Instituto DEMOCRACIA EM XEQUE
institutodx.org

NUPMOS
Núcleo de Pesquisas em Psicologia Política e Movimentos Sociais

Apoio:
HEINRICH BÖLL STIFTUNG
RIO DE JANEIRO

Monitor Jovem DX:

A DISPUTA PELO LEGISLATIVO NAS REDES SOCIAIS

#7 | Jovens eleitos: comunicação digital no segundo turno



#7 | JOVENS ELEITOS: COMUNICAÇÃO DIGITAL NO SEGUNDO TURNO

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 Xeque (DX)** em parceria com o **Núcleo de Pesquisas em Psicologia Política e Movimentos Sociais (NUPMOS – PUCSP)** e apoio da **Fundação Heinrich Böll Brasil**, o projeto articula as pesquisas do NUPMOS sobre juventude e participação política às metodologias de monitoramento digital e análise de redes do DX para produzir evidências sobre representação política, comunicação digital e democracia.

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

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

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

Quem foram 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.

1. DESTAQUES

Nesta edição, **o Monitor Jovem DX analisa a comunicação digital dos jovens eleitos ao Legislativo durante o segundo turno**. Examinamos o engajamento, os vocabulários e os conteúdos publicados entre 5 e 18 de outubro, comparando-os com a última semana do primeiro turno. Buscamos identificar continuidades e transformações na comunicação dos campos políticos, assim como suas formas de participação na disputa presidencial.

Após a eleição, o engajamento dos jovens eleitos passa a um patamar mais elevado

A conquista dos mandatos não encerra a mobilização digital dos jovens eleitos. Os conteúdos publicados entre 5 e 18 de outubro acumulam de 2,93 milhões a 9,75 milhões de interações por dia de publicação, acima dos volumes registrados entre 28 de setembro e 3 de outubro, que variam de 728,4 mil a 1,42 milhão. Com sucessivos picos nas duas semanas acompanhadas, a ampliação do engajamento vai além da repercussão imediata do resultado eleitoral.

Cortez e Ana Elisa multiplicam suas interações por mais de dez e avançam no ranking

O acompanhamento semanal mostra um salto no engajamento dos dois eleitos, mesmo com menos publicações. Entre a última semana do primeiro turno e a segunda semana do segundo turno, Guilherme Cortez passou de 970,5 mil para 10,2 milhões de interações, e Ana Elisa, de 575,4 mil para 5,8 milhões. No acumulado do segundo turno, Cortez lidera, à frente de Lucas Pavanato, e Ana Elisa ocupa o terceiro lugar, superando Eduarda Campopiano.

Os vocabulários se reorganizam, mas a maior convergência permanece entre esquerda e direita

Os termos convergentes entre esquerda e direita passam de 113 para 47, preservando referências às necessidades cotidianas, às áreas de atuação do poder público, ao compromisso com os eleitores e às expectativas de futuro, como saúde, crianças, compromisso e oportunidades. Entre esquerda e extrema-direita, aumentam de quatro para 29, com referências à disputa eleitoral, como presidente, campanha e propaganda. Essa aproximação expressa o envolvimento em uma mesma arena de disputa, sem significar concordância política.

Na esquerda, trabalho, direitos e mobilização eleitoral marcam o segundo turno

“Escala” e “6x1” aparecem nas publicações de 71,4% dos jovens eleitos da esquerda acompanhados no segundo turno. “Direitos” e “trabalhador” estão presentes em 64,3%, enquanto “estudantes”,

“juventude” e “virada” aparecem em 57,1%. O repertório articula condições de vida e trabalho, defesa de direitos e mobilização pelo voto em Lula.

Na extrema-direita, a acusação de mentiras acompanha a defesa e o reenquadramento do próprio campo

No segundo turno, “mentiras” aparece nas publicações de 44,4% dos eleitos. Os conteúdos examinados combinam ataques aos adversários com negação de posições atribuídas às lideranças, reinterpretação de declarações e defesa de reputações. Em vídeo conjunto, Eduarda Campopiano e Lucas Pavanato respondem sobre voto feminino, programas sociais e minorias, revelando esforço de afastar imagens consideradas prejudiciais e responder a narrativas atribuídas à esquerda.

A direita mantém uma comunicação de celebração e compromisso com os eleitores

A direita preserva um repertório de agradecimento, reconhecimento dos apoiadores e compromisso após a vitória legislativa, com pouco posicionamento em relação à disputa presidencial de segundo turno. Entre 5 e 18 de outubro, “gratidão” e “confiança” aparecem nas publicações de 69,2% dos eleitos acompanhados do campo, e “honrar”, em 46,2%. Enquanto esquerda e extrema-direita apresentam vocabulários mais diretamente associados à disputa nacional, a celebração do resultado e o vínculo com os eleitores permanecem como marcas importantes da comunicação da direita.

Apoios presidenciais mobilizam jovens eleitos de diferentes partidos

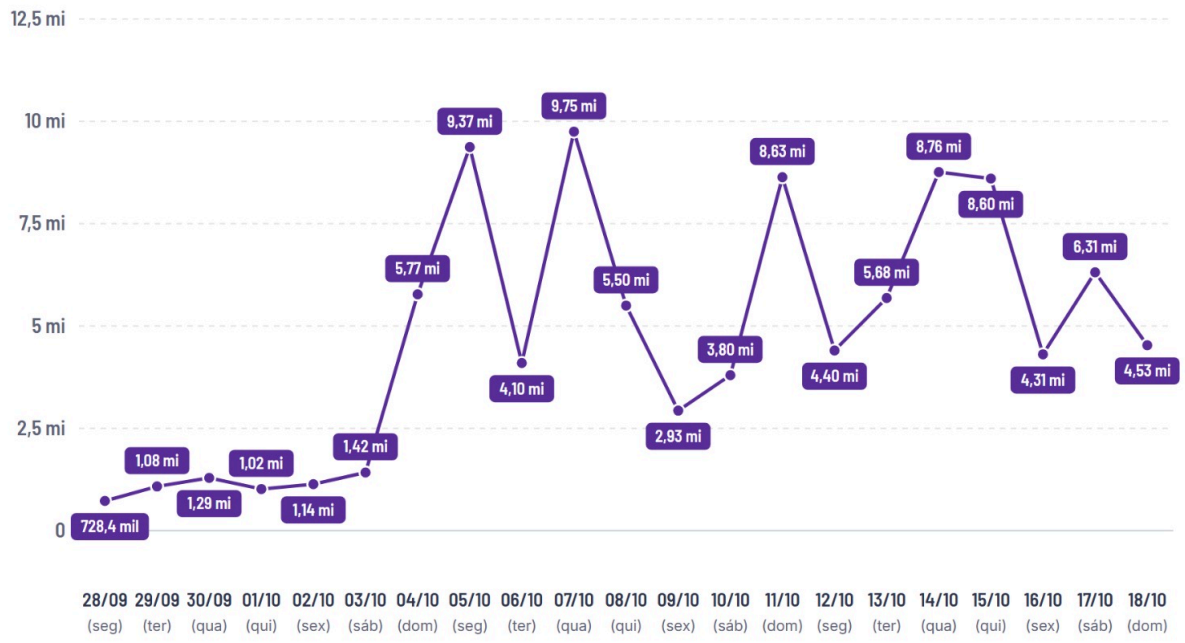
Além dos representantes do PT, identificamos apoio explícito a Lula de Guilherme Cortez (PSOL-SP), Cayo Albino (PSB-PE), Paloma Nunes (PSB-CE), João Pedro (PDT-AP) e Amanda Gentil (PP-MA). Flávio Bolsonaro recebe apoio de Alvinho Lira (PP-AL), Sandro Filho (PP-BA), Estefane Sampaio (Republicanos-DF), Ícaro de Valmir (Republicanos-SE), Gilson Machado Filho (Podemos-PE), Léo Vieira Filho (PSDB-RJ) e Guilherme Kilter (NOVO-PR), além dos representantes do PL. O levantamento considera manifestações explícitas nos textos analisados, sem esgotar os posicionamentos presentes em vídeos e imagens.

2. DISPUTA POR VISIBILIDADE

Analisamos a disputa eleitoral entre os jovens eleitos, cobrindo e comparando o final do primeiro turno e as duas primeiras semanas de segundo turno. O monitoramento identificou publicações de 58 das 59 candidaturas jovens eleitas, deixando de fora apenas o deputado federal Carlos Muniz Filho (PSDB-BA) , que não declarou nenhuma das redes monitoradas ao TSE. Entre os jovens eleitos, temos 21 deputados(as) federais, 36 deputados(as) estaduais e 2 deputados distritais. A análise inclui Instagram, X, Tiktok, Kwai, Youtube e Facebook declarados ao TSE.

Gráfico • Evolução diária das interações das candidaturas jovens eleitas

Total de interações por dia, de 28 de setembro a 18 de outubro



Fonte: Data Lake DX

Após a eleição, o engajamento dos jovens eleitos passa a um patamar mais elevado

A evolução diária mostra que **a conquista dos mandatos não encerra a mobilização digital dos jovens eleitos**. Entre 28 de setembro e 3 de outubro, os conteúdos publicados por esses representantes acumulam entre 728,4 mil e 1,42 milhão de interações por dia de publicação. A mudança começa no próprio dia da eleição, 4 de outubro, cujos posts somam 5,77 milhões, e se intensifica nos dias seguintes.

