



CICLO ELEITORAL 2026 · BRASIL

Brasil Online

Relatório semanal da polarização nas Eleições Presidenciais 2026

OBSERVA · Observatório de Conflitos na Internet

EDIÇÃO Nº

010

PERÍODO DE REFERÊNCIA

06/10/2026 a 12/10/2026

DATA DE PUBLICAÇÃO

16/10/2026

FICHA TÉCNICA

Esta ficha técnica identifica a autoria, a equipe responsável e as condições de publicação desta edição do relatório OBSERVA. Deve ser atualizada a cada novo ciclo de coleta e publicação.

Título do relatório	Brasil Online: Estudo da polarização nas Eleições Presidenciais 2026	
Edição / número	Relatório Semanal nº 10	
Período de referência	06/10/2026 a 12/10/2026	
Data de publicação	16/10/2026	
Ciclo eleitoral	Eleições Presidenciais 2026 — Brasil	
Coordenação geral	Prof. Dr. Claudio Luis de Camargo Penteado (UFABC)	
Coordenação de pesquisa	Profa Dra. Denise Hideko Goya (UFABC) Prof. Dr. Paulo Roberto Souza (FESPSP) Profa Dra. Helga De Almeida (UNIVASF) Prof. Dr. Julião Gonçalves Amaral (UFMG) Prof. Dr. Emmanuel Vitor Cleto Duarte (UFABC)	
Coordenação de dados e visualização	Prof. Dr. Carlos da Silva dos Santos (UFABC) Profa. Dra. Patrícia Dias dos Santos (UFABC)	
Equipe de pesquisa	Alice Rodrigues Ferreira da Silva Ana Clara Oliveira Damasceno Anna Luiza Nogueira Couto Brunna da Costa Vasconcellos Dr. Bruno Anunciação Rocha Bel. Eduardo Filipe P. Vieira Enzo Silva Neves Enzo Vládir Oliveira Andrade Bel. Fernando Hiroaki Suzuki Bel. Gabriel Rodrigues Bogdan Gabriel Vinícius Peres da Silva Giulia Ribeiro Giovanna Figueiroa da Silva Gislaine Bagagi Lima Joanne Santos Mota Profa. Dra. Gleidylucy Oliveira Gustavo Cesar Gomes Icaro Gautama Lindolfo Inoue Júlia Beatriz Barros Abdallah Ms. Julian Sarmiento Herrera Leonardo dos Reis Souza Lucas Oliveira Isídio da Silva Luis Gustavo do Nascimento Bezerra Ms. Luiza Jardim Maria Clara de Almeida Santos Gusmão Maria Eloísa Santos Sousa Matheus Macedo Santos Miguel Yudi Baba Ms. Raquel Mirian Pereira de Souza Raphael Moisés Pereira Brito Romário Djavan Lins de Araújo Bel. Stephany Caroline Cavaletto Santanna Profa. Dra. Tathiana Chicarino Bel. Vitor Rubens Sniquer Leão Martins	
Instituição / grupo de pesquisa	OBSERVA — Grupo de Pesquisa em Observação de Conflitos na Internet	
Contato institucional	claudio.penteado@ufabc.edu.br	
Como citar esta edição	[Penteado et al. Brasil Online: Estudo da polarização nas Eleições Presidenciais 2026. Relatório 10. OBSERVA, 2026.	

1. RESUMO EXECUTIVO

Esta é a décima edição do relatório Brasil Online, que apresenta o acompanhamento sistemático do debate político nas redes sociais realizado pelo grupo OBSERVA — Observatório de Conflitos na Internet — ao longo de todo o ciclo das Eleições Presidenciais de 2026. O objetivo desta série é mapear, de forma contínua, como a disputa entre os campos de esquerda e direita se manifesta nas principais plataformas digitais do país, combinando a análise de dados computacionais com análise qualitativa de conflitos online.

O recorte desta rodada compreende o período de 6 a 12 de outubro de 2026. Foram analisadas as publicações e interações de 164 perfis de lideranças políticas, influenciadores e jornalistas de destaque no debate público, distribuídos entre as plataformas X (Twitter), Instagram e TikTok. A partir desses dados, o relatório combina indicadores quantitativos de volume e interações, análise automatizada de sentimentos e emoções, com uma leitura qualitativa dos principais conflitos discursivos identificados no período.

Na semana foram identificados conflitos classificados como **políticos, morais e econômicos**, com diferentes incidências em relação às plataformas. Boa parte dos conflitos foi em torno de disputas sobre os dois candidatos, com ambos os lados tentando associar o candidato adversário com corrupção, descaso com brasileiros, perda de direitos etc.

O evento que mobilizou maior número de publicações e interações tanto na direita como na esquerda foi o ato em apoio à candidatura de Lula na Avenida Paulista em 11 de outubro, que reuniu milhares de apoiadores e repercutiu em atos menores em outros municípios. Também foi observado nessa semana que parte das publicações com maior engajamento tratava do conflito associado às publicações de grandes mobilizações nas ruas do Brasil em apoio Lula, por parte da esquerda, enquanto que os perfis de direita veicularam conteúdos falsos que buscava relacionar imagens de depredações aos atos de apoio a Lula para desqualificar os apoiadores do petista. Vale destacar a incidência de um vídeo, também da direita bolsonarista, que foi posteriormente removido pelo TSE, por usar crianças para fazer ataques ao governo Lula e ao PT. Os principais conflitos estão destacados a seguir:

Político:

- a) Campanha eleitoral: Os perfis de esquerda e de Lula convocaram sua base para ações mais incisivas nas ruas e nas redes neste segundo turno, mobilizando argumentos de medo da perda de benefícios e direitos sociais em uma eventual vitória de Flávio Bolsonaro, enquanto apoiadores do último reagiram às publicações com zombarias e alegações de que a esquerda teria perdido a capacidade de dialogar com determinados setores da sociedade.

-
- b) Campanha eleitoral II: foram identificados conflitos em torno das campanhas de rua organizadas pela esquerda durante o período observado. O mote principal das publicações da esquerda foi demonstrar a força de ocupação das ruas e direcionar o diálogo para a direita e para os indecisos, além de comparações com manifestações da extrema-direita, ressaltando o pacifismo e a defesa da democracia por parte da esquerda e a violência, inclusive com o uso de crianças por parte da direita. Por outro lado, a direita mobilizou imagens para acusar a esquerda de depredação de espaços públicos nos atos, buscando construir a imagem da esquerda enquanto força ideológica desordeira e perigosa. Perfis de esquerda tentaram defender o segmento ao acusar a direita de produzir conteúdos por Inteligência Artificial e espalhar desinformação.
 - c) Políticas públicas: o embate foi puxado pela esquerda, relacionado a entregas e promessas de políticas públicas por ambos os candidatos. A esquerda mobilizou principalmente a luta pelo fim da escala 6x1 (o período coberto por este relatório antecede a votação no Senado), e a direita mencionou discursos de que Flávio Bolsonaro controlará as contas no Brasil e que o resultado favorável a ele no primeiro turno já havia impactado na queda de juros e melhora da economia. Também foi mencionada pela esquerda a PEC das Praias, proposta defendida por Flávio Bolsonaro, como exemplo do que considera um projeto de país voltado a interesses privados em oposição à defesa do patrimônio e da soberania nacional.
 - d) Políticas públicas II: Direita e esquerda disputaram o protagonismo na proteção da população. Lula associou a candidatura de Flávio Bolsonaro à possibilidade de cortes em benefícios e recupera o governo de Jair Bolsonaro para sustentar essa interpretação. A direita bolsonarista procurou desfazer essa acusação de que Flávio cortaria programas como Bolsa Família e Farmácia Popular, e atribuiu ao PT cortes de benefícios e dificuldades no INSS.
 - e) Campanha eleitoral III: a esquerda levou a pauta da importância da mobilização nas plataformas digitais, centralizada sobretudo no encontro de Lula com jovens influenciadores e agora eleitos parlamentares, enquanto a direita mobilizou o discurso de que eles sempre tiveram protagonismo na comunicação digital e engajamento. O debate foi então centralizado em ataques pessoais entre Nikolas Ferreira e Ana Elisa, ambos eleitos deputados federais por Minas Gerais.
 - f) Campanha eleitoral IV: os dois espectros políticos incentivaram a criação de canais de WhatsApp para mobilizar as suas bases políticas, e houveram tanto acusações de que a direita estaria tentando impedir a mobilização da esquerda, como acusações de que a Meta estaria reduzindo o alcance das publicações de determinados perfis.
-

Moral:

- a) Pânico moral: a direita mobilizou a comunidade evangélica a partir do medo de perseguição religiosa de um próximo governo do Lula, enquanto a esquerda mobilizou discursos de respeito à Nossa Senhora Aparecida em seu dia comemorativo (12).
- b) Ofensa dirigida: Foi observado um embate em torno de um vídeo publicado por Nikolas Ferreira no dia 12 em que crianças faziam críticas a Lula e Lulinha, e a esquerda respondeu com um vídeo de inteligência artificial que associava os problemas do Brasil indicados por essas crianças à responsabilidade de Jair Bolsonaro. O TSE determinou a retirada do ar do vídeo de Nikolas Ferreira.
- c) Boato/escândalo político: a direita bolsonarista mobilizou uma estratégia de reação às acusações da esquerda de que Flávio Bolsonaro representaria uma ameaça aos direitos de mulheres, pessoas LGBTQIAP+ e beneficiários de políticas sociais. Já a esquerda associou Flávio Bolsonaro às milícias do Rio de Janeiro.

Econômico:

- a) Política econômica: a esquerda mobilizou conquistas do governo Lula, como redução do endividamento familiar com a proibição das bets, enquanto a direita bolsonarista acusou o PT de disseminar informações falsas sobre supostos cortes econômicos de Flávio Bolsonaro.

Na décima semana acompanhada pelo **Brasil Online** registrou-se uma diminuição do número de publicações (-16,61%), mas um aumento muito expressivo no volume de interações (+96,93%), sinalizando uma intensificação do debate político no segundo turno. A esquerda teve maior número de publicações nas três plataformas analisadas e, pela primeira vez desde o início do acompanhamento, obteve maior volume de interações. Esse padrão permaneceu em todos os dias do acompanhamento, com dois picos de engajamento para a esquerda: 07/10, puxado por publicações de campanha de Lula e Janones, e 11/10, com o ato na avenida Paulista. Os 5 perfis do levantamento que mais publicaram no período são da esquerda, mas os 5 com mais engajamento incluem Nikolas Ferreira e Flávio Bolsonaro. Ainda assim, o perfil de Lula foi o que teve maior número de interações (44 milhões), o dobro do segundo colocado Nikolas Ferreira.

Também pela primeira vez desde o início do acompanhamento, a esquerda teve mais conteúdos negativos do que positivos, enquanto a direita manteve seu padrão de também ter mais conteúdos negativos. No entanto, este foi o tipo de conteúdo com menor média de interações. A esquerda manteve seu padrão de manter a alegria como emoção dominante (55,4%), que também foi a emoção predominante na direita (46,7%).

