações**.

Imagem: Post no Instagram de Guilherme Cortez (PSOL-SP) em collab com Ana Elisa (PT-MG), publicado em 24 de setembro de 2026.



Na publicação, Cortez aparece ao lado da influenciadora e candidata **Ana Elisa (PT-MG)**, com quem produziu uma série de conteúdos. Em parte deles, a dupla se contrapõe à **Nikolas Ferreira e Lucas Pavanato**, colocando em evidência uma disputa entre jovens que reivindicam projetos políticos distintos. A **dimensão geracional** se torna parte da mensagem: Cortez e Ana Elisa buscam apresentar uma alternativa à projeção de lideranças jovens da extrema-direita e disputar quais pautas, valores e referências podem representar sua geração. **A juventude aparece, assim, como um campo de disputa política**, atravessado por diferenças sobre o país que essas candidaturas pretendem construir e sobre quem pode falar em nome dos jovens.

Segurança pública em pauta: crime, punição e proteção

A segurança pública aparece como uma pauta recorrente nos perfis de **Guto Zacarias (MISSÃO-SP)** e **Emerson Freitas (MDB-PE)**, que estiveram entre as candidaturas de maior visibilidade no período. A presença insistente do tema nessas comunicações motivou uma busca mais ampla no conjunto de posts monitorados. A triagem identificou **412 publicações de 158 candidaturas**, que somaram **766,5 mil interações**. A análise a seguir observa como essas candidaturas apresentam crimes, vítimas, suspeitos, forças de segurança e respostas do Estado e como diferentes campos políticos transformam a segurança pública em linguagem de campanha.

A distribuição por eixo político foi relativamente equilibrada em volume: **146 publicações de 63 candidaturas da extrema-direita, 145 de 40 candidaturas da direita e 121 de 55 candidaturas da esquerda**. A repercussão, porém, foi muito desigual. As candidaturas da direita concentraram **563,7 mil interações (73,5%)**, seguidas pelas da extrema-direita, com **167,4 mil (21,8%)**, e pelas da esquerda, com **35,4 mil (4,6%)**. O resultado é influenciado por alguns perfis com alta circulação, especialmente **Emerson Freitas (MDB-PE)**, mas já indica que a segurança pública alcançou públicos diferentes conforme o campo político e os formatos de comunicação mobilizados.

Vocabulários e repercussão nos posts de candidaturas jovens entre 14 a 27 de setembro

Seis enquadramentos no tema de segurança pública entre jovens			
Temas	Abordagem	Posts	Interações
Narrativas policiais e exposição do crime	Perseguições, operações, cenas de crimes e exposição da violência cotidiana.	84 (20,4%)	455.104 (59,4%)
Punição e legitimação da força	Endurecimento penal, restrição de garantias e aprovação de respostas violentas.	48 (11,7%)	136.774 (17,8%)
Crime como acusação política	Acusações que associam adversários ao crime ou à proteção de criminosos.	27 (6,6%)	77.608 (10,1%)

Estrutura policial e enfrentamento ao crime organizado	Investigação, inteligência, equipamentos, valorização policial e fiscalização.	56 (13,6%)	37.376 (4,9%)
Proteção das mulheres e enfrentamento ao feminicídio	Prevenção, acolhimento, atendimento e responsabilização de agressores.	109 (26,5%)	28.324 (3,7%)
Violência, discriminação e proteção de direitos	Denúncias de abusos, discriminação, intimidação política e violência contra crianças.	38 (9,2%)	24.295 (3,2%)
Drogas, prevenção e controle social	Disputas sobre políticas sociais, legalização, internação e controle dos espaços.	50 (12,1%)	7.016 (0,9%)
Total		412 (100%)	766.497 (100%)

A categoria **narrativas policiais e exposição do crime** reúne **84 publicações e concentra 59,4% das interações**. São posts que mostram ocorrências, operações, perseguições e situações de medo, muitas vezes acompanhados de comentários diretos da candidatura. O crime é apresentado como cena e como experiência imediata, e a candidatura constrói sua presença a partir da reação a esses episódios, seja comentando, denunciando ou cobrando respostas.

Emerson Freitas (MDB-PE) é o caso mais evidente desse formato. O candidato já produzia conteúdos nesse formato anteriormente à campanha, colocando sua atividade como “jornalismo investigativo”. **Entre suas publicações selecionadas do período, 57 seguem essa lógica**, com registros e exposição de cenas e relatos de violência, e **somam 427,9 mil interações**. Em um [vídeo sobre a atuação atribuída ao Comando Vermelho no Alto José do Pinho](#), ele mostra moradores acuados e afirma que vai “cair para cima” dos criminosos. A publicação combina a exposição do medo cotidiano com a construção de uma imagem de coragem e enfrentamento.

O formato aparece também em conteúdos de **Guto Zacarias (MISSÃO-SP)**. Em um [vídeo sobre Oruam](#), Guto afirma que “o crime compensa” quando um criminoso vira estrela. A publicação interpreta que a visibilidade do rapper tem trazido impunidade, sendo um reflexo do sistema judicial e penal brasileiro. Em muitos conteúdos, Guto mobiliza as cenas para fomentar a importância de respostas punitivas.

Esse deslocamento da exposição para a punição é a segunda dimensão mais importante do conjunto. **Punição e legitimação da força reúne 48 posts e 17,8% das interações**. Nessa categoria aparecem propostas de endurecimento penal, restrição de benefícios, defesa de regimes excepcionais e conteúdos que apresentam a força policial como resposta desejável.

O exemplo de maior repercussão é o de **Cássyo Pousas (PODE-MG)**. Em duas publicações, no Instagram e no TikTok, ele reage a uma cena de agressão policial com a legenda [“Tratamento de luxo kkkk”](#). **Os posts somam 72,1 mil interações**. A agressão é transformada em entretenimento e

aprovação. O formato do *react* permite que a candidatura não apenas registre a violência, mas oriente sua interpretação e convide o público a rir dela.

Outros exemplos particularmente expressivos dessa linguagem aparecem no slogan **“Prendeu, matou”**, identificado em cinco publicações do **MISSÃO**. A fórmula aparece em um [post de Felipe Barcellos \(MISSÃO-SC\)](#), em dois posts de Matheus Campinas (MISSÃO-SP) ([1](#); [2](#)), em uma publicação compartilhada por [Quécia Reis e Rafa Andrade \(MISSÃO-BA\)](#) e em um [vídeo de Caroline Barbosa \(MISSÃO-PR\)](#). **Nos conteúdos de Matheus Campinas, a expressão é apresentada como “não é piada, é meta”; já Caroline Barbosa a associa a uma política de tolerância zero contra o crime organizado.** O alcance dessas publicações foi reduzido, mas a repetição entre diferentes perfis indica que não se trata de uma formulação isolada. A frase condensa uma resposta punitiva e associa a prisão à eliminação física do criminoso.

A mesma lógica aparece em um [post de Guto Zacarias \(MISSÃO-SP\)](#), que reposta imagens de uma tentativa de latrocínio contra um filiado ao Missão para afirmar que não deve haver “meio-termo para bandido”. Frente às imagens, apresenta a punição severa como forma de proteger os inocentes. **Em conjunto, esses conteúdos mostram como o MISSÃO transforma a segurança em uma linguagem de confronto direto**, na qual a moderação é apresentada como conivência e a força como resposta necessária.