O maior volume está nos conteúdos publicados em **7 de outubro, com 9,75 milhões de interações**, seguido por 5 de outubro, com 9,37 milhões. O movimento, porém, não se limita à

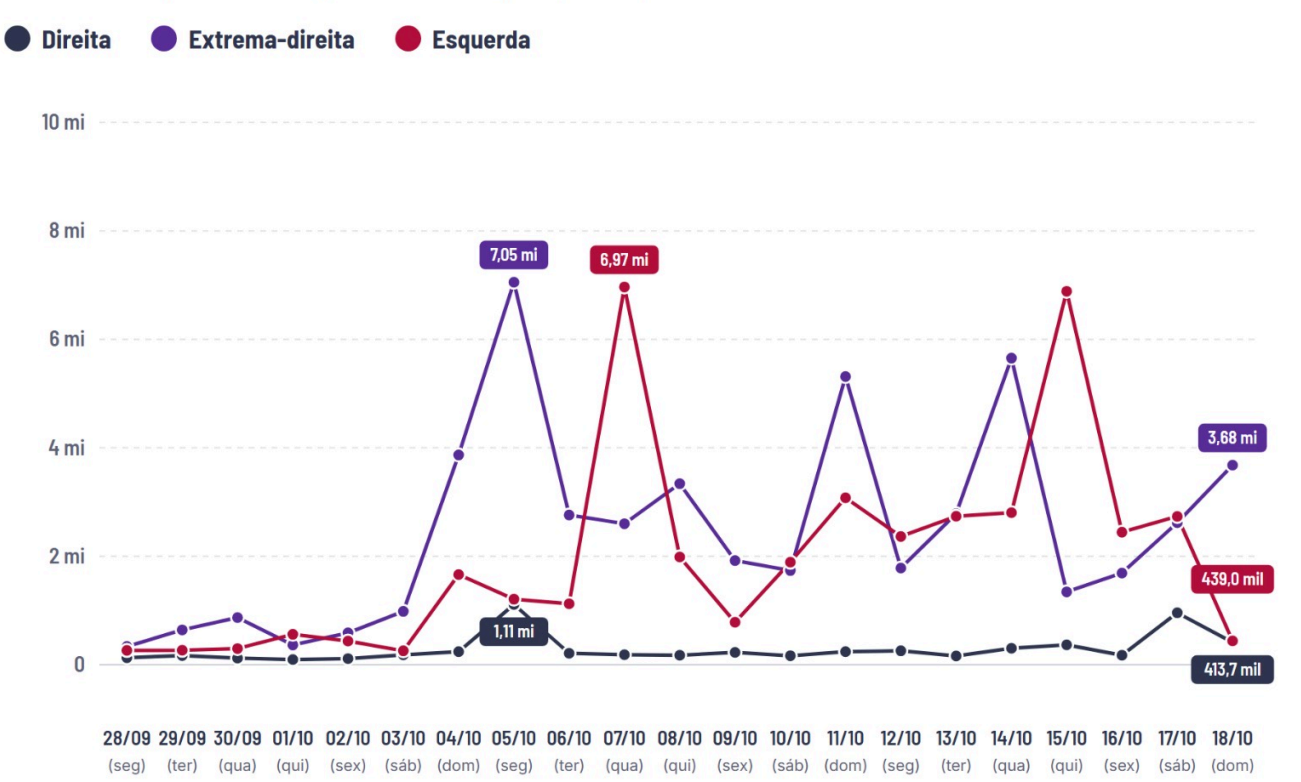
repercussão imediata do resultado eleitoral. Novos picos aparecem em 11 de outubro, com 8,63 milhões, e em 14 e 15 de outubro, com 8,76 milhões e 8,60 milhões, respectivamente.

Há oscilações, mas o engajamento permanece acima do patamar observado antes da votação. Mesmo o menor resultado entre 5 e 18 de outubro — 2,93 milhões, nos posts de 9 de outubro — supera o de qualquer data entre 28 de setembro e 3 de outubro. A série aponta, portanto, para uma ampliação que atravessa as duas semanas acompanhadas, com sucessivos momentos de maior repercussão.

Esse movimento oferece o contexto para compreender a reorganização do ranking. O crescimento agregado convive com trajetórias distintas: alguns eleitos concentram sua expansão na primeira semana após a eleição; outros continuam avançando na segunda. A leitura dos conteúdos que mais contribuíram para cada pico permite investigar como agradecimentos pela vitória, participação na campanha nacional e disputas políticas se articulam a essa nova dinâmica.

Gráfico • Evolução diária das interações por espectro político

Candidaturas jovens eleitas, total de interações por dia, de 28 de setembro a 18 de outubro



Fonte: Data Lake DX

A distribuição das interações contrasta com o tamanho dos campos políticos acompanhados. A direita reúne o maior número de jovens eleitos monitorados: são 26, diante de 18 da

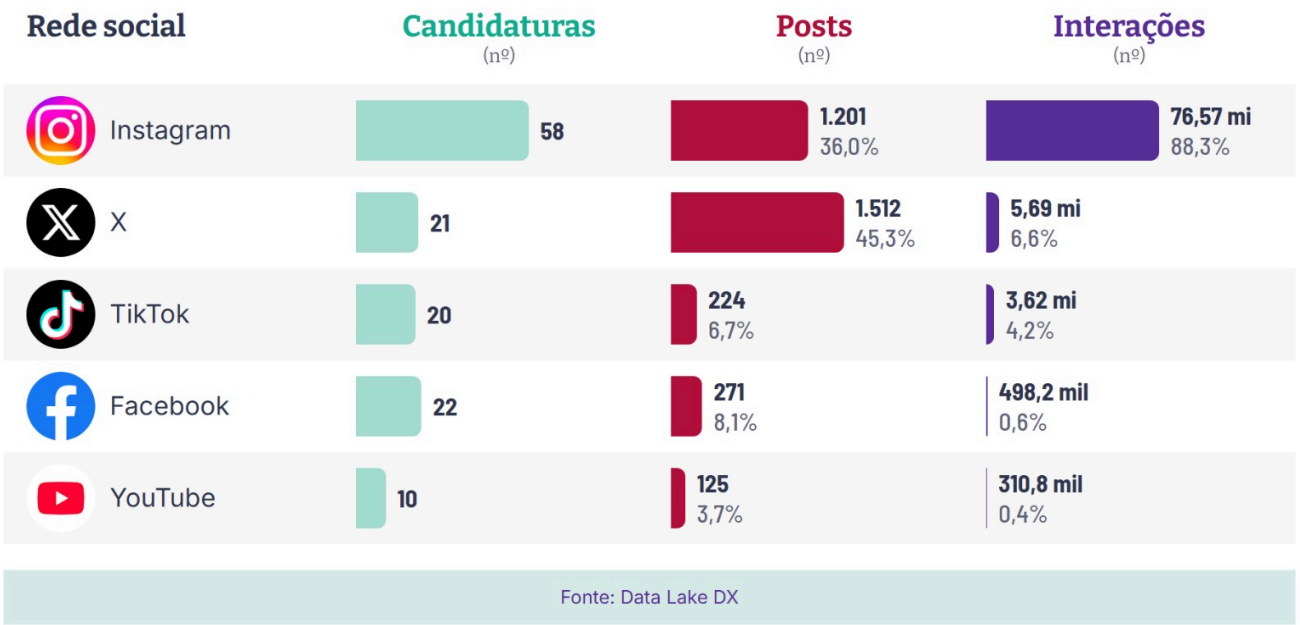
extrema-direita e 14 da esquerda. Apesar disso, seus conteúdos apresentam volumes de interações inferiores aos dos outros dois campos ao longo do período.

Após o primeiro turno, esquerda e extrema-direita alternam a liderança das interações por data de publicação. **A extrema-direita registrou seu maior pico em 5 de outubro, com 7,05 milhões. Nessa data, muitos posts de celebração ganharam forte engajamento,** enquanto **a esquerda alcança 6,97 milhões nos conteúdos de 7 de outubro,** principalmente em conteúdos de collab com o presidente Lula junto aos jovens eleitos. Em 15 de outubro, dia seguinte da aprovação do fim da escala 6x1, é outro marco . A direita permanece em um patamar mais baixo, com seu maior resultado em 5 de outubro, de 1,11 milhão.

O maior número de representantes não se traduz, portanto, em maior volume de engajamento. Mesmo com grupos menores, esquerda e extrema-direita concentram os principais picos do período. Essa dinâmica também se relaciona à participação dos jovens eleitos na disputa presidencial. Esquerda e extrema-direita mobilizam suas redes em torno de candidaturas diretamente vinculadas aos respectivos campos, com pedidos de voto, defesa de lideranças e confronto com adversários.

Gráfico • Atividade por rede social

Candidaturas jovens eleitas, de 5 de outubro a 18 de outubro



Fonte: Data Lake DX

O Instagram concentra a maior parte do engajamento digital dos jovens eleitos no segundo turno. A plataforma reúne publicações dos 58 representantes monitorados e responde por quase 90% das interações identificadas no período. O X, antigo Twitter, também integra essa dinâmica, mas com participação menor. Apesar da associação entre juventude e plataformas como o TikTok, os dados monitorados não indicam protagonismo dessa rede no engajamento das campanhas em nenhum dos dois turnos.

Quem mais se destacou no período?

A concentração da atenção nas redes sociais se intensificou no período posterior ao primeiro turno. **Guilherme Cortez (PSOL-SP) liderou o ranking das candidaturas jovens com 19 milhões de interações**, seguido por **Lucas Pavanato (PL-SP), com 15,4 milhões**, e **Ana Elisa (PT-MG), com 11 milhões. Eduarda Campopiano (PL-SP), com 7,6 milhões, e André Fernandes (PL-CE), com 7,4 milhões, completam as cinco primeiras posições**. Guilherme Kilter (NOVO-PR), Julia de Castro (PL), Pedro Rousseff (PT-MG), Victor Jansen (PL) e Ana Júlia (PT-PR) também aparecem entre os dez perfis de maior repercussão.