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

A eleição presidencial de 2026 tem como principais candidatos o incumbente Luiz Inácio Lula da Silva (PT); Flávio Bolsonaro (PL), filho do ex-presidente Jair Bolsonaro, preso por tentativa de golpe de Estado; Ronaldo Caiado (PSD), ex-governador de Goiás; Romeu Zema (Novo), ex-governador de Minas Gerais; o escritor e *coach* Augusto Cury (Avante) e, Renan Santos (Missão). As pesquisas de intenção de voto apontam para uma replicação da polarização entre a esquerda e a direita que marcou as últimas eleições, concentrando-se na disputa entre Lula e Flávio Bolsonaro. Ao final do primeiro turno, os resultados confirmaram a concentração dos votos nos dois candidatos, sendo que o senador teve 47% dos votos, contra 45% do presidente, com uma abstenção de 21%.

O período de 6 a 12 de outubro de 2026 foi marcado por diversas manifestações nas ruas em apoio à reeleição de Lula em diversas cidades do país. As imagens dos milhares de apoiadores do presidente ganharam as redes sociais, conectando as redes e às ruas. A semana também registrou os embates no TSE entre os ministros em relação aos pedidos de proibição de conteúdos das campanhas. O ministro Kássio Nunes, atual presidente do Tribunal, chegou a bloquear o canal de whatsapp “Exército de Lula”, criado por André Janones, que conseguiu agregar mais de 3 milhões de participantes, o que causou grande polêmica jurídica e nas redes. Ainda, em relação à atuação das plataformas, houve denúncias que a Meta estaria restringindo a circulação de conteúdos da campanha de Lula para favorecer Bolsonaro.

3. PRINCIPAIS MÉTRICAS

No período de 6 a 12 outubro foram coletadas 5.235 publicações nas três plataformas dos perfis acompanhados: X, Instagram e TikTok, uma redução de 16,61% no volume de publicações, por outro lado houve um acréscimo de 96,93% de interações, o que aponta uma grande intensificação do debate político no segundo turno.

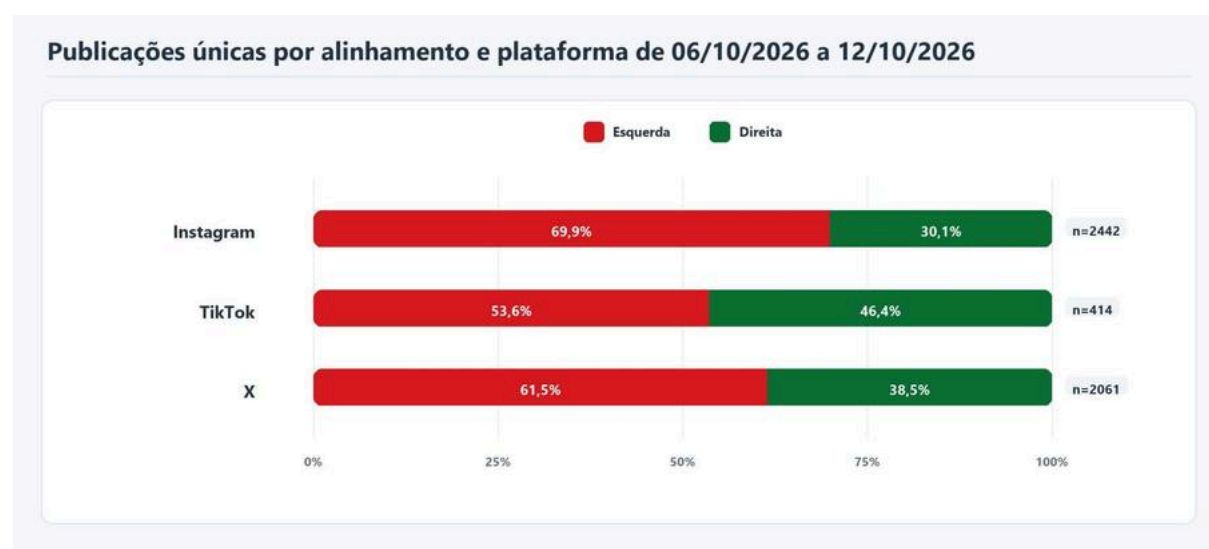
O Instagram foi a plataforma que teve crescimento em ambas as métricas, um aumento de 28,5% no número de publicações e um crescimento de 107,7% de engajamento. O TikTok teve uma redução de 55,5% de publicações, mas um aumento das interações de 184,5%, maior variação percentual entre as plataformas. Já o X, registrou uma queda de 32,2% de postagens, mas uma elevação de 11,4% na interatividade.

Tabela 1. Publicações e interações por plataforma — 29 de setembro a 5 de outubro de 2026

Plataforma	Publicações	Var. período anterior	Interações	Var. período anterior
X (Twitter)	2.268	▼ [-32,28%]	21.286.451	▲ [+11,44%]
Instagram	2.546	▲ [+28,52%]	264.421.471	▲ [+107,72%]
TikTok	421	▼ [-55,59%]	8.422.055	▲ [+184,53%]
Total	5.235	▼ [-16,61%]	294129977	▲ [+96,93%]

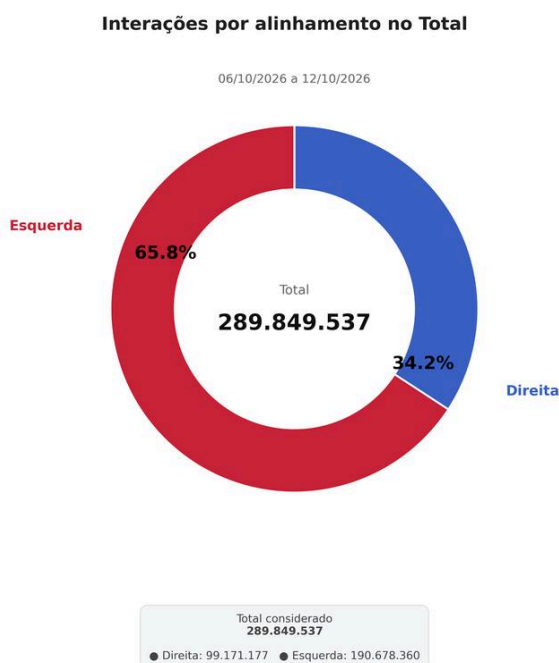
Fonte: coleta OBSERVA

3.1 Publicações por plataforma com alinhamento político



O gráfico acima apresenta a proporção de publicações realizadas pelo alinhamento dos perfis, de acordo com a classificação adotada neste relatório. Para a análise comparativa não foram incluídas as publicações de perfis classificados como indefinidos (jornalistas) que fazem parte do estudo, totalizando um corpus de 4.917 mensagens. Nas três plataformas acompanhadas, os perfis de esquerda tiveram uma maior atividade que os de direita. No Instagram a proporção foi de quase 70% de publicações da esquerda, contra 30% da direita. No X, a esquerda teve 61,5% das publicações. Já no TikTok, o número de publicações foi mais equilibrado, sendo que os perfis progressistas foram responsáveis por 53% das publicações e os conservadores por 46%. Os dados das plataformas sinalizam uma maior mobilização na publicação de conteúdos do campo progressista dentro do debate político.

3.2 Interações por plataforma com alinhamento político

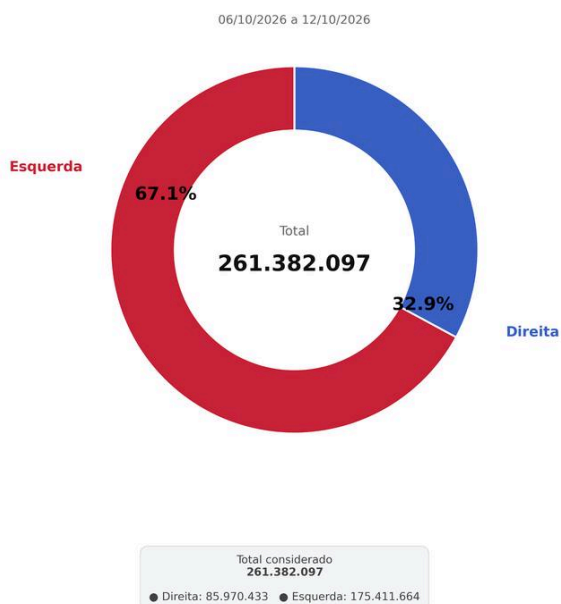


O gráfico consolida as interações (soma de curtidas, comentários e compartilhamentos/reposts) registradas no **Instagram**, no **X** e no **TikTok** entre 06 e 12/10/2026. Essa foi a primeira semana desde o início da nossa análise que o campo da esquerda superou o campo da direita em número de interações. Do total de 289.849.537 interações, a esquerda concentrou 190.678.360 (65,8%) e a direita 99.171.177 (34,2%), uma vantagem de quase duas vezes. Ao olharmos para a relação entre publicação e interações, temos também pela primeira vez esquerda e direita com números equilibrados: a esquerda publicou 3.196 posts contra 1.721 da direita (1,86 vez mais) e a média de interações por publicação foi praticamente a mesma nos dois campos (cerca de 59,7 mil na esquerda e 57,6 mil na direita). Vale notar ainda que o Instagram respondeu por 90,2% de todas as interações consideradas, de modo que o retrato agregado foi, em grande medida, o retrato do Instagram. No campo da esquerda, o perfil de Luiz Inácio Lula da Silva liderou com folga (44,3 milhões de interações em 159 publicações), seguido por André Janones (21,9 milhões em apenas 34 posts), Erika Hilton (16,4 milhões), Eduardo Moreira (12,1 milhões) e Janja Silva (9,3 milhões). A postagem mais engajada do campo foi de @lulaoficial no Instagram, em 07/10 — “Energia lá em cima pra ganhar essas eleições! Bora, gente! Brasil pra frente, sem retrocessos!” (3,35 milhões) —, seguida por Janones — “URGENTE! LULA ENTROU NA PARADA! DIGITEM SOLDADO NOS COMENTÁRIOS! AGORA! EXPLODAM!” (2,84 milhões). Na direita, Nikolas Ferreira foi o principal motor (22,4 milhões), à frente de Flávio Bolsonaro (18,7 milhões), Pablo Marçal (12,6 milhões em 94 posts) e Eduardo Bolsonaro (5,3 milhões). Nikolas assinou a publicação mais engajada de toda a base — “Faz mais vídeo de selfie, Lula kkkkkk 👍” (4,15 milhões, Instagram, 07/10) —, seguido de Flávio Bolsonaro — “MUITO GRAVE! Meu programa eleitoral foi exibido sem som na televisão em todo o Brasil” (2,62 milhões) e “Um governo que é preferência de criminoso não pode proteger o povo!” (2,59 milhões).