Imagem: Post no Twitter de Guto Zacarias (MISSÃO-SO), publicado em 18 de setembro de 2026.



Guto Zacarias ✓
@GutoZacariasMBL

...

Nos chamam de radicais contra o crime. Digam isso ao Lucas Carvalho, militante da Missão. Ele foi vítima de latrocínio, levou 9 facadas e teve o pulmão perfurado. Só está vivo por milagre.

Quando dizemos que não há meio-termo para bandido, é para proteger inocentes como o Lucas. Esses monstros invadem a sua casa e não têm pena de você ou da sua família.

Só tem um caminho: prendeu, matou!

Peço orações pela plena recuperação do Lucas! Tenho certeza de que você vai sair dessa. Nós vamos lutar para trazer justiça para você!

A segurança também funciona como uma linguagem de acusação política. **São 27 posts, responsáveis por 10,1% das interações**, nos quais adversários são associados ao crime, à proteção de criminosos ou à incapacidade de enfrentá-los. **Kleber Ribeiro (PL-SP)**, por exemplo, [afirma que sua candidatura retirou uma faixa estendida](#) na rua que seria associada aos bandidos. Nela, é possível ver rapidamente a imagem de Tarcísio cortada. O candidato afirma ter um tio policial militar que sai de casa para defender “as pessoas de bem”. **Guilherme Cortez (PSOL-SP)**,

por sua vez, [acusa Flávio Bolsonaro de ter destinado dinheiro público a uma organização ligada a uma milícia](#). Em campos opostos, a criminalidade é mobilizada para desqualificar adversários.

As propostas de estrutura policial aparecem com frequência, mas alcançam menos repercussão. São 56 posts e 4,9% das interações, com referências a investigação, inteligência, tecnologia, câmeras, valorização profissional e fiscalização. João Pires (PSD-RJ), [ao falar da “máfia dos combustíveis”](#), combina a denúncia de redes criminosas com a apresentação de si como alguém capaz de enfrentar problemas difíceis do estado.

A proteção de mulheres e o enfrentamento ao feminicídio formam a categoria mais numerosa, com 109 posts, mas concentram apenas 3,7% das interações. Madu K (PSOL-DF) [propõe uma política de prevenção ao feminicídio](#) baseada em autonomia financeira, acolhimento, monitoramento de agressores e apoio às famílias. A presença desse repertório mostra que segurança também é formulada como proteção e prevenção, embora essa linguagem tenha circulado menos do que as cenas de confronto e violência urbana.

Imagem: Post no Instagram de Madu Krasny (PSOL-DF), publicado em 27 de setembro de 2026.



A categoria **violência, discriminação e proteção de direitos** reúne 38 posts e 3,2% das interações. Gabi Benvenutty (PT-PB) [denuncia uma abordagem policial racista e transfóbica](#) contra sua equipe e defende formação, controle e responsabilização das forças de segurança. Nesse caso, o problema não é a ausência da polícia, mas uma atuação que transforma determinados corpos em suspeitos e restringe o direito de circular e fazer política.

Por fim, os posts sobre drogas, prevenção e controle social somam 50 publicações, mas menos de 1% das interações. Drag Urbana (PSOL-SC) [defende a legalização da cannabis](#) como forma de

reduzir o financiamento do crime organizado e substituir a criminalização por políticas de saúde, informação e justiça social. A baixa repercussão desses conteúdos contrasta com a circulação obtida por vídeos de crime, reações e respostas punitivas.

O conjunto sugere que, entre jovens, também encontramos exemplos de candidaturas que mobilizam centralmente essa agenda como bandeira de campanha. Além disso, identificamos membros do MISSÃO que replicam, em seus conteúdos, o projeto político mais amplo do partido. No entanto, **são poucas as propostas mais detalhadas em relação ao tema. Assim como no conjunto mais amplo das candidaturas, publicações que enquadram perigo, identificam culpados, dramatizam a violência ou apresentam a força como resposta são mais comuns e têm maior alcance. Não se trata de uma linguagem nova, tampouco jovem, mas sim de uma repetição da fórmula do jornalismo policial investigativo com reações ao crime, comentários a operações e, em alguns casos pontuais, a transformação de agressão em entretenimento. As políticas de prevenção e proteção estão presentes, mas disputam atenção em um ambiente no qual a exposição e o confronto produzem maior repercussão.**

Imagem: Post no Instagram de Drag Urbana (PSOL-SC), publicado em 27 de setembro de 2026.



3. PAINEL REGIONAL

Sudeste segue concentrando a visibilidade, mas a concentração interna recuou em quatro das cinco regiões

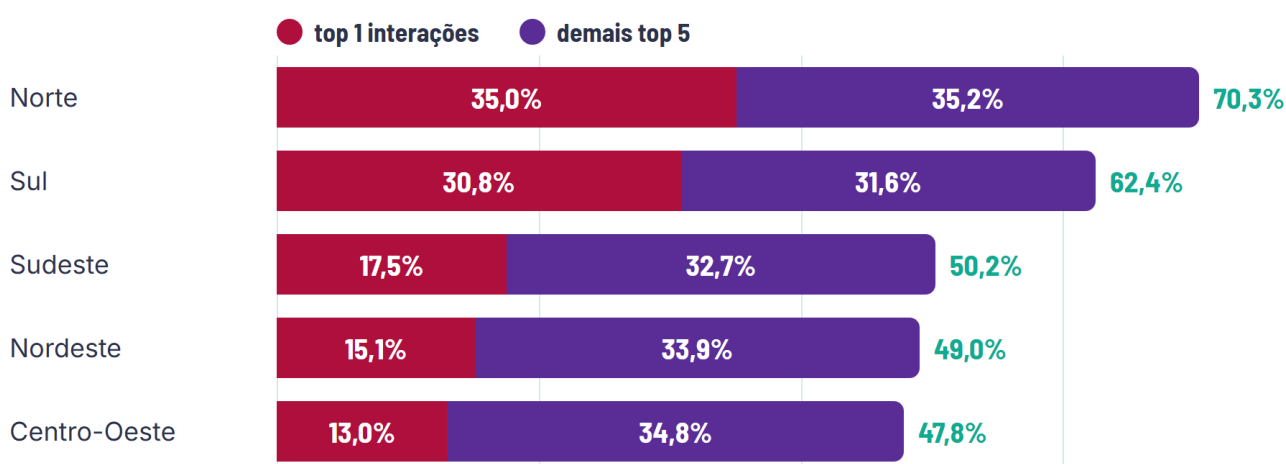
A distribuição regional das interações permanece bastante desigual. O **Sudeste reuniu 12,82 milhões de interações, equivalentes a 60% do total**, embora concentrasse 30% das candidaturas monitoradas e 39% das publicações. O Nordeste aparece em seguida, com 3,74 milhões de interações, enquanto Sul, Centro-Oeste e Norte registraram, respectivamente, 2,99 milhões, 1,06 milhão e 757,1 mil.