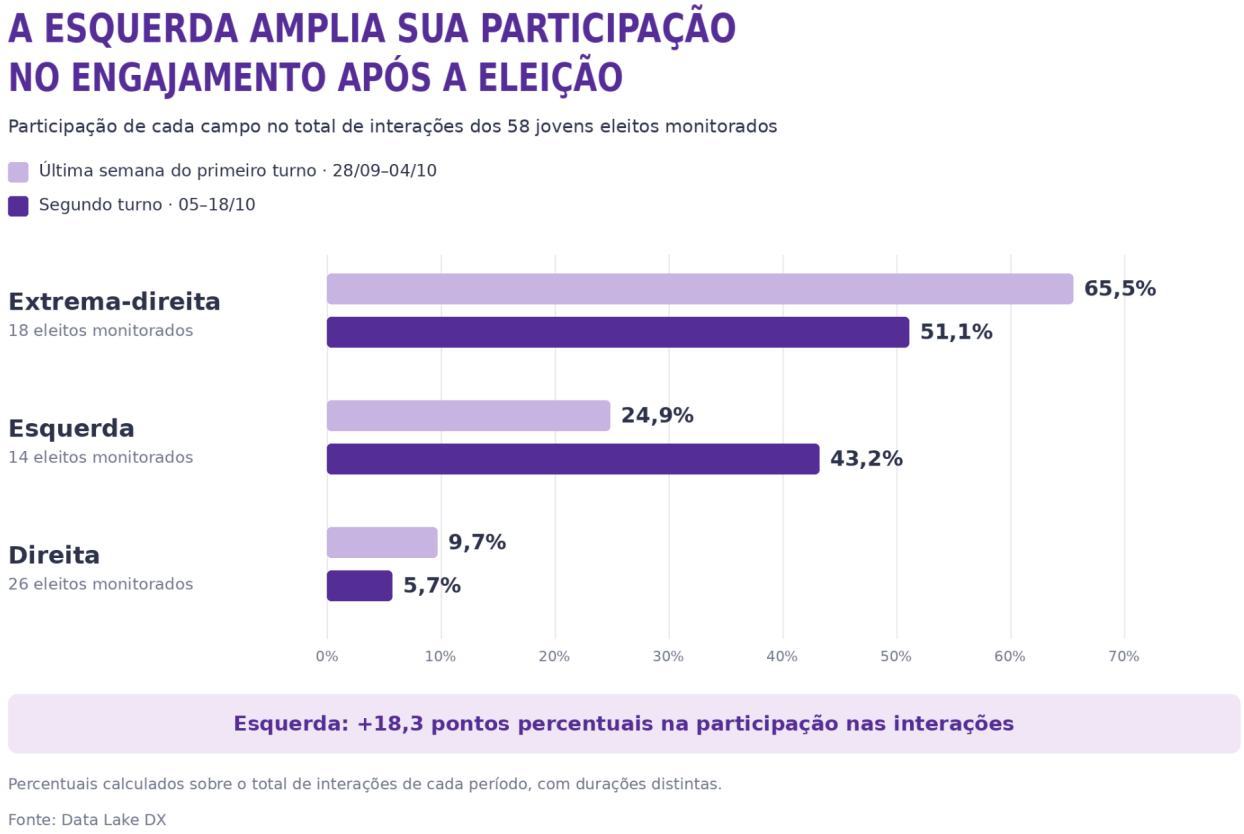
Ranking dos jovens eleitos com maior volume de interações nas redes sociais no segundo turno de campanha (05 a 18/10)

Ranking	Nome	Cargo	Partido	Posts	Interações
1	Guilherme Cortez	Deputado Federal	PSOL	654	19.031.431
2	Lucas Pavanato	Deputado Federal	PL	346	15.396.105
3	Ana Elisa	Deputada Federal	PT	116	11.034.928
4	Eduarda Campopiano	Deputada Estadual	PL	14	7.559.761
5	André Fernandes	Deputado Federal	PL	170	7.380.853
6	Guilherme Kilter	Deputado Federal	NOVO	58	3.212.514
7	Julia de Castro	Deputada Federal	PL	47	2.411.538
8	Pedro Rousseff	Deputado Federal	PT	69	2.071.910
9	Victor Jansen	Deputado Distrital	PL	60	1.878.821
10	Ana Júlia	Deputada Federal	PT	113	1.855.431

A distribuição das interações evidencia a relevância adquirida pelos jovens eleitos de esquerda na disputa digital do segundo turno. Embora representem 14 dos 58 parlamentares eleitos com publicações monitoradas, esses perfis foram responsáveis por 37,5 milhões de interações, aproximadamente 43,2% do total registrado. Os 44 eleitos das direitas reuniram 49,2 milhões de interações, ou 56,8%. Após o primeiro turno, a comunicação digital desses novos parlamentares passou a se concentrar na disputa presidencial, com predominância de conteúdos relacionados a Lula entre os eleitos de esquerda e a Flávio Bolsonaro entre os de direita.

A distribuição das interações evidencia o espaço conquistado pelos jovens eleitos de esquerda na disputa digital do segundo turno. **A participação do campo no engajamento passou de 24,9% na**

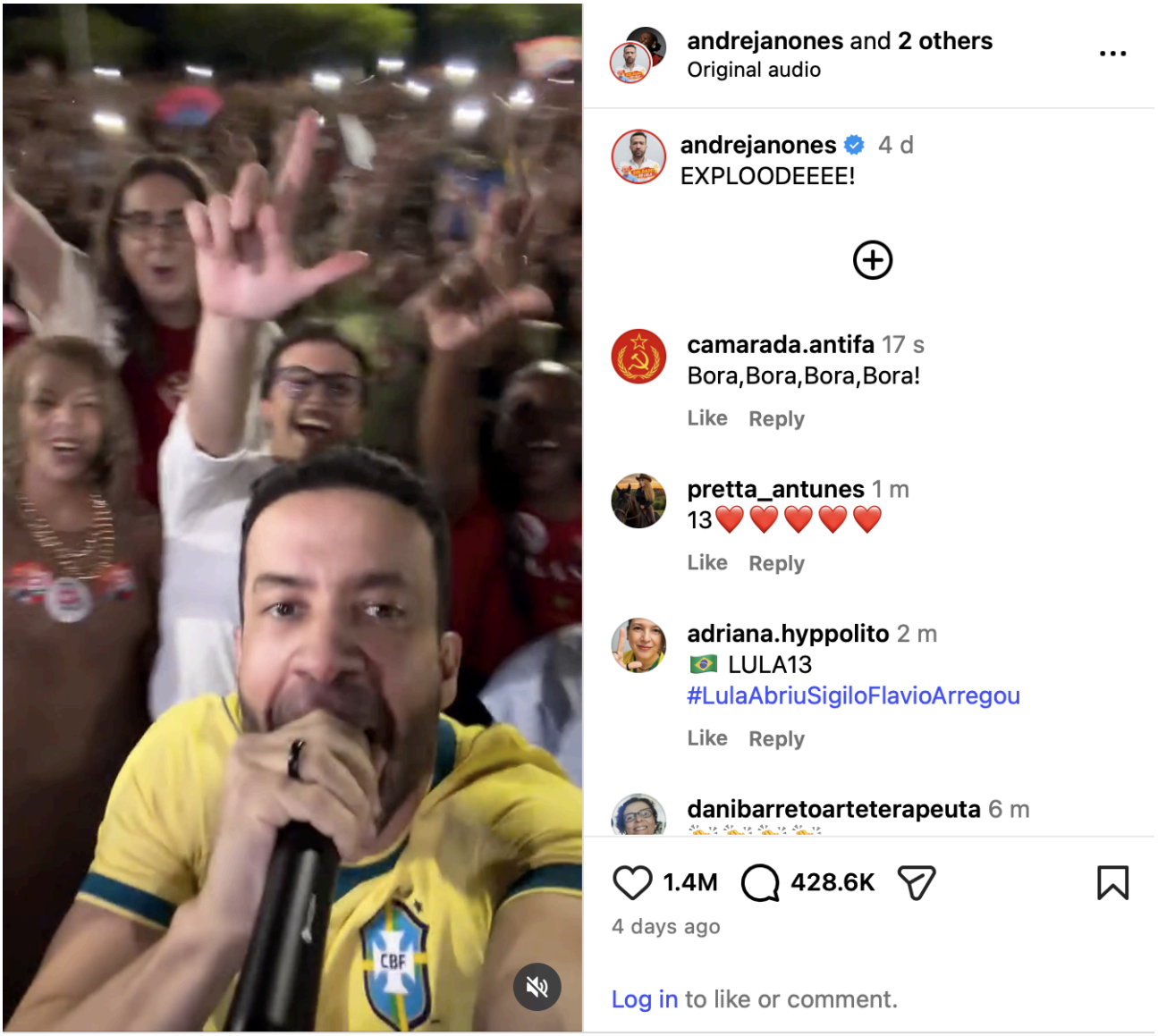
última semana do primeiro turno para 43,2% entre 5 e 18 de outubro, um avanço de 18,3%. Embora representem apenas 14 dos 58 eleitos monitorados, esses perfis acumulam 37,5 milhões de interações no segundo período. A extrema-direita mantém a liderança, com 44,3 milhões, mas sua participação recua de 65,5% para 51,1%. Já a direita, que reúne o maior número de representantes acompanhados — 26 —, passa de 9,7% para 5,7% das interações.



Outro aspecto relevante é a diferença entre o volume de publicações e a capacidade de gerar repercussão. Guilherme Cortez (PSOL-SP) apresentou o maior volume de postagens entre os dez primeiros colocados, com 654 publicações e 19 milhões de interações. Já Eduarda Campopiano (PL-SP) alcançou a quarta posição com apenas 14 publicações e 7,6 milhões de interações. Ana Elisa (PT-MG), com 116 posts, somou 11 milhões de interações, enquanto Lucas Pavanato (PL-SP), com 346 publicações, alcançou 15,4 milhões. **Os resultados mostram que a frequência de publicação não determina, isoladamente, o desempenho dos perfis, especialmente em um período marcado pela circulação de conteúdos de grande repercussão e publicações em colaboração.**

Entre os conteúdos de maior repercussão, destacam-se as publicações em colaboração entre Guilherme Cortez (PSOL-SP) e Ana Elisa (PT-MG), que ganharam visibilidade na mobilização digital em torno da candidatura de Lula. Uma das publicações compartilhadas pelos dois perfis registrou 2,3 milhões de interações. O vídeo, publicado em colaboração também com André

Janones, mostra os três durante um ato em defesa de Lula, no qual Janones afirma: “Essa é a juventude que vai eleger o presidente Lula!”.



