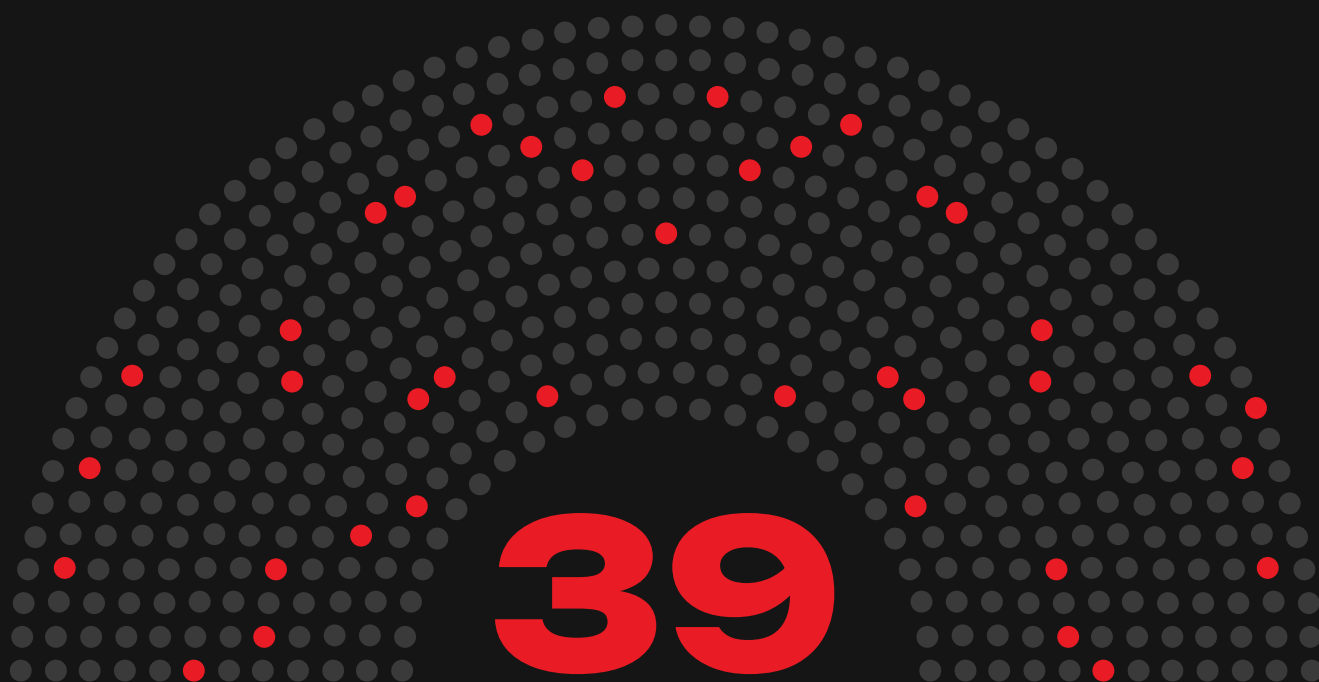


ELEIÇÕES 2026 · CÂMARA DOS DEPUTADOS

A nova Câmara nas redes.

Perfil dos 513 deputados federais eleitos em 2026 e o peso do engajamento digital na política brasileira.



dos 513 deputados eleitos têm mais de **1 milhão de seguidores** no Instagram

Sumário executivo

Em 4 de outubro de 2026, o Brasil elegeu os 513 deputados federais que tomam posse em 1º de fevereiro de 2027. A nova Câmara se renova pouco (35,7% das cadeiras, a menor taxa desde 1998), mas chega mais conectada do que nunca: 88% dos eleitos registraram perfil no Instagram na campanha, e os nomes mais votados do país são, antes de tudo, grandes audiências digitais.

Este estudo foi construído sobre a base de dados da Amelati Intelligence, que reúne e cruza informações do TSE, da Agência Câmara e de dois levantamentos de monitoramento de redes (Zeeng e Nexus), para responder a três perguntas: quem são os novos deputados, quanto pesa a presença digital no voto e quem, de fato, engaja nas redes.