A concentração em poucos perfis, entretanto, não se restringe ao Sudeste. As cinco candidaturas com mais interações respondem por **70,3% do engajamento no Norte e 62,4% no Sul**. A proporção chega a 50,2% no Sudeste e 49% no Nordeste. O Centro-Oeste apresenta distribuição menos concentrada: seus cinco principais perfis reúnem 47,8% das interações regionais, e a primeira candidatura responde por apenas 13%.

Em comparação com a quinzena anterior, **a concentração no top 5 caiu no Centro-Oeste, no Norte, no Sudeste e no Sul**. O movimento mais acentuado ocorreu no Centro-Oeste, onde a participação dos cinco primeiros passou de 78,9% para 47,8%. A região Nordeste seguiu a direção oposta, com alta de 45,2% para 49%. Os dados mostram que a desigualdade de visibilidade não ocorre apenas entre as regiões, mas também no interior de cada uma delas.

Gráfico • Concentração de interações

Participação das cinco candidaturas com mais interações



Fonte: Data Lake DX

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

Destaques de interações pelo país

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

Norte

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
AC	Virgílio Viana	PV	76	6.678	Eduardo Gomes	REPUBLICANOS	21	5.184
AM	Caila Carim	MDB	18	15.283	Isabelly Aurora	AVANTE	18	34.628
AP	Bia da Zilma	PL	14	2.312	João Pedro	PDT	7	11.918
PA	Allen Pelo Pará	NOVO	41	265.371	Elton Maia	PODEMOS	33	51.633
RO	Isac Wayuru	MDB	39	8.321	Dra. Kamilly Phaiol	PP	30	400
RR	Athally Albuquerque	REPUBLICANOS	26	151.875	Lucas Souza	UNIÃO	58	25.533
TO	Emillii da Anu	PT	14	4.595	Marcos Júnior	PODEMOS	31	10.225

Nordeste

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
AL	Alvinho Lira	PP	49	36.131	Cibele Moura	MDB	31	36.813
BA	Quécia Reis	MISSÃO	69	82.837	Matheus Cambuí	PL	38	89.174
CE	Angela Abuk	PSOL	39	12.879	Bella Carmelo	PL	39	342.782
MA	Andrey Monteiro	PP	41	31.217	Marcos Miranda Junior	PSB	48	64.252
PB	Pedro Matias	PT	90	33.169	Lucas Caçula	PP	30	25.704
PE	Thiago Medina	PL	81	243.196	Emerson Freitas	MDB	118	565.259
PI	Dara Neto	UP	13	1.833	Lytson Breno	PP	58	163.793
RN	Faustino	UNIÃO	104	152.276	Ivan Baron	PT	25	38.571
SE	Davi Valença	MISSÃO	80	25.756	Antônio Bala	MDB	23	21.820

Centro-Oeste

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
DF	Stephanie Alves	DEMOCRATA	17	79.593	Estefane Sampaio	REPUBLICANOS	38	102.242
GO	Ander Alves	MISSÃO	71	32.300	Dr Kassio Guimarães	AGIR	51	25.471
MS	Lucas Vendite	MISSÃO	217	137.555	Bárbara Resende	UNIÃO	51	8.657
MT	Léo Rondon	PT	97	22.431	Victor Carvalho	NOVO	9	6.547

Sudeste

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
ES	Bruna Soares	REPUBLICANOS	12	31.610	Açucena	PT	58	14.831
MG	Pedro Rousseff	PT	146	1.333.650	Henrico Barboza	PT	47	786.068
RJ	Julia de Castro	PL	90	559.235	Sarah Poncio	SOLIDARIEDADE	7	276.500
SP	Lucas Pavanato	PL	142	2.242.759	Eduarda Campopiano	PL	11	929.213

Sul

FEDERAL					ESTADUAL			
Estado	Nome	Partido	Posts	Interações	Nome	Partido	Posts	Interações
PR	Guilherme Kilter	NOVO	47	922.190	Beatriz Oliveira	MISSÃO	48	55.053
RS	Michel Padão	MISSÃO	25	31.959	Alemão Klaus	PL	47	85.080
SC	Bia Borba	NOVO	50	202.928	Léo Lamera	MISSÃO	46	111.542

A comparação entre os dois períodos revela rotatividade maior do que a observada anteriormente: **das 54 posições analisadas, uma candidatura federal e uma estadual ou distrital por unidade da Federação, 36 permaneceram ocupadas pelas mesmas candidaturas e 18 mudaram.** As alterações **se concentram sobretudo no Centro-Oeste**, com seis substituições em oito posições possíveis, incluindo as duas posições do Distrito Federal e as duas de Goiás. **Também ocorreram mudanças relevantes em São Paulo, onde Lucas Pavanato (PL-SP) assumiu a liderança federal antes ocupada por Vitória Souza (PP-SP), e no Rio de Janeiro, com Sarah Poncio (Solidariedade-RJ) no lugar de João Pires (PSD-RJ).** Os resultados mostram que, **embora a maior parte das lideranças estaduais tenham permanecido estável, a repercussão digital é bastante concentrada e varia com conteúdos específicos de grande alcance.**

Apesar da emergência de novos nomes, o recorte por UF e cargo continua revelando uma presença expressiva das direitas entre as candidaturas jovens de maior repercussão. Dos 54 destaques regionais identificados, 42 (77,8%) estão classificados à direita ou à extrema-direita, enquanto a esquerda reúne 12 (22,2%). **A proporção, contudo, deixou de ser idêntica nos dois cargos: as direitas ocupam 20 das 27 posições federais e 22 das 27 posições estaduais ou distritais.**

A composição partidária permanece dispersa. Entre os destaques para deputado federal, o Missão lidera em cinco UFs (18,5%), seguido por PL e PT, com quatro cada (14,8%), e pelo Novo com três (11,1%). Entre os estaduais ou distritais, o PL aparece isolado na primeira posição, com quatro UFs (14,8%), seguido por MDB, PP e PT, com três cada (11,1%).

Considerando os dois cargos conjuntamente, o PL continua sendo o partido mais recorrente e mantém as oito posições das 54 (14,8%) que já registrava. Missão e PT aparecem logo atrás, com sete destaques cada, seguidos por MDB e PP, com cinco. O número de siglas representadas passou de 17 para 18. O predomínio das direitas, portanto, convive com o avanço da esquerda, que saiu de oito para doze destaques, e com uma recomposição de forças no interior do campo conservador.

