

Mulheres puxam queda de 23% de eleitores adolescentes nesta eleição

Redação

- Jovens de 16 e 17 anos correspondem a 1% do eleitorado, mas eram 1,4% em 2022
- Falta de campanha voltada para quem não é obrigado a votar ajuda a explicar diminuição

A estudante Raika Milena, 16, decidiu esperar para votar. Moradora da Vila Aricanduva, na zona leste de São Paulo, ouviu de amigos que o atendimento para emitir o documento estava com filas. Um deles desistiu diante da espera.

"De qualquer forma, vou ter um título quando completar 18 anos. Já que não precisa, não vou ver isso agora", diz Raika.

O número de jovens com 16 e 17 anos que se registraram junto ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral) e estão aptos a votar nas eleições de 2026 caiu 23% em comparação ao último pleito presidencial. Em 2026, eles são 1,6 milhão. Em 2022, eram 2,1 milhões.

A queda é superior à variação populacional dessa faixa etária no mesmo período, que diminuiu 5,6% segundo a projeção do IBGE.

O 1,6 milhão de adolescentes representa 1% do eleitorado deste ano. Em 2022, os jovens que votavam sem serem obrigados representavam 1,4% dos eleitores. O percentual é pequeno, mas pode ser decisivo —nas últimas eleições, Lula (PT) venceu Jair Bolsonaro (PL) por margem apertada de 1,8% dos votos válidos.

Após uma adesão recorde no pleito passado, as mulheres puxaram a queda entre os eleitores adolescentes (caíram 26% em relação às eleições de 2022). Já a redução masculina foi de 19%.

A diminuição ocorre num momento em que o voto de homens jovens tende cada vez mais para candidatos da direita com perfil conservador, enquanto o voto feminino tem ido para candidatos de esquerda com propostas progressistas.

Engajar adolescentes no exercício do voto quando ele não é obrigatório tem sido um desafio. Em 2010, início dessa série histórica do TSE, 34% da população com

16 e 17 anos estava com título em mãos. O percentual caiu nas eleições gerais seguintes: para 24%, em 2014, e 21%, em 2018.

Em 2022, artistas como Anitta —hoje com mais de 61 milhões de seguidores no Instagram— e Juliette promoveram uma campanha digital para incentivar adolescentes a emitir o documento antes do prazo final, aumentando, novamente, o patamar para 34%.

Dos 2,1 milhões de eleitores aptos de 16 e 17 anos em 2022, 55% eram mulheres. Agora, a participação feminina caiu para 52%, valor mais próximo ao verificado em 2018 (51%).

Uma projeção divulgada em maio pelo Instituto Lamparina e o movimento Girl Up já apontava para queda do voto facultativo de jovens devido à baixa nas solicitações de novos títulos.

Para Letícia Bahia, codiretora executiva da Girl Up Brasil, iniciativa voltada à promoção da igualdade de gênero, dois fatores ajudam a explicar a queda: o arrefecimento das campanhas específicas e a volta da obrigatoriedade da coleta presencial de biometria para a emissão do título. Em 2022, devido à pandemia, o pedido podia ser feito todo digitalmente.

"A gente sonhava que 2022 tivesse aberto uma porteira para caminhar só para frente, mas, quando a sociedade civil começou a olhar para o voto jovem de 2026, os prazos já tinham corrido. A obrigatoriedade do comparecimento presencial é uma barreira muito grande. Muitos municípios pequenos não têm cartório eleitoral próprio", afirma.

Procurado sobre as dificuldades que a obrigatoriedade da biometria impõe aos novos eleitores facultativos, o TSE não respondeu.

Na avaliação da codiretora do Girl Up Brasil, o movimento observado em 2022 foi bem-sucedido porque conseguiu falar diretamente com o público jovem.

"Foi a primeira vez que o chamado para o alistamento saiu do tom solene, encabeçado fundamentalmente pelo TSE, entidade que tem pouca interlocução direta com o jovem. A coisa ganhou as redes sociais, e o pedido, em vez de ser 'do velho para o jovem', ficou horizontal. A gente viu marketing de influência, memes. Foi o que nos levou ao recorde. E nada disso aconteceu neste ano", diz.

A estudante Raika Milena afirma ter interesse por educação pública, violência contra a mulher, aborto e racismo, mas não acompanha perfis de políticos nas redes sociais.

Para ela, a política chega por meio do TikTok. Memes, cortes de podcasts e trechos de discussões envolvendo nomes como Erika Hilton (PSOL), Nikolas Ferreira (PL) e Pablo Marçal (União Brasil) aparecem no seu feed. "As coisas sérias que aparecem são poucas", diz.

Ela não se define como de esquerda ou de direita e diz ter dificuldade para explicar as diferenças entre os dois campos. Entre Lula e Flávio Bolsonaro (PL), escolheria o petista como o "menos pior". As opiniões vêm principalmente da família. "Ouço bastante o que meus pais falam porque eles viveram na pele, mais do que eu, as mudanças."

Leonardo Braga, 16, também decidiu esperar até os 18 para votar. Morador de São Caetano do Sul, no ABC paulista, ele diz que precisa compreender melhor as posições políticas e as propostas dos candidatos antes de votar.

Entre seus amigos próximos, nenhum tirou o título de eleitor, mas isso não significa que o assunto esteja ausente das conversas. Segundo Leonardo, amigos que se identificam mais com a direita criticam a esquerda pelas posições sobre aborto e segurança pública. Já os jovens de esquerda falam sobre desigualdade, concentração de renda e relações de trabalho, como o fim da escala 6x1.

"Não acho que nenhum dos lados está 100% correto. Todos têm falhas e coisas que precisam ser questionadas", afirma.

O jovem não costuma procurar vídeos sobre política, mas recebe conteúdos no TikTok e no YouTube. O nome que mais aparece atualmente em seu feed é Renan Santos, fundador do MBL e candidato pelo partido Missão.

O perfil de Leonardo converge com os resultados da pesquisa "Influenciadores, jovens e política na América Latina", realizada por Camila Rocha, Esther Solano e Thais Pavez em parceria com o InternetLab em 2024.

O estudo ouviu jovens de 16 a 24 anos no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e México e indica que o contato com conteúdos políticos pode ocorrer sem busca ativa, no fluxo das redes sociais. As mensagens se misturam a entretenimento, memes, humor e aspectos da vida pessoal de políticos que adotam estratégias próprias dos influenciadores.

A principal referência de Raika nas redes são criadoras de conteúdo como Giovanna Freire, conhecida como Puringyeon Xenoglossy, que fala sobre moda e autocuidado. Raika diz se identificar com uma mulher negra que ocupa esse espaço sem se limitar a estereótipos associados à negritude.

A jovem diz que ouviria uma convocação de Giovanna para que os adolescentes tirassem o título. "Eu gostaria de ser mais como ela."

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2026/07/mulheres-puxam-queda-de-23-de-eleitores-adolescentes-nesta-eleicao.shtml>

Veículo: Online -> Portal -> Portal Folha de S. Paulo

Seção: São Caetano