PRINCIPAIS ACHADOS

01 35,7% de renovação

183 novatos, a menor taxa desde 1998. O PL elegeu a maior bancada (121) e responde por 1 em cada 4 estreantes.

02 109 mulheres

Recorde histórico, com 21,2% das cadeiras. A Câmara segue, porém, 72,9% branca e com idade média de 49,6 anos.

03 88% no Instagram

454 dos 513 eleitos registraram perfil na rede durante a campanha; 4 em cada 10 passam de 100 mil seguidores.

04 39 com +1 milhão

Os 10 deputados mais votados do país estão todos nesse grupo e têm, em média, 31 anos.

05 Audiência virou voto

As 3 maiores audiências da nova Câmara (Nikolas Ferreira, Lucas Pavanato e Erika Hilton) são também os 3 mais votados.

06 Engajamento antecipou a urna

Os 3 mais votados estavam entre os 4 políticos com maior engajamento médio no Instagram no 1º semestre.

07 Atenção concentrada

Nikolas Ferreira teve média de 1,47 milhão de interações por post, 6,3 vezes a segunda colocada.

08 Cada rede, um público

Entre os deputados mais seguidos, a direita concentra 52,6% das interações, mas a esquerda lidera a média por post no X.

POR QUE ISSO IMPORTA

Para empresas, entidades e organizações que se relacionam com o Congresso, o mapa de poder ganhou uma nova camada. Além de bancadas, frentes e comissões, é preciso entender quem mobiliza audiência, sobre quais temas e com que intensidade. É nas redes que as pautas ganham temperatura, e é lá que reputações setoriais são construídas ou desgastadas.

NESTE ESTUDO

01 · A nova composição	p. 3
02 · Quem são os eleitos	p. 4
03 · Presença digital	p. 5
04 · Da tela à urna	p. 6

05 · Quem engaja de verdade	p. 7
06 · Como a audiência se constrói	p. 8
07 · O que muda para a sua organização	p. 9
Metodologia e fontes	p. 10

01

A nova composição

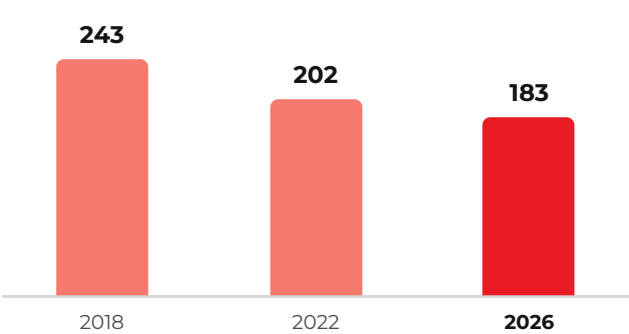
A 58ª legislatura (2027 a 2031) terá 183 deputados de primeiro mandato, 301 reeleitos e 29 ex-deputados que voltam à Casa. A renovação de 35,7% é a menor desde 1998 e mantém a queda observada nas duas últimas eleições.

BANCADAS ELEITAS · CADEIRAS



As três maiores bancadas somam 296 cadeiras (57,7%). A maioria absoluta exige 257 votos.

DEPUTADOS DE PRIMEIRO MANDATO



NOVATOS POR PARTIDO · 2026



Menos renovação, mais continuidade. O número de estreantes caiu pela segunda eleição seguida: de 243 em 2018 para 202 em 2022 e 183 agora. Com 301 reeleitos, a nova Câmara preserva lideranças, relatores e redes de relacionamento já conhecidas pelas organizações que atuam no Congresso.

PL na frente, blocos equilibrados atrás. O PL chega com a maior bancada (121) e responde, sozinho, por 46 dos 183 novatos. A federação liderada pelo PT (88) e a federação União-PP (87) aparecem praticamente empatadas, o que reforça o peso das negociações entre blocos a partir de 2027.