4. TEMAS, ATORES E AÇÕES COMUNICATIVAS

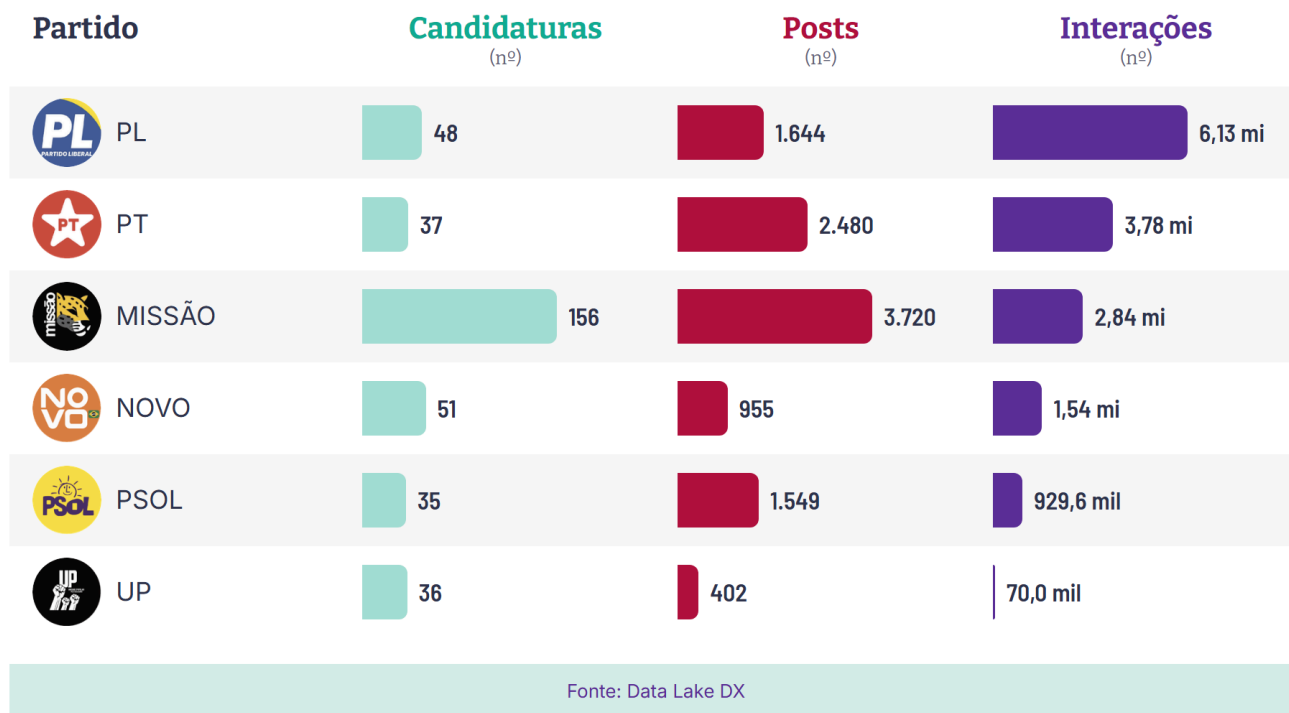
Para observar de forma comparativa os conteúdos que alcançam maior repercussão entre diferentes segmentos da disputa jovem, a análise considera os seis partidos com maior número de candidaturas jovens em 2026: Missão, NOVO, PL, UP, PSOL e PT. Além de concentrarem o maior número de jovens na disputa,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

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

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

Gráfico 05 • Seis partidos em foco

Totais acumulados no período monitorado (14 de setembro a 27 de setembro)



O PL mantém a maior capacidade de gerar interações mesmo com um número reduzido de candidaturas: **48 nomes somaram 6,13 milhões de interações**, mais que o dobro do Missão (2,84 milhões), que tem 156 candidaturas ativas e publicou 126% mais posts no período analisado. O PT assumiu a segunda posição com 37 candidaturas e 3,78 milhões de interações, 33% acima do Missão. O Novo registrou 1,54 milhões e ficou à frente de PSOL, que obteve 929,6 mil e UP que registrou 70 mil interações.

Partido	O que aparece nos conteúdos de destaque do período	Como as candidaturas se apresentam e se articulam
MISSÃO	Ataques a adversários políticos e à Globo, uma disputa envolvendo ex-integrante do MBL e humor sobre a medida de Lula relativa às bets.	Críticas e denúncias são usadas para convocar apoiadores e afirmar a identidade do partido. A circulação conjunta de um mesmo vídeo entre candidaturas também aparece na seleção.
NOVO	Questionamentos ao STF e denúncias de corrupção, incluindo publicações sobre o caso Vercaro e críticas a adversários políticos.	As candidaturas se apresentam como fiscalizadoras ou denunciante e recorrem a apoios de lideranças bolsonaristas para promover o voto.
PL	Críticas a ministros do STF, um vídeo transfóbico, disputa sobre a história do Brasil e reação à controvérsia religiosa envolvendo Nossa Senhora Aparecida.	O confronto com adversários convive com pedidos de voto conjuntos e com a mobilização do apoio de figuras do campo bolsonarista.

UP	Colinhas eleitorais, divulgação da chapa e atividades de campanha nas ruas.	As candidaturas promovem umas às outras e apresentam o voto como parte de um projeto partidário coletivo.
PSOL	Divulgação conjunta de candidaturas, denúncia sobre conexões do Banco Master com figuras bolsonaristas e propostas para o litoral catarinense.	Endossos e publicações compartilhadas ajudam a apresentar as candidaturas; há também articulação entre identidade política, território e propostas.
PT	Divulgação de alianças e de Lula, mobilização da controvérsia sobre Nossa Senhora Aparecida e confronto com adversários.	Lula aparece como referência de mobilização eleitoral, enquanto publicações conjuntas aproximam candidaturas do PT e de outros partidos da esquerda.

Confrontos nacionais, alianças e pedidos de voto nos seis partidos

A leitura dos posts de maior interação de cinco candidaturas de cada um dos seis partidos mostra como controvérsias nacionais e articulações eleitorais entraram na campanha entre 14 e 27 de setembro. As disputas em torno do STF seguiram aparecendo com força entre os exemplos de maior repercussão. Em um [vídeo com 620,4 mil interações](#), Lucas Pavanato (PL) critica o pedido de vista de Flávio Dino em um processo envolvendo Alexandre de Moraes e sugere que os ministros protegem uns aos outros. Guilherme Kilter (NOVO) [comemora o sorteio de Fux](#) como relator de uma ação que move envolvendo Daniel Vorcaro e Viviane de Moraes; a publicação alcançou **176,4 mil interações**. Também no NOVO, [Matheus Schilling](#) usa sua posição de advogado para questionar a atuação da Corte. Os posts tratam de episódios distintos, mas compartilham a apresentação do Judiciário como alvo de suspeita e confronto político.

O caso Banco Master também chega aos posts selecionados por outra via. [Paulo Juventude \(PSOL\)](#) divulga o episódio, **Grandes Igrejas, Master Negócios**, [de Revelando com Fábio Porchat](#), o qual aborda conexões atribuídas ao banco, à Igreja da Lagoinha e a figuras bolsonaristas. Assim, uma mesma controvérsia alimenta acusações dirigidas a atores diferentes.

A promoção das candidaturas atravessa os seis partidos, frequentemente por meio de apoios e publicações conjuntas. [Eduarda Campopiano e Lucas Pavanato \(PL\)](#) encerram um vídeo de conteúdo transfóbico – já comentado anteriormente – com o pedido de voto para ambos; o post teve **326,4 mil interações**. [Bia Borba \(NOVO\)](#) apresenta o apoio de Nikolas Ferreira à sua candidatura. À esquerda, [Guilherme Cortez \(PSOL\) e Ana Elisa \(PT\)](#) aparecem juntos em uma publicação compartilhada entre os dois perfis, enquanto [Madu K \(PSOL\)](#) destaca o apoio de Erika Hilton. São maneiras de associar uma candidatura a outra figura política e ampliar sua circulação para além do próprio perfil.