Já [a publicação em colaboração com Lula], Rosa Amorim, Camila Jara e Luna Zarattini é um dos registros da integração dessas jovens lideranças à campanha oficial. **Essas colaborações expressam uma mudança de estratégia e de formatos na comunicação da campanha presidencial, identificada no acompanhamento mais amplo realizado pelo Monitor: os jovens eleitos passam a participar da produção e da circulação de conteúdos junto às principais lideranças nacionais. Essa articulação ajuda a explicar parte da multiplicação de seu engajamento no segundo turno.**



A atuação de Cortez e Ana Elisa também chama a atenção pela continuidade de uma estratégia de comunicação que já marcava suas campanhas para a Câmara dos Deputados. Ambos utilizavam as redes sociais para disputar espaço com lideranças jovens da direita, especialmente por meio de conteúdos de confronto político e afirmação de uma identidade geracional. **Após a eleição, essa atuação passou a se articular mais diretamente à campanha presidencial de Lula, ampliando a exposição dos dois parlamentares no debate político nacional. A presença de ambos entre os três perfis de maior interação do período evidencia o espaço ocupado por essas lideranças na disputa digital.**

Lucas Pavanato (PL-SP) manteve forte presença digital durante o segundo turno, com 15,4 milhões de interações em 346 publicações. Seu conteúdo de maior repercussão no levantamento alcançou 1,45 milhão de interações e aproximadamente 16,5 milhões de visualizações no Instagram, no post ele critica a manifestação pró Lula na Avenida Paulista do dia 11 de outubro, destacando as ações dos manifestantes como atos que classifica como radicais. Ele aponta que a manifestação teria envolvido vandalismo e depredação do patrimônio público. Outras publicações

também ultrapassaram 1 milhão de interações. É o caso do post feito em colaboração com o humorista Paulo Souza, no qual protagonizam juntos um vídeo que ironiza como seria o governo de Bolsonaro na visão da esquerda. Outro conteúdo que somou 1,06 milhão de interações mostra o futuro deputado ajoelhado e chorando diante dos 3 milhões de votos alcançados na apuração.



Os conteúdos de Pavanato estiveram associados principalmente à disputa presidencial, com destaque para a defesa de Flávio Bolsonaro e críticas ao campo político adversário. O desempenho do parlamentar mostra a continuidade de sua capacidade de mobilização digital após a eleição para a Câmara dos Deputados.

Eduarda Campopiano (PL-SP) também se destacou pelo elevado volume de interações em um número reduzido de publicações. A deputada estadual eleita somou 7,6 milhões de interações em apenas 14 posts. Entre seus conteúdos de maior repercussão, uma publicação em colaboração com Pablo Marçal alcançou 1,08 milhão de interações. No vídeo, os dois rebatem uma fala de Janja em que ela afirma: "*Se o Flávio ganha, você perde!*". Em outra publicação, que registrou 922,8 mil interações, Campopiano nega ser a mulher que aparece em um vídeo beijando um homem em uma festa e afirma que o conteúdo seria uma fake news. O desempenho evidencia a capacidade de determinados perfis de concentrar grandes volumes de engajamento em poucas publicações.

Nesses exemplos, a repercussão envolve tanto a participação na disputa presidencial quanto a defesa da própria imagem.



Entre os demais nomes do ranking, **André Fernandes (PL-CE) acumulou 7,4 milhões de interações em 170 publicações, ocupando a quinta posição. Entre seus destaques está uma publicação no Instagram com aproximadamente 840 mil interações, na qual compara as políticas do Bolsa Família nos governos Lula e Bolsonaro.** No vídeo, Fernandes apresenta valores de reajustes do benefício e critica mudanças nas regras de manutenção do pagamento para beneficiários que conseguem emprego formal, argumentando que as alterações promovidas por Lula teriam reduzido os incentivos à formalização do trabalho. Ao final, associa Bolsonaro à prosperidade econômica e declara apoio à candidatura de Flávio Bolsonaro.

Guilherme Kilter (NOVO-PR) registrou 3,2 milhões de interações em 58 posts, enquanto Julia de Castro (PL) somou 2,4 milhões. No campo da esquerda, Pedro Rousseff (PT-MG) alcançou 2,1 milhões de interações em 69 publicações, e Ana Júlia (PT-PR) registrou 1,9 milhão em 113 posts. **A presença desses nomes entre os perfis de maior repercussão mostra que a mobilização**

digital dos jovens eleitos permaneceu expressiva após o primeiro turno, agora com maior participação na disputa presidencial.

De maneira geral, os resultados apontam para uma reorientação da comunicação digital dos jovens eleitos, que passaram da promoção de suas próprias candidaturas à participação mais direta na campanha presidencial. **Nesse cenário, a liderança de Guilherme Cortez e a presença de Ana Elisa entre os três primeiros colocados evidenciam a projeção de novas lideranças de esquerda na disputa pela atenção nas redes.** Ao mesmo tempo, o desempenho de Lucas Pavanato, Eduarda Campopiano e André Fernandes demonstra a forte mobilização digital dos jovens parlamentares de extrema-direita. **A disputa presidencial passou, assim, a organizar parte significativa da comunicação desses novos representantes, que utilizaram a visibilidade conquistada durante suas campanhas para participar da circulação de narrativas políticas e da mobilização de públicos no segundo turno.**

O segundo turno reorganiza o ranking de engajamento dos jovens eleitos

A comparação entre a última semana do primeiro turno (28 de setembro a 4 de outubro) e o período acompanhado do segundo turno (5 a 18 de outubro) **mostra mudanças na composição e na ordem dos dez jovens eleitos com maior volume de interações. Oito nomes permanecem entre os destaques, mas apenas Eduarda Campopiano e Guilherme Kilter mantêm suas posições.**

O SEGUNDO TURNO REORGANIZA O RANKING DE ENGAJAMENTO DOS JOVENS ELEITOS

Posições por volume total de interações em cada período

JOVEM ELEITO	PRIMEIRO TURNO 28/09–04/10	SEGUNDO TURNO 05–18/10	MOVIMENTO
Guilherme Cortez PSOL · SP	5º	1º	↑ 4
Lucas Pavanato PL · SP	1º	2º	↓ 1
Ana Elisa PT · MG	7º	3º	↑ 4
Eduarda Campopiano PL · SP	4º	4º	MANTÉM
André Fernandes PL · CE	2º	5º	↓ 3
Guilherme Kilter NOVO · PR	6º	6º	MANTÉM
Julia de Castro PL · RJ	9º	7º	↑ 2
Pedro Rousseff PT · MG	3º	8º	↓ 5
Victor Jansen PL · DF	Fora do top 10	9º	ENTRA
Ana Júlia PT · PR	Fora do top 10	10º	ENTRA
Jair Bolsonaro PL · SC	8º	Fora do top 10	SAI
Leonardo Grandini PT · SP	10º	Fora do top 10	SAI

Oito nomes permanecem no top 10; dois entram e dois saem.

Comparação de posições em períodos de durações distintas. Não compara os volumes absolutos.

Fonte: Data Lake DX

Guilherme Cortez (PSOL-SP) passa do quinto para o primeiro lugar, ultrapassando Lucas Pavanato (PL-SP), que vinha liderando os rankings anteriores do Monitor e passa à segunda posição. **Ana Elisa (PT-MG) também sobe quatro posições**, do sétimo para o terceiro lugar, ultrapassando Eduarda Campopiano (PL-SP), que permanece em quarto. **A ascensão de Ana Elisa se destaca também por sua trajetória no monitoramento: a parlamentar não figurava nos primeiros rankings de engajamento dos boletins, ingressando apenas no último período na sétima posição.**

Esses avanços convivem com movimentos diferentes dentro dos próprios campos. Na esquerda, Pedro Rousseff (PT-MG) recua do terceiro para o oitavo lugar, enquanto Leonardo Grandini (PT-SP) deixa os dez primeiros. Ana Júlia (PT-PR), por sua vez, passa a integrar o grupo, na décima posição.

Na extrema-direita, Julia de Castro (PL-RJ) sobe do nono para o sétimo lugar, enquanto André Fernandes (PL-CE) passa do segundo para o quinto. Guilherme Kilter (NOVO-PR) mantém a sexta posição. Victor Jansen (PL-DF) entra em nono, enquanto Jair Bolsonaro (PL-SC), anteriormente em oitavo, deixa o top 10.

A composição por campo permanece a mesma: **quatro representantes da esquerda e seis da extrema-direita** em cada ranking. Nenhum eleito da direita aparece entre os dez primeiros nas duas janelas de tempo analisadas. **A principal transformação ocorre na distribuição das posições: a esquerda passa a ocupar o primeiro e o terceiro lugares, enquanto a extrema-direita mantém seis representantes, incluindo o segundo, o quarto e o quinto colocados.**

MONITOR JOVEM DX

Como evoluiu o engajamento dos jovens eleitos

Três semanas de acompanhamento • Dez destaques do acumulado de 5 a 18 de outubro de 2026

Nome	Partido/UF	Interações 28/09–04/10	Interações 05–11/10	Interações 12–18/10	Variação total 1ª → 3ª semana
Guilherme Cortez	PSOL-SP	970.459	8.874.048	10.157.383	+946,7%
Lucas Pavanato	PL-SP	4.666.599	9.151.234	6.244.871	+33,8%
Ana Elisa	PT-MG	575.435	5.258.552	5.776.376	+903,8%
Eduarda Campopiano	PL-SP	1.266.500	4.115.081	3.444.680	+172,0%
André Fernandes	PL-CE	2.352.460	4.200.560	3.180.293	+35,2%
Guilherme Kilter	NOVO-PR	693.368	1.673.960	1.538.554	+121,9%
Julia de Castro	PL-RJ	437.936	1.389.694	1.021.844	+133,3%
Pedro Rousseff	PT-MG	1.523.226	501.149	1.570.761	+3,1%
Victor Jansen	PL-DF	100.722	1.259.423	619.398	+515,0%
Ana Júlia	PT-PR	211.020	1.230.604	624.827	+196,1%

Painel fixo selecionado pelo ranking acumulado do segundo turno. Todas as janelas têm sete dias.
Variação total entre 28/09–04/10 e 12–18/10. Interações não representam pessoas únicas.