LEITURA AMELATI

Menos rostos novos não significa um cenário mais simples. Os 183 estreantes chegam sem histórico de votações, e alguns deles, como Lucas Pavanato (PL-SP), trazem um capital político construído quase inteiramente nas redes.

02

Quem são os eleitos

A Câmara eleita em 2026 é a mais feminina da história, mas mantém o perfil majoritariamente branco, masculino, com diploma universitário e na faixa dos 50 anos.

MULHERES

10921,2%

Recorde. Em 2022 foram 91. Partidos de esquerda e centro-esquerda elegeram 47; o PL, 22.

PRETOS E PARDOS

13526,3%

Eram 139 em 2022. Brancos somam 374 (72,9%).

INDÍGENAS

3

Eram 5 na eleição de 2022.

IDADE MÉDIA

49,6anos

Praticamente estável: 49,9 em 2022.

ENSINO SUPERIOR

82%421

Com curso superior completo.

REELEITOS

30158,7%

Somados a 29 ex-deputados que retornam.

ESCOLARIDADE DECLARADA · ELEITOS

Superior completo	421
Superior incompleto	40
Médio completo	36
Fundamental completo	8
Fundamental incompleto	5
Médio incompleto	3

OCUPAÇÕES MAIS DECLARADAS AO TSE

Deputado	201
Empresário	61
Advogado	55
Médico	30
Vereador	27
Administrador	10

Avanço feminino, com assimetria. A bancada de mulheres cresceu 18 cadeiras em relação a 2022, mas segue distante da paridade: 21,2% da Casa. A distribuição também é desigual entre os campos políticos, com 47 deputadas eleitas pela esquerda e centro-esquerda e 22 pelo PL.

Perfil profissional estável. Quase 4 em cada 10 eleitos (201) declararam "deputado" como ocupação, reflexo da alta taxa de reeleição. Entre os demais, predominam empresários, advogados e médicos, e 27 chegam diretamente das câmaras municipais.

LEITURA AMELATI

A bancada feminina recorde e o grupo de novatos formam o segmento menos mapeado da nova Câmara. Para organizações com agenda no Congresso, é uma janela de relacionamento que se abre antes da posse, em fevereiro de 2027.

03

Presença digital

O Instagram se consolidou como a principal vitrine política do país. Estar na rede deixou de ser diferencial: o que separa os parlamentares agora é a escala da audiência.

NO INSTAGRAM

88%

dos eleitos (454 de 513) registraram perfil na rede durante a campanha.

ACIMA DE 100 MIL

207

eleitos, ou 4 em cada 10, passam de 100 mil seguidores.

ACIMA DE 1 MILHÃO

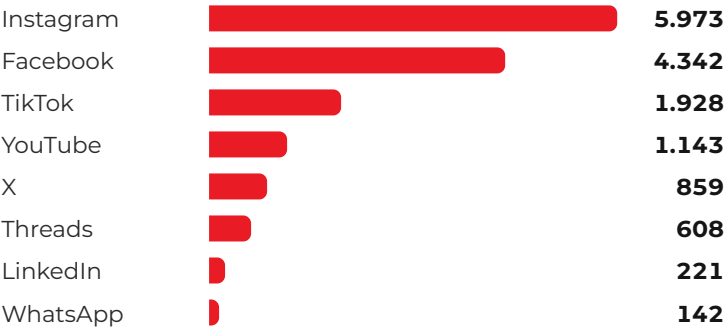
39

eleitos formam a elite digital da nova Câmara.

AUDIÊNCIA DOS 513 ELEITOS NO INSTAGRAM · Nº DE DEPUTADOS POR FAIXA DE SEGUIDORES

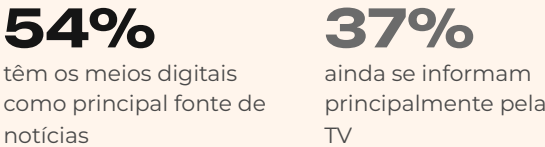


REDES INFORMADAS AO TSE · CANDIDATOS A DEPUTADO FEDERAL



Número de perfis declarados. O Instagram aparece três vezes mais que o TikTok e quase sete vezes mais que o X.