Na UP, essa articulação assume sobretudo a forma de promoção da chapa. [Dany Oliveira](#) e [Juliane Mendes](#) publicam colinhas para o dia da votação; [Henderson](#) apresenta candidaturas do partido ao Legislativo e ao Executivo sob a proposta de eleger uma bancada socialista. O pedido de voto aparece, assim, ligado a um projeto coletivo. Entre os exemplos do PSOL, [Drag Urbana](#) combina a

divulgação de sua candidatura e da de Marquito (PSOL-SC) com propostas para habitação, infraestrutura e proteção ambiental no litoral catarinense.

Duas controvérsias do período aparecem de maneiras particulares nessa seleção. As **bets** entram pelo humor em uma [publicação compartilhada por Lucas Vendite \(MISSÃO\)](#), que brinca com os efeitos da medida anunciada por Lula sobre a influenciadora Virginia. Já a disputa sobre **Nossa Senhora Aparecida** aparece principalmente entre os posts selecionados do **PT**. [Thálitha Barboza](#) reage à alegação de que a padroeira perderia seu título, atribuindo essa ameaça à bancada evangélica; o vídeo teve **89,4 mil interações**. [Pedro Rousseff](#), em uma publicação com **77,5 mil interações**, recorre a uma fala do papa Francisco para associar a defesa da padroeira a uma crítica ao ódio e ao bolsonarismo. Nesses posts, a referência religiosa é mobilizada para disputar sentidos políticos e responder a adversários, sem que a alegação sobre uma mudança no título da padroeira deva ser tomada como fato.

Os posts de maior interação combinam críticas institucionais, ataques a adversários, divulgação de apoios, colinhas, humor e propostas territoriais. Esses recursos assumem pesos e sentidos distintos entre os partidos: ministros e adversários aparecem como alvos de confronto; lideranças e candidaturas aliadas, como fontes de apoio; e o partido e a chapa, como referências para orientar o voto. **A comparação com a quinzena anterior sugere uma continuidade nesses repertórios. Os acontecimentos nacionais renovam os assuntos das publicações, mas são incorporados a formas de comunicação já utilizadas pelas candidaturas, indicando uma estabilidade nas estratégias observadas.**

5. ESPECIAIS

Religião no centro do debate político

Como candidaturas jovens mobilizam a religião em seus perfis e campanhas?

Entre 24 e 25 de setembro, Nossa Senhora Aparecida entrou no centro da disputa eleitoral. A discussão começou com uma apuração da GloboNews sobre uma possível articulação para rever o título de padroeira do Brasil, foi atravessada pela referência a um projeto de lei antigo e arquivado e acabou associada à candidatura de Flávio Bolsonaro. A circulação do caso produziu acusações de desinformação em sentidos opostos. As decisões judiciais que determinaram a remoção de publicações acrescentaram ao episódio uma disputa sobre censura e os limites da intervenção nas redes.

O episódio tornou mais visível uma relação que já estava presente nas campanhas: religião e política. Antes da controvérsia, candidaturas jovens já recorriam a referências religiosas para se apresentar, demarcar valores, reivindicar representação e construir redes de apoio. O Monitor

Jovem DX começa pelas bios do Instagram — um espaço curto, mas estratégico de apresentação — e segue para os posts de campanha, observando como religião e política se articulam e de que maneira a disputa sobre Nossa Senhora Aparecida foi incorporada às comunicações monitoradas.

A religião na apresentação das candidaturas jovens

Uma *bio* de Instagram tem pouco espaço. Quem disputa uma eleição escolhe, em poucas linhas, como quer se apresentar ao eleitorado. Para parte das candidaturas jovens ao Legislativo em 2026, a religião está entre os elementos escolhidos. Aparece na identidade que declaram, nas atividades que exercem, nas frases que adotam e nos valores que associam à própria candidatura.

O Monitor Jovem DX analisou as bios de Instagram de 642 candidaturas jovens, coletadas em agosto, no início da campanha oficial. Em 64 delas, cerca de uma em cada dez, foram identificadas referências religiosas. Essa presença varia conforme o eixo político: **eram 33 das 207 bios da extrema-direita (15,9%), 27 das 245 da direita (11%) e quatro das 190 da esquerda (2,1%). A diferença mostra que a religião ocupa lugares desiguais na maneira como esses grupos se apresentam publicamente.** Além disso, **as referências religiosas identificadas nas bios concentravam-se principalmente entre os homens: eles são autores de 52 dos 64 perfis sinalizados.**

Nas 64 bios selecionadas, a religião assume formas diversas. Em 29, a candidatura declara uma identidade religiosa, apresentando-se como católica(o), evangélica(o) ou cristã(o). Há também quem destaque uma atuação em comunidades religiosas e quem escolha uma frase devocional ou uma referência a Deus, Jesus ou à Bíblia.

Vinícius Venades (PT-MG) inclui “católico” entre as informações com que se identifica, ao lado de sua formação em Direito, da atuação como conselheiro da juventude e da condição de pessoa com deficiência. **É uma das quatro bios com referências religiosas encontradas entre as 190 bios de candidaturas classificadas à esquerda.** O exemplo ajuda a perceber que a presença da religião não tem sempre o mesmo formato, e que, mesmo em frequência muito baixa, também aparece dentro da esquerda.



vinicius.venades ✓ ...
Vinicius Venades Monteiro

889 posts 27,3 mil seguidores 2.494 seguindo

Político

VOTE 1 3 0 2 2 para Deputado Estadual!

🏛️ Direito | UFMG

👥 Conselheiro da Juventude BH - MG

✝️ Católico | 🇧🇷 PCD

🌐 viniciusvenades.com.br 📍 [vinicius.venades](https://www.instagram.com/vinicius.venades)

Em outros perfis, a associação entre religião e projeto político é direta. **Onze bios** combinam Deus com termos como pátria, família, liberdade ou trabalho. Em cinco delas, aparece a sequência

“Deus, pátria, família e liberdade”. É o caso da bio de **Rafael Feltrin (NOVO-SP)**, uma das 11 candidaturas que usou essa combinação, 5 na direita e 6 na extrema-direita.



Essa combinação entre Deus, pátria e família carrega uma história política que antecede as candidaturas monitoradas. [Adotada pela Ação Integralista Brasileira nos anos 1930](#), a fórmula articulava religião e nacionalismo dentro de um projeto autoritário. Sua circulação contemporânea recupera esse repertório em outro contexto, marcado pela aproximação entre identidade cristã e discursos conservadores e neoliberais. No bolsonarismo, portanto, essa associação ganha destaque com a incorporação da palavra **“liberdade”**. Jair Bolsonaro empregou a sequência em discursos e pronunciamentos oficiais, inclusive após o segundo turno de 2022, quando apresentou “Deus, Pátria, Família e Liberdade” como os valores expressos pela representação de seu campo político no Congresso. **A fórmula passou, assim, a funcionar como uma síntese pública de pertencimento e identificação política.**

Há ainda outra combinação, presente em **quatro das 64 bios**: candidatos que se apresentam simultaneamente como **cristãos e conservadores**. São quatro homens, três classificados na extrema-direita e um na direita. **Gabriel Mielgo (AGIR-RJ)**, por exemplo, organiza sua apresentação em uma sequência curta: “Jovem. Cristão. Conservador.”