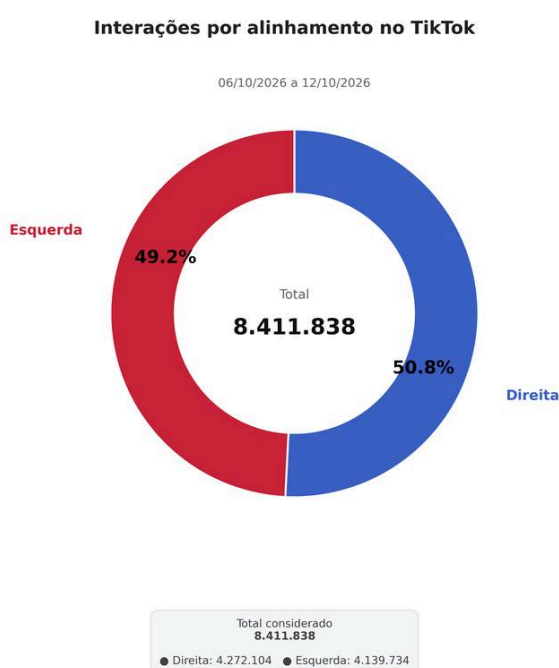


No X, foram somadas 20.055.602 interações entre perfis de esquerda e de direita no período. A esquerda ficou com 11.126.962 (55,5%) e a direita com 8.928.640 (44,5%), uma distância bem menor do que a observada no total geral. A esquerda publicou mais (1.267 posts contra 794), mas a direita obteve média superior por postagem (cerca de 11,2 mil interações por post, contra 8,8 mil da esquerda), o que indica maior eficiência relativa do campo conservador nessa rede. Foi também a plataforma em que os compartilhamentos (reposts) tiveram peso mais visível: eles representaram cerca de 21% das interações da esquerda e 17% das da direita. O X respondeu por apenas 6,9% do volume total de interações analisadas. No campo da esquerda, Lula (@lulaoficial) somou cerca de 3,3 milhões de interações em 76 posts (cerca de 30% do total do campo no X) — “Energia lá em cima pra ganhar essas eleições! Bora, gente! Brasil pra frente, sem retrocessos!” (144.484) e “O fim da escala 6x1 significa 5 dias de trabalho, 2 de descanso e nenhum centavo a menos no salário” (115.385). Perfis de militância com alta frequência de postagem também apareceram, como Guilherme Cortez (@cortezpsol, 1,46 milhão em 153 posts) e Lázaro Rosa (@lazarorosa25, 1,21 milhão). No campo da direita, Nikolas Ferreira (@nikolas_dm) concentrou 2,8 milhões de interações (31% do campo na rede) — “Hoje o dia é delas, mas o recado é pra você!” (85.549), “já virei voto demais com isso aqui” (82.239) e “Esses são os eleitores do Lula. Nunca foi tão fácil escolher um lado.” (80.245). Também se destacam Eduardo Bolsonaro (@bolsonarosp, 677 mil), Rodrigo Constantino (672 mil em 114 posts) e Flávio Bolsonaro — “LULA NÃO FECHÉ MINHA IGREJA” (46.913).

Interações por alinhamento no Instagram

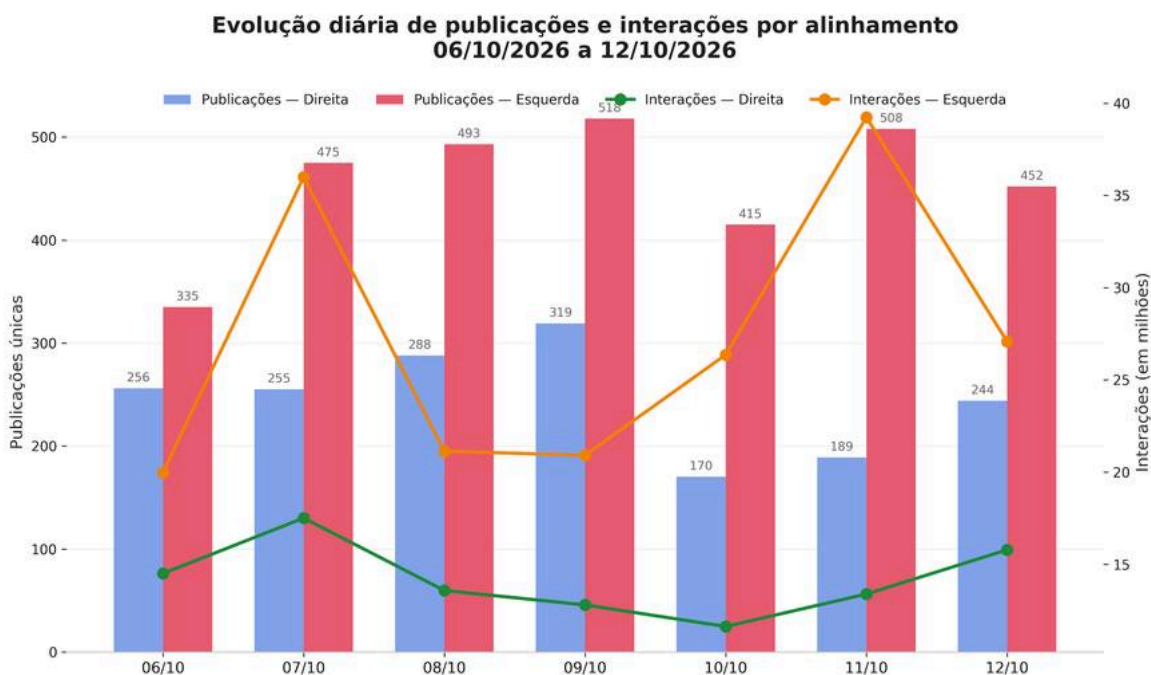


O Instagram foi a principal arena da disputa: foram 261.382.097 interações entre perfis de esquerda e de direita, das quais 175.411.664 (67,1%) foram para a esquerda e 85.970.433 (32,9%) para a direita. A esquerda publicou mais que o dobro de conteúdo (1.707 posts contra 735), enquanto a direita teve a maior média por publicação (cerca de 117 mil interações por post, contra 102,8 mil da esquerda). Um traço distintivo da esquerda nessa rede foi o peso dos comentários: eles somaram 25,7 milhões (14,7% das interações do campo), contra 6,3 milhões na direita (7,3%). Como a plataforma concentrou mais de 90% de todo o engajamento na semana, a proporção observada aqui praticamente definiu o resultado do gráfico consolidado. No campo da esquerda, Lula (@lulaoficial) reuniu cerca de 34,6 milhões de interações em 29 posts — “Energia lá em cima pra ganhar essas eleições!” (3,35 milhões) e “Agora é a hora da verdade: vamos ver quem realmente é a favor das trabalhadoras e dos trabalhadores do Brasil! O fim da escala 6x1...” (2,41 milhões). André Janones obteve 20,6 milhões em só 18 posts (média superior a 1,1 milhão) — “URGENTE! LULA ENTROU NA PARADA! DIGITEM SOLDADO NOS COMENTÁRIOS!” (2,84 milhões, sendo mais de 1 milhão de comentários) e “VENCEMOS! DEUS É FIEL!EXPLODE!!” (2,32 milhões). Também se destacaram o PT (@ptbrasil, 17,7 milhões) e Erika Hilton (14,8 milhões) — “BOAS NOTÍCIAS! Foi o Lula proibir o tigrinho que o endividamento das famílias começou a cair!” (1,39 milhão). No campo da direita, Nikolas Ferreira (@nikolasferreiradm) somou 17,7 milhões com apenas 6 publicações (média de quase 3 milhões por post) — “Faz mais vídeo de selfie, Lula kkkkkk” (4,15 milhões), “Hoje é o dia delas - mas o recado é pra você!” (3,69 milhões) e “Tá engraçado de ver. E nós nem começamos kkkkk” (3,31 milhões). Flávio Bolsonaro reuniu 16,8 milhões em 16 posts, e Pablo Marçal 12,6 milhões em 94 posts — “Meta tá diminuindo o alcance dessa página que está exclusiva pra DESPETIZAR o Brasil” (487.579).



Também apresentando diferenças em relação às últimas semanas, o TikTok foi a única plataforma em que a direita supera a esquerda, ainda que por margem estreita: de 8.411.838 interações, 4.272.104 (50,8%) foram para perfis de direita e 4.139.734 (49,2%) para perfis de esquerda. A esquerda publicou um pouco mais (222 vídeos contra 192), mas a direita obteve média maior por vídeo (cerca de 22,3 mil interações, contra 18,6 mil). O volume absoluto foi pequeno em comparação às outras redes (2,9% do total analisado). No campo da esquerda, o engajamento foi mais distribuído. Guilherme Boulos liderou com cerca de 1,1 milhão de interações em 21 vídeos — “A virada começou. Caminhada agora no Rio de Janeiro” (566.100). O perfil de Janja (@janjalulaoficial) obteve 841.300 interações com um único vídeo musical, e Erika Hilton (@erikahiltonsp) somou 716.810 — “URGENTE! A turma do Flávio Bolsonaro JÁ ESTÁ se organizando no Senado pra barrar o fim da escala 6x1!” (204.700). Chamou atenção o vídeo de @chavosodausp (294.384) — “Eu não sou apoiador de Lula... mas agora no segundo [turno], contra Flávio, eu voto em Lula, criticamente e com desgosto”. Já o perfil oficial de Lula teve desempenho modesto na rede (368 mil interações em 46 vídeos). No campo direita, Nikolas Ferreira somou 1,9 milhão com 6 vídeos — “Hoje o dia é delas, mas o recado é pra você” (966.500, vídeo de Dia das Crianças) e “Kkkkkkkk meus fãs incubados” (436.437). Também aparecem Fabio Teruel, com um vídeo de oração (351.300), Eduardo Bolsonaro (@[bolsonaro.sp](#)) — “O tiranete de beira de estrada, Alexandre de Moraes, expediu ordem de prisão contra mim” (174.543) —, e Damares Alves — “NÃO CAIA NESSA MENTIRA! Estão espalhando que Flávio Bolsonaro vai acabar com a Farmácia Popular e com o Bolsa Família” (157.100).

3.3 Publicações com interação por cada dia do período analisado



O gráfico apresenta as publicações únicas (barras) e as interações (linhas) para ambos os dois campos ao longo dos sete dias de coleta. A linha laranja (esquerda) permaneceu acima da linha verde (direita) em todos os dias. O campo da esquerda partiu de 19,97 milhões em 06/10, salta para 35,99 milhões em 07/10, recuou para cerca de 21 milhões em 08 e 09/10, voltou a subir em 10/10 (26,36 milhões) e atingiu o pico da semana em 11/10 (39,23 milhões), fechando em 27,08 milhões em 12/10. O campo da direita oscilou em uma faixa bem mais estreita, entre 11,63 milhões (mínimo em 10/10) e 17,51 milhões (máximo em 07/10), com recuperação em 12/10 (15,78 milhões). A distância entre os campos foi menor em 06/10 (a esquerda teve 1,4 vez as interações da direita) e maior em 11/10 (2,9 vezes).