DE ONDE VEM A INFORMAÇÃO



Entre quem se informa pela internet, o Instagram lidera (32%), à frente de portais de notícias (17%), YouTube (11%) e Facebook (8%). A rede é mais usada por jovens e mulheres.

Pesquisa DataSenado, 5.039 entrevistas, publicada em março de 2026.

Quem se elegeu está mais presente na rede.
Entre os 7.259 candidatos a deputado federal, 76% registraram perfil no Instagram. Entre os eleitos, a presença sobe para 88%.

Escala é o novo diferencial. Só 39 eleitos superam 1 milhão de seguidores, e 306 ficam abaixo de 100 mil ou não registraram perfil. Essa distância se traduz em votos e em capacidade de pautar o debate público.

LEITURA AMELATI

A presença no Instagram virou condição de entrada na política nacional. O que diferencia os parlamentares é o tamanho e a qualidade da audiência, dois indicadores que as organizações também podem medir para priorizar relacionamentos no Congresso.

Base de dados: Amelati Intelligence. Fontes: Agência Câmara, com base nas redes declaradas ao TSE (7/10/2026); DataSenado (30/3/2026). *Faixa calculada pela Amelati Intelligence: 513 eleitos menos os 207 com mais de 100 mil seguidores.

04

Da tela à urna

A eleição de 4 de outubro mostrou a força das grandes audiências. Os 10 deputados mais votados do país têm, todos, mais de 1 milhão de seguidores no Instagram, e as três maiores audiências da nova Câmara ocupam o pódio da votação.

OS 10 DEPUTADOS FEDERAIS MAIS VOTADOS DO PAÍS

	DEPUTADO	PARTIDO-UF	IDADE	VOTOS
1	Nikolas Ferreira	PL-MG	30	3,12 mi
2	Lucas Pavanato	PL-SP	28	3,04 mi
3	Erika Hilton	PSOL-SP	33	1,60 mi
4	André Fernandes	PL-CE	28	684 mil
5	Sâmia Bomfim	PSOL-SP	37	583 mil
6	Julia Zanatta	PL-SC	41	560 mil
7	Ana Elisa	PT-MG	24	524 mil
8	Kim Kataguirí	Missão-SP	30	520 mil
9	Tabata Amaral	PSB-SP	32	476 mil
10	Jeffrey Chiquini	Novo-PR	30	425 mil

RECORDE HISTÓRICO

3,12 mi

Nikolas Ferreira teve a maior votação da história para a Câmara. Pavanato também passou de 3 milhões.

JUVENTUDE

31 anos

é a idade média dos 10 mais votados, contra 49,6 anos da Câmara como um todo.

PLURALIDADE

6 partidos

no top 10: PL, PSOL, PT, Missão, PSB e Novo. A força das redes atravessa o espectro.

INFLUENCIADORES NO TOPO EM 9 ESTADOS

Em nove estados, o deputado federal mais votado foi um influenciador digital de direita: Nikolas Ferreira (MG), Lucas Pavanato (SP), Julia Zanatta (SC), Lucas Polese (ES), André Fernandes (CE), Delegado Caveira (PA), Jeffrey Chiquini (PR), Maurício Marcon (RS) e Lucio Mosquini (RO). No campo oposto, Erika Hilton (PSOL-SP) foi a mulher mais votada do país.

Audiência é capital político. A relação entre seguidores e votos não é automática, mas os puxadores de voto de 2026 têm em comum uma base digital construída antes da campanha, com milhões de seguidores e presença constante nas redes. Na prática, esses perfis chegaram à eleição já com o principal ativo de uma campanha: atenção.