O levantamento evidencia que uma em cada dez candidaturas escolheram tornar a identificação religiosa parte de sua comunicação política com o eleitorado, apostando nesse vínculo como forma de reforçar a adesão às suas propostas e candidaturas. A concentração das referências entre candidaturas de direita e extrema-direita sugere que, nesses campos, a religião é percebida também como um recurso político — uma linguagem capaz de sinalizar pertencimento e aproximar candidatos do eleitorado. Para observar como essa estratégia aparece nas campanhas, passamos à análise dos posts.

Como a religião aparece nos posts de candidaturas jovens?

Para examinar como a religião foi mobilizada nas campanhas, analisamos as publicações feitas entre **14 e 27 de setembro**. A busca inicial foi seguida de leitura individual dos textos por meio de inteligência artificial, para retirar ocorrências contextuais. Assim, chegamos a **266 posts, que somam 819.522 mil interações**.

Os conteúdos foram organizados em oito enquadramentos exploratórios. Eles não correspondem a agendas isoladas e podem coexistir em uma mesma publicação. A frequência e a repercussão também não caminham juntas: **vocação e propósito** foi o enquadramento mais frequente, com 65 posts, enquanto **religiosidade conectada à vida pessoal e ao cotidiano** concentrou o maior volume de interações, impulsionada por poucos conteúdos de grande alcance. A controvérsia sobre **Nossa Senhora Aparecida**, por sua vez, reuniu apenas 20 publicações, mas alcançou 121.441 mil interações.

Temas	Abordagem	Posts	Interações
Religiosidade conectada à vida pessoal e cotidiano	Religião na apresentação de vínculos familiares, maternidade, trajetória pessoal, agradecimentos, devoção e manifestações de solidariedade e luto.	42 (15,8%)	379.396 (46,3%)
Controvérsias sobre Nossa Senhora Aparecida	Defesa da padroeira, acusações contra adversários, desmentidos e manifestações sobre as decisões judiciais relacionadas à controvérsia.	20 (7,5%)	121.441 (14,8%)
Identidade religiosa como fronteira política	Questionamento da legitimidade religiosa de adversários, acusações de instrumentalização da fé e apresentação da disputa política como confronto entre valores religiosos.	20 (7,5%)	75.479 (9,2%)
Igrejas e lideranças religiosas como redes de campanha	Apoios de pastores e outras lideranças, visitas a igrejas, participação em cultos, congressos, romarias e celebrações locais.	59 (22,2%)	67.585 (8,2%)
Vocação e Propósito	A candidatura, a persistência na campanha e a expectativa de vitória são associadas à vontade de Deus, à oração e ao cumprimento de uma missão.	65 (24,4%)	62.774 (7,7%)
Valores religiosos e pautas morais	Associação entre identidade cristã, família, conservadorismo e posições sobre aborto, sexualidade, educação, cultura e segurança.	15 (5,6%)	61.191 (7,5%)
Representação política dos cristãos	Convocação ao voto em candidaturas cristãs e defesa da presença de representantes das igrejas nos espaços de decisão.	23 (8,6%)	49.932 (6,1%)

Diversidade religiosa, direitos e enfrentamento de abusos	Combate à intolerância, reconhecimento das religiões de matriz africana e discussão dos limites da liberdade religiosa diante de violência e violações de direitos.	22 (8,3%)	1.724 (0,2%)
--	---	-----------	--------------

TOTAL		266 (100%)	819.522 (100%)
--------------	--	-------------------	-----------------------

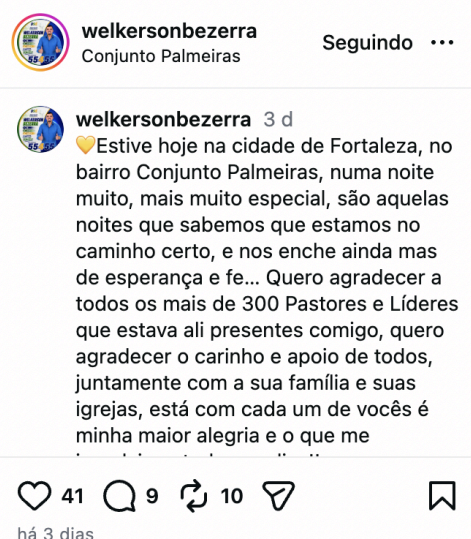
Vocação e propósito foi o enquadramento mais frequente, com 65 posts, seguido por **igrejas e lideranças religiosas como redes de campanha**, com 59. Já os conteúdos ligados à vida pessoal e ao cotidiano, embora menos numerosos, concentraram a maior repercussão, impulsionados por publicações de grande alcance.

Dentro de vocação e propósito, a religião aparece, primeiro, como uma forma de explicar a entrada na política e a permanência na campanha. **Guilherme Kilter (NOVO-PR)** afirma ser [“um cristão que está cumprindo um propósito na política”](#), em uma publicação com **15,6 mil interações**. Nela, o candidato participa de uma entrevista na Revista Oeste, em que conta como cresceu em um ambiente cristão, com tios e primos pastores. Membro da Igreja Batista, o jovem afirma ter vivido sua conversão aos 16 anos e descreve como ela se deu. **Kauê Oliveira (NOVO-SC)** anuncia [um jejum de sete dias para consagrar sua campanha a Cristo](#), ele diz que está na política por “propósito” e anuncia que irá jejuar pela campanha e pelo Brasil e pede que outros cristãos também orem e façam o mesmo pelo país. Já **Stella Braga (PL-SP)** [descreve a campanha como uma caminhada em que encontrou Deus](#) “em cada abraço, em cada olhar, em cada oração” e afirma que um propósito político pode nascer de um coração disposto a servir.

Nesses conteúdos, a religião não funciona apenas como uma característica pessoal. Ela oferece uma narrativa para a candidatura: a entrada na política aparece como missão, chamado ou responsabilidade diante de Deus. A persistência eleitoral também pode ser apresentada como prova de compromisso com esse propósito, especialmente quando a campanha é descrita como uma batalha que exige oração, jejum e resistência.

As igrejas e as lideranças religiosas aparecem, por sua vez, como espaços concretos de circulação eleitoral. **Welkerson Bezerra (PSD-CE)** relata [um encontro com mais de 300 pastores e líderes](#), agradece o apoio de suas famílias e igrejas e reafirma o compromisso com os presentes. Em outras publicações, registra [visitas a igrejas](#) e [encontros com lideranças em diferentes localidades](#), por vezes junto ao pai, o pastor [Edson Bezerra da Costa](#). Os conteúdos mostram a circulação da candidatura por espaços religiosos e a igreja aparece, portanto, como rede de reconhecimento, mobilização e construção de confiança.

Imagem: Post no Instagram de Welkerson Bezerra (PSD-CE), publicado em 27 de setembro de 2026.