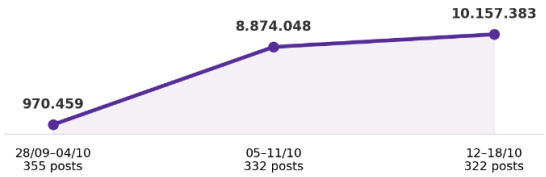
Fonte: Monitor Jovem DX / Instituto Democracia em Xeque.

MONITOR JOVEM DX

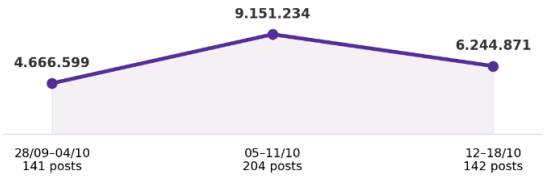
A trajetória semanal do engajamento dos jovens eleitos

Dez destaques do acumulado de 5 a 18 de outubro de 2026

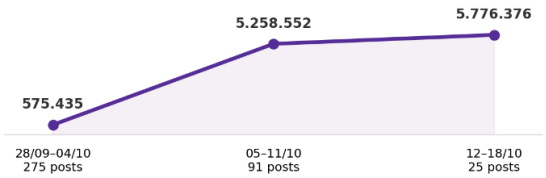
1. Guilherme Cortez | PSOL-SP



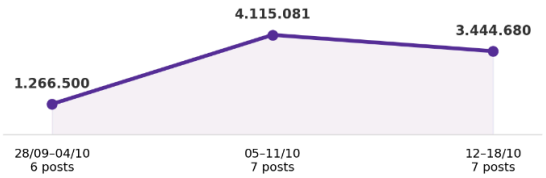
2. Lucas Pavanato | PL-SP



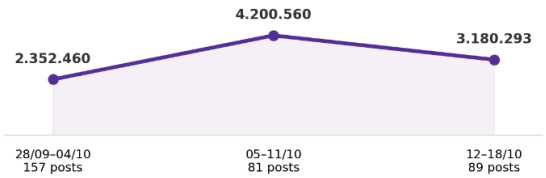
3. Ana Elisa | PT-MG



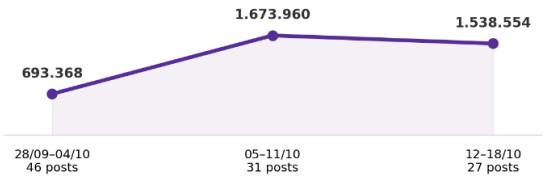
4. Eduarda Campopiano | PL-SP



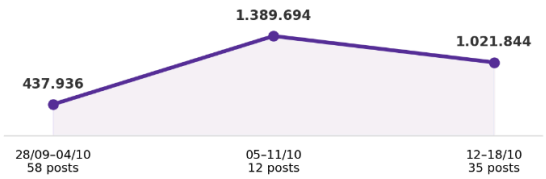
5. André Fernandes | PL-CE



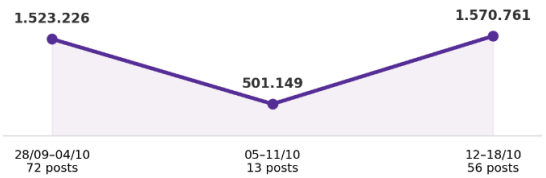
6. Guilherme Kilter | NOVO-PR



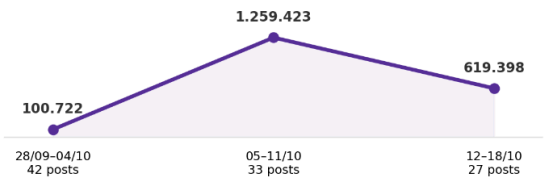
7. Julia de Castro | PL-RJ



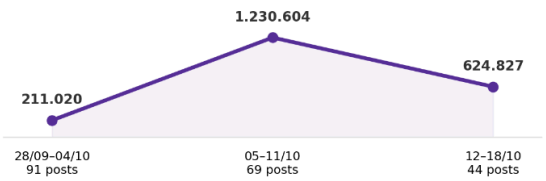
8. Pedro Rousseff | PT-MG



9. Victor Jansen | PL-DF



10. Ana Júlia | PT-PR



Pontos: total de interações. Abaixo das datas: número de posts. Janelas de sete dias.

Escalas verticais próprias por painel. Ordem pelo total acumulado do segundo turno.

Fonte: Monitor Jovem DX / Instituto Democracia em Xeque.

A mudança é intensa e desigual entre os representantes de cada campo

O acompanhamento semanal dos dez jovens eleitos com mais interações acumuladas no segundo turno revela movimentos distintos. **Cortez e Ana Elisa crescem nas duas semanas após a eleição**, enquanto a maioria dos demais representantes atinge seu maior volume na primeira semana e recua na seguinte.

Cortez passou de 970,5 mil interações na última semana do primeiro turno para 8,9 milhões entre 5 e 11 de outubro e 10,2 milhões entre 12 e 18 de outubro. Pavanato, que registrou 9,2 milhões na primeira semana após a eleição, recua para 6,2 milhões na segunda. **É nessa segunda semana que Cortez o ultrapassa, assumindo também a liderança no acumulado do período.**

Ana Elisa passou de 575,4 mil para 5,3 milhões e, depois, 5,8 milhões de interações. O crescimento ocorreu com uma redução expressiva nas publicações: de 275 posts na última semana do primeiro turno para 91 e 25 nas semanas seguintes. Cortez também amplia o engajamento com menos posts, passando de 355 para 332 e 322. Pedro Rousseff apresenta outra trajetória: passa de 1,5 milhão para 501,1 mil interações na primeira semana após a eleição, recuperando-se para 1,6 milhão na segunda. O resultado final supera ligeiramente o patamar anterior ao pleito.

Na extrema-direita, Pavanato, Eduarda Campopiano, André Fernandes, Guilherme Kilter, Julia de Castro e Victor Jansen apresentaram um salto na primeira semana após a eleição e uma redução na segunda. Apesar desse recuo, **todos permanecem acima do volume registrado na última semana do primeiro turno**. Ana Júlia, da esquerda, segue o mesmo movimento, passando de 211 mil para 1,2 milhão e, depois, 624,8 mil interações.

As diferenças mostram que a ampliação do engajamento após a eleição não ocorre de maneira uniforme. Há perfis cuja repercussão se concentra nos primeiros dias após a vitória, enquanto outros sustentam o crescimento na semana seguinte, **reorganizando a distribuição da atenção entre os representantes acompanhados.**

Cortez e Ana Elisa multiplicam suas interações por dez e Cortez assume a liderança do ranking

A comparação entre três janelas de sete dias revela uma mudança expressiva no engajamento dos jovens eleitos. Entre a última semana do primeiro turno, de 28 de setembro a 4 de outubro, e a semana de 12 a 18 de outubro, **Guilherme Cortez (PSOL-SP) e Ana Elisa (PT-MG) multiplicaram suas interações por aproximadamente dez**, passando a ocupar o primeiro e o terceiro lugares do ranking.

Cortez passa de 970,5 mil para 10,2 milhões de interações, um crescimento de **946,7%**. **O parlamentar sobe da quinta posição para a liderança e ultrapassa Lucas Pavanato (PL-SP).** Na última semana analisada, a vantagem de Cortez chega a 3,9 milhões de interações, ou 62,7% sobre Pavanato.

Essa expansão ocorre com uma pequena redução no número de publicações, de 355 para 322. A média de Cortez passa de aproximadamente 2,7 mil para 31,5 mil interações por post. **Seu crescimento, portanto, vem acompanhado de um aumento expressivo das interações recebidas por conteúdo publicado.**

Ana Elisa apresenta uma transformação igualmente marcante. Suas interações passam de 575,4 mil para 5,8 milhões, uma expansão de 903,8%, levando-a do sétimo para o terceiro lugar. A ascensão ocorreu **com uma redução de 275 para 25 publicações na última semana**. Na terceira semana, um conjunto muito menor de posts reúne um volume de interações aproximadamente dez vezes maior.

Com esse resultado, Ana Elisa ultrapassa Eduarda Campopiano (PL-SP). **A parlamentar do PL também cresce intensamente: passa de 1,3 milhão para 3,4 milhões de interações, um aumento de 172,0%, mantendo a quarta posição.** Com sete publicações na semana do segundo turno, Eduarda registra aproximadamente 492,1 mil interações por post, a maior média entre os oito nomes presentes nos dois top 10.

Perder posições não significou perder engajamento

A reorganização do ranking acontece em um cenário de crescimento de todos os oito eleitos presentes nas duas listas. Pavanato ampliou suas interações em 33,8%, passando de 4,7 milhões para 6,2 milhões, com praticamente o mesmo número de posts: 141 e 142. Seu recuo para o segundo lugar decorre do crescimento mais acelerado de Cortez.

André Fernandes (PL-CE) também aumenta suas interações, de 2,4 milhões para 3,2 milhões, uma expansão de **35,2%**, embora passe do segundo para o quinto lugar. Guilherme Kilter (NOVO-PR) mais que dobra seu volume, com crescimento de **121,9%**, mas recua da sexta para a sétima posição. Ambos publicam menos na segunda janela.