05

Quem engaja de verdade

Seguidores medem alcance potencial; engajamento mede mobilização real. No 1º semestre de 2026, a média de interações por publicação no Instagram revelou uma Câmara de poucos protagonistas.

MÉDIA DE INTERAÇÕES POR POST NO INSTAGRAM · DEPUTADOS FEDERAIS · JANEIRO A JUNHO DE 2026

Nikolas Ferreira PL-MG	1.473.545
Erika Hilton PSOL-SP	233.368
Sargento Fahur PL-PR	139.712
André Fernandes PL-CE	105.992
André Janones Rede-MG	73.820
Gustavo Gayer PL-GO	64.018
Delegado Bruno Lima Pode-SP	55.889
Marcel van Hattem Novo-RS	52.374
Sâmia Bomfim PSOL-SP	43.344
Felipe Becari Pode-SP	41.060

CONCENTRAÇÃO

6,3x

Nikolas engaja 6,3 vezes mais por post que a segunda colocada. Sua média supera a soma das médias dos nove seguintes.

TOP 100 DO INSTAGRAM

30

dos 100 políticos mais influentes da rede são deputados federais, o maior grupo do ranking.

SINAL ANTECIPADO

3 de 4

políticos com maior engajamento no semestre viraram os 3 deputados mais votados em outubro.

OS 30 DEPUTADOS DO TOP 100

Direita	17	Homens	22
Centro-direita	5	Mulheres	8
Centro	2	De São Paulo	13
Centro-esquerda	2	Do PL	12
Esquerda	4		

Engajamento antecipou o voto. No ranking geral de políticos do semestre, Nikolas Ferreira foi o 1º, Lucas Pavanato, então vereador em São Paulo, o 3º (322 mil interações por post) e Erika Hilton, a 4ª. Em outubro, os três foram os deputados mais votados do país.

Métrica certa, leitura certa. A média de interações por publicação, e não o número de seguidores, é o indicador que melhor separou os protagonistas digitais do restante da Casa.

LEITURA AMELATI

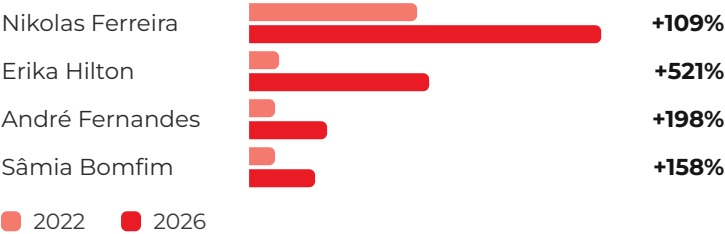
O ranking de engajamento funciona como um termômetro de quem consegue transformar uma pauta em assunto nacional em poucas horas. Para organizações com temas sensíveis no Congresso, saber quem são esses perfis, e o que eles costumam abordar, é parte da gestão de risco.

06

Como a audiência se constrói

Não há fórmula única. Os casos de maior sucesso combinam audiência acumulada ao longo do mandato, presença em várias plataformas e, em alguns casos, investimento pesado em impulsionamento.

VOTOS PARA DEPUTADO FEDERAL · 2022 X 2026



Nikolas passou de 1,49 milhão para 3,12 milhões de votos; Erika Hilton, de 257 mil para 1,6 milhão. Lucas Pavanato, vereador mais votado de São Paulo em 2024 (161 mil votos), estreou na Câmara com 3,04 milhões.

ORGÂNICO X PAGO

Os dois mais votados chegaram lá por caminhos opostos:

- **Nikolas Ferreira:** 2 anúncios na Meta, com gasto máximo estimado de R\$ 198. Alcance essencialmente orgânico.
- **Lucas Pavanato:** cerca de R\$ 1,2 milhão em anúncios nos 30 dias que antecederam o levantamento.
- **André Fernandes:** 904 anúncios desde 2022, com investimento estimado entre R\$ 2 milhões e R\$ 2,6 milhões.

Em comum, uma base de milhões de seguidores formada antes da campanha.