Essa dimensão também se manifesta em conteúdos de apoio. **Bruna Soares (Republicanos-ES)**, se apresenta como [“a voz da igreja entrando no âmbito político”](#) que defende “a vida, a família e a fé”. Bruna diz que quer ocupar espaços de decisão para se posicionar contra “doutrinações, ideologia de gênero e aborto”. **Chiara Biondini (PL-MG)** republica conteúdo do influencer Leomar Segundo, responsável pelo perfil de 1,2 milhões de seguidores [“Segundo Católico”](#). Ele tem publicado em sua página reels indicando votos com o mote de [“Católico vota em Católico”](#). No post, fala centralmente do pai de Chiara, [Eros Biondini](#), candidato a deputado federal, e menciona brevemente a jovem. A publicação tem **17,6 mil interações**. **Nesses casos, a candidatura não apenas declara uma identidade religiosa: apresenta essa identidade e é explícita que essa deve ser uma razão para a escolha eleitoral.**

Imagem: Post no Instagram de Bruna Soares (Republicanos-ES), publicado em 16 de setembro de 2026.



Religião, valores e pautas morais

As referências religiosas também são usadas para apresentar posições sobre família, aborto, educação, sexualidade e segurança. O caso mais direto é o de **Stella Braga (PL-SP)**, [que afirma ser a candidata para quem defende a vida “desde a concepção”](#) e promete atuar contra o aborto. No reel, afirma ainda que não precisa do voto daqueles que defendem o aborto, já que seria “100% pró-vida”. Em outro post, [Stella aparece ao lado do candidato ao Senado, Guilherme Derrite](#), que a elogia por ser uma “jovem e influenciadora digital” que sai como candidata a deputada estadual representando as “mulheres de direita, as mulheres que nos honram e que nos orgulham”.

A combinação é importante porque mostra como a identificação religiosa se conecta a um programa político mais amplo. O cristianismo aparece associado à defesa da família, à proteção da vida, à autoridade e à punição. A fórmula “Deus, Pátria, Família e Liberdade” que reaparece no segundo post de Stella, não funciona apenas como uma frase de apresentação: também representa a participação em um círculo político de influência.

Esse enquadramento também aparece em conteúdos sobre educação e sexualidade. **Gabi Trajano (PL-RN)** [recorre a uma passagem sobre o amor de Cristo](#) para criticar aqueles que, segundo ela, dizem defender a família sem respeitar seus ensinamentos. Ela usa um conteúdo de embate com Eduarda Campopiano (PL-SP) com uma feminista para criticar o conceito de “local de fala” (lugar de fala) em relação a religião e a posição da mulher evangélica. Já **Álex Sousa (PSOL-AM)** [mobiliza o tema em sentido oposto](#): compartilha o relato de uma mulher LGBTQ+ que descreve como escolas, famílias e igrejas podem pressionar crianças a esconder sua identidade. A religião aparece, nesse caso, não como fundamento da candidatura, mas como uma instituição que precisa ser examinada quando produz controle, repressão ou sofrimento.

Também há disputas internas sobre o que a Igreja pode ou deve defender. **Fernanda Schmitt (MISSÃO-SP)** [afirma que a Igreja Católica “não é uma ONG”](#) e critica propostas de Lula relacionadas ao celibato e à ordenação de mulheres. **O conflito não é apenas entre religião e política: envolve a definição de quem tem autoridade para interpretar a doutrina e quais mudanças podem ser consideradas legítimas dentro da própria Igreja.**

Imagem: Post no Twitter de Fernanda Schmitt (MISSÃO-SP), publicado em 17 de setembro de 2026.



Fernanda Schmitt 🐾 🇧🇷
@feschmittvet

...

Em tempos onde a política tenta colonizar a fé, convém lembrar o óbvio: a Igreja não é uma ONG. Quando Lula exige o fim do celibato e a ordenação de mulheres para "equiparar o papel do padre", apenas expõe a incapacidade rasteira de compreender o sagrado. 🙏👉



16:08 · 17 de set. de 2026 · 1.586 Visualizações

Nossa Senhora Aparecida na disputa entre campos políticos

A controvérsia sobre Nossa Senhora Aparecida introduziu um acontecimento nacional nesse repertório já existente. Na triagem revisada, foram identificados **20 posts sobre a disputa**, que somaram **121,4 mil interações**. Eles não formam um bloco único: incluem defesa da padroeira, acusações contra adversários, desmentidos, respostas à imprensa e críticas às decisões judiciais que determinaram a remoção de publicações.

A maior repercussão veio de **Thálitha Barboza (PT-SP)**. Em seu post, com 89,4 mil interações, [afirma que Nossa Senhora Aparecida “é e sempre será nossa padroeira”](#) e que a bancada evangélica não poderia retirar esse título. A publicação transforma a defesa da padroeira em crítica direta a setores evangélicos e ao campo bolsonarista.

Pedro Rousseff (PT-MG) [também associou a defesa de Nossa Senhora ao pertencimento nacional](#): “O Brasil é dos brasileiros e de Nossa Senhora”, recuperando também uma fala do papa Francisco para afirmar que a santa deveria proteger o país do ódio e relacionando a controvérsia à hostilidade do bolsonarismo. **Em seus posts, a disputa deixa de ser apenas sobre a existência de um projeto de lei e passa a envolver quem pode falar em nome do Brasil, dos católicos e da própria identidade nacional.**

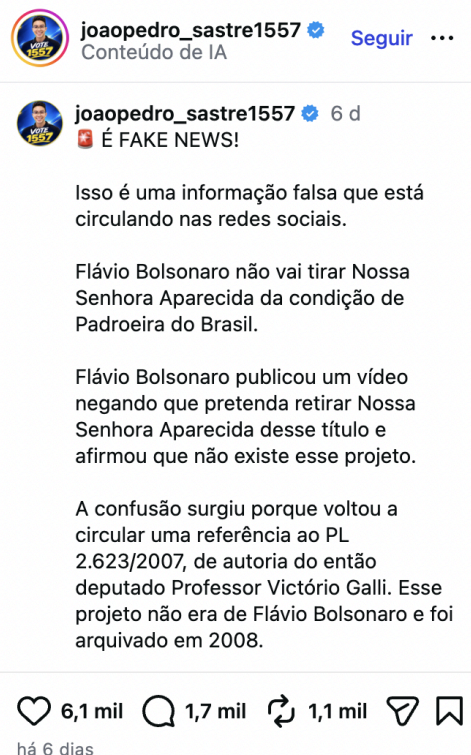
Thálitha [desenvolve esse argumento em outra publicação](#), na qual apresenta Nossa Senhora Aparecida como uma mulher negra, ligada à história da escravidão, ao racismo estrutural e à devoção de milhões de brasileiros. **Ao afirmar que a santa não pertence a partido, candidato ou grupo político, o post tenta retirar a padroeira da apropriação exclusiva de qualquer campo, ao mesmo tempo em que reivindica sua defesa como parte de uma agenda de justiça e igualdade.**

Imagem: Post no Instagram de Thalita Barboza (PT-SP), publicado em 24 de setembro de 2026.



As candidaturas alinhadas à direita responderam principalmente por meio da negação da acusação e da denúncia de desinformação. **João Pedro Sastre (MDB-SP)** [afirma que Flávio Bolsonaro não pretendia retirar o título de Nossa Senhora](#) e explica que a confusão decorria da circulação de um projeto de 2007, já arquivado. Em outra publicação, [exige que a Globo peça desculpas pela divulgação da informação](#). **Gilson Machado Filho (PODE-PE)** [compartilha a resposta de Flávio Bolsonaro](#), que apresenta o episódio como uma mentira criada pelo PT.