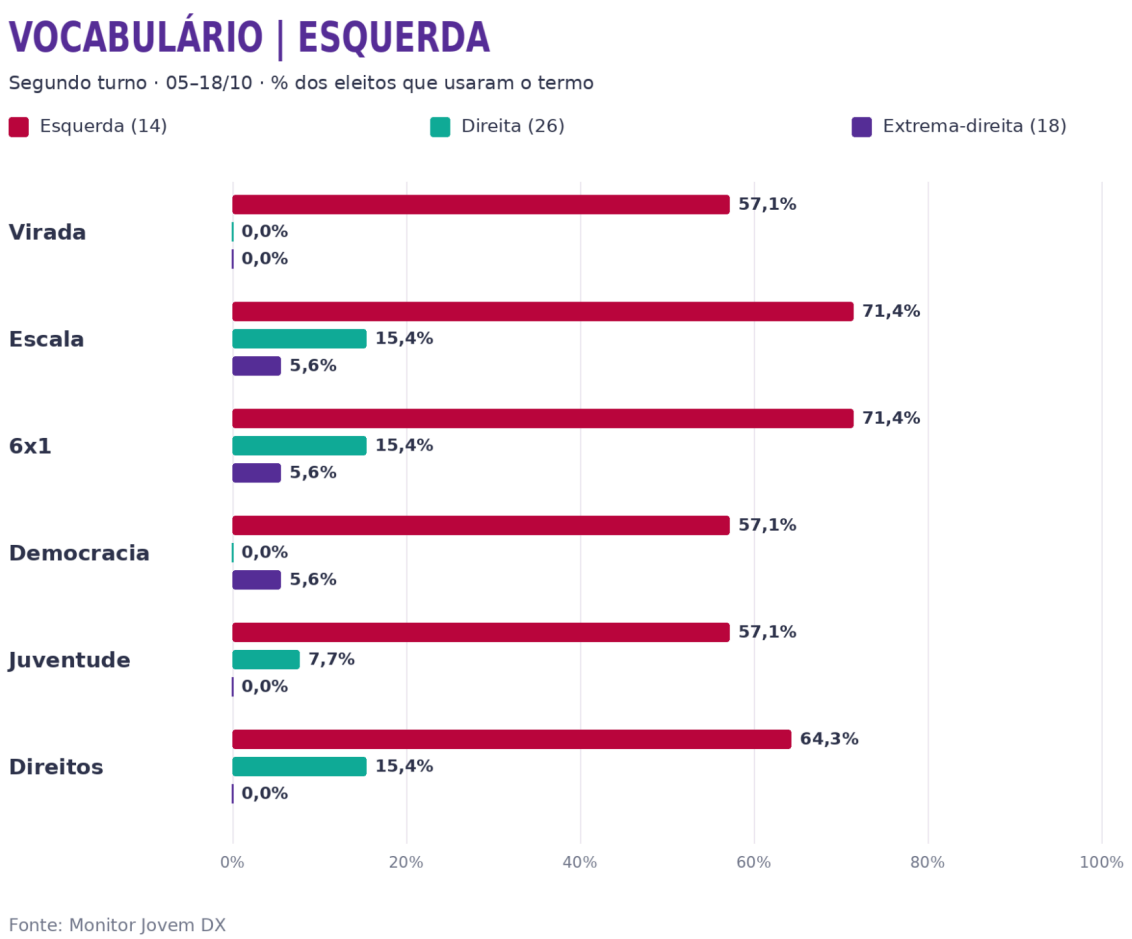
Julia de Castro (PL-RJ) registra crescimento de **133,3%** e sobe do nono para o oitavo lugar, alcançando pouco mais de um milhão de interações. Pedro Rousseff (PT-MG), por sua vez, apresenta a menor variação entre os oito nomes: **3,1%**, passando de 1,52 milhão para 1,57 milhão. Apesar do aumento, cai do terceiro para o sexto lugar.

Da disputa pelos próprios mandatos à campanha nacional: como os vocabulários se reorganizaram

A comparação entre a última semana do primeiro turno, de 28 de setembro a 4 de outubro, e o período de 5 a 18 de outubro mostra diferentes formas de reorganização da comunicação dos jovens eleitos. A análise considera 58 representantes: **26 da direita, 18 da extrema-direita e 14 da esquerda**. Cada eleito conta uma única vez por palavra utilizada, independentemente da frequência de publicação ou das interações recebidas.

A passagem entre os dois momentos envolve uma mudança na situação desses representantes: encerrada a disputa pelos próprios mandatos, sua comunicação passa a reunir agradecimentos, compromissos com os eleitores e participação nas campanhas de segundo turno. Os vocabulários revelam como essas dimensões se distribuem entre os campos.

Na esquerda, trabalho e direitos acompanham a mobilização eleitoral



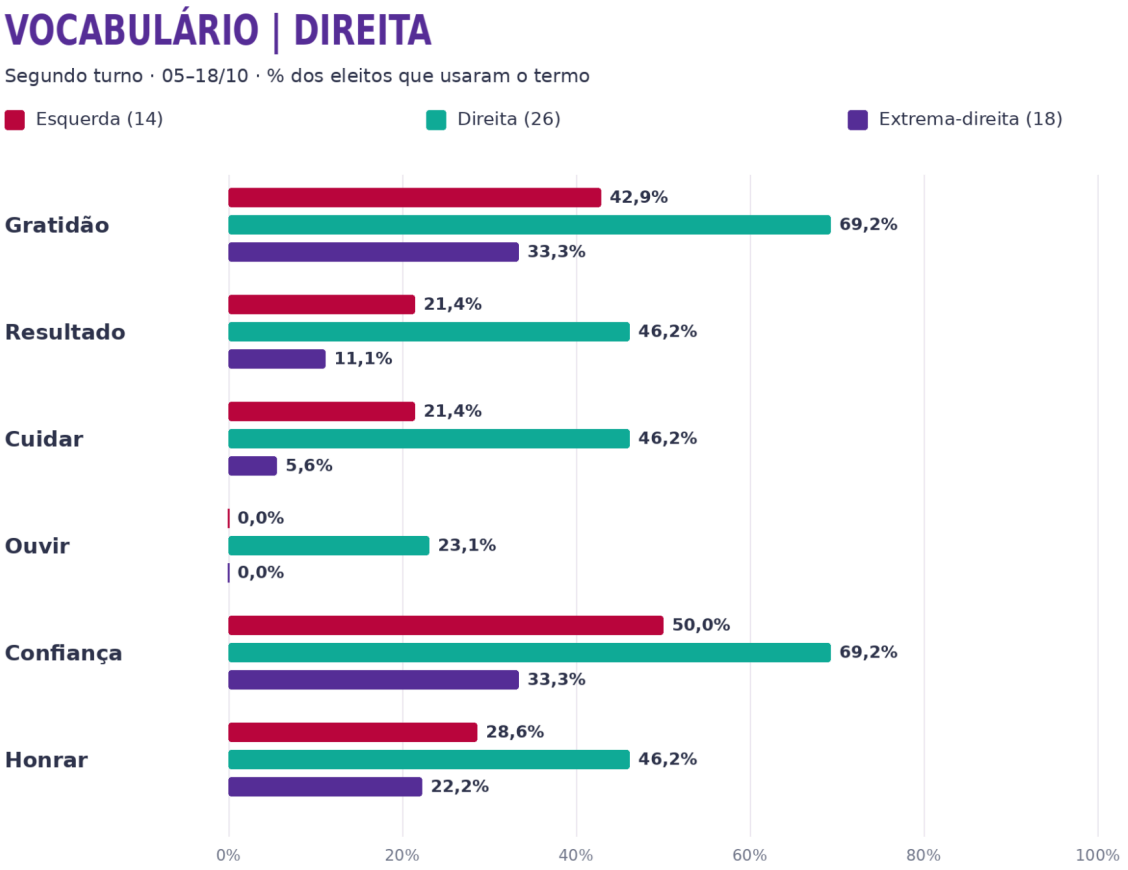
Fonte: Monitor Jovem DX

Na esquerda, o vocabulário anterior à eleição já apresenta referências à defesa de demandas coletivas. “Educação”, “defesa” e “direitos” aparecem, cada um, nas publicações de metade dos eleitos do campo. Após a votação, educação e defesa mantêm essa proporção, enquanto direitos passa a 64,3%, surge também o termo “virada” associado à campanha presidencial.

A mudança mais expressiva está na disseminação de referências ao trabalho e aos sujeitos envolvidos nessas demandas. “Trabalhador” passa de 7,1% para 64,3%, e “estudantes”, de 7,1% para 57,1%. “6x1” passa de 21,4% para 71,4%, enquanto “escala” passa de 28,6% para 71,4%. “Luta” também amplia sua presença, de 57,1% para 71,4%.

O repertório posterior à eleição conecta a participação política a condições concretas de vida e trabalho. As referências à escala 6x1 dão maior especificidade a uma linguagem de direitos que já estava presente. “Democracia”, utilizada por 42,9% antes da eleição e 57,1% depois, e “bolsonarismo”, que passa de 14,3% para 50,0%, mostram que essa comunicação também incorpora a disputa sobre projetos e adversários políticos.