CADA REDE, UM LÍDER · ÍNDICE DE RELEVÂNCIA ENTRE OS DEPUTADOS MAIS SEGUIDOS

REDE	QUEM LIDERA	O QUE OS DADOS MOSTRAM
Instagram	Nikolas Ferreira (PL-MG)	Rede central da disputa; concentra as maiores audiências.
X	Nikolas Ferreira (PL-MG)	Única rede em que a esquerda tem maior média por post: 107 mil, contra 99 mil da direita.
TikTok	Nikolas Ferreira (PL-MG)	Fábio Teruel (MDB-SP), André Janones e Tiririca aparecem entre os cinco primeiros.
Facebook	Fábio Teruel (MDB-SP)	Teruel lidera, à frente de Nikolas Ferreira e André Janones.
YouTube	Fábio Teruel (MDB-SP)	Maior desequilíbrio: 204 mil interações por vídeo à direita, 38 mil ao centro e 5 mil à esquerda.

No conjunto dos 15 deputados analisados (8.595 publicações e 865 milhões de interações entre fevereiro e abril), a direita concentrou 52,6% das interações, o centro 27,1% e a esquerda 20,3%. A média por post foi de 137 mil interações à direita e 65 mil à esquerda.

A LINGUAGEM QUE ENGAJA

Estudo publicado na revista PNAS (Brady e colegas, 2017), com mais de 560 mil mensagens sobre temas polarizados, mostrou que cada palavra de carga moral e emocional aumenta em cerca de 20% a difusão de uma postagem. Conflito e indignação ampliam o alcance e, com ele, o risco reputacional para setores e empresas que viram alvo do debate.

Base de dados: Amelati Intelligence. Fontes: TSE e O Brasilianista (5/10/2026), para votos de 2022 e 2026; Biblioteca de Anúncios da Meta e HubPolítico, conforme O Brasilianista (5/10/2026), para anúncios; Nexus/FSB, Índice de Relevância IR² (divulgado em 7/7/2026; 1/2 a 30/4/2026; 15 deputados, os 5 mais seguidos de cada espectro); Brady et al., PNAS, 2017.

07 O que muda para a sua organização

A nova Câmara exige tratar a influência digital como parte do mapa de poder, ao lado de bancadas, frentes parlamentares e comissões. Seis recomendações para quem tem agenda no Congresso a partir de 2027:

01

Mapeie influência, não só posição

Inclua audiência, engajamento e temas de cada parlamentar no mapa de stakeholders, com atenção especial aos 183 novatos, que ainda não têm histórico de votações.

02

Monitore de forma contínua

Engajamento é volátil e funciona como sinal antecipado: os líderes de interação do 1º semestre viraram os puxadores de voto de outubro.

03

Separe alcance de mobilização

Seguidores indicam potencial; a média de interações por post indica capacidade real de pautar o debate. Use as duas métricas, nunca uma só.

04

Fale a língua de cada rede

Instagram, X, YouTube, TikTok e Facebook têm públicos e lideranças diferentes. A estratégia de conteúdo e de relacionamento precisa acompanhar essas diferenças.

05

Antecipe a temperatura das pautas

Temas de conflito ganham alcance rapidamente. Setores citados no debate precisam de monitoramento, narrativa própria e prontidão de resposta.

06

Comece o relacionamento agora

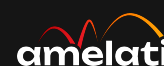
A legislatura começa em 1º de fevereiro de 2027. Os meses até a posse são a janela para apresentar agendas e construir pontes com os novos mandatos.

Como a Amelati pode ajudar.

Mapeamento de influência. Perfil digital, audiência e temas dos parlamentares e stakeholders que importam para a sua agenda.

Estratégia de comunicação. Posicionamento institucional e narrativas para pautas legislativas e regulatórias.