Imagem: Post no Instagram de João Pedro Sastre (MDB-SP), publicado em 27 de setembro de 2026.



A controvérsia, portanto, foi enquadrada de maneiras diferentes. **Para parte das candidaturas do PT, tratava-se de defender um símbolo católico contra setores evangélicos e o bolsonarismo. Para candidaturas da direita, o centro da questão era a falsidade da acusação e o uso eleitoral de uma informação incorreta. Em ambos os casos, a religião foi incorporada à disputa partidária.**

O episódio ainda produziu uma terceira camada: a discussão sobre censura e intervenção judicial. **Victor Gaspodini (PSOL-SC)** [critica a remoção de publicações determinada por André Mendonça](#) e afirma que conteúdos de diferentes perfis — inclusive do Santuário Nacional, de Leonardo Boff, Erika Hilton e do MST — foram atingidos. **A padroeira aparece, assim, associada não apenas à identidade católica, mas também ao debate sobre liberdade de expressão, decisões judiciais e circulação de conteúdos políticos nas plataformas.**

Imagem: Post no Instagram de Victor Gaspodini (PSOL-SC), publicado em 27 de setembro de 2026.



É importante distinguir esses posts das publicações que mencionam Nossa Senhora em festas locais, missas e celebrações de padroeiras municipais. **Cayo Albino (PSB-PE)**, por exemplo, [registra a chegada da imagem de Nossa Senhora da Conceição a Bonito](#) e relaciona a obra a recursos de seu mandato. Esses conteúdos pertencem a outro enquadramento: **não tratam da controvérsia nacional, mas da presença da religião no cotidiano territorial e nas relações entre candidatura, comunidade e tradição local.**

Por fim, também aparecem publicações que associam religião à proteção de direitos e ao pluralismo. **Caio Marx (PSTU-PE)** [denuncia um ataque a um terreiro de Jurema no Recife](#). **Matheus do MLB (UP-PE)** [relata uma reunião com um terreiro](#) e defende políticas públicas para as religiões de matriz africana e os povos de terreiro. **Açucena (PT-ES)**, [apresentada como mulher do Axé](#), defende delegacias especializadas para investigar crimes de intolerância religiosa. Esses posts tiveram pouca repercussão, mas ampliam o campo da análise: **religião não aparece somente como identidade cristã ou como pauta moral das direitas, mas também como defesa de direitos, reconhecimento e enfrentamento da violência.**

Imagem: Post no Instagram de Açucena (PT-ES), publicado em 26 de setembro de 2026.



Os posts mostram formas variadas de mobilização dos temas e da identificação religiosa. Em algumas candidaturas, a religião estrutura a apresentação da trajetória, a organização das redes de apoio e o pedido de voto. Em outras, aparece de modo pontual, ligada a um acontecimento, a um vínculo pessoal ou a uma posição específica. **O conjunto, contudo, evidencia uma relação mais frequente entre religião e política nas candidaturas jovens das direitas.**

A controvérsia sobre Nossa Senhora Aparecida tensionou esse quadro. Ao mobilizar um símbolo católico em oposição a setores evangélicos e ao bolsonarismo, o episódio produziu a impressão de que apenas parte do campo político se reconhecia naquela associação religiosa e reabriu uma aproximação histórica entre catolicismo e esquerda no Brasil. A disputa ainda tem desdobramentos, mas a velocidade das redes e a sucessão de novas controvérsias podem deslocar rapidamente sua centralidade. Por enquanto, o engajamento destes conteúdos entre jovens foi menor do que de outras controvérsias nacionais, não permitindo identificar seu peso eleitoral. Agora, próximos à votação, analisaremos os resultados frente a essas trajetórias de campanha, observando também como os eleitos mobilizaram temas abordados dentro dos boletins.

NOTAS METODOLÓGICAS

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

Extrações de dados: As análises apresentadas utilizam os dados sobre as candidaturas disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Portal de Dados Abertos. Para a eleição de 2026, foram utilizados os arquivos nacionais de candidaturas e de redes sociais (“BRASIL”), a partir dos quais foram realizados os recortes e tratamentos necessários. O retrato é baseado na extração feita no dia 3 de setembro às 14h. As contas monitoradas correspondem a candidaturas desse universo, considerando os perfis abertos e que postaram no período coberto pelo boletim. Os dados de monitoramento das redes sociais têm como fonte o **Data Lake DX**.

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

Faixa-etária: Para as eleições de 2026, foram incluídas no universo de candidaturas jovens pessoas com idade entre 19 e 29 anos nos registros do TSE. A legislação estabelece idade mínima de 21 anos para os cargos de deputado federal, estadual e distrital, mas, a partir das eleições de 2026, essa condição passa a ser aferida na data da posse presumida, considerada dentro do prazo de até 90 dias após a eleição da Mesa Diretora da respectiva Casa Legislativa. Por essa razão, optou-se por manter na base as candidaturas de pessoas com 19 e 20 anos registradas pela Justiça Eleitoral, sem antecipar a análise de sua elegibilidade. No caso do teto de 29 anos, mantivemos a aferição na data de posse.

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

Clusterização: a clusterização é um procedimento estatístico que organiza o conjunto de publicações coletadas na semana a partir dos termos que compõem os conteúdos. A técnica utilizada é a clusterização hierárquica descendente pelo método Reinert, que agrupa os textos pela ocorrência de palavras, em que termos que tendem a aparecer juntos nas mesmas publicações são reunidos em um mesmo grupo, ou cluster. Cada cluster corresponde a um vocabulário que circulou de forma articulada ao longo da semana, e é a leitura desses vocabulários que permite nomear os eixos de debate.

Uso de inteligência artificial: Ferramentas de inteligência artificial generativa foram utilizadas como apoio no resumo e geração de gráficos. As análises, no entanto, são geradas a partir de dados previamente tratados e analisados em R e de instruções elaboradas pelas autoras. A IA não foi utilizada para a produção

ou validação dos dados e resultados, que foram posteriormente conferidos pela equipe responsável pelo relatório.

EXPEDIENTE

Monitor Jovem DX: A disputa pelo legislativo

#04 A disputa pelo legislativo nas redes sociais (14 a 27 de setembro)

ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO SOB A LICENÇA CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0 BR. Essa licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, inclusive para fins comerciais, contanto que atribuam crédito aos autores corretamente, e que utilizem a mesma licença. **TEXTO DA LICENÇA:** <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

COMO CITAR ESSE DOCUMENTO:

BESEN, Beatriz; BERNARDI, Ana Julia Bonzanini; LOPES, Aline; ALVES, Marcelo; SANTOS, João Guilherme B.. Relatório Monitor Jovem DX: A disputa pelo Legislativo – #04 A disputa pelo legislativo nas redes sociais - 14 a 27 de setembro (15/09/2026). Instituto Democracia em Xequê, 2026. Disponível em: <<https://institutodx.org/monitor-jovem/relatorio2/>>

EQUIPE DO RELATÓRIO:

Coordenação geral: Beatriz Besen

Coordenação institucional: Ana Julia Bonzanini Bernardi

Pesquisa e análise: Aline Lopes e João Victor Mendes

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

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