Os picos da esquerda estão associados a publicações específicas. Em 07/10, destacaram-se @lulaoficial — “Energia lá em cima pra ganhar essas eleições!” (3,35 milhões) e a mensagem do “dia D” da escala 6x1 (2,41 milhões) —, além de Janones — “LULA ENTROU NA PARADA!” (2,84 milhões). Em 11/10, o pico coincidiu com o ato na Avenida Paulista e com o episódio do canal “Exército do Lula”: Janones — “EXÉRCITO DO LULA ACABOU! A CENSURA JÁ É UMA REALIDADE NO BRASIL!” (1,64 milhão) e “VENCEMOS! DEUS É FIEL!” (2,32 milhões) —; o PT — “VAMOS VIRAR!” (2,31 milhões) —, e Lula — “a Paulista foi ocupada por 1 milhão de pessoas” (1,45 milhão). Os maiores saltos da esquerda (07/10 e 11/10) coincidem com momentos de mobilização: o “dia D” da escala 6x1, o ato na Avenida Paulista e o episódio do canal “Exército do Lula”. A direita reage nos mesmos dias, mas com variações menores, e cresce sobretudo com conteúdos pontuais e datas simbólicas, como o Dia das Crianças em 12/10. Cabe

ressaltar que a esquerda gera, proporcionalmente, o dobro de comentários (13,8% de suas interações, contra 6,7% na direita), impulsionada por convocações explícitas à ação, como “DIGITEM SOLDADO NOS COMENTÁRIOS!” e “EXPLODAM!”. É um engajamento organizado e militante. A direita se apoia mais em curtidas em conteúdos virais, de humor e deboche, com textos curtos e apelo audiovisual.

3.4 Quadro de perfis mais ativos no período¹

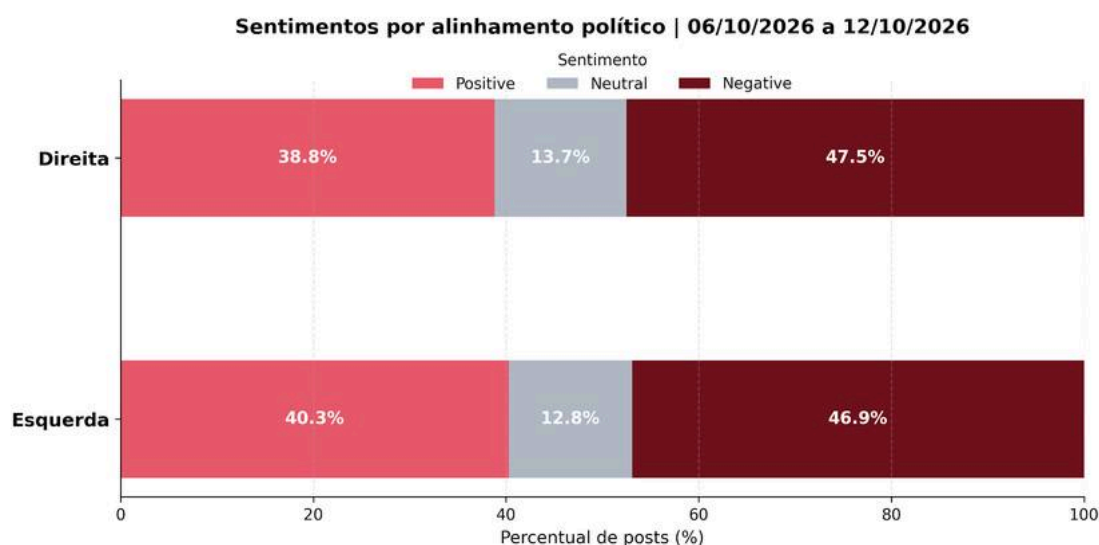
A Tabela 2 apresenta os perfis que tiveram maior número de publicações e interações no período, agregando as três redes sociais analisadas. Em relação ao número de conteúdos publicados, os cinco perfis mais ativos são da esquerda: tendo o deputado psolista Guilherme Cortez na liderança, seguido do influenciador Lázaro Rosa, do perfil de campanha de Lula (O Brasil com Lula), o próprio perfil do presidente, e fechando o Top 5, o deputado federal Rick Azevedo. Na lista dos perfis com maior engajamento, aparecem 3 perfis de esquerda e 2 de direita. Na liderança em número de interações apareceu o perfil do presidente Lula, com quase o dobro do segundo colocado, o deputado federal mineiro Nikolas Ferreira. Em terceiro lugar, está o deputado mineiro André Janones que tem assumido o protagonismo na mobilização digital da campanha de Lula. Fechando o Top 5 de interações aparecem o candidato do PL Flávio Bolsonaro e a deputada federal eleita por SP, Erika Hilton.

Tabela 2. Publicações e interações por perfis mais ativos — 06 a 12 de outubro de 2026

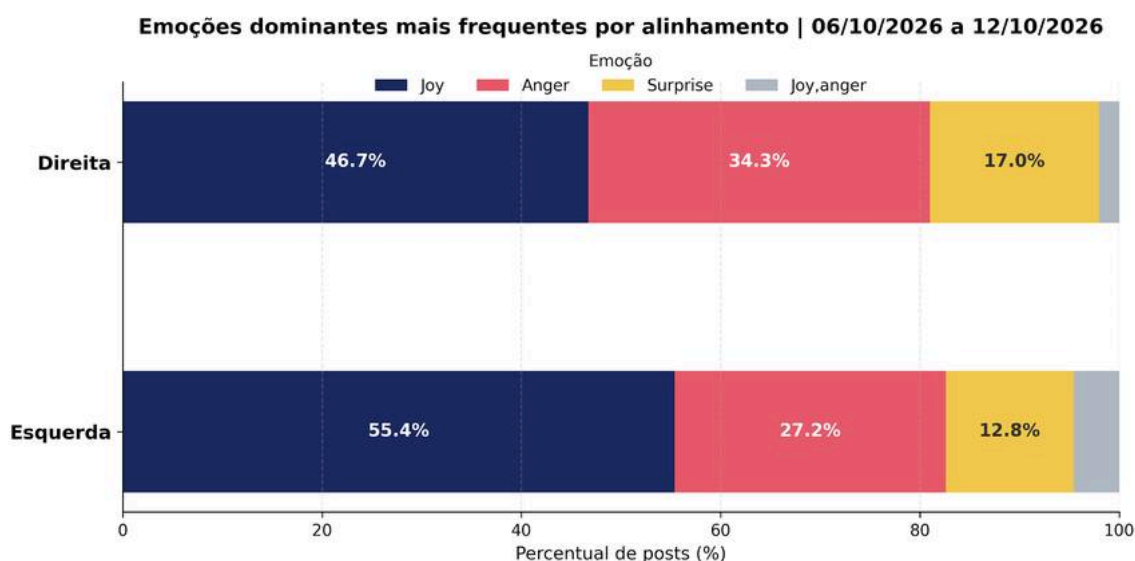
Perfis mais ativos (maior nº de publicações)	Publicações Únicas	Perfis com maior interações	Interações
@ Guilherme Cortez	191	@ Lula	44.326.266
@ Lázaro Rosa	189	@ Nikolas Ferreira	22.417.580
@ O Brasil com Lula	181	@ André Janones	21.936.010
@ Lula	159	@ Flávio Bolsonaro	18.700.730
@ Rick Azevedo	157	@ Erika Hilton	16.379.754

¹ Estão agregadas as publicações e interações nas três plataformas.

3.5 Análise de Sentimentos e Emoções



O gráfico apresenta a distribuição percentual das publicações de cada campo político segundo o sentimento atribuído pelo modelo. Foram consideradas 4.917 publicações de perfis de esquerda (3.196) e de direita (1.721) entre 06 e 12/10/2026. O resultado chamou atenção pela semelhança entre os dois lados. O sentimento negativo foi o mais frequente em ambos: 47,5% dos posts da direita (808) e 46,9% dos da esquerda (1.485). Os posts positivos vieram em seguida, com ligeira vantagem da esquerda (40,3%, ou 1.275 posts, contra 38,8%, ou 661 posts, na direita), e os neutros foram minoria (13,7% na direita e 12,8% na esquerda). Em outras palavras, o tom negativo foi uma marca da campanha como um todo durante a semana, e não de um único campo; as diferenças entre esquerda e direita ficaram abaixo de 1,5 ponto percentual em todas as categorias.



O gráfico mostra a distribuição das quatro emoções dominantes mais frequentes durante a semana: alegria (joy), raiva (anger), surpresa (surprise) e a combinação alegria/raiva (joy, anger). Essas quatro categorias cobriram cerca de 90% dos posts de cada campo (1.528 na direita e 2.847 na esquerda). Ao contrário do gráfico de sentimentos, aqui houve diferenças claras entre os campos. A alegria foi a emoção predominante nos dois lados, mas foi bem mais presente na esquerda (55,4%, ou 1.577 posts) do que na direita (46,7%, ou 714 posts). A direita, por sua vez, teve mais raiva (34,3%, contra 27,2% na esquerda) e mais surpresa (17,0%, contra 12,8%). A categoria mista alegria/raiva, típica de mensagens de mobilização em tom eufórico e combativo, apareceu em 4,6% dos posts da esquerda (130) e em apenas 2,0% dos da direita (31). A esquerda comunicou mais pela chave do entusiasmo e da esperança, enquanto a direita recorreu com mais frequência à indignação e ao espanto.

Embora quase metade dos posts dos dois campos tenha sido negativa, esse foi o tipo de conteúdo com menor média de interações nesta semana em ambos os campos: 38,1 mil por post na esquerda e 44,6 mil na direita. Na esquerda, os posts positivos tiveram média de 80,8 mil interações, mais que o dobro dos negativos, e concentraram 54,7% de todo o engajamento do campo, apesar de serem 40,3% das publicações. Os posts classificados como neutros foram apenas 13,7% da produção da direita, mas tiveram a maior média de interações do campo (94,4 mil por post) e responderam por 22,5% do engajamento. Isso se deveu a publicações curtas e irônicas de Nikolas Ferreira e Flávio Bolsonaro, como “Faz mais vídeo de selfie, Lula kkkkkk” (4,15 milhões) e “Vou ser o seu presidente também, Lula!” (2,06 milhões), que o modelo não lê como negativas, mas que funcionam como provocação ao adversário.

Na direita, os posts de surpresa tiveram a maior média de interações (78,2 mil), superior à da alegria (66,2 mil), e somaram 22,6% do engajamento do campo, contra só 8,3% na esquerda. São mensagens com perguntas retóricas e tom de espanto (“A Amazônia queima - até quando vão achar que somos idiotas?”). Já na esquerda, a raiva rendeu bem mais do que na direita (59,1 mil interações por post, contra 38,6 mil), puxada por posts combativos de Lula sobre a escala 6x1. A combinação alegria/raiva foi mais de duas vezes mais frequente na esquerda e teve média alta de engajamento (77,8 mil por post). Foi o tom de convocação de André Janones, Erika Hilton e Eduardo Moreira, com pedidos de ação em caixa-alta (“EXPLODAM!”, “DIGITEM SOLDADO”) e um vocabulário de guerra e vitória.

4. ANÁLISE DE CONFLITOS POR PLATAFORMA

4.1 X (Twitter)

Na semana entre 6 de outubro e 12 de outubro de 2026 ocorreu uma mudança na tendência, percebida a partir das análises dos dados do X, a esquerda pautou o debate majoritariamente, algo que ainda não havia ocorrido nas nove últimas semanas. Usando o ataque e a campanha negativa, a esquerda conseguiu chamar atenção ao seu discurso e ganhar terreno no X, enquanto a direita não conseguiu construir discursivamente respostas efetivas. Seis temas focaram a atenção na plataforma X (Twitter), sendo eles: 1) Político, conteúdos de campanha eleitoral de mobilização; 2) Político, campanha eleitoral com as manifestações de rua de apoio à Lula; 3) Político, entrega de políticas públicas (Lula) e propostas (Flávio); 4) Moral, pânico moral religiosos entre evangélicos e católicos; 5) Político, participação influenciadores digitais na campanha eleitoral; e 6) Moral, conteúdos de ofensa dirigida a partir de mensagens associadas ao Dia das Crianças.