Fale com a gente: amelati.com.br



Metodologia e fontes

COMO O ESTUDO FOI FEITO

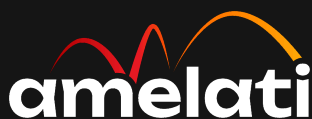
- **Base de dados:** o levantamento foi organizado e processado pela Amelati Intelligence, plataforma de inteligência de dados da Amelati, a partir das fontes públicas e dos estudos de monitoramento listados nesta página.
- **Composição, votação e perfil:** resultados do 1º turno (4/10/2026) divulgados pelo TSE e consolidados por Agência Brasil, CNN Brasil, Poder360 e Agenda do Poder. Os números podem ser ajustados até a diplomação, prevista para 19/12/2026.
- **Presença digital:** levantamento da Agência Câmara com base nas redes declaradas ao TSE (7/10/2026).
- **Engajamento:** ranking Zeeng (1/1 a 30/6/2026, média de interações por publicação no Instagram) e índice IR² da Nexus/FSB (1/2 a 30/4/2026, Instagram, X, Facebook, YouTube e TikTok).

FONTES CONSULTADAS

1. Agência Câmara: Dos 513 deputados federais eleitos, 39 têm mais de 1 milhão de seguidores no Instagram (7/10/2026). camara.leg.br
2. Agência Brasil: Renovação da Câmara federal chegou a 35% (5/10/2026). agenciabrasil.ebc.com.br
3. Agência Brasil: Cresce número de mulheres eleitas para o Congresso Nacional (5/10/2026). agenciabrasil.ebc.com.br
4. CNN Brasil: Taxa de renovação na Câmara atinge 35,6% (6/10/2026). cnnbrasil.com.br
5. CNN Brasil: Quem são os deputados federais mais votados do país (5/10/2026). cnnbrasil.com.br
6. Poder360: Câmara terá recorde de representação feminina a partir de 2027 (5/10/2026). poder360.com.br
7. Agenda do Poder: Câmara bate recorde de mulheres, mas reeleição acima de 50% mantém velho perfil (6/10/2026). agendadopoder.com.br
8. Brasil de Fato: Esquerda elege 47 deputadas federais (6/10/2026). brasildefato.com.br
9. Portal Pop Notícias: Raio-X da nova Câmara (5/10/2026). portalpopnoticias.com.br
10. TVT News: Média de idade de puxadores de voto é abaixo de 32 anos (6/10/2026). tvtnews.com.br
11. Folha de S.Paulo, via Jornal de Brasília: Influenciadores de direita tiveram votação recorde para deputado em 9 estados (5/10/2026). jornaldebrasilia.com.br
12. O Brazilianista: A eleição virou feed (5/10/2026). obrazilianista.com.br
13. Zeeng: Top 100 Políticos Brasileiros Mais Influentes no Instagram em 2026 (jul/2026). poder360.com.br (PDF)
14. Nexus/FSB: Nikolas Ferreira lidera ranking de relevância de deputados nas redes (7/7/2026). nexus.fsb.com.br
15. DataSenado: Brasileiros já se informam mais por meios digitais do que pela TV (30/3/2026). senado.leg.br
16. Brady, W. J. et al. Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. PNAS, 2017. doi.org/10.1073/pnas.1618923114

NOTAS

- **Cálculos derivados** (percentuais, razões, médias e a faixa "até 100 mil ou sem perfil") são da Amelati Intelligence.
- **Classificação ideológica** conforme as fontes originais (Zeeng; Nexus, com base no GPS Partidário da Folha de S.Paulo).
- **Gastos com anúncios** são estimativas da Biblioteca de Anúncios da Meta, conforme reportado pelo O Brazilianista.
- Estudo de caráter informativo, com base em dados públicos. Não expressa posicionamento político-partidário.



Conhecemos Brasília como ninguém.

A Amelati é a ponte entre estratégia, inovação e execução em projetos de comunicação política, institucional e empresarial, com inteligência de dados aplicada à leitura de cenário. Este estudo foi produzido com a base de dados da Amelati Intelligence.

amelati.com.br · Brasília/DF