Na direita, a trajetória pessoal dá lugar ao agradecimento e à reafirmação de compromissos



Fonte: Monitor Jovem DX

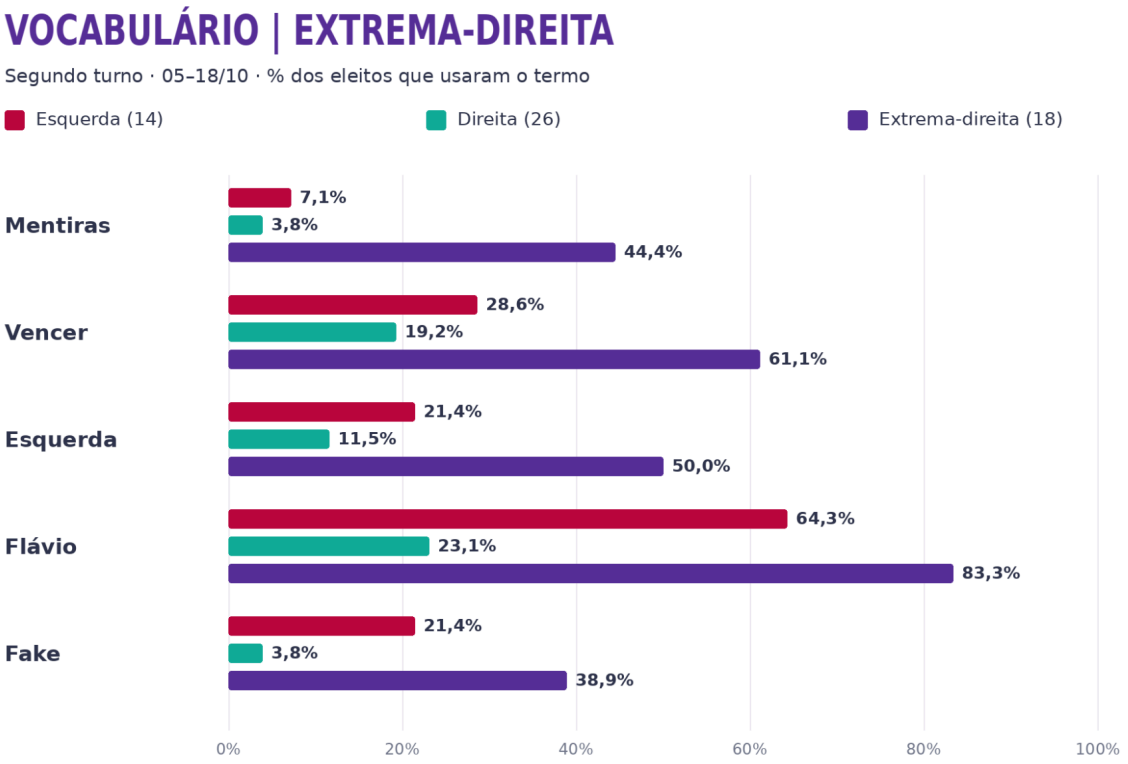
Na última semana do primeiro turno, o vocabulário da direita reúne referências à construção das candidaturas, às qualidades pessoais e à relação com os eleitores. **“Trajetória”, “propósito”, “dedicação” e “confiança” ajudam a compor uma apresentação da candidatura apoiada em seu percurso e em sua disposição para representar.** “Trajetória” aparece em 26,9% dos eleitos da direita, frente a 14,3% na esquerda e nenhuma ocorrência na extrema-direita. “Propósito” está presente em 30,8%, diante de 7,1% e 11,1%, respectivamente.

Esse repertório também inclui proximidade e atenção às pessoas. “Ouvir” aparece em 46,2% dos eleitos da direita, contra 14,3% na esquerda e 11,1% na extrema-direita. Os termos sugerem uma comunicação que procura legitimar a candidatura por sua história, seus atributos e os vínculos construídos.

Após a eleição, algumas dessas referências perdem disseminação: “trajetória” passa a 11,5%, e “propósito”, a 15,4%. Em contrapartida, **ganham presença o reconhecimento da confiança recebida e o compromisso de corresponder a ela**. “Gratidão” passa de 50,0% para 69,2%; “confiança”, de 57,7% para 69,2%; e “honrar”, de 15,4% para 46,2%. “Compromisso” permanece em 61,5%, enquanto “cuidar” passa de 30,8% para 46,2%.

A mudança preserva a centralidade da relação entre representante e eleitor. O percurso apresentado para justificar a candidatura passa a ser acompanhado pelo agradecimento àqueles que a elegeram e pela reafirmação de responsabilidades. Essa predominância convive com participação presidencial explícita de alguns integrantes do campo, como mostram as declarações de apoio e os conteúdos de mobilização examinados qualitativamente.

Na extrema-direita, mobilização presidencial e defesa do próprio campo marcam a comunicação



Fonte: Monitor Jovem DX

Na extrema-direita, a passagem ao segundo turno amplia referências diretamente associadas à disputa nacional. **“Flávio” passa de nove para 15 dos 18 eleitos**, de 50,0% para 83,3%. “Presidente” passa de 50,0% para 77,8%, e “esquerda”, de 27,8% para 50,0%.

A mudança também envolve a disseminação de um vocabulário de contestação. **“Mentiras” passa de um para oito eleitos**, de 5,6% para 44,4%. “Mentira”, ausente no primeiro período, aparece em seis dos 18 representantes após a eleição, ou 33,3%.

Os conteúdos examinados mostram que essas palavras acompanham diferentes modalidades de defesa: **negação de posições atribuídas às lideranças, reinterpretação de declarações, proteção de reputações e reconstrução de episódios do passado. A defesa se combina com ataques aos adversários e pedidos de compartilhamento.**

Convergências entre os campos e passagem ao segundo turno

Esquerda e direita mantêm referências compartilhadas às demandas sociais, à representação e ao futuro

A passagem da campanha legislativa ao segundo turno altera as aproximações entre os vocabulários dos jovens eleitos. Antes da eleição, foram identificados **113 termos convergentes entre esquerda e direita**, diante de quatro entre esquerda e extrema-direita e três entre direita e extrema-direita. Após a votação, esses totais passam a **47, 29 e um**, respectivamente.

A configuração se modifica, mas a maior aproximação continua entre esquerda e direita. **Para identificar essas convergências, consideramos palavras presentes nas publicações de pelo menos 20% dos eleitos de dois campos, com diferença de até dez pontos percentuais entre eles e presença ao menos dez pontos menor no terceiro.** O resultado indica a disseminação semelhante de um repertório, sem pressupor concordância sobre seu significado ou sobre as propostas associadas a ele.



A aproximação mais ampla permanece entre esquerda e direita, com referências ao cotidiano, à representação e ao futuro.

Termos presentes em proporções semelhantes nos dois campos e menos disseminados na extrema-direita.
Exemplos selecionados em cada período. Círculos ilustrativos, sem proporção de área.

Fonte: Monitor Jovem DX – Instituto Democracia em Xeque

Mesmo após a eleição, esquerda e direita compartilham referências **às demandas sociais e às áreas de atuação do poder público**, menos disseminadas na extrema-direita. "Saúde" aparece nas publicações de 42,9% dos eleitos de esquerda e 34,6% dos de direita, ante 5,6% dos de extrema-direita. "Cidade" está presente em 57,1% e 53,8% dos dois primeiros campos, respectivamente, contra 22,2% na extrema-direita.

A aproximação também envolve a relação de representação. "Compromisso" aparece em 57,1% dos eleitos de esquerda e 61,5% dos de direita, diante de 22,2% na extrema-direita. "Respeito" está

presente em 35,7% e 30,8%, ante 5,6%; “representar”, em 35,7% e 34,6%, contra 16,7%. “Presença”, “dedicação” e “disposição” também atendem aos critérios de convergência. Esse conjunto ajuda a apresentar a atuação política como vínculo com as pessoas e responsabilidade perante os eleitores.

As expectativas de futuro constituem outra dimensão importante desse repertório compartilhado. “Futuro” aparece em 71,4% dos eleitos de esquerda e 73,1% dos de direita, contra 33,3% na extrema-direita. A diferença é ainda mais marcada em “oportunidades”: o termo está presente em 42,9% da esquerda e 38,5% da direita, sem ocorrência nos textos analisados da extrema-direita. “Transformar” alcança 28,6% e 26,9%, respectivamente, ante 16,7%. Apesar das diferenças políticas, esquerda e direita recorrem de forma mais disseminada a uma linguagem de possibilidades, melhoria e transformação.

Esse repertório convive com referências à experiência da campanha e à vitória eleitoral. “Caminhada”, por exemplo, aparece em 64,3% dos eleitos de esquerda e 57,7% dos de direita, contra 11,1% da extrema-direita. “Carinho”, “alegria” e “celebrar” também integram as convergências. Os 47 termos, portanto, não correspondem exclusivamente a políticas públicas: **articulam demandas sociais, vínculos com os apoiadores, compromissos de representação e expectativas sobre o futuro.**

Esquerda e extrema-direita passam a compartilhar mais referências à disputa eleitoral

O crescimento das convergências entre esquerda e extrema-direita constitui a principal mudança na configuração dos pares. Os dois campos passam de quatro para 29 termos convergentes, ampliando o compartilhamento de referências ao cenário da disputa nacional.



“Presidente” aparece em 78,6% dos eleitos de esquerda e 77,8% dos de extrema-direita, diante de 30,8% dos de direita. “Brasil” está presente em 85,7% e 88,9%, respectivamente, contra 30,8% na direita. “Campanha” alcança 64,3% da esquerda e 61,1% da extrema-direita, ante 34,6% da direita.

A aproximação inclui ainda referências à propaganda e à circulação de conteúdos: “compartilhe”, por exemplo, aparece em 42,9% da esquerda e 50,0% da extrema-direita, contra 11,5% da direita.

“Mentira”, no singular, também integra essa aproximação, aparecendo em 28,6% dos eleitos da esquerda e 33,3% dos da extrema-direita, sem ocorrência nos textos analisados da direita. A palavra pode ser utilizada para contestar o adversário, defender uma liderança ou disputar a interpretação de um episódio. **Seu compartilhamento evidencia a presença da contestação nos dois campos, sem estabelecer equivalência entre os conteúdos ou a veracidade das acusações.**

Na extrema-direita, acusações de “mentiras” se articulam à defesa das próprias lideranças

Após a eleição, a comunicação dos jovens eleitos da extrema-direita amplia sua conexão com a disputa presidencial. “Flávio” passa de 50,0% para 83,3% dos representantes acompanhados, enquanto “presidente” passa de 50,0% para 77,8%. Nesse movimento, **“mentiras” se torna um termo bastante disseminado no campo: aparece nas publicações de oito dos 18 eleitos, ou 44,4%, diante de apenas um na última semana do primeiro turno**. No mesmo período posterior à eleição, o termo está presente em 7,1% dos eleitos da esquerda e 3,8% dos da direita.