1. Tema: Político ▾

Subtema(s): Campanha eleitoral ▾

Enunciados centrais:

Direita bolsonarista	Esquerda lulista
 1:33 PM · 7 de out de 2026 · 1,4 mil Visualizações	 10:50 AM · 7 de out de 2026 · 3,6 mil Visualizações

A chamada para a campanha por parte da esquerda e o convite para uma mobilização mais incisiva nas ruas e na rede veio para o centro da disputa no X. Por um lado, o próprio Lula e atores de esquerda convocaram sua base a fazer campanha política, já que a vitória da esquerda, segundo estes, seria a única

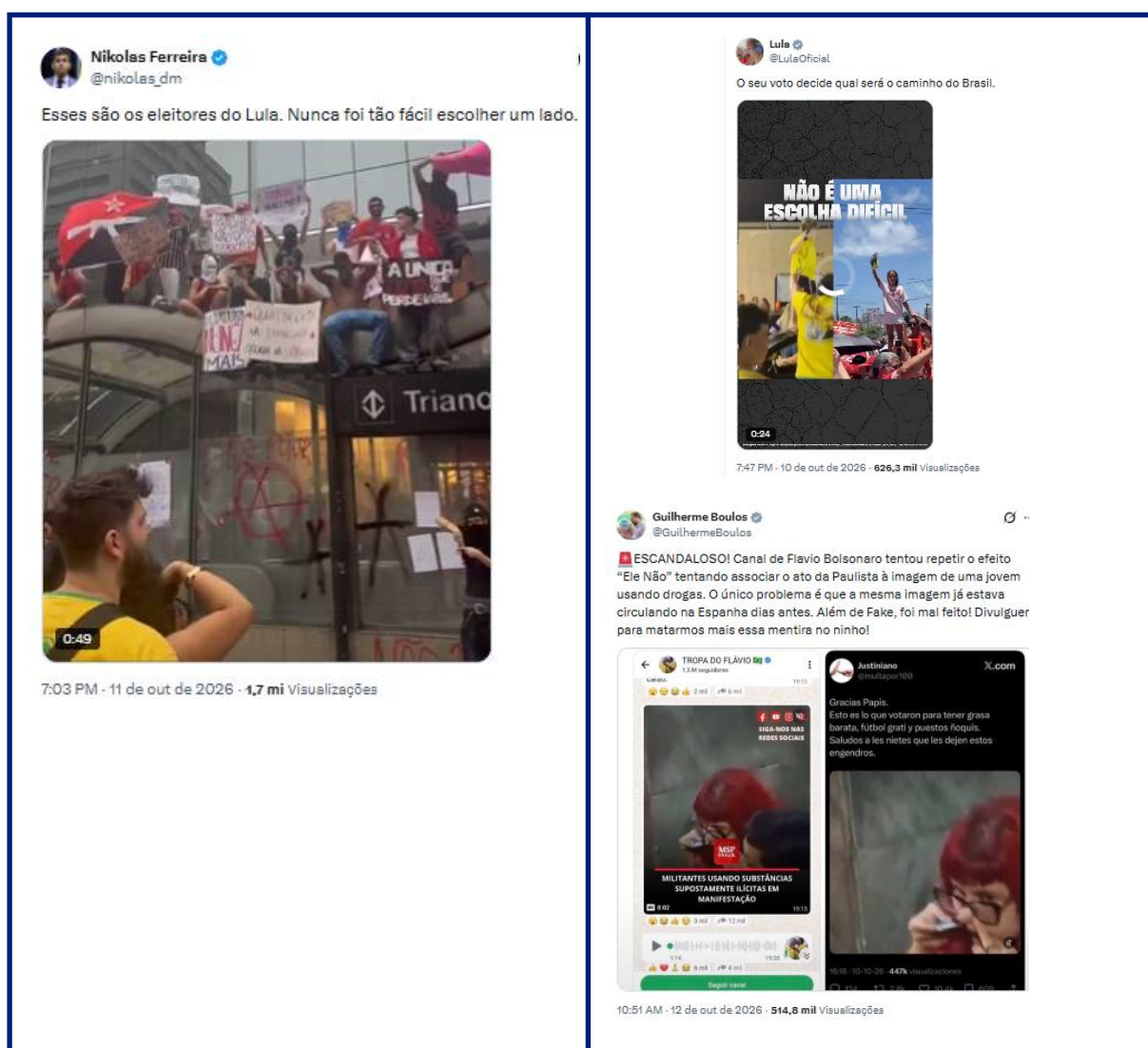
garantidora da continuidade dos direitos sociais no Brasil. Ou seja, a esquerda construiu seu argumento a partir da retórica do medo da perda de benefícios e conquistas sociais, se contrapondo assim à direita, que seria esse grupo que “dizima direitos”. Já a direita fez o embate a partir de zombarias ao chamamento para a campanha, feito pela esquerda, alegando que a última não sabe mais conversar com os trabalhadores, com os mais pobres e evangélicos e que sua militância seria composta por jovens universitários burgueses.

2. Tema: Político ▾

Subtema(s): Campanha eleitoral ▾

Enunciados centrais:

<u>Direita bolsonarista</u>	<u>Esquerda lulista</u>
Nikolas Ferreira @nikolas_dm E amanhã, será o trabalhador que eles tanto dizem defender, que irá limpar a sujeira, pichação e depredação que deixaram pra trás. O maior cabo eleitoral do Flávio é a esquerda. 10:09 PM · 11 de out de 2026 · 380,8 mil Visualizações Nikolas Ferreira @nikolas_dm Então os estudantes tão indo pra rua no meio de semana, atrapalhando o trabalhador a voltar pra casa e gritando “sem anistia” pra virar votos?? Certeza que foi ideia da Janja. Genial 9:52 AM · 8 de out de 2026 · 355,6 mil Visualizações	Lula @LulaOficial São Paulo, 11 de outubro de 2026. A força do povo nas redes e nas ruas vai ganhar essa eleição. Vamos juntos! @ricardostuckert 2:27 PM · 11 de out de 2026 · 459,1 mil Visualizações



As grandes manifestações de rua organizadas pela esquerda no país na semana observada foram tema de conflito no X. Do lado da esquerda, o mote principal dos tuítes foi demonstrar a força de ocupação das ruas de sua militância e explicitar, para a direita e para aqueles que ainda não decidiram seus votos, que a esquerda se mobiliza organicamente e com coordenação, e que seu candidato tem respeito e confiança daqueles que lidera. Além disso, a comparação entre as manifestações de esquerda e direita foram assunto abordado pelos esquerdistas. A mensagem ressaltava o pacifismo e a defesa da democracia pela esquerda e a violência e o uso de crianças para propagar a brutalidade e belicosidade pela direita. Além disso, a esquerda ainda sublinhou que a direita estaria usando imagens falsas para deturpar suas manifestações e desinformar a população sobre os eventos.

Do lado da direita houve críticas e compartilhamento de imagens que indicavam a ocorrência de depredações e mau uso dos espaços públicos pelos militantes de esquerda, sendo que algumas dessas publicações eram desinformação (imagens de outras manifestações, inclusive fora do Brasil). O argumento de direita tentava construir, perante a massa da população, que a esquerda seria uma força ideológica desordeira e perigosa.

3. Tema: Político ▾

Subtema(s): Políticas Públicas ▾

Enunciados centrais:

Esquerda lulista

Lula @LulaOficial

Lula entrega política pública, estudante na escola, casa para mães de família, emprego e dignidade.

E o Flávio? Esse é só entregão.



0:28 6:22 AM · 6 de out de 2026 · 395 mil Visualizações

Lula @LulaOficial

Agora é a hora da verdade: vamos ver quem realmente é a favor das trabalhadoras e dos trabalhadores do Brasil!

O fim da escala 6x1 significa 5 dias de trabalho, 2 de descanso e nenhum centavo a menos no salário.

Vamos saber quem é quem nesse país.



0:37 12:03 PM · 7 de out de 2026 · 2,6 mi Visualizações

Direita bolsonarista

Flávio Bolsonaro @FlavioBolsonaro

Bom dia com esperança!

Via @Poder360



7:56 AM · 6 de out de 2026 · 209 mil Visualizações

Ficou clara nesta semana a centralidade do embate, puxado pela esquerda, sobre as entregas de políticas públicas feitas pelos candidatos para a população. A esquerda reforçou o legado de Lula na área de políticas públicas e ressaltou a luta pela redução da jornada de trabalho para 5x2. Já a direita se concentrou em mencionar que Flávio Bolsonaro controlará as contas no Brasil e que o seu resultado no primeiro turno já havia gerado economia e queda de juros.

4. Tema: **Moral**Subtema(s): **Pânico Moral**

Enunciados centrais:

<u>Direita bolsonarista</u>	<u>Esquerda lulista</u>
 Nikolas Ferreira ✓ @nikolas_dm LULA NÃO FECHÉ MINHA IGREJA 7:17 PM · 8 de out de 2026 · 491,7 mil Visualizações  Flávio Bolsonaro ✓ @FlavioBolsonaro LULA NÃO FECHÉ MINHA IGREJA  8:57 PM · 8 de out de 2026 · 497,4 mil Visualizações	 Lula ✓ @LulaOficial Hoje é dia de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil. Um dia de fé, esperança e de renovar aquilo que temos de mais bonito: o amor e o cuidado com o próximo. Que Nossa Senhora Aparecida abençoe nossas famílias e proteja nossas crianças. Que nunca falte comida na mesa, paz dentro dos lares e esperança no coração do povo brasileiro. Viva a nossa Padroeira! ❤️🙏  @ricardostuckert  10:06 AM · 12 de out de 2026 · 337,2 mil Visualizações

Novamente a religião e religiosidade esteve presente nas frentes de conflito observadas. A direita emplacou a campanha “LULA NÃO FECHÉ MINHA IGREJA”, assim tentando mobilizar a comunidade evangélica a partir do medo de perseguição religiosa de um próximo governo de esquerda. Por sua vez, a resposta da esquerda veio a partir da mostra de respeito à figura da santa e padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida, em seu dia comemorativo. A intenção foi ativar a massa católica por meio da demonstração de deferência à Nossa Senhora.

5. Tema: Político ▾

Subtema(s): Campanha eleitoral ▾

Enunciados centrais:

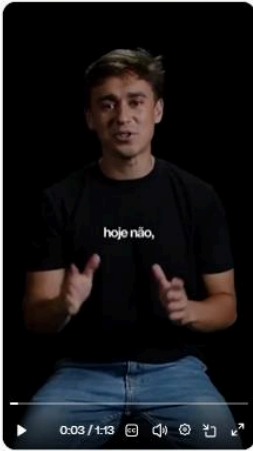
Direita bolsonarista	Esquerda lulista
Nikolas Ferreira   @nikolas_dm Seguir   os caras descobrindo agora que eu to há 6 anos trabalhando meu insta pra ser um canhão digital. Afinal, minha única forma de me defender é assim: tendo voz. Se quiserem saber como, eu dou um curso. Mas pra petista custa 1 milhão por hora. Última edição 5:55 PM · 8 de out de 2026 · 371,2 mil Visualizações Nikolas Ferreira   @nikolas_dm Seguir   já virei voto demais com isso aqui Ana Elisa   @aanaelisast Seguir   Lula eu acho mesmo que vc deve fechar as igrejas esses crente só faz merdaaaa MEU DEUS DO CÉU 8:53 PM · 2 de out de 2022 de Divinópolis, Brasil 5:05 PM · 8 de out de 2026 · 1 mi Visualizações	Lula  @LulaOficial Receber   Recebendo o reforço da tropa de deputadas e deputados jovens eleitos. Vamos com tudo conquistar voto pro     3:26 PM · 7 de out de 2026 · 1,9 mi Visualizações Lázero Rosa  @Lazarorosa25 Receber   CARALHO... Ela é foda! Ana Elisa respondeu a nova fake news da extrema direita e ainda acabou com a raça do Nikolas Ferreira, lembrando o Tweet dele dizendo que Nossa Senhora foi estuprada. BORA LULA  7:16 PM · 8 de out de 2026 · 696,7 mil Visualizações

A esquerda também levou ao X a pauta da importância da mobilização nas plataformas digitais a partir dos influenciadores que conquistaram cargos políticos eletivos, tendo a direita respondido a essa articulação.

Influenciadores de esquerda de todo Brasil se reuniram com o candidato à presidência de esquerda e produziram conteúdos sobre a presença digital e a relevância de se fazer campanha nas redes. Por sua vez, a direita respondeu exaltando seu protagonismo no modo de fazer comunicação digital com grandes ganhos de engajamento. Dentro do conflito houve, inclusive, um embate entre dois influencers digitais e deputados federais mineiros.

6. Tema: **Moral**Subtema(s): **Ofensa Dirigida**

Enunciados centrais:

Direita bolsonarista	Esquerda lulista
Ih, esta página não existe. Tente buscar outra coisa. Buscar TSE manda tirar do ar vídeo divulgado por Nikolas e Flávio Bolsonaro em que crianças criticam Lula Decisão liminar afirma que o conteúdo contém desinformação e "exploração inadequada da inocência infantil". No vídeo, crianças acusam Lula, Lulinha e o PT de crime e tecem críticas voltadas à insegurança, criminalidade, economia e medo do futuro. Por Leticia Brito Silva, g1 — São Paulo 14/10/2026 09h10 · Atualizado há 2 dias	Lázaro Rosa   @lazarorosa25 Rapaz, que pancada! Assistam até o final e compartilhem muito antes que Nikolas e Flávio Bolsonaro censurem! Feliz dia para todas as crianças!  7:11 PM · 12 de out de 2026 · 3,4 mi Visualizações

No Dia das Crianças, 12 de outubro, um vídeo em que crianças contavam as memórias que seus pais e avós lhes haviam contado sobre a história do país, gerou grande embate no X, sendo assunto, inclusive, para o TSE. O vídeo gerador das tensões foi inicialmente posto para circular por Nikolas Ferreira. No breve material, crianças, em um tom emocional, faziam críticas a Lula e Lulinha, associando-os a variados problemas nacionais, inclusive à corrupção, e sugerindo ligações com o crime organizado. Em resposta, a esquerda utilizou inteligência artificial para reconfigurar o vídeo, atribuindo a Jair Bolsonaro a responsabilidade por problemas graves ocorridos no país. A reação buscou inverter a posição na disputa, deslocando o foco das acusações contra Lula para um ataque direto à direita. Como resultado desse embate, o Tribunal Superior Eleitoral determinou, em 13 de outubro, a retirada do ar do vídeo de Nikolas Ferreira, que deu origem ao conflito.

4.2 Instagram

Na semana de 6 a 12 de outubro de 2026 os conflitos no Instagram acompanharam a reorganização das campanhas para o segundo turno das eleições nacionais. A disputa entre Lula e Flávio Bolsonaro articulou a defesa das condições de vida da população, acusações de silenciamento e demonstração de força nas ruas e nas redes. Conquistar eleitores e manter os apoiadores mobilizados exigiu apresentar a vitória adversária como um risco concreto, seja aos direitos sociais, à liberdade de expressão ou aos valores reivindicados por cada candidatura. As publicações analisadas permitiram organizar a semana, então, em quatro eixos: 1) Trabalho, benefícios sociais e disputa sobre os cortes de gastos; 2) Segurança, infância e desqualificação moral dos adversários; 3) Mobilização eleitoral e disputa pela representação do povo; 4) Censura e condições da disputa política nas redes.

1. Tema: Político ▾

Subtema(s): Políticas Públicas ▾

Enunciados centrais: Trabalho e proteção social: a disputa sobre quem paga a conta

<u>Direita Bolsonaroista</u>	<u>Esquerda lulista</u>
 Instagram post by damaresalvesoficial (verified). The image shows a woman with glasses and a pink jacket. The text in the post reads: "NÃO CAIA NESTA MENTIRA! Estão espalhando que Flávio Bolsonaro vai acabar com a Farmácia Popular e com o Bolsa Família. É MENTIRA! Programa social é LEI e vai ser cumprido! Quem tá cortando benefício e travando fila do INSS é o PT. Compartilhe a verdade! #DamaresAlves #Verdade #Brasil #Politica". The post has 342.4 K likes and 67.3 K comments. It was posted on October 7.	 Instagram post by lulaoficial (verified). The image shows a man with a beard and a blue shirt. The text in the post reads: "Flávio Bolsonaro, não minta! Você mente sistematicamente. O seu projeto é cortar os benefícios do povo. Foi exatamente o que seu pai fez. É isso que você quer fazer com o Brasil." Below this, it says: "Propaganda eleitoral - Coligação Brasil pronto pra mais: PSB/PDT/Federação Fé Brasil(PT/PCdoB/PV)/Federação PSOL-REDE (PSOL/REDE). CNPJ: 68.475.818/0001-02." The post has 1.1 M likes, 255.4 K comments, and 287.2 K shares. It was posted 4 days ago.

No início do segundo turno, a discussão sobre gastos públicos aproxima a disputa presidencial das condições de vida dos eleitores. Lula associa a candidatura de Flávio Bolsonaro à possibilidade de cortes em benefícios e recupera o governo de Jair Bolsonaro para sustentar essa interpretação. A relação entre pai e filho permite apresentar Flávio como continuidade de um projeto que voltaria a impor perdas à população e aos trabalhadores. O voto em Lula ganhou, nesse discurso, um sentido defensivo, e preservar benefícios dependeria de impedir o retorno dos responsáveis por ameaçá-los.

A resposta bolsonarista procurou desfazer essa associação. A senadora Damares Alves negou nas redes que Flávio Bolsonaro iria acabar com programas sociais como o Bolsa Família e a Farmácia Popular ao argumentar que os programas são garantidos por lei. Em seguida, atribuiu ao PT cortes de benefícios e dificuldades no INSS. A inversão de responsabilidade disputou a identidade de quem protegeria a população. Enquanto Lula mobiliza a memória do governo anterior para produzir receio sobre o futuro, Damares desloca a avaliação para problemas atribuídos ao governo atual. A direita procura, dessa maneira, conquistar o beneficiário de políticas sociais ao combater essa memória e a possibilidade do futuro governo repetir esse padrão.

A pauta do fim da escala 6x1 amplia esse conflito para a relação entre trabalho, descanso e vida familiar. Ao cobrar que Flávio Bolsonaro mobilize sua bancada para votar a proposta, Lula tenta submeter o discurso de defesa dos trabalhadores a uma decisão parlamentar observável. Portanto, o “nós” de ambos os espectros políticos reúne trabalhadores e beneficiários apresentados como sujeitos de direitos, enquanto o “eles” identifica quem colocaria essas conquistas em risco. O bolsonarismo procura inverter essa fronteira, atribuindo novamente ao PT a responsabilidade pelas perdas. A polarização aproxima o debate econômico da experiência cotidiana, mas também comprime decisões diferentes sobre orçamento e jornada de trabalho em um julgamento sobre quem merece ser reconhecido como defensor do povo. Lula tenta descolar o discurso para características observáveis que seriam possíveis do escrutínio do eleitorado ainda no segundo turno e antes da votação.

2. Tema: Moral ▾

Subtema(s): Infância e valores ▾

Enunciados centrais: Segurança e infância: quem protege e quem ameaça a sociedade

Direita bolsonarista	Direita não bolsonarista
	

A segurança pública aparece nas publicações bolsonaristas como um critério para julgar moralmente a escolha eleitoral. Nikolas Ferreira utiliza uma notícia sobre a votação em presídios para recomendar que o eleitor não vote no mesmo candidato de quem roubaria seu celular. O argumento mantém a estratégia de vincular Lula à criminalidade e tenta transferir essa associação para quem considera apoiá-lo. A experiência de ser vítima de um crime é convertida em orientação de voto. Nesse movimento, a discussão sobre políticas de segurança cede espaço a uma divisão entre cidadãos que precisam de proteção e um adversário apresentado como próximo daqueles que os ameaçam.

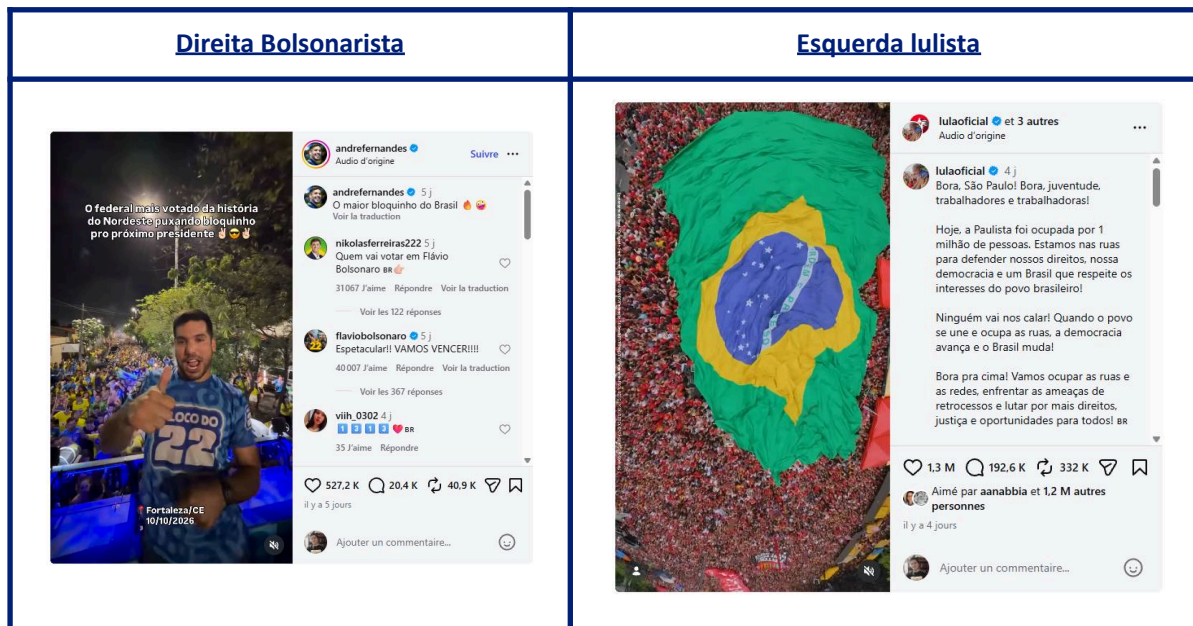
A campanha de Lula mobiliza outro entendimento de proteção ao criticar a associação entre crianças e armas. A publicação afirma que, quando ambas ocupam o mesmo espaço, alguém está no lugar errado, acompanhando a mensagem com imagens de uma criança numa mobilização em verde e amarelo. A presença infantil permite questionar os valores expressos naquela cena e disputar a legitimidade moral de quem reivindica a defesa da família. A proteção das crianças é associada ao cuidado e ao afastamento da violência, em oposição à valorização das armas que a publicação atribui ao universo bolsonarista.

Embora partam de episódios distintos, essas mensagens disputam quem pode ocupar o lugar de protetor da sociedade. Na comunicação de Nikolas, o perigo é construído pela possível similaridade entre o adversário eleitoral e o criminoso. Já na publicação de Lula, ele aparece na naturalização das armas junto à infância. A fronteira entre “nós” e “eles” depende de identificar quem merece confiança para proteger pessoas vulneráveis. O problema dessa moralização é que a discordância eleitoral pode se transformar em suspeita sobre o caráter do outro. Escolher um candidato passa a significar, nesses enquadramentos, aceitar ou rejeitar comportamentos apresentados como incompatíveis com a vida em sociedade.

3. Tema: Político ▾

Subtema(s): Campanha eleitoral ▾

Enunciados centrais: Ruas e redes: a disputa para falar em nome do povo



A passagem para o segundo turno intensifica a utilização de multidões como argumento de legitimidade eleitoral. André Fernandes divulga a mobilização em Fortaleza e associa sua votação para deputado à campanha de Flávio Bolsonaro, procurando colar a imagem de força pessoal ao candidato à Presidência. A localização do ato também participa dessa construção. Ao mostrar apoio no Nordeste, o bolsonarismo disputa a identificação da região com Lula.

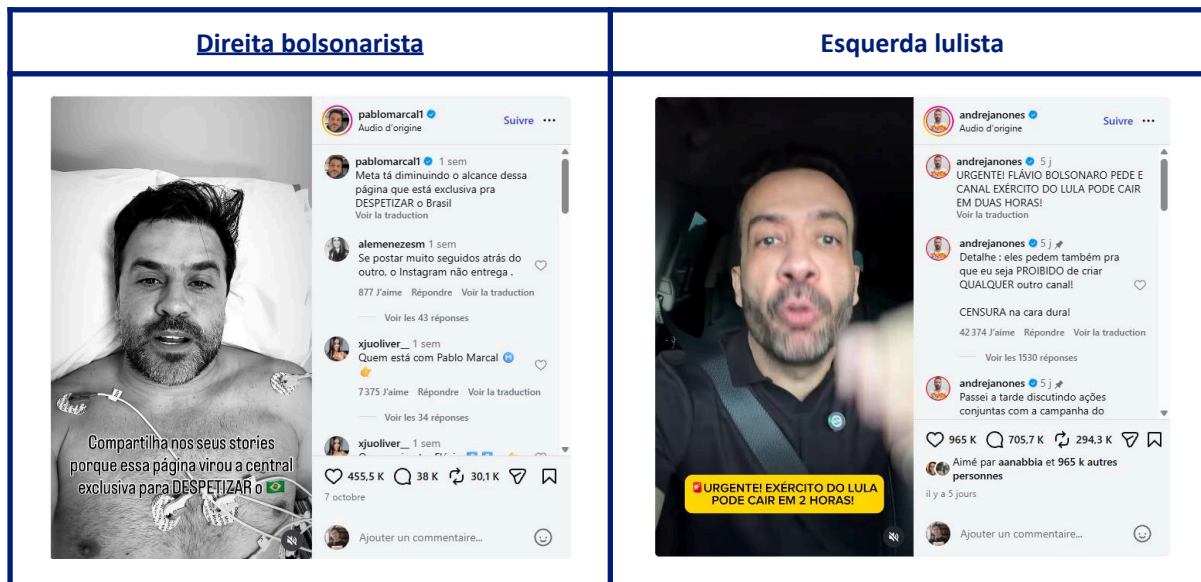
Na esquerda, as imagens da Avenida Paulista sustentam a narrativa de que uma virada seria possível. Lula apresenta o ato, que afirma ter reunido um milhão de pessoas, como expressão de um povo unido pela democracia e pela preservação de direitos. A ocupação das ruas procura responder à necessidade de recompor confiança e ampliar a campanha depois do primeiro turno. Há uma diferença entre os sentidos atribuídos à mobilização. Enquanto publicações de Flávio conciliam a celebração de vantagem eleitoral com alertas contra a acomodação, as mensagens lulistas insistem na capacidade de alterar a disputa por meio da participação coletiva.

As ruas e as redes passam, dessa forma, a oferecer imagens antecipadas da maioria que cada candidatura pretende levar nas urnas, provocando assim um sentimento de pertencimento à vitória. Multidões, compartilhamentos e números de participantes em canais são utilizados para sustentar essa expectativa, embora não sejam medidas equivalentes de intenção de voto. A operação política consiste em apresentar uma parcela mobilizada da população como expressão do povo brasileiro. O “nós” ganha dimensão nacional e a diversidade do eleitorado fica menos visível. Por isso, o conflito pode ocorrer sem uma resposta direta entre os autores. Cada campanha disputa a interpretação das mesmas perguntas sobre quem tem apoio, quem pode vencer e quem teria legitimidade para falar em nome do país.

4. Tema: Político ▾

Subtema(s): Campanha eleitoral ▾

Enunciados centrais: Censura e a disputa pelo direito de mobilizar



A organização de apoiadores nas plataformas digitais transforma as condições de circulação das mensagens em objeto de conflito eleitoral. Os dois espectros políticos incentivam a criação de canais de whatsapp para conseguir mobilizar suas bases políticas. André Janones afirma que Flávio Bolsonaro pediu a retirada do canal “Exército do Lula” e apresenta a possibilidade de exclusão como tentativa de impedir a mobilização adversária. Nesse enquadramento, atingir o canal significa atingir os cidadãos reunidos em torno da candidatura. O “nós” passa a ser uma coletividade que reivindica o direito de se manifestar, enquanto o “eles” recorrerá, por meio da afinidade com autoridades do TSE, aqueles que restringem a comunicação por temer a força dessa participação.

Na direita, Pablo Marçal acusa a Meta de reduzir o alcance de sua página, apresentada como uma central para “despetizar” o Brasil. A denúncia também desemboca numa convocação à ação, por meio do pedido de compartilhamento nos stories – obstáculo alegado para justificar maior esforço dos seguidores. Em ambos os casos, a participação digital recebe um sentido de resistência: compartilhar uma publicação ou ingressar num canal passa a ser descrito como uma forma de enfrentar quem tenta impedir que a posição política seja ouvida. As situações relatadas envolvem mecanismos diferentes e as acusações dos autores não bastam para comprovar censura ou tratamento desigual. O que aproxima essas publicações é a transformação de dificuldades de circulação em sinais de uma disputa injusta. Essa interpretação também protege a imagem da própria campanha, pois uma eventual perda de visibilidade pode ser atribuída à interferência de terceiros. As plataformas ocupam uma posição ambígua e distinta a depender de quem enuncia. São acusadas de limitar a participação, mas continuam sendo os instrumentos pelos quais os eleitores devem organizar a reação. O conflito envolve tanto o acesso à audiência quanto à autoridade para definir quais restrições seriam legítimas durante a eleição.

4.3 TikTok

Na décima semana de análise foram mapeados quatro eixos principais de conflito no TikTok, sendo eles: 1) Político, com foco na campanha; 2) Político, com foco em políticas públicas, sendo mobilizado o tema do fim da 6X1; 3) Econômico, com foco nas disputas materiais de vida da população brasileira; e 4) Moral, com foco nos boatos/escândalo político, com cada campo mobilizando diferentes afetos.

1. Tema: Político ▾

Subtema(s): Campanha eleitoral ▾

Enunciados centrais:

<u>Esquerda lulista</u>	<u>Direita não-bolsonarista</u>
	

A campanha nas redes nesta semana combina a polarização entre os dois campos políticos com disputas por adesão, mobilização e legitimidade dentro de cada bloco. De um lado, a Esquerda Lulista intensifica a mobilização nas ruas e nas redes sociais, buscando ampliar o engajamento e reduzir o temor de uma derrota eleitoral por meio do discurso em defesa dos direitos, da democracia e contra os retrocessos. De outro, a Direita Bolsonaroista reage às manifestações adversárias e aposta no desgaste do governo Lula, mobilizando discursos sobre corrupção, extremismo e mudança.

Figuras como Lula (PT) e os influenciadores Lázaro Rosa e Nátaly Neri acionam afetos, o otimismo e a esperança como estratégias de mobilização. Já Guilherme Boulos (PSOL), Jones Manoel (PSOL), Renato Freitas (PT) e Erika Hilton (PSOL) reforçam a disputa entre projetos de país: a defesa da democracia, dos direitos sociais e dos interesses da classe trabalhadora aparece como contraponto à direita. Nesse contexto, a perspectiva de aprovação de medidas para reduzir a jornada de trabalho e acabar com a escala 6x1 também é mobilizada como possível conquista da campanha e exemplo de projeto de país.

Em sentido oposto, Lucas Pavanato e Nikolas Ferreira, ambos do PL, associam a esquerda à corrupção, à ditadura, à desesperança e ao extremismo, apresentando a candidatura de Flávio Bolsonaro como alternativa de mudança e libertação do país. O enquadramento se vale de pautas morais para avaliar o governo e aposta na imagem: “o Brasil só terá futuro com Flávio”. A dinâmica também revela tensões internas no interior do campo da direita. Renan Santos, do partido Missão, critica ambos os projetos, mas direciona ataques ao campo bolsonarista ao caracterizar a proposta de Flávio Bolsonaro como vazia. Para isso, retoma pautas mobilizadas pela direita bolsonarista, como a oposição ao uso de banheiros unissex, expondo contradições e disputas por identidade e espaço político dentro do próprio campo conservador.

2. Tema: Político ▾

Subtema(s): Políticas Públicas ▾

Enunciados centrais:

<u>Esquerda lulista</u>	<u>Esquerda lulista</u>
	

A mobilização pelo fim da escala 6x1 aparece como um dos principais recursos da Esquerda Lulista para demarcar o antagonismo entre os projetos políticos em disputa. A estratégia associa o governo Lula à defesa da classe trabalhadora, da soberania nacional e de melhores condições de vida, enquanto posiciona Flávio Bolsonaro (PL) como representante de um projeto contrário à ampliação de direitos e comprometido com os interesses do mercado financeiro.

A influenciadora Nátaly Neri reforça essa diferenciação ao citar a PEC das Praias - proposta defendida por Flávio Bolsonaro - como exemplo do que considera um projeto de país voltado a interesses privados, em oposição à defesa do patrimônio e da soberania nacional. Erika Hilton (PSOL), por sua vez, utiliza a luta pelo fim da escala 6x1 para estabelecer uma divisão entre o campo que defende os direitos dos trabalhadores e das trabalhadoras e aquele que, segundo sua abordagem, contribui para a “precarização do trabalho” e a “exploração violenta do povo”. A parlamentar também constrói essa oposição ao contrastar quem atua pela ampliação de direitos (Lula) com quem não demonstra compromisso com as necessidades da população (Flávio).

Guilherme Boulos (PSOL) e Lula (PT) reforçam essa estratégia ao associar a candidatura de Flávio Bolsonaro a possíveis retrocessos sociais, apresentando Lula como a alternativa capaz de impedir esse cenário. E posicionam de um lado, o direito ao descanso, à dignidade e à vida além do trabalho; de outro, a ameaça de manutenção ou aprofundamento da precarização, com ataques à Constituição Federal. Neste enquadramento, Flávio Bolsonaro passa a ocupar o lugar de adversário direto dos interesses da classe trabalhadora.

3. Tema: Econômico ▾

Subtema(s): Política Econômica ▾

Enunciados centrais:

<u>Esquerda lulista</u>	<u>Direita bolsonarista</u>
	

A economia aparece como eixo de disputa discursiva ao articular avaliações sobre os governos Lula e Bolsonaro às condições materiais de vida da população brasileira. Os antagonismos são construídos principalmente em torno da proteção das famílias, do acesso a direitos sociais e da responsabilização pelas dificuldades econômicas.

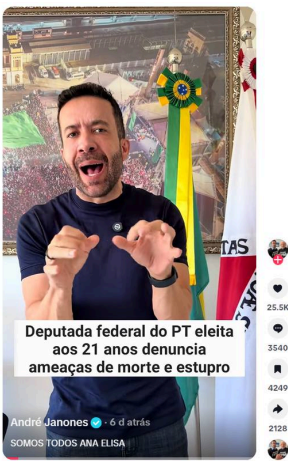
Pela Esquerda Lulista, Erika Hilton (PSOL) defende que a comunicação política não deve se limitar à denúncia dos adversários, mas também evidenciar as conquistas do governo Lula (PT). Nesse enquadramento, destaca a redução do endividamento familiar com a proibição das Bets por Lula. A família assume centralidade na construção do antagonismo, pois se enquanto Lula é apresentado como aquele que a protege, Flávio Bolsonaro (PL) é situado no campo oposto por suas críticas à medida. Já a influenciadora Nátaly Neri mobiliza a sátira para estabelecer uma oposição entre de um lado as propostas do bolsonarismo de ampliação do porte de armas e de uma economia inspirada na Argentina; e de outro a manutenção de direitos sociais, mas sem fazer menção explícita à Lula ou ao PT.

Pela Extrema Direita Bolsonarista, Eduardo Bolsonaro constrói o antagonismo a partir da oposição entre “verdade” e “mentira”. Acusando o PT de disseminar informações falsas sobre supostas medidas econômicas de Flávio Bolsonaro (como realizar cortes nas aposentadorias, no Pé-de-Meia e no 13º salário), Eduardo recupera uma dimensão moral e religiosa ao trazer a frase de que eles (o PT) fazem “o diabo pelo poder”. Do lado da “verdade” está aquele que vai acabar com a era petista – Flávio – mas além da ênfase na mudança, não traz propostas econômicas específicas de seu irmão. Já o eleito deputado estadual no Mato Grosso, Ulysses Moraes utiliza entrevistas de rua para questionar os resultados econômicos do governo Lula, quando o antagonismo é construído pela associação entre a gestão petista e a deterioração das condições econômicas, ao mesmo tempo que se relativiza a comparação com o governo Bolsonaro, justificada pelo contexto excepcional da pandemia.

4. Tema: Moral ▾

Subtema(s): Boato ▾ Escândalo Político ▾

Enunciados centrais:

<u>Esquerda lulista</u>	<u>Direita bolsonarista</u>
	

Com relação à da Extrema Direita Bolsonarista, os conteúdos analisados evidenciam uma estratégia de reação às acusações de que Flávio Bolsonaro representaria uma ameaça aos direitos de mulheres, pessoas LGBTQIAP+ e beneficiários de políticas sociais. O antagonismo é construído entre um “nós”, associado à verdade, à defesa dos direitos e à continuidade das políticas públicas, e um “eles”, identificado com o PT e a esquerda, acusados de produzir mentiras para deslegitimar sua candidatura:

1) Pavanato (PL) e Eduarda Campopiano (PL), em tom de sátira, estabelecem uma equivalência entre as acusações dirigidas aos parlamentares e aquelas direcionadas a Flávio Bolsonaro, apresentando ambas como mentiras produzidas pelos adversários.

2) Nikolas Ferreira (PL) também recorre à sátira, simulando o discurso de um eleitor de esquerda que afirma que uma eventual vitória de Flávio Bolsonaro resultaria na perda de direitos de mulheres e pessoas LGBTQIAP+. A estratégia consiste em reproduzir e ridicularizar argumentos atribuídos ao campo adversário, apresentando-os como alarmistas.

3) Damares Alves (Republicanos) constrói antagonismo semelhante, mas centrado na continuidade das políticas sociais, pois se estão na lei, Flávio Bolsonaro vai segui-la; em contrapartida, caracteriza o PT como produtor de mentiras, recorrendo a acusações de corrupção e terrorismo e à suposta existência de um manual de desinformação elaborado pelo partido.

Na Esquerda o antagonismo assume outro enquadramento. Em vídeo do influenciador Ian Neves, Flávio Bolsonaro é associado às milícias do Rio de Janeiro, incluindo referências à formação de grupos de extermínio durante a Ditadura civil-militar. A oposição, ainda que não tão intensa, se estabelece entre um “nós”, que denuncia supostos vínculos entre a família Bolsonaro e organizações criminosas, e um “eles”, identificado com a “família”, sendo que Flávio é o mais envolvido dos Bolsonaros. Por fim, André Janones (Rede) introduz uma disputa interna ao campo da esquerda, contrapondo atores com forte presença digital a uma esquerda caracterizada como “analógica”, responsabilizada por dificuldades políticas e comunicacionais. O antagonismo não se organiza diretamente entre lulismo e bolsonarismo, mas entre diferentes formas de atuação política e comunicação.

5. METODOLOGIA

O relatório *Brasil Online: Estudo da polarização nas Eleições Presidenciais 2026* é um projeto voltado para a estudar o debate político online nas principais plataformas de redes sociais no país. Como observado pela literatura do campo e por outras pesquisas do grupo de pesquisadores desse relatório, o debate político em plataformas digitais tem se caracterizado pela polarização ideológica e afetiva de conflito entre os perfis, que buscam mobilizar discursos para a construção de elementos diferenciais e cadeias de equivalências de identidades coletivas políticas que se articulam em dois campos: esquerda e direita.

Com a finalidade de estudar esses conflitos políticos, do *Brasil Online*, o projeto faz um acompanhamento semanal das publicações de uma lista de perfis de pessoas políticas, influenciadores e jornalistas influentes no debate político online. Foram selecionados 164 perfis, com representantes da direita e esquerda, além de jornalistas políticos (classificados metodologicamente como indefinidos). O critério de seleção dos perfis foi definido pelo número de seguidores, visando manter um equilíbrio entre os campos. A análise dos dados combina o uso de técnicas computacionais de processamento de dados, processamento de linguagem natural e análise de conflitos por meio de uma metodologia de análise de discurso qualitativa. Para essa análise de conflitos, o projeto utiliza a abordagem da Teoria do Discurso, de Laclau e Mouffe, adaptada para o estudo de conflitos online, já utilizada em outros estudos da equipe. Essa abordagem consiste na leitura de uma amostra das mensagens com maior destaque de cada plataforma, de ambos os campos políticos, para identificar as principais formações discursivas que se caracterizam pelo antagonismo, a partir de dois momentos: a) momento fundamental: negação/distinção/diferenciação antagonica com outro/as, que pode ser expresso discursivamente ou velado, mas precisa estar antagonizando com outro/as; e b) Momento constitutivo: Afirmação/defesa/homogeneização de “nós” na formação de uma identidade coletiva política.

5.1 Fontes e coleta de dados

A partir da restrição de acesso por API, a coleta de dados é feita por meio da técnica de web scraping (ou raspagem de dados) a partir dos perfis selecionados, dentro do período de cada estudo, por meio de códigos desenvolvidos pela equipe de pesquisa para a coleta no X, Instagram e TikTok.

5.2 Tratamento e classificação

Os dados são processados a partir das métricas gerais de publicações únicas e interações. Para o cálculo das interações, foram contabilizados o número de curtidas, compartilhamentos e comentários. Por não ser possível coletar os valores de visualizações do Instagram, a equipe optou por não contabilizar esses valores para não gerar distorções nas métricas totais de interação.

Os dados estão classificados a partir do alinhamento político dos perfis (direita, esquerda e indefinido) e tipo de perfil (político, influenciador e jornalista). Para as análises comparativas, os dados dos perfis de jornalistas não foram totalizados.

Para a análise automatizada de sentimentos e emoções dos textos foram empregados dois modelos baseados na arquitetura Transformer, previamente treinados para tarefas de classificação textual em português. A análise de sentimentos foi realizada com o modelo Caramelo-Smile-2 (Adilmar/caramelo-smile-2), baseado em RoBERTa, utilizado para classificar as publicações segundo sua polaridade predominante (positiva, negativa ou neutra) e atribuir uma pontuação de confiança à classificação. Para a identificação das emoções, foi utilizado o modelo pysentimiento/bert-pt-emotion, baseado em BERT, considerando as categorias raiva, nojo, medo, tristeza, surpresa e alegria, relacionadas às emoções básicas de Ekman. Sobre os logits produzidos pelo modelo foi aplicada a função sigmoide, convertendo-os em escores independentes entre 0 e 1 para cada emoção. Essa abordagem permite tratar a tarefa como classificação multirrótulo, possibilitando que uma mesma publicação apresente simultaneamente diferentes emoções, em vez de restringir cada texto a uma única categoria. A emoção predominante foi definida a partir do maior escore obtido, considerando também limites previamente estabelecidos para distinguir manifestações emocionais expressivas. Ambos os modelos foram implementados em Python por meio da biblioteca Transformers, da Hugging Face, permitindo a classificação automatizada das publicações em larga escala.

5.3 Limitações e ressalvas

Os dados apresentados no relatório representam uma amostra de perfis selecionados. Os resultados não representam um estudo do debate online geral (o que seria impossível do ponto de vista técnico), mas apenas um recorte analítico que possibilita o estudo da polarização durante as eleições de 2026, por meio do estudo dos conflitos discursivos por importantes representantes da disputa política no Brasil.