A leitura dos conteúdos mostra que essa presença acompanha diferentes formas de defesa. Os autores negam posições atribuídas às lideranças, reinterpretam declarações anteriores, defendem reputações e apresentam o próprio campo como alvo de distorções. A postura defensiva convive com ataques aos adversários e convocações para que os apoiadores compartilhem suas respostas.

Um dos exemplos mais expressivos é o vídeo conjunto de **Eduarda Campopiano (PL-SP) e Lucas Pavanato (PL-SP)**. Em uma sequência de perguntas e respostas, Eduarda nega ser contrária ao voto feminino e aos programas sociais. Sobre a declaração de que colocaria “as minorias no lugar delas”, Pavanato afirma que se referia à minoria parlamentar. Também reconhece e justifica uma mudança de opinião sobre Bolsonaro.

Direitos das mulheres, proteção social e tratamento das minorias aparecem como questões sobre as quais precisam se explicar. O vídeo reúne negação de posições, redefinição do significado de uma fala e justificação de uma mudança de posicionamento. Ao final, os autores atribuem os ataques ao próprio sucesso eleitoral e estendem essa interpretação a Flávio Bolsonaro.

A defesa também envolve a reconstrução de episódios do passado. No reel publicado por **Bruno Engler (PL-MG)**, o deputado recupera o episódio em que Jair Bolsonaro foi acusado de imitar pacientes com falta de ar durante a pandemia. Segundo a interpretação apresentada por Engler, Bolsonaro estaria defendendo o acesso antecipado a tratamento. O deputado conecta essa versão à eleição atual ao afirmar que a esquerda teria mentido contra Jair e faria o mesmo contra Flávio. **A reconstrução do passado funciona como argumento para desacreditar antecipadamente críticas no presente.**

Em outras publicações, Engler rejeita acusações sobre o campo e suas lideranças. Em 7 de outubro, posta uma entrevista para o programa Café com Política em que afirma que a esquerda precisaria inventar outra mentira porque a acusação de que Bolsonaro acabaria com os gays já não teria efeito.

A proteção da reputação também aparece em Pavanato. Ao defender Eduarda, ele apresenta as críticas como perseguição por sua oposição ao feminismo. Em outro post, acusa páginas de fofoca de alinharem discursos para prejudicar Flávio e favorecer Lula. Posteriormente, descreve um mecanismo de vídeos cortados, informações falsas e distorção de narrativas, convocando os apoiadores a divulgar o que apresenta como verdade.

Há ainda respostas a acusações pessoais e anúncios de medidas judiciais. **Thiago Medina (PL-PE)** nega envolvimento criminoso no incêndio da UFPE e anuncia processos. A acusação de "mentira" também é mobilizada para desqualificar adversários e justificar medidas contra eles. Em vídeo publicado em colaboração com Junio Amara (PL-MG), Marília Amaral (PL-MG) apresenta uma representação à Procuradoria-Geral da República contra Ana Elisa (PT-MG), motivada por declarações sobre o risco de golpe em uma eventual vitória do bolsonarismo. Os parlamentares classificam essas declarações como falsas e pedem investigação. O conteúdo combina a defesa do próprio campo, o ataque à credibilidade da adversária e o recurso a uma instituição jurídica como forma de resposta política. A referência a um suposto pedido de fechamento de igrejas cristãs acrescenta uma acusação de natureza religiosa à disputa — apresentada no vídeo sem elementos que permitam verificá-la.

A reação também alcança espaços de mobilização política. Em reel sobre uma manifestação na Universidade de Brasília, Victor Jansen afirma que acusar um partido ou uma pessoa de querer matar outras pessoas constitui crime e anuncia que recorrerá ao Ministério Público. O parlamentar associa o episódio à ideia de que a universidade estaria sendo "destruída pela esquerda" e utilizada para formar militantes. O financiamento público aparece como argumento para contestar a legitimidade dessas manifestações dentro da instituição.

O conjunto revela um esforço de defesa e reenquadramento do próprio campo, combinado à deslegitimação dos acusadores. Parte da comunicação passa a responder a questões que os autores atribuem à esquerda, disputando o significado de suas declarações e as consequências associadas a uma vitória presidencial. Nos exemplos analisados, essa disputa de imagem ocupa o centro dos conteúdos, representando uma mudança importante em comparação com os conteúdos do primeiro turno, nos quais o ataque e o confronto diretos eram mais comuns.

Apoios presidenciais mobilizam jovens eleitos de diferentes partidos

As publicações mostram que a mobilização presidencial dos jovens eleitos ultrapassa os partidos dos próprios candidatos. **Além dos representantes do PT e de Guilherme Cortez (PSOL-SP), identificamos apoio explícito a Lula nos textos de Cayo Albino (PSB-PE), Paloma Nunes (PSB-CE), João Pedro (PDT-AP) e Amanda Gentil (PP-MA).** Os conteúdos articulam a escolha presidencial à defesa de direitos, aos vínculos territoriais e às alianças locais.

Na esquerda, Cayo Albino (PSB-PE) declara apoio a Lula, associando o voto à democracia, à soberania e aos direitos conquistados. Sua participação também inclui mobilização nas ruas de Garanhuns, cidade cuja relação com o presidente é destacada nas publicações. Paloma Nunes (PSB-CE) apresenta Lula como parte de um conjunto de apoios locais e estaduais, conectando a disputa nacional à continuidade de investimentos e à atuação de seu grupo político no Ceará.



As condições de trabalho também sustentam manifestações de apoio. João Pedro (PDT-AP) vincula o voto em Lula ao fim da escala 6x1 e registra uma mobilização pelo candidato em Macapá. Amanda Gentil (PP-MA) também associa sua escolha à defesa dos trabalhadores, reafirmando o apoio ao petista. Classificada na direita, sua posição contrasta com a de outros jovens eleitos do PP, evidenciando diferenças dentro da própria legenda.



O apoio a Flávio Bolsonaro também atravessa diferentes partidos. Entre os representantes classificados na direita, aparecem Alvinho Lira (PP-AL), Sandro Filho (PP-BA), Estefane Sampaio (Republicanos-DF), Ícaro de Valmir (Republicanos-SE), Gilson Machado Filho (Podemos-PE) e Léo Vieira Filho (PSDB-RJ). Na extrema-direita, além dos eleitos do PL, Guilherme Kilter (NOVO-PR) convoca seus seguidores a eleger Flávio.



Esses apoios envolvem diferentes formas de participação. Alvinho Lira (PP-AL) anuncia sua escolha ao lado de Arthur Lira e outras lideranças, enquanto Ícaro de Valmir (Republicanos-SE) registra uma reunião com Flávio a convite do presidente nacional do Republicanos, Marcos Pereira. Estefane Sampaio (Republicanos-DF) organiza distribuição de materiais no Distrito Federal, e Gilson Machado Filho (Podemos-PE) mobiliza seu comitê no Recife. As manifestações vão, portanto, da declaração individual de voto à articulação partidária e à organização de ações de campanha.



NOTAS METODOLÓGICAS

Percentuais: Os percentuais apresentados no relatório podem ser arredondados para uma casa decimal. Em análises que envolvem taxas reduzidas 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%.

Análise lexical e diferencial das campanhas: Foram removidos links, marcações de perfis e palavras funcionais, como artigos e preposições, utilizando uma lista de stopwords em português. Também foram excluídos identificadores de candidaturas e termos operacionais das plataformas. Nomes de lideranças e referências partidárias relevantes para a disputa presidencial foram mantidos. A análise considera a presença dos termos por candidatura, e não seu número de repetições: cada palavra é contabilizada uma única vez por representante em cada período. Os percentuais indicam, portanto, a proporção dos eleitos de cada campo que utilizaram o termo ao menos uma vez, evitando que perfis com maior volume de publicações dominem a contagem. O vocabulário diferencial foi identificado pela diferença entre esses percentuais, em comparações entre pares de campos, mantendo termos utilizados por pelo menos cinco representantes em ao menos um dos campos comparados. Nos gráficos, foram selecionados exemplos cuja presença no campo destacado supera a dos outros dois em pelo menos 10 pontos percentuais. Para identificar convergências, foram considerados termos presentes em pelo menos 20% dos representantes de dois campos, com diferença de até 10 pontos percentuais entre eles e presença no terceiro campo ao menos 10 pontos inferior à de ambos. A análise lexical considera os textos disponíveis na base; falas presentes exclusivamente em vídeos não integram automaticamente essa contagem, embora conteúdos selecionados tenham sido transcritos para análise qualitativa.

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 de 2026, utilizamos também a categoria “extrema-direita”, a partir dos tipos de discursos mobilizados, programa e posicionamento político-partidário. Essas categorias são utilizadas apenas quando analiticamente pertinente e não pressupõem homogeneidade ideológica entre os partidos.

Uso de inteligência artificial: Ferramentas de inteligência artificial generativa foram utilizadas como apoio no resumo de dados e geração de gráficos. As análises, no entanto, são geradas a partir de dados previamente tratados e analisados em R e Python e de instruções elaboradas pela equipe do projeto. Os dados sobre engajamento têm como fonte o Datalake DX.

EXPEDIENTE

Monitor Jovem DX: A disputa pelo legislativo

#07 | Jovens eleitos: comunicação digital no segundo turno (20.10.2026)

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

COMO CITAR ESSE DOCUMENTO:

BESEN, Beatriz; BERNARDI, Ana Julia Bonzanini; LOPES, Aline; ALVES, Marcelo; SANTOS, João Guilherme B.. Relatório Monitor Jovem DX: A disputa pelo Legislativo – #07Jovens eleitos: comunicação digital no segundo turno. Instituto Democracia em Xeque, 2026. Disponível em: <